



UNIVERSIDAD  
DON VASCO, A. C.

**UNIVERSIDAD DON VASCO, A.C.**

INCORPORACIÓN N° 8727-25 A LA

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**

---

---

**ESCUELA DE PSICOLOGÍA**

*CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS QUE MOTIVAN A LOS  
ALUMNOS DE LA ESCUELA DE PSICOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD  
DON VASCO PARA TRABAJAR EN ELLAS*

**T E S I S**

PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

**LICENCIADA EN PSICOLOGÍA**

**ITZEL MORAMAY AVILÉS GALINZOGA**

ASESOR: LIC. HÉCTOR RAÚL ZALAPA RÍOS

URUAPAN, MICHOACÁN. 31 DE MAYO DE 2019.



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

# ÍNDICE

## **Introducción.**

|                                 |   |
|---------------------------------|---|
| Antecedentes.....               | 1 |
| Planteamiento del problema..... | 4 |
| Objetivos.....                  | 5 |
| Instrumentos de campo.....      | 6 |
| Justificación.....              | 7 |
| Marco de referencia.....        | 8 |

## **Capítulo 1. Motivación.**

|   |    |
|---|----|
| 1.1. Definición de motivación.....                      | 14 |
| 1.2. Componentes de la motivación.....                  | 17 |
| 1.3. Principales teorías sobre la motivación.....       | 21 |
| 1.4. Proceso de la motivación.....                      | 27 |
| 1.5. Motivación laboral.....                            | 29 |
| 1.6. Tipos de motivación laboral.....                   | 30 |
| 1.7. Elementos que favorecen la motivación laboral..... | 33 |

## **Capítulo 2. La empresa.**

|  |    |
|--|----|
| 2.1. Definición de empresa.....              | 38 |
| 2.2. Tipos de empresas.....                  | 40 |
| 2.3. Características de la empresa.....      | 43 |
| 2.4. Elementos que conforman la empresa..... | 45 |

|  |    |
|--|----|
| 2.5. Objetivos de la empresa.....                            | 48 |
| 2.6. Áreas funcionales de la empresa.....                    | 50 |
| 2.7. El estudio de la empresa por distintas disciplinas..... | 52 |
| 2.8. El quehacer del psicólogo en la empresa.....            | 56 |

**Capítulo 3. Metodología, análisis e interpretación de resultados.**

|  |    |
|--|----|
| 3.1. Metodología.....  | 59 |
| 3.1.1. Enfoque cualitativo.....  | 60 |
| 3.1.2. Alcance descriptivo.....  | 62 |
| 3.1.3. Diseño investigación-acción.....  | 63 |
| 3.1.4. Estudio transversal.....  | 64 |
| 3.1.5. Técnicas e instrumentos de investigación.....   | 65 |
| 3.2. Población y muestra.....  | 67 |
| 3.3. Descripción del proceso de investigación.....   | 70 |
| 3.4. Análisis e interpretación de resultados.....  | 72 |
| 3.4.1. Características de las empresas que motivan a los alumnos de octavo semestre de la Escuela de Psicología para trabajar en ellas. Análisis grupal.....     | 74 |
| 3.4.1.1. El salario y los beneficios.....  | 75 |
| 3.4.1.2. Ambiente social del trabajo.....  | 76 |
| 3.4.1.3. Las posibilidades de promoción.....   | 78 |
| 3.4.2. Características de las empresas que motivan a los alumnos de octavo semestre de la Escuela de Psicología para trabajar en ellas. Análisis individual..... | 80 |

|                          |    |
|--------------------------|----|
| 3.4.2.1. Sujeto 1.....   | 80 |
| 3.4.2.2. Sujeto 2.....   | 81 |
| 3.4.2.3. Sujeto 3.....   | 81 |
| 3.4.2.4. Sujeto 4.....   | 82 |
| 3.4.2.5. Sujeto 5.....   | 82 |
| 3.4.2.6. Sujeto 6.....   | 83 |
| 3.4.2.7. Sujeto 7.....   | 84 |
| 3.4.2.8. Sujeto 8.....   | 84 |
| 3.4.2.9. Sujeto 9.....   | 85 |
| 3.4.2.10. Sujeto 10..... | 86 |
| <br>                     |    |
| Conclusiones.....        | 87 |
| <br>                     |    |
| Bibliografía.....        | 90 |
| Mesografía.....          | 93 |
| Anexos.                  |    |

# INTRODUCCIÓN

En esta investigación se iniciará exponiendo los antecedentes, así como el planteamiento del problema, también se establecen los objetivos del estudio, los instrumentos de campo y la justificación de su realización. Todo ello con la finalidad de contextualizar al lector.

## **Antecedentes.**

Como primer asunto, se expondrán definiciones acerca de los conceptos o variables principales del siguiente estudio, conjuntamente, se hará alusión de las investigaciones previas a la presente.

Para Escobar y Aguilar (2002), la palabra motivación se deriva del latín *motivus*, que significa “causa del movimiento”, lo cual sugiere propiedades de activación motora para generar la conducta. Actualmente, se entiende que motivación implica a los estados internos que dirigen al organismo hacia metas o fines determinados y le confieren intensidad a la conducta.

Para tales investigadores, el estado interno del organismo y los estímulos externos son determinantes para la generación de la motivación. La condición interna puede determinar que un estímulo sea relevante y que el organismo responda a él, o bien, que no lo haga.

Por su parte, para Gibson y cols. (1990), la motivación concierne fundamentalmente a la conducta orientada hacia la meta.

Definida la variable motivación, se hablará del concepto empresa, el cual no es una variable, sin embargo, es un concepto fundamental.

Según la Ley Federal del Trabajo, en su artículo 16, “para los efectos de las normas de trabajo, se entiende por empresa la unidad económica de producción o distribución de bienes o servicios y por establecimiento la unidad técnica que, como sucursal, agencia u otra forma semejante, sea parte integrante y contribuya a la realización de los fines de la empresa” (LFT; 2015).

Por su parte, Gill y Giner (2007) argumentan que la empresa es un conjunto de medios humanos y materiales, los cuales se ponen a disposición para lograr un fin de acuerdo con un esquema determinado de relaciones y dependencias entre los distintos elementos que la componen.

Los antecedentes son investigaciones similares al estudio que se va a realizar, por ello, las que se ubicaron son de Chile, Ciudad de México y Nuevo León.

El primer antecedente se realizó en Santiago, Chile, por Bedodo y Giglio, en el año 2006, cuyo título fue “Motivación laboral y compensaciones: una investigación de orientación teórica”. El estudio correspondió a una investigación de orientación teórica, se realizó a través de una indagación bibliográfica que se fundamentó en

diferentes conceptos y construcciones teóricas extraídos de textos, ensayos, documentos, monografías e investigaciones.

Se realizó el análisis y los resultados arrojaron que existen diversas posturas sobre el modo en que la motivación laboral se relaciona con las compensaciones: la primera es que los empleados muestran mejor desempeño, la segunda es que no se considera a las compensaciones como un factor de influencia significativa en la motivación y la tercera postura es que se reconoce la influencia que ejercen las compensaciones en la motivación, pero bajo ciertas condiciones.

La siguiente investigación fue realizada en el año 2014, en la Ciudad de México, por Zavala, del Instituto Politécnico Nacional. Dicha indagación lleva por nombre “Motivación y satisfacción laboral en el centro de servicios compartidos de una empresa embotelladora de bebidas”. Se utilizó un enfoque cualitativo de investigación y se midió la satisfacción laboral a través de un cuestionario.

Los resultados obtenidos demostraron que la población de estudio manifiesta niveles de motivación y satisfacción laboral altos o muy altos. Asimismo, no se encontraron diferencias significativas para los grupos analizados de: género, escolaridad, ingreso mensual, tipo de puesto ni edad. Para estos casos, se concluye que existe homogeneidad en la percepción de la motivación y satisfacción laboral.

Finalmente, se encontró un estudio realizado por González en Monterrey, Nuevo León, en el año 2002; lleva por nombre “Motivación laboral”, en el cual, a



través de un enfoque cualitativo, se busca encontrar las razones por las cuales el personal de la empresa donde se realizó la investigación ha ido perdiendo el interés por llevar a cabo la labor encomendada, de acuerdo con la producción que actualmente se pide. El investigador encontró que para evitar que el personal pierda el interés en sus actividades, se debe elevar la autoestima de cada uno de ellos.

### **Planteamiento del problema.**

Las instituciones de educación superior llevan a cabo una serie de estrategias para que los alumnos que cursan los últimos semestres empiecen a vincularse con las prácticas y el servicio social que les permitan ir ingresando en el ámbito laboral.

Los alumnos octavo semestre de la Escuela de Psicología, con preespecialización en el área laboral, de la Universidad Don Vasco, buscan ciertas particularidades de una empresa o institución laboral que les llamen la atención, esas características tienen que ver su motivación interna o externa para poder buscar lugares en los cuales trabajar.

Por otra parte, en las empresas existen diversas vacantes que requieren ser cubiertas, en muchos de los casos, dichas opciones permanecen en espera por un largo tiempo, esperando ser ocupadas por el candidato ideal. En ocasiones, estas recurren a instituciones como la Cámara Nacional de la Industria de Transformación (CANACINTRA) y la Cámara Nacional de Servicios y Turismo (CANACO SERVITUR), las cuales podrían funcionar como vínculo entre la empresa solicitante y

los alumnos de octavo semestre de la Escuela de Psicología, particularmente aquellos que cuentan con preespecialización en el área laboral y sean posibles candidatos para llenar sus vacantes.

A pesar de ello, dichas empresas desconocen las características que las hacen atractivas para estos alumnos y no existe un estudio que lo explique claramente.

Por lo tanto, a partir de esta situación, se plantea la siguiente pregunta para realizar el presente estudio:

¿Qué características de las empresas motivan a los alumnos de octavo semestre de la Escuela de Psicología, con preespecialización en el área laboral, de la Universidad Don Vasco, para trabajar en ellas?

### **Objetivos.**

Para el adecuado desarrollo del presente trabajo, se formularon los lineamientos que se enuncian a continuación.

#### **Objetivo general.**

Analizar las características que, desde la perspectiva de los estudiantes de octavo semestre de la Escuela de Psicología, con preespecialización en el área

laboral, de la Universidad Don Vasco, deben tener las empresas para motivarlos trabajar en ellas.

### **Objetivos particulares.**

1. Definir el concepto de motivación.
2. Conocer las principales teorías sobre la motivación.
3. Definir de manera teórica las características que favorecen la motivación laboral.
4. Definir el concepto de empresa.
5. Conocer los principales factores de una empresa que motivan a los estudiantes de octavo semestre de la Escuela de Psicología, con preespecialización en el área laboral, de la Universidad Don Vasco, para trabajar en ellas.
6. Señalar la importancia que tiene el salario para los alumnos de octavo semestre de la Escuela de Psicología, con preespecialización en el área laboral, de la Universidad Don Vasco, como característica motivante para trabajar en una empresa.

### **Instrumentos de campo.**

Se implementó el uso de la entrevista a profundidad para recolectar los datos que permitieran conocer cuáles son las características que tiene una empresa que resultan motivadoras para que los futuros profesionistas quieran trabajar en ellas, en

este caso, los alumnos de octavo semestre de psicología, con preespecialización en el área laboral, de la Universidad Don Vasco.

### **Justificación.**

Con la siguiente investigación se busca beneficiar a la sociedad, permitiendo despertar en las empresas el interés por implementar estrategias que logren convencer a las personas de trabajar en ellas, combatiendo con ello la problemática social de vacantes vacías y personas sin empleo. Se busca que, al conocer las empresas las características que buscan los alumnos de octavo semestre de la Escuela de Psicología, con preespecialización en el área laboral, de la Universidad Don Vasco, en Uruapan Michoacán, para motivarse a trabajar en ellas, se interesen también por conocer dicha información de cualquier otra población.

Por otra parte, para las empresas, será útil el estudio, ya que les permitirá darse cuenta de la gran área de oportunidad que representa el provocar motivación en las personas para lograr atraerlas a querer trabajar en ellas, ya que, al realizar el reclutamiento de personal, existirán muchos candidatos de los cuales elegir al más apto para cada puesto que se encuentre vacante.

Finalmente, para la psicología organizacional resulta un área en la cual se podrían implementar estrategias oportunas, siendo que los psicólogos en las empresas, de entre todas sus actividades, se encuentra la motivación del personal, y con esta investigación es posible que también participen en motivar no solamente a

los empleados, sino trabajar con la motivación de las personas para trabajar en una determinada empresa.

### **Marco de referencia.**

La presente investigación se realizó en la Universidad Don Vasco, ubicada en el entronque carretera a Pátzcuaro 1100, Col. Don Vasco, en la ciudad de Uruapan. A continuación, se narra la historia de esta institución.

En el año de 1971, en la ciudad de Uruapan, Michoacán, comenzó sus labores la Escuela de Administración en la Universidad Don Vasco. La primera mitad de la década de los setentas fue, sin embargo, difícil para la vida de la institución. Fueron años en que no se creció materialmente y de acuerdo con lo proyectado. Había pobreza económica y, consecuentemente, cierto desaliento se filtró en la Asociación Civil.

En 1977 se dio apertura a la segunda carrera profesional: Licenciatura en Contaduría. Cuatro años después, en 1981, fue factible ofrecer a la comunidad los estudios de Licenciatura en Arquitectura.

El joven instituto iniciaba su periodo de franca consolidación como elemento cultural y baluarte de la educación en la región.

En 1985 tienen apertura dos licenciaturas más: Trabajo Social y Planificación para el Desarrollo Agropecuario.

En el verano de 1988, la universidad abre dos licenciaturas más: Pedagogía y Diseño Gráfico.

Posteriormente, en 1991, nuestra universidad se encuentra en condiciones de recibir a los jóvenes con deseos de estudiar la carrera de Ingeniería Civil.

En el año de 1993 ocurre la apertura de la Licenciatura en Informática.

Más tarde, en 1995, se da apertura a la Licenciatura en Derecho. La respuesta de los jóvenes a tal carrera profesional es por demás entusiasta y con ello se corroboraba la oportuna presencia educativa de la UDV en la región.

Un par de años después, en 1997, contando ya con mayor infraestructura, la UDV entró a una nueva etapa, en un periodo caracterizado por la intención expresa de ofrecer estudios de postgrado. La dinámica social y económica del entorno requería profesionistas especializados que coadyuvaran al progreso de la región.

Así, ese mismo año se inició una serie de acuerdos académicos con algunos institutos de estudios superiores y con la Secretaría de Educación en el Estado. Merced a ello se hizo posible impartir programas de postgrado en la institución. Se establecieron convenios con el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de

Occidente, la Universidad De Guadalajara, la Universidad Nacional Autónoma de México, el Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa, con el Colegio Michoacano de Ingenieros Civiles, A.C. y con el Banco de Comercio Exterior, entre otros.

El día 21 de febrero del año 2010, esta casa universitaria se enluta con el fallecimiento del Rector, Licenciado José Luis Sahagún de la Parra. Deja constancia en la comunidad de una vida rica, fecunda en labores altruistas, no solamente en el ámbito religioso, sino también en el social y, sobre todo, en el educativo.

En la tarea de regir los destinos de la institución, le sucede el Licenciado Rafael Anaya González.

Hoy en día, con una población que alcanza los 2,500 estudiantes y consolidada como la cuarta institución particular de estudios superiores más antigua del occidente del país, la universidad cuenta con secundaria (incorporada a la Secretaría de Educación en el Estado), preparatoria, con el modelo educativo de Colegio de Ciencias y Humanidades, y diez licenciaturas incorporadas a la Universidad Nacional Autónoma de México.

Para apoyar las funciones sustantivas universitarias, operan los departamentos de Investigación social y Difusión, Informática, Prensa, Acción Pastoral, Orientación Educativa, Promoción, Enfermería y Extensión Universitaria.

Además, como acción que permite incrementar los vínculos con la región, la institución emite un programa televisivo que da cuenta de la dinámica universitaria.

Por su parte, la biblioteca cuenta con un acervo que rebasa los 46,000 volúmenes y, desde 2005, está constituida como centro regional de consulta de información generada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Asimismo, ofrece los servicios de hemeroteca y videoteca. Doce mil trescientas obras del acervo fueron donadas, en 1999, por la familia Ceballos Garibay de esta ciudad. La biblioteca es la más grande en su tipo en el estado (en su condición de universidad particular) y se encuentra abierta al público en general.

En particular, la Escuela de Psicología inició actividades de 2004, posterior a recibir su incorporación a la UNAM en junio del mismo año, con la clave 8727-25. Cuenta con 26 profesores laborando en ella. Inicialmente, la carrera llevaba su curso con el plan de estudios 1976, que constaba de 9 semestres; en el año 2009 hubo una modificación y se inició a trabajar con el plan de estudios 2008, actualmente es el que sigue vigente, consta de 8 semestres.

En el quinto semestre de la carrera de psicología de la Universidad Don Vasco, los alumnos eligen un área de preespecialidad, la cual cursarán los últimos 4 semestres de la licenciatura. Las áreas de preespecialidad que ofrece la Universidad Don Vasco son: clínica, social, educativa y laboral.



Actualmente, en octavo semestre del área laboral, hay un total de 12 alumnos, de los cuales 11 son mujeres y 2 son hombres, de entre 21 y 25 años de edad; cabe mencionar que en esta investigación únicamente participaron 10 de los 12 alumnos mencionados.

Los participantes se enumeraron del 1 al 10, las primeras 9 son mujeres, y el número 10 es el único hombre de los entrevistados. A continuación, se expone a grandes rasgos la experiencia laboral de cada uno de los participantes y su edad, como parte del marco de referencia de la investigación.

La persona 1, de 21 años, cuenta con experiencia laboral en una empresa dedicada a la comercialización de baterías de cocina. La persona 2 tiene 23 años y ha tenido acercamiento laboral como practicante en una empresa dedicada a la distribución de abarrotes. La persona 3 comentó haber realizado prácticas del área laboral en un empaque de aguacate, ella tiene 22 años. La persona 4 tiene 23 años y tiene experiencia laboral trabajando actualmente en un club deportivo. La persona 5, de 21 años, tiene experiencia laboral en una empresa de servicios dedicada a brindar mantenimiento a sistemas de riego en las huertas. La persona 6 tiene experiencia laborando en una empresa dedicada a la venta de accesorios para mujer, ella tiene 22 años. La persona 7 tiene 22 años y ha realizado prácticas del área laboral en una institución que se dedica a la preservación de vegetales. La persona 8, de 22 años, actualmente labora en una empresa que se dedica a la elaboración y venta de comida rápida. La persona 9 se acercó a una empresa dedicada a la exportación de aguacate al realizar prácticas del área laboral, ella cuenta con 23 años de edad. Para

finalizar el marco de referencia, la persona 10 tiene experiencia laboral en una fundación dedicada al reclutamiento y selección de personal, él tiene 25 años de edad.

# CAPÍTULO 1

## MOTIVACIÓN

La motivación es un tema que, en la actualidad, ha sido tomado por distintas ramas de la psicología para, de esa forma, explicar las razones por las cuales los seres humanos actúan de determinada forma. A continuación, se presenta la información teórica necesaria acerca de esta variable.

### 1.1. Definición de motivación.

Para lograr adentrarse más dentro de la variable motivación, es importante conocer la etimología de la palabra, razón por la cual, se abordó a los siguientes autores:

Se iniciará hablando de un autor que menciona que “la palabra motivación proviene del latín *movere*, que significa mover” (Gross; 2004: 152)

Siguiendo con etimologías, para Escobar y Aguilar (2002) motivación se deriva del latín *motivus*, el cual significa “causa del movimiento”, esto implica propiedades de acción motora necesarios para generar la conducta.

La etimología de la palabra motivación hace alusión al verbo mover, por lo cual se entiende que esta variable se refiere al movimiento que ejerce una conducta humana orientada hacia una finalidad.

Así como es importante conocer la etimología de la variable motivación, lo es conocer la definición, debido a ello, se investigaron distintos autores y la definición que creó cada uno de ellos.

Para Escobar y Aguilar (2002), la palabra motivación sugiere propiedades de activación motora que generan la conducta. En la actualidad, es entendido que motivación incluye a los estados internos que se encargan de guiar al organismo hacia metas o fines determinados y le otorgan intensidad a la conducta.

Según estos investigadores, las conductas que se encuentran motivadas u orientadas hacia una meta se inician a consecuencia de estímulos internos y externos, además, abarcan conductas de desplazamiento hacia la meta, incremento del nivel de alerta y orientación del organismo en direcciones que lo acercan o alejan de metas específicas, debido a que, independientemente de lo que comúnmente se cree, existen diversos sistemas motivacionales que poseen naturaleza aversiva.

Por otra parte, se dice que la motivación es un “proceso interno inferido que activa, guía y mantiene la conducta a lo largo del tiempo” (Barón; 1996: 395).

Del mismo modo, existe una definición proporcionada por Coon, en la cual se establece que “la motivación se refiere a la dinámica del comportamiento, el proceso de iniciar, sostener y dirigir las actividades del organismo” (Coon; 1987: 260).

No obstante, Davidoff (1989) menciona que la palabra motivo o motivación hace alusión a un estado interno que puede resultar de una necesidad, y tiene como característica que activa o dirige la conducta que regularmente va dirigida a satisfacer la demanda causante.

Seguidamente se tomó otra definición de motivación proporcionada por Feldman (1989), quien la definió como los factores que dirigen y activan el comportamiento de los seres vivos y también de otros organismos.

Otros autores que definieron la variable abordada en este capítulo son Mestre y Palmero, quienes mencionan que “el término motivación es un concepto que usamos cuando queremos describir las fuerzas que actúan sobre, o dentro de, un organismo, para iniciar y dirigir la conducta de este” (2004: 187).

Continuando con los mismos autores, cabe mencionar que definen a la motivación como fuerzas que posibilitan se ejerzan las conductas que tienen como finalidad cambiar o sostener el ciclo de vida de un organismo, a través de la adquisición de objetivos que aumentan la probabilidad de supervivencia en el plano biológico y el plano social (Mestre y Palmero; 2004).

Además, los autores refieren que es un proceso dinámico interno, por ello, cabe la posibilidad de que exista en él un cambio o variabilidad.

Según otro autor, “la motivación se refiere al hecho de que la conducta tiene un propósito, de que la conducta se dirige de una situación a otra” (Harper; 1971: 69).

Con las definiciones de motivación, es posible entender que dicha variable es la responsable de producir o dirigir las conductas hacia un fin, por lo tanto, se puede afirmar que la conducta es dependiente de la motivación.

## **1.2. Componentes de la motivación.**

La motivación posee diversos componentes que la constituyen, por lo tanto, se explicarán a continuación.

Desde la perspectiva de Mestre y Palmero (2004), existen tres componentes esenciales de la conducta motivada, que son los siguientes:

### *a) Activación.*

Esta característica puede ser observada más sencillamente cuando el organismo desempeña una conducta. Existe una conducta llamada abierta, o bien, manifiesta, esta es una de las propiedades que define mejor a la activación. Dicho de

otra forma, a medida en que un organismo desempeña una conducta, es un ejemplo de que se halla un determinado nivel de motivación en el sujeto.

Otra propiedad que define adecuadamente las características que activan la motivación está relacionada con la persistencia. Dado que, cuando un organismo se encuentra motivado, persiste en su conducta hasta lograr conseguir su objetivo.

b) *Dirección.*

La direccionalidad de la conducta podría no implicar relevancia cuando el sujeto únicamente tiene una opción de respuesta. De esta forma, el resultado resulta obvio. Sin embargo, cuando la elección implica más posibilidades disponibles sobre qué conducta y hacia dónde orientarla, la característica de la dirección obtiene una importante consideración, no obstante, la conducta se vuelve más complicada para el sujeto, dependiendo del valor funcional que cada una de las posibles opciones tengan para él.

c) *Consecución de metas.*

En el proceso de consecución existen, como mínimo, dos variables que condicionan de forma relevante la subsiguiente conducta o acción de ese individuo.

Primero, está la expectativa de consecución, es decir, a partir de los análisis que desarrolla el individuo logrará confirmar si el objeto se encuentra de acuerdo con

su subjetividad, más próximo o no, debido a que, dependiendo de esa expectativa de consecución, será de esa misma forma la subsiguiente actuación del individuo. Si él valora que el objetivo se encuentra más próximo y continúa siendo tan atractivo como antes, probablemente siga con el anhelo de obtenerlo. El contrario, si el objetivo se halla cada vez más alejado de las probabilidades de obtención de ese individuo, indistintamente de lo atractivo que sea dicho objetivo, existe también alta probabilidad de que dicho individuo se retire de la idea de conseguirlo.

En segundo lugar, se considera el grado de atracción del objeto, el cual es un factor relevante, debido a que existe la posibilidad de que, al pasar el tiempo, el objetivo pierda parte del valor del incentivo, o de la significación que posee para el individuo, ocasionando una disminución relevante de la conducta dirigida a la obtención de ese objetivo. Inclusive puede ocurrir también que se presente un nuevo objetivo más atractivo o más sencillo de alcanzar, que desplace al objetivo previo en la idea de obtención del individuo.

Siguiendo con los componentes de la motivación, otro autor realizó la propuesta de que “la motivación está compuesta por tres elementos que interactúan y son interdependientes” (Chiavenato; 2005: 314).

Los componentes antes mencionados se explican en los siguientes párrafos, con base en el mismo autor.



a) *Necesidades.*

Estas se presentan cuando se manifiesta un desequilibrio fisiológico o psicológico. Se muestran cuando las células del cuerpo son privadas de alimento y agua o cuando el individuo es privado de sus amigos o compañeros. Las necesidades son variables dentro de cada persona y son dependientes de variables culturales.

En conclusión, una necesidad implica una carencia interna de la persona, por ejemplo, el hambre, la inseguridad o la soledad. El organismo se caracteriza por un estado de equilibrio, el cual se fractura cuando emerge una necesidad. Esta última se trata de un estado interno que, cuando no se satisface, instaura tensión e impulsa al sujeto a intentar disminuirla.

b) *Impulsos.*

Pueden ser llamados impulsos o motivos, son los medios que calman las necesidades. El impulso produce un comportamiento que implica buscar e investigar para encontrar objetivos o incentivos que, cuando se alcancen, satisfarán las necesidades y disminuirán la tensión. A mayor grado de tensión, mayor será el grado de esfuerzo.

Los impulsos fisiológicos o psicológicos están dirigidos a la acción y establecen las condiciones que proporcionan la energía que se necesita para alcanzar un incentivo. Los impulsos son el núcleo del proceso de motivación.

c) *Incentivos.*

El incentivo se sitúa al final del ciclo de la motivación, se define como algo que puede aliviar una necesidad o reducir un impulso. El alcanzar un incentivo se inclina hacia restaurar el equilibrio fisiológico o psicológico y disminuye o elimina un impulso. Comer, beber o incluso reunirse con amigos tiene a restaurar el equilibrio y a disminuir los impulsos correspondientes. Usualmente, los incentivos se sitúan fuera del sujeto y varían inmensamente dependiendo de la situación.

Los dos autores anteriores señalan determinadas partes que componen el proceso de motivación, con estas definiciones es posible comprender mejor cómo se comporta dicha circunstancia.

### **1.3. Principales teorías sobre la motivación.**

Existen diversos planteamientos teóricos que explican lo que causa la motivación, hay algunas diferencias entre cada teoría, debido a que cada quien lo fundamentó en su tiempo en función del enfoque manejado.

Escobar y Aguilar (2002) dividen estas aportaciones en: teorías de los instintos, teoría psicoanalítica, teoría conductista y teoría etológica o genética, las cuales se describirán a continuación.

a) *Teorías de los instintos.*

Durante la segunda mitad del siglo XIX, las ideas de Charles Darwin crearon una modificación en el pensamiento científico, ya que esta persona propuso una alternativa a las ideas mentalistas, las cuales se habían desarrollado en función de la psique y se basaban exclusivamente en reflexiones filosóficas; dicha opción se trataba de un enfoque biológico, del cual, su aportación primordial a la motivación fue la inclusión del concepto de instinto.

Darwin definió como instintos a las conductas intrínsecas al organismo que se manifiestan de una manera automática y estereotipada para cada especie. En función de sus observaciones, gran parte del comportamiento animal y el humano, indicaba ser instintivo y producto de la herencia. De acuerdo con su teoría evolutiva, dichos instintos tenían una función primordial de supervivencia, por lo tanto, la motivación que resultaba de ellos tomaba relevancia como un factor evolutivo, con igual importancia que la capacidad física (referido por Escobar y Aguilar; 2002).

A fines del siglo XIX, el concepto de instinto impactó fuertemente en el pensamiento, y fue utilizado por muchos científicos para explicar la motivación.

Uno de los mayores representantes de esta teoría fue William James (citado por Escobar y Aguilar; 2002), quien propuso una lista de instintos intrínsecos al ser humano: imitación, emulación, agresividad/hostilidad, compasión, caza, codicia, higiene /limpieza, pudor, constructivismo, juego, curiosidad, sociabilidad, discreción, envidia/ celos, amor, amor parental y locomoción. A su vez, definió a los instintos como aquellas conductas que implicaban acciones intencionales, aunque el individuo no tuviera forzosamente conciencia de su propósito, determinó que dichos instintos eran tendencias características de todo individuo, por lo tanto, independientes del aprendizaje.

Por otra parte, William Dougall (mencionado por Escobar y Aguilar; 2002) también fue un importante representante de esta corriente, él también consideraba que los instintos eran los principales motivadores de la conducta y propuso que su fuerza tenía tanta importancia, que incluso las sensaciones y percepciones del mundo externo dependían y se interpretaban de acuerdo con el estado de motivación dado por ellos. También propuso una lista de 12 instintos adicionales, particulares del ser humano: desear comida, rechazar, explorar, escapar de peligros, luchar, hacer el acto sexual, cuidar de, buscar compañía, buscar dominio, aceptar inferioridad, hacer actividades y coleccionar.

El concepto de instinto tomó gran fuerza y se modificó gradualmente, se llegó a considerar como instinto a todas las respuestas conductuales que, por lo regular o de forma casi automática, siguen a un estímulo externo, por lo cual, las listas de

instintos incrementaron a tal magnitud que, a principios de 1920, se habían identificado alrededor de 6000 diferentes instintos para el ser humano.

Con lo anterior, se generó una exageración, de manera que todos los actos resultaban parte de un instinto. A la par de esto, el resultado del trabajo experimental que algunas conductas propuestas como automáticas y estereotipadas, podían ser modificadas ante ciertas manipulaciones. Por lo tanto, la teoría de los instintos fue rechazada. Finalmente, el término “instinto” se mantuvo únicamente para describir las conductas estereotipadas y no aprendidas, que manifiestan los animales.

b) *Teoría psicoanalítica.*

Sigmund Freud (referido por Escobar y Aguilar; 2002) propuso que la conducta humana era basada en necesidades irracionales e internas, por lo cual tuvo interés en el origen de estas motivaciones. Freud llamó libido a la energía interna causada continuamente por procesos fisiológicos, principalmente sexuales.

Su teoría decía que, al acumularse, la libido podía generar un estado de alteración y malestar que impulsaba al individuo a realizar acciones que permitieran liberarla, obtener el placer y evitar el dolor. También decía que cuando no se conseguía aliviar esta energía a través de una acción motora, la libido buscaba salida por medio de canales mentales, entre ellos los sueños y actos fallidos. De esta forma, para Freud, a través de los sueños se podía expresar la ejecución de deseos reprimidos. Posteriormente, realizó una división de esta energía interna en dos

formas de motivación básica, en función de la dirección que podían darle a la conducta: libido o también llamada eros, se mantuvo como una pulsión de vida y construcción, por otra parte, tánatos, como una pulsión de muerte y destrucción.

Una aportación primordial de la teoría de Sigmund Freud fue proponer los conceptos y estrategias para comprender la motivación de las conductas normales como de las patológicas, pese a que posteriormente su teoría fuese criticada a causa de la sobrevaloración que hizo de la libido y también por la falta de comprobación experimental.

c) *Teoría conductista.*

Otro de los autores que también consideró a la fuerza interna como el principal incentivo para realizar la conducta fue Clark Hull (retomado por Escobar y Aguilar; 2002). Para él, esta fuerza era el resultado de la energía acumulada por procesos fisiológicos resultantes de un estado de privación del organismo. No obstante, Hull consideraba además la influencia de la experiencia del organismo, a ella la denominó como hábito, el cual se manifiesta cuando la conducta que continúa a una pulsión tiene un efecto positivo para satisfacerla.

La aportación más importante de Hull fue el pretender cuantificar la fuerza de la motivación (Er) a través de una fórmula en la cual incluyó la relación entre pulsión (D) y hábito (Hr) y un factor externo (K), definido por la cantidad y calidad de los objetos satisfactores de la pulsión:

$$(Er) = (Hr) \times (D) \times (K)$$

Con dicho enunciado, la motivación podría ser predecible y cuantificable, al conocer el valor de las condiciones antecedentes del organismo. Al situar el factor de aprendizaje (hábito) sobre la fuerza de la motivación, con dicha teoría, Hull sentó las bases para el surgimiento de una nueva postura teórica, la cual es el conductismo.

d) *Teoría etológica o genética.*

Durante el decenio de 1920 el concepto de instinto fue rechazado fuertemente. Lo retomaron un grupo de biólogos europeos interesados en el significado evolutivo y las bases hereditarias de la conducta.

Los precursores de este campo, conocido como etología, fueron Karl von Frisch, Konrad Lorenz y Nico Tinbergen (citados por Escobar y Aguilar; 2002). Ellos fundamentaron sus estudios en la observación de la conducta en condiciones naturales y sin influencia del experimentador, y crearon listas taxonómicas de conductas para distintas especies, principalmente insectos, peces y aves. A través de sus observaciones, indicaron que algunas conductas se expresan de forma automatizada y mecánica bajo condiciones apropiadas. A estas secuencias de conducta la nombraron patrón de acción fija (PAF) reemplazando el término "instinto". Los PAF tienen como característica que son particulares para cada especie, se expresan siempre de forma similar y no parecen ser alterados por la experiencia.

Pese a la regularidad de los PAF, los etólogos consideran la importancia y variabilidad del estado interno, debido a que advierten que el efecto del estímulo liberador sobre el PAF no será siempre igual, sino que depende del estado de motivación interna del organismo que, a su vez, está condicionado a la cantidad de energía acumulada. Existirán situaciones en las que el estímulo liberador necesite de mucha fuerza para prevalecer sobre otros estímulos, si el estado motivacional determinado es muy bajo; en contraste, si este último es intenso, la respuesta al estímulo liberador será inmediata.

Cada una de las teorías anteriores, explica desde cada enfoque cómo era comprendido el proceso de impulsar a un organismo a ejecutar una determinada conducta, de esa forma, era percibido lo que actualmente se conoce por motivación.

#### **1.4. Proceso de la motivación.**

Al presentarse la motivación, esta sigue un proceso conformado por distintas etapas que se explican a continuación.

Según Chiavenato (2005), las teorías, en su mayoría, muestran que el proceso de motivación está orientado a las metas o a las necesidades. Las metas se definen como los resultados que la persona busca y actúan como fuerzas vitales que la atrae. Las necesidades humanas se aminoran al lograrse las metas deseadas.



Para complementar lo anterior, el mismo autor explicó que “las necesidades son carencias o deficiencias que la persona experimenta en un periodo determinado. La necesidad puede ser fisiológica, psicológica o incluso sociológica. Las necesidades imprimen energía o desencadenan las respuestas del comportamiento. Por lo mismo, cuando surge una necesidad, la persona se torna más susceptible al esfuerzo que hacen los líderes o administradores por motivarla” (Chiavenato; 2005: 316).

El proceso de la motivación se puede explicar de la siguiente manera:

- a) “Las necesidades y carencias provocan tensión e incomodidad en la persona y desencadenan un proceso que trata de reducir o eliminar esa tensión.
- b) La persona elige un curso de acción para satisfacer determinada necesidad o carencia y surge el comportamiento dirigido hacia esa meta (impulso).
- c) Si la persona consigue satisfacer la necesidad, el proceso de motivación tiene éxito. La satisfacción elimina o reduce la carencia; sin embargo, si algo obstaculiza o impide a la persona satisfacer la necesidad, entonces se presenta la frustración, el conflicto o el estrés.
- d) Esta evaluación del desempeño determina alguna especie de recompensa (incentivo) o sanción para la persona.
- e) Se desencadena un nuevo proceso de motivación y se sigue otro patrón circular” (Chiavenato; 2005: 316).

Para que la motivación se presente, ocurre toda una serie de pasos, comienza con una necesidad o meta a cumplir por el individuo para, posteriormente, buscar la forma de llegar satisfacerla o lograrla, respectivamente. Finalmente, este proceso se completa e inicia uno nuevo.

### **1.5. Motivación laboral.**

La motivación se encuentra presente siempre en los seres humanos, independientemente del medio en donde se encuentren; previamente se habló acerca de la motivación en general. A continuación, se expondrá información sobre la forma en que se presenta este variable en las personas, específicamente en el área laboral.

Para Robbins (citado por Guillén y Guil; 2000: 197), la motivación laboral es “la voluntad para hacer un gran esfuerzo por alcanzar las metas de la organización, condicionado por la capacidad del esfuerzo para satisfacer alguna necesidad personal”.

Continuando con Guillén y Guil (2000), ellos consideran que la motivación interviene en el rendimiento; este, a su vez, en el resultado, y ambos en la satisfacción laboral y en la motivación.

Otro autor que habló sobre la motivación laboral fue Furnham (1995). Él menciona que esta característica se refiere a las cantidades y tipos de motivaciones

que poseen las personas para trabajar. La cantidad, calidad, entusiasmo y productividad mostrados en el trabajo.

Para finalizar con las definiciones de este concepto, se mencionará a Dessler (1979), quien aportó que la motivación laboral se refiere a cuando el personal se encuentra motivado para ejecutar aquellas tareas en las que ve una probabilidad razonable de tener éxito. Debido a ello, cuando la estructura, el liderazgo y el clima son adecuados, es más alta la motivación.

Analizando cada una de las definiciones anteriores, se puede concluir que la motivación laboral se refiere a la motivación que posee una persona para desempeñar cualquier actividad referente a su trabajo o el sitio en el cual se desarrolle laboralmente.

### **1.6. Tipos de motivación laboral.**

Dentro de la motivación laboral, existe una clasificación que divide este concepto en función del tipo de necesidad que el individuo requiera cubrir.

Como lo mencionaron Guillén y Guil, “podemos hablar de dos tipos de motivación laboral que pueden influir en la calidad de la producción: la motivación intrínseca y la extrínseca” (2000: 204).

Dicha clasificación fue propuesta por los mismos autores y se explica a continuación.

a) *Motivación intrínseca.*

Es el tipo de motivación que logra satisfacer las necesidades superiores que, de acuerdo con la pirámide de Maslow, son las últimas tres de su clasificación; se trata de las siguientes: necesidades sociales, de estima y de autorrealización.

Es llamada motivación intrínseca, ya que suele satisfacer las necesidades antes mencionadas valiéndose de las características de contenido y ejecución del mismo trabajo, por ejemplo, el tipo de trabajo, el proceso para ejecutarlo, el reconocimiento obtenido de los demás, la autoevaluación, la responsabilidad personal y el desarrollo personal, entre otras características del trabajo.

Hackman y Oldman (citados por Guillén y Guil; 2000) presentaron un modelo de las características del trabajo, en él, señalan que la motivación laboral intrínseca se genera cuando se presentan en la persona tres estados psicológicos críticos:

- Significatividad del trabajo.
- Responsabilidad personal sobre los resultados de su trabajo.
- Conocimiento de esos resultados.

Las personas no responden de la misma forma ante dichas características, ya que existen ciertas variables que modulan estos estados psicológicos críticos y son:

- Los conocimientos y destrezas que poseen.
- La necesidad de crecimiento.
- La satisfacción personal con determinados aspectos del contexto laboral.

b) *Motivación extrínseca.*

La motivación extrínseca satisface las dos primeras necesidades de la pirámide de Maslow, también llamadas necesidades inferiores, las cuales son las fisiológicas y las de seguridad.

Se le nombra motivación extrínseca debido a que suele satisfacer dichas necesidades valiéndose de aspectos externos a la propia tarea, por ejemplo, las retribuciones económicas, o bien, las características del contrato laboral. La motivación extrínseca es más común en las personas que perciben la actividad laboral como un fin, sino como un medio para obtener otros fines.

Existe una llamada “teoría de la evaluación cognitiva” propuesta por Deci y Ryan (citados por Guillén y Guil; 2000), y esta ha estudiado el efecto de la introducción de recompensas extrínsecas en las personas con motivación intrínseca. La conclusión que se obtuvo fue que cuando el refuerzo extrínseco es interpretado

con una función informativa acerca de la tarea, tiene un efecto positivo en la motivación intrínseca, por el contrario, cuando se aprecia en él una función de control, el efecto es negativo.

Los tipos de motivación laboral están clasificados en función de la jerarquía de necesidades propuesta por Maslow, en el primer tipo de motivación se atiende a las necesidades superiores; en el segundo, a las inferiores.

### **1.7. Elementos que favorecen la motivación laboral.**

En una empresa, es posible implementar ciertos elementos que pudieran actuar como agentes favorecedores para que sus miembros se encuentren motivados. A continuación, se expresan algunos de ellos.

“No todos los elementos favorecedores de la motivación afectan a cada persona con la misma intensidad. Según con las teorías de la motivación, esta influencia va a depender principalmente de la percepción de cada persona sobre la funcionalidad que ese elemento tiene para satisfacer las necesidades que desea satisfacer” (Guillén y Guil; 2000: 205)

Continuando con Guillén y Guil (2000), con base en la investigación se ha logrado identificar una serie de elementos que favorecen a la motivación en el trabajo, y se pueden clasificar, en función de la teoría bifactorial de Herzberg en: factores de higiene, los cuales se refieren al entorno laboral y poseen un carácter

extrínseco al trabajo, y factores motivadores, que hacen referencia al contenido del trabajo y son de carácter intrínseco.

Como ya fue mencionado, la motivación difiere de una persona, debido a que los factores o características que motivan a cada una son distintos, asimismo, se clasifican en dos tipos de factores, los de higiene y los motivadores, que se explican a continuación:

1) *Factores de higiene*: Dentro de los cuales están:

- El salario y los beneficios: Se refiere al salario básico, los incentivos económicos, las vacaciones o el coche de la empresa, entre otros. De acuerdo con el grupo MOW (mencionado por Guillén y Guil; 2000), el dinero es el aspecto que más se valora del trabajo, no obstante, su potencial motivador de encuentra modulado por otras variables.
- La seguridad laboral: También llamado grado de confianza del trabajador acerca de su continuidad en el empleo; actualmente la estabilidad suele ser escasa, uno de los mayores anhelos de los trabajadores es lograr un puesto estable que les proporcione seguridad.
- Las posibilidades de promoción: En función de conseguir un estatus laboral y social, significa la posibilidad de alcanzar puestos más elevados dentro de la

organización. El hecho de que existan crea en el trabajador un sentimiento de que conforma un sistema en el cual su desarrollo personal y profesional es relevante, y a la vez, que las habilidades, aptitudes y potenciales de las personas sean reconocidos.

- Las condiciones de trabajo: Se conforman por el horario laboral, las características del lugar de trabajo y sus instalaciones y materiales. Los trabajadores con puestos que implican riesgos físicos son quienes más valoran a estas condiciones físicas del trabajo. En función del horario laboral, suelen ser de mayor preferencia los que son compatibles con actividades que faciliten la vida del trabajador y los turnos rotatorios suelen ser rechazados.
- El estilo de supervisión: O bien, grado y forma de control dentro de la organización acerca del contenido y ejecución de la tarea de un trabajador.
- El ambiente social del trabajo: Facilita la motivación siempre y cuando proporcione oportunidades de interacción con otras personas, así como *feedback* constructivo y permita una relación con el líder formal. Generalmente es un aspecto muy valorado debido a que satisface necesidades sociales, de afiliación y de relación.



2) Por otra parte, se encuentran los *factores motivadores*:

- La consecución de logros: Implica lograr alcanzar los objetivos de la tarea.
- Las características de la tarea: Dentro de los atributos motivacionales se encuentran:
  - El interés que tenga el trabajador en ella, es decir, si le agrada.
  - La variedad de la tarea, esto sucede si se evita la rutina y la monotonía.
  - La posibilidad de que el trabajador tenga la oportunidad de examinar la tarea en su totalidad, desde el inicio hasta el término.
  - La importancia de la tarea dentro del entorno social.
- La autonomía e independencia en el trabajo: que supone la sensación de libertad, la necesidad de tomar decisiones y la responsabilidad en función de la tarea. Esto suele elevar la autoestima y la autorrealización.
- La implicación de conocimientos y habilidades: Generalmente, resulta motivadora una tarea que implica un reto para el trabajador, que una de dificultad intermedia.
- Retroalimentación y reconocimiento: La primera se define como el grado en que la actividad laboral necesaria por el trabajo provee al sujeto información clara y directa acerca de la eficacia de su ejecución, y el reconocimiento como la información de la continuidad de los objetivos recibida desde la dirección.

Por lo tanto, si los elementos anteriores se encuentran presentes dentro de una empresa, podrían favorecer a la motivación de los empleados. Por otra parte, si no se manifiestan, podrían provocar una consecuencia inversa a la anterior.

De esta forma se concluye con la variable motivación, para continuar en el siguiente capítulo, hablando acerca del concepto de empresa.

## **CAPÍTULO 2**

### **LA EMPRESA**

En este capítulo se hablará de la empresa, ya que es un concepto fundamental en esta investigación, el cual se abordará desde diversas perspectivas con la finalidad de que se comprenda mejor el término.

#### **2.1. Definición de empresa.**

Según la Ley Federal del Trabajo en su artículo 16, menciona que “para los efectos de las normas de trabajo, se entiende por empresa la unidad económica de producción o distribución de bienes o servicios y por establecimiento la unidad técnica que, como sucursal, agencia u otra forma semejante, sea parte integrante y contribuya a la realización de los fines de la empresa” (LFT; 2015).

Por su parte, Gill y Giner (2007) explican que la empresa es un conjunto de medios humanos y materiales, los cuales se ponen a disposición para lograr un fin de acuerdo con un esquema determinado de relaciones y dependencias entre los distintos elementos que la componen.

Otra definición del concepto empresa es la proporcionada por Cruz y Sanromán (2015), la cual fue tomada del Diccionario de Economía y Negocios, en ella se menciona que la empresa es una entidad de producción y decisión que, a

través de la organización y coordinación de diversos factores (capital y trabajo), pretende lograr un beneficio, produciendo y comercializando productos o prestando servicios dentro del mercado.

A su vez, Delgado y cols. (2003) definen el concepto empresa desde dos enfoques:

- *Enfoque administrativo.*

“La empresa sería un conjunto de elementos humanos, técnicos y financieros, ordenados según una determinada jerarquía o estructura administrativa y dirigidos por una función directiva o empresa” (Delgado y cols.; 2003: 120).

- *Enfoque económico.*

“La empresa sería un agente económico que organiza con eficiencia los factores productivos para producir bienes y servicios destinados al mercado, todo ello con ánimo de alcanzar ciertos objetivos” (Delgado y cols.; 2003: 120).

Para finalizar con la exposición de definiciones, se mencionará la propuesta por Oropeza (1993), quien menciona que una empresa es una entidad económica en la cual se reúnen los bienes orientados a la industrialización, comercialización al servicio y otros procesos; el dinero o bienes proporcionado por el dueño o dueños y terceras personas; el trabajo ejecutado por el personal, el mobiliario o materias

primas adquiridas a los proveedores; todo con la finalidad de obtener riquezas de tipo lucrativo, social y económico.

A través de las definiciones anteriores, se puede resumir que las empresas son un conjunto de recursos que tienen una meta en común, la cual es la producción y distribución de bienes y/o servicios con la finalidad de lograr beneficios.

## **2.2. Tipos de empresas.**

El sector empresarial se divide en diversas empresas de distintos tipos, de acuerdo con diversas características, por lo cual se expondrán, a continuación, todos ellos.

Desde la perspectiva de Delgado y cols. (2003) se puede clasificar a las empresas en función de los siguientes criterios:

### *a) Según el sector económico.*

- Empresas del sector primario: Compuesto por las empresas que fundamentan su actividad en la relación directa con la naturaleza y sus recursos naturales, por lo tanto, las empresas de este sector son las que tienen actividades: agrarias, ganaderas, pesqueras y minería.
- Empresas del sector secundario: Conformado por las empresas que se dedican a la transformación de materias primas y productos

semiterminados en productos finales para su venta al consumidor, aquí se encuentran las empresas industriales y las constructoras.

- Empresas del sector terciario: Formado por las empresas dedicadas a la prestación de servicios, ejemplo de ellas son las empresas turísticas, bancos o comercios.

*b) Según su función básica.*

- Empresas industriales: Su función básica es la de transformar materias primas en productos terminados para ser vendidos al consumidor, por ejemplo, una fábrica de automóviles.
- Empresas comerciales: Su principal función es comprar bienes para después venderlos a un precio mayor, sin realizarle modificaciones significativas, por ejemplo, una tienda de ropa.
- Empresas de servicios: Su función principal es ofrecer al consumidor la prestación de cierto servicio. Un ejemplo claro de ello es la asesoría jurídica.

*c) Según la titularidad del capital:* Es decir, de acuerdo como sea la propiedad de la empresa.

- Empresas privadas: La totalidad de la empresa pertenece al sector privado, pueden ser personas físicas o jurídicas.

- Empresas públicas: La empresa pertenece en su totalidad al sector público, puede ser el Estado, la comunidad autónoma o a los ayuntamientos.
- Empresas mixtas: La propiedad de la empresa pertenece por una parte al sector privado y por otra parte al sector público.

d) *Según tamaño o dimensión:* Se encuentra en función del número de trabajadores.

- Pequeñas empresas: Son las que cuentan con menos de 50 trabajadores.
- Medianas empresas: Cuentan con una cantidad igual o superior a 50 y menor a 250 trabajadores.
- Grandes empresas: Son las que cuentan con un número mayor a 250 trabajadores.

e) *Según el ámbito geográfico:* Esta clasificación va en función del territorio en el que opera la empresa.

- Empresas locales: Se refiere a las empresas que operan en una determinada localidad.
- Empresas regionales: Son las empresas que operan en una determinada zona o región, la cual puede concordar o no con una provincia o comunidad autónoma.

- Empresas nacionales: Empresas que operan en un país específico.
- Empresas multinacionales: Se refiere a las empresas que operan en diferentes países.

Con la información anterior, se puede concluir que las empresas, a pesar de tener ciertas características y elementos en común, se pueden diferenciar en función de diversos criterios que posee cada una y que, a su vez, determina el tipo al que pertenece.

### **2.3. Características de la empresa.**

Para que una unidad sea considerada como empresa, debe poseer ciertas características que comprueben que cumple con todos los requisitos para poderse desempeñar como tal.

Cruz y Sanromán (2015) proponen las siguientes características que debe tener una empresa:

- a) Combinar el capital con el trabajo, factores de producción, a través de los procesos de trabajo, de las relaciones técnicas y sociales de la producción, como la administración.
- b) Realizar actividades económicas relativas a la producción, distribución de bienes y servicios.



- c) Combinar factores de producción a través de los procesos de trabajo, de las relaciones técnicas y sociales de la producción.
- d) Apoyarse recursos humanos, de capital, técnicos y financieros para realizar sus actividades.
- e) Tener como propósito la satisfacción de necesidades humanas y de consumo; planificar sus actividades en función de los objetivos que desea alcanzar.
- f) Ser una organización social muy importante que constituya el ambiente económico y social de un país.
- g) Ser identificada como factor de crecimiento y desarrollo económico y social. Al encontrarse involucrada en un ambiente competitivo, se le exige modernización, racionalización y programación.
- h) Poseer un modelo de desarrollo empresarial sustentado en las nociones de riesgo, beneficio y mercado.
- i) Recibir influencia del contexto, ya sea político, social, cultural e indiscutiblemente, económico.

Las características que se mencionaron anteriormente funcionan como indicadores que una entidad debe poseer para poder ser una empresa, además, es importante mencionar que dichos indicadores van abarcan distintos ámbitos como el económico, el humano y el administrativo, entre otros más que, en conjunto, le dan a la empresa su legitimidad.

## **2.4. Elementos que conforman la empresa.**

Los elementos que conforman una empresa se refieren a todas las piezas o partes en las que se puede descomponer una unidad de este tipo, por lo cual es relevante describir cada uno de ellos para comprender desde esta perspectiva el concepto empresa.

Cruz y Sanromán (2015) proponen que los elementos que conforman una empresa se dividen en dos:

- a) Elementos personales o subjetivos: Se encuentran compuestos por el empresario que proporciona su función creadora, su iniciativa; y los empleados, obreros o personal que ejecuta determinada actividad física o intelectual que apoye al funcionamiento de la empresa.
  
- b) Elementos objetivos: Se encuentran conformados por los bienes y derechos que integran el patrimonio de la empresa. Ejemplo de ellos son los bienes como la maquinaria, los implementos, el equipo y material de oficina y los derechos como patentes, marcas, clientes o nombre comercial, entre otros.

Además de describir los elementos propuestos por los autores anteriores, existe otra clasificación creada por Reyes (1978), en la cual menciona que los elementos que forman una empresa se dividen en tres, que resultan esenciales:

a) *Bienes materiales.*

- Los edificios, las instalaciones que se hacen en ellos para adaptarlas a la labor productiva, también está incluida la maquinaria que funciona para multiplicar la capacidad productiva del trabajo humano, y los equipos, que son instrumentos o herramientas que completan la acción de la maquinaria.
- Las materias primas que salen transformadas en productos, ejemplo de ellas son la madera o el hierro. Por otra parte, se encuentran las materias auxiliares, las cuales, aunque no forman parte del producto, son necesarias para la producción, por ejemplo, los combustibles y lubricantes. Finalmente, se encuentran los productos terminados que se venden a la brevedad o se mantienen en el *stock* para satisfacer pedidos, o mantenerse siempre en el mercado; al formar parte del capital, deben ser considerados como parte de la empresa.
- El dinero, ya que toda empresa requiere de cierto efectivo para cubrir pagos diarios. Además, una empresa posee un “capital”, el cual se encuentra compuesto por valores, acciones y obligaciones, entre otros.

b) *Hombres:* Se trata de un elemento notablemente activo dentro de la empresa y, sobre todo, el de máxima dignidad.

- Aquí se encuentran los obreros, quienes ejecutan principalmente trabajo manual: generalmente se clasifican en calificados y no calificados, según se requieran conocimientos o habilidades particulares, previo a ingresar al puesto. Por otra parte, los empleados, quienes trabajan en una categoría más intelectual y de servicio, al igual que los obreros, pueden ser calificados o no calificados.
- También se encuentran los supervisores, quienes poseen la misión principal de vigilar el cumplimiento preciso de los planes y órdenes señaladas.
- Los técnicos, son quienes se encargan de buscar crear nuevos diseños de productos, sistemas administrativos, métodos y controles, valiéndose de ciertas reglas y principios.
- Los altos ejecutivos poseen la característica de tener mayor función administrativa que función técnica.
- Para finalizar con este elemento, los directores tienen la función principal de fijar grandes objetivos y políticas, así como aprobar los planes más generales y revisar los resultados finales.

c) *Sistemas*: Se trata de las relaciones estables en las cuales deben coordinarse los distintos objetos, personas o ambas. Se puede afirmar que los sistemas se refieren a los bienes inmateriales de la empresa.

- Aquí se encuentran sistemas de producción como fórmulas, patentes o métodos, entre otros; también se encuentran sistemas de venta, tales como el autoservicio, la venta a domicilio o a crédito, y los sistemas de finanzas, que se refieren a las distintas combinaciones del capital propio y prestado.
- Y existen también sistemas de organización y administración, los cuales son consistentes en la forma como debe encontrarse estructurada la empresa, es decir, su separación de funciones, el número de niveles jerárquicos, el nivel de centralización o descentralización, entre otros.

Al describir cada uno de los elementos que conforman la empresa, se comprende que entre todos ellos existe una relación que permite que cada uno de ellos se auxilie de los demás para lograr su objetivo individual y, a su vez, que todos en conjunto cumplan con el objetivo global de la empresa.

## **2.5. Objetivos de la empresa.**

Una empresa debe contar con objetivos establecidos para conocer en qué dirección avanzar y cómo utilizar los recursos disponibles para lograr dichos objetivos, en este apartado se explicará cada uno de ellos.

Delgado y cols. mencionan que “el principal objetivo de una empresa es el económico que consiste en maximizar el beneficio empresarial [...] pero además del

objetivo de maximizar beneficios, la empresa puede tener otros objetivos” (2003: 120).

Como se menciona en el párrafo anterior, las empresas poseen otros objetivos distintos al económico, entre los que se encuentran los siguientes:

- **Objetivos de crecimiento:** Incluyen el incrementar el tamaño de la empresa, la plantilla de trabajadores o el número de clientes, ampliarse hacia nuevos mercados o comercializar nuevos productos, entre otros.
- **Objetivos de eficacia y eficiencia:** Dentro de estos, se encuentra el elevar la productividad de los diferentes factores productivos, por ejemplo, el trabajo o el capital.
- **Objetivos sociales:** Se relacionan con el personal de la empresa. Ejemplo de ellos son el garantizar la continuidad de los trabajadores en la empresa, la promoción y formación profesional de los trabajadores, planes de pensiones o seguros médicos.

Con lo anterior, se puede concluir que una empresa cuenta con el objetivo primario de obtener ganancias, y con otros objetivos secundarios que no están ligados directamente al aspecto económico, pero que permiten un funcionamiento integral de ella, por lo tanto, si no se toma en cuenta cada uno de estos objetivos secundarios, el funcionamiento de la empresa se vería afectado y, con ello, su objetivo primario, que es el económico.

## 2.6. Áreas funcionales de la empresa.

Para seguir indagando en el concepto de empresa, se abordará a la misma desde sus áreas internas, con la finalidad de conocer cómo funciona cada una de ellas y de qué forma se complementa con las demás. Se comenzará dando la definición del área funcional para posteriormente definir las áreas funcionales de la empresa.

La definición que proporcionan Delgado y cols. menciona que “una área funcional o departamento consiste en una agrupación de personas que tienen en común una serie de objetivos, funciones o tareas” (2003: 121).

Las áreas funcionales que los autores anteriores mencionan que posee una empresa son las siguientes:

- a) Área de producción: Ejecuta una función técnica, la cual consiste en transformar *inputs* o factores productivos en *outputs* o productos finales, mediante una secuencia de operaciones previamente organizadas que componen el proceso productivo.
- b) Área comercial: También es llamado departamento de *marketing*, este departamento se encarga de todo lo relacionado con el producto, la fijación de precios, la distribución y las posibles promociones. Este departamento también planifica y ejecuta campañas de publicidad, con la finalidad de

informar y recordar la existencia del producto o servicio, y persuadir para que sea comprado. En general, el principal cometido departamento comercial o de *marketing* es el de incrementar las ventas de la empresa.

c) Área económica-financiera: También es nombrado departamento económico-financiero. Su función reside, por una parte, en proporcionar a la empresa los fondos requeridos, en el momento necesario y al mínimo coste posible; por otro lado, en invertir los fondos excedentes de la empresa, de manera que se obtenga la máxima rentabilidad. En varias empresas, la función financiera se encuentra unida a la función contable, debido a ello, el departamento económico-financiero se desempeña también en labores contables, elaborando así las diversas cuentas anuales, el cálculo de costes y de distintas magnitudes económico-financieras.

d) Área de recursos humanos: Dentro de las empresas se encuentran personas laborando, cada una de ellas posee características, comportamientos y motivaciones. Todos los integrantes de la empresa se relacionan entre sí y requieren ser motivados adecuadamente, por lo tanto, es indispensable una adecuada política de dirección de recursos humanos. Esta función tan importante en la empresa es llevada a cabo por el departamento de recursos humanos. Otras de las funciones de dicho departamento son la selección de trabajadores, la formación de estos, la prevención de riesgos de trabajo y la contratación.



e) Área de administración: Esta área ejecuta el control de la empresa mediante el manejo de documentación. En ciertas empresas existe un departamento llamado Departamento Administrativo o de Administración; por otro lado, en algunas empresas esta función puede ser ejercida por diversos departamentos, como el Departamento de Personal o el Departamento de Contabilidad.

Con lo anterior, se concluye que cada una de las áreas funcionales de una empresa tienen actividades específicas para lograr determinados objetivos asignados a cada una y, a su vez, al lograr cada área sus objetivos, contribuye para lograr los objetivos generales de toda la empresa.

## **2.7. El estudio de la empresa por distintas disciplinas.**

Desde la perspectiva de cada una de las distintas disciplinas que existen, una empresa cumple con determinadas funciones determinadas en función de la relación que posee con cada una de dichas disciplinas, por ello, es importante abordar este tema para seguir facilitando la comprensión del concepto de empresa.

Los autores Cruz y Sanromán mencionan que “la economía, la sociología, la ética, la política, la administración y el derecho, son ciencias humanísticas importantes que abordan aspectos del quehacer de la empresa y, a partir de sus principios y teorías, es posible entender el contexto de la empresa” (2015: 6-7).

Enseguida, se detallará la forma en que cada disciplina concibe a la empresa desde la perspectiva de Cruz y Sanromán (2015).

*a) Economía.*

El total de la vida económica de la sociedad actual recae en la empresa, la cual es un elemento básico que combina necesidades, gustos de consumidores e intereses y motivaciones de productores; la fuerza del capital y del crédito; la productividad de los bienes de capital, como las inversiones; así como la prestación de servicios.

Desde esta perspectiva, la empresa ejecuta una función preponderantemente económica, como generadora de bienes y servicios que se inclinan a satisfacer necesidades del mercado, a la par de crear fuentes de empleo con la producción industrial y comercialización de dichos bienes, como consecuencia, esto trae riqueza a los países.

*b) Sociología.*

La empresa, como organización social compuesta por seres humanos vinculados con un propósito determinado, es una referencia para la ciencia que estudia los grupos sociales, la forma en que se encuentra organizada y sus relaciones en la sociedad en la que se desenvuelve.

Es de interés para la sociología el estudio de las relaciones que se producen dentro de la empresa, las dinámicas de los grupos de trabajo y cómo se estructura la vida social en esas comunidades humanas.

*c) Ética.*

Dentro de una empresa, el factor humano es esencial, por lo tanto, el óptimo crecimiento de la actividad empresarial permite desarrollar al máximo las capacidades de sus colaboradores, esta meta se logra a través de la promoción de valores de libertad, igualdad y solidaridad entre los miembros personales de la empresa.

*d) Política.*

El estado se asume como empresario; al ocurrir esto, crea y administra empresas públicas que tienen la finalidad de prestar bienes y servicios sin ánimo de especulación.

Al administrar dichas empresas, el Estado intenta producir bienes y servicios encaminados a satisfacer las necesidades más indispensables de la población.

*e) Administración.*

La función básica de la administración es ejecutar las tareas a través de las personas, ya sea en la industria, en el comercio, los servicios públicos, las instituciones privadas o de cualquier otra índole.

Para lograr sus objetivos, las empresas necesitan de una organización y dirección apropiada a través de lineamientos y programas empresariales, o institucionales, en el caso de empresas públicas o de participación estatal. Por medio de la administración, se consigue un manejo óptimo de los recursos humanos que posee la empresa.

*f) Derecho.*

El derecho estudia aspectos de una empresa tales como el marco legal de la misma, entre otros aspectos importantes y sobresalientes de ella relacionados con el derecho corporativo y la actividad empresarial.

A su vez, estudia los fundamentos de la integración de sociedades civiles y mercantiles, así como las distintas formas de creación de la persona moral como sustento de la actividad empresarial en la vida jurídica y su constitución. Otra cuestión de la que se encarga el derecho es del funcionamiento, disolución y, en su caso, el concurso mercantil, materia de derecho mercantil que provee los elementos para su reglamentación.

Con lo expuesto en los párrafos anteriores, es posible comprender que el estudio de una empresa es multidisciplinar, de manera que al unir cada uno de los aspectos proporcionados por cada disciplina, se obtiene como producto final una unidad que cumple con funciones económicas, sociales, éticas, políticas y administrativas, todo ello cumpliendo con el debido marco legal que corresponde a una empresa.

## **2.8. El quehacer del psicólogo en la empresa.**

Dentro de la psicología, existen diversas áreas en las cuales un psicólogo puede desarrollarse laboralmente, las áreas principales son: clínica, social, educativa y laboral; en esta última, el campo de acción del psicólogo es dentro de las organizaciones.

A continuación, se expondrá la función que un psicólogo realiza en una empresa, así como las necesidades que cubre dentro de la misma.

Schein mencionó que “el interés por la psicología de la organización aumentó a medida que las teorías y los métodos le permitieron al psicólogo capacitarse gradualmente para analizar constructivamente los problemas del individuo en las organizaciones y poner a prueba sus ideas con la investigación empírica” (Schein; 1982: 5).

Al contar con un psicólogo, las empresas y el personal se ven beneficiados, ya que se trata de un profesional con amplia capacidad de análisis y experto en el estudio de la conducta humana, el cual puede intervenir ante diversas problemáticas y situaciones a resolver dentro de la empresa.

Para explicar de manera general lo que hace un psicólogo en una empresa, se cuenta con lo descrito por Richard, quien mencionó que el psicólogo dentro de la empresa “tiene como meta llegar a poseer un conocimiento objetivo del comportamiento de tales individuos y grupos para facilitar su adaptación al medio laboral, y se esfuerza por hacer posible dicha adaptación mediante un conjunto de métodos y de conocimientos” (Richard; 1971: 72).

Para complementar lo anterior, se retoma a Rodríguez (1978), quien propuso diversas necesidades organizacionales que el psicólogo cubre dentro de una empresa, de entre las cuales destacan las siguientes:

- a) El proceso de la comunicación y los obstáculos que implica.
- b) La motivación, tanto para el trabajo como para la colaboración.
- c) La reducción de las actitudes que son individualistas, destructivas o no productivas.
- d) El desarrollo de la autoestima.
- e) La selección de personal.
- f) Implementación de métodos de capacitación.
- g) Integración de equipos de trabajo.

- h) Manejo de conflictos.
- i) La relación entre la vida familiar y la vida profesional.
- j) La resistencia al cambio.
- k) El bienestar humano, el cual se trata de la meta última de toda organización.

De manera general, el psicólogo en una empresa cubre una serie de necesidades que esta posee, apoyando en la mejora de las relaciones humanas entre los trabajadores y, a la vez, la relación que cada uno de ellos tiene con la empresa en general. Al ser el psicólogo un especialista en interpretar y entender las conductas, es posible que las maneje de forma adecuada, favoreciendo a la empresa y a todos los que laboran en ella.

Teniendo definida la variable motivación en el capítulo uno y el concepto empresa en el capítulo dos, se concluye con el marco teórico de esta investigación para continuar con el capítulo tres, en el cual se exponen las características del plan metodológico seguido, la manera en que se recolectó y procesó la información de campo, así como los resultados que se obtuvieron.

## **CAPÍTULO 3**

### **METODOLOGÍA, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

En este capítulo se presenta todo el fundamento metodológico que sustenta el presente estudio de investigación, esto incluye características tales como el enfoque, el alcance, el diseño y el tipo de estudio que se realizó, así como las técnicas e instrumentos que se emplearon para recabar los datos, el tipo de población y, finalmente, el análisis e interpretación de los datos.

#### **3.1. Metodología.**

Para la elaboración de este capítulo, es pertinente definir en primera instancia la palabra metodología con la finalidad de contextualizar al lector acerca de lo que leerá en las siguientes páginas.

Desde la perspectiva de Gómez (2012), la metodología de la investigación estudia de manera crítica los procedimientos, y medios aplicados por los seres humanos, los cuales permiten alcanzar y crear el conocimiento dentro de la investigación científica.

Por su parte, Cortés e Iglesias (2004) mencionan que la metodología es la ciencia que enseña cómo dirigir un determinado proceso con eficiencia y eficacia



para lograr los resultados deseados y su objetivo es proporcionar la estrategia a continuar en el proceso.

Para complementar la definición anterior, los autores Cortés e Iglesias (2004) exponen que la metodología de la investigación científica proporciona al investigador una serie de conceptos, principios y leyes que le permiten orientar de manera eficiente y tendiente a la excelencia el proceso de la investigación científica.

Conociendo las definiciones anteriores, es posible comprender que la metodología permite conocer los pasos a seguir al realizar una investigación científica y, con ello, lograr alcanzar los resultados esperados.

### **3.1.1. Enfoque cualitativo.**

Dentro de la investigación se puede utilizar tres tipos de enfoques, los cuales son: el cuantitativo, el cualitativo y el mixto. La elección del enfoque va en función del objetivo que plantee el investigador. En el caso particular de esta investigación, se optó por utilizar el enfoque cualitativo.

Comenzando con Kerlinger (citado por Hernández y cols.; 2014) propone que la investigación cualitativa se refiere a la investigación social y conductual que se basa en realizar observaciones de campo que son discretas y se analizan sin utilizar números o estadísticas.

Desde otra perspectiva, Hernández y cols. señalan que el enfoque cualitativo “utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de investigación” (2014: 7).

Los mismos autores mencionan que, dentro de la investigación cualitativa, el investigador plantea un problema, si bien no sigue un proceso claramente definido. En función de las hipótesis, en la mayoría de los estudios cualitativos no se prueban, debido a que se generan durante el proceso.

Respecto a la recolección de datos, este enfoque se centra en obtener las perspectivas y puntos de vista de los participantes como lo son sus emociones, prioridades, experiencias, significados y otros aspectos subjetivos.

Para la recolección de datos, el investigador utiliza técnicas como la observación no estructurada, entrevistas abiertas, revisión de documentos, discusión en grupo, evaluación de experiencias personales, registro de historias de vida, e interacción e introspección con grupos o comunidades.

Finalmente, el enfoque cualitativo evalúa los sucesos en su estado natural, es decir, sin realizar manipulaciones de la realidad (Hernández y cols.; 2014).

En la presente investigación se optó por utilizar en enfoque cualitativo, ya que se busca obtener datos que van en función de opiniones de los participantes. Por ello, no es posible plantear hipótesis de investigación, debido a que se espera

conocer abiertamente cuáles son las características de las empresas que motivan a la población a trabajar en ellas, sin antes suponer las opiniones que se encontrarán.

Por otra parte, en esta investigación no se empleó ningún tipo de medición numérica, solamente se buscaron datos para realizar un análisis de ellos.

### **3.1.2. Alcance descriptivo.**

En una investigación, es necesario definir un determinado alcance, ya que este permite establecer hasta dónde es posible que llegue el proceso de investigación. Específicamente, en este estudio se optó por utilizar el alcance descriptivo, el cual se expondrá a continuación.

Para Hernández y cols. (2014) el alcance descriptivo implica especificar propiedades, características y rasgos de importancia de cualquier fenómeno del cual se realice un análisis. Así pues, este tipo de estudio realiza descripciones acerca de las tendencias de un grupo o población.

Por otra parte, los autores mencionan que los estudios con alcance descriptivo “buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Danhke, citado por Hernández y cols.; 2014: 102).

En esta investigación, se utilizó un estudio con alcance descriptivo, debido a que se busca describir qué características de una empresa motivan a las personas que conforman la población para trabajar en ellas, es decir, se buscó obtener los datos para analizarlos y, posteriormente, realizar una descripción de lo encontrado dentro de la población, en función de las características que señalen como preferentes.

### **3.1.3. Diseño investigación-acción.**

Para esta investigación, se implementó el diseño denominado investigación-acción, el cual tiene la finalidad de “resolver problemas cotidianos e inmediatos y mejorar prácticas concretas. Su propósito fundamental se centra en aportar información que guíe la toma de decisiones para programas, procesos y reformas estructurales” (Álvarez- Gayou, citado por Hernández y cols.; 2014: 509).

Por su parte, León y monterero (referidos por Hernández y cols.; 2014) señalan que el diseño investigación-acción se define como la representación del estudio de un contexto social en el que, a través de un proceso de investigación con pasos con estructura de espiral, se investiga a la par de realizar una intervención.

#### **3.1.4. Estudio transversal.**

El tipo de estudio que se realice en una investigación va en función de la recolección de datos, específicamente de la temporalidad en la que se recolecten. Para esta indagación se utilizó el estudio transversal, también llamado transeccional.

Desde la perspectiva de Albert (2007), el diseño transversal recolecta datos en una sola ocasión, en un tiempo único. A la vez, tiene como objetivo describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

Otros autores que también hablan acerca de este tipo de diseños son Hernández y cols., quienes mencionan que los diseños experimentales “recopilan datos en un momento único” (2014: 151).

Con lo anterior, se puede concluir que el estudio transversal se encarga de la recolección de datos en un único y determinado momento.

Para esta investigación, se escogió dicho tipo de estudio o diseño, ya que los datos se recolectaron aplicando las técnicas e instrumentos en una sola ocasión y no se realizó una segunda aplicación.

### **3.1.5. Técnicas e instrumentos de investigación.**

Las técnicas e instrumentos se utilizan en una investigación con la finalidad de recolectar los datos necesarios para, en función de ellos, realizar el análisis y la interpretación de resultados pertinente para concluir el estudio de investigación.

Como técnica de recolección de datos se eligió la entrevista en profundidad, que Hernández y cols. (2014) definen como una técnica cualitativa, primaria, personal y directa. En esta técnica participan dos elementos: el entrevistador y el entrevistado, se genera una conversación entre ambos y se tiene un propósito controlado por el entrevistador.

En esta técnica no se tiene un cuestionario completamente definido y cerrado, solamente se tiene un guion que orienta al entrevistador y depende de los objetivos del estudio. La manera de formular las preguntas y su orden van en función de las respuestas del entrevistado.

El entrevistador dirige la conversación e indaga en las respuestas del entrevistado con la finalidad de obtener mayor información. El entrevistador debe abstenerse de realizar juicios de valor u opinión.

Se utilizó este tipo de entrevista debido a que se desea conocer cuáles son las características de una empresa que motivan a la población a trabajar en ellas y, además, se busca analizar las razones por las cuales proporcionaron determinadas

respuestas. La entrevista en profundidad permite ir cuestionando al entrevistado en función de las respuestas que vaya dando y con ello es posible recolectar la información para su posterior análisis.

Continuando con Hernández y cols., “las entrevistas semiestructuradas, por su parte, se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información sobre los temas deseados, es decir, no todas las preguntas están predeterminadas” (Hernández y cols.; 2014: 418).

Para llevar a cabo la entrevista en profundidad, se creó un guion de entrevista inicial, conformado por 10 preguntas, de las cuales únicamente se utilizaron 4. El motivo por el cual se descartaron las demás fue porque sugerían respuestas en los participantes, lo cual no es conveniente en una investigación cualitativa; las 4 preguntas elegidas son totalmente abiertas y permitieron que los participantes expusieran sus respuestas únicamente en función de su percepción.

La pregunta 1 fue realizada para contextualizar tanto al lector como al investigador y conocer si la persona entrevistada ha tenido algún tipo de acercamiento laboral a una empresa.

La pregunta 2 complementa la 1, ya que, si la respuesta anterior fue afirmativa, en esta debe especificar el tipo de empresa al que se han acercado.

Por otra parte, la pregunta 3 va orientada a saber qué características tienen las empresas que le motivaron a las personas a cercarse laboralmente a ellas y, con ello, tener un antecedente de qué les ha motivado previamente de una empresa.

Finalmente, la pregunta 4 da la total libertad al entrevistado de exponer explícitamente todas las características que le motivarían de una empresa para laborar en ella, la intención de esta pregunta fue no sugerir características y permitir que, en función de su personalidad y experiencia previa, la persona manifestara su opinión.

Cabe mencionar que, a pesar de ser pocas preguntas, se obtuvo la información necesaria para cumplir con los objetivos de la investigación, es por ello también que se eliminaron algunos reactivos, debido a que no se encontraban orientados a cumplir dichos objetivos, por lo tanto, eran innecesarias.

Para revisar de manera detallada el instrumento, puede consultarse el Anexo 1.

### **3.2. Población y muestra.**

La población y muestra se deben definir en una investigación, ya que son las personas con las que se realizó el estudio, cada una de estas nociones se definirá en este apartado.



a) Población.

Desde la perspectiva de Albert (2007), la población se refiere al conjunto del total de los individuos en los que se pretende estudiar el fenómeno. Estos deben poseer características de lo que es el objeto de estudio.

Complementando lo anterior, otra definición de población argumenta que es el “conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (Hernández y cols.; 2014: 174).

En conclusión, la población se refiere la totalidad de los individuos que se utilizaron para realizar la investigación y, además, dichos individuos deben poseer características específicas que contribuyan a alcanzar el objetivo de la investigación.

En el caso de la presente indagación, la población se refiere a los alumnos de octavo semestre de la Licenciatura en Psicología de la Universidad Don Vasco, los cuales suman un total de 23 personas, incluyendo a la investigadora, de las cuales 20 son mujeres y 3 son hombres, que tienen entre 21 y 25 años de edad. De ellos se tomó una muestra conformada por 12 alumnos pertenecientes a la preespecialidad en psicología laboral; de esa muestra, una alumna no cuenta con planes de laborar en una empresa al egresar de la licenciatura, por lo tanto, no posee información acerca del tema de investigación y, por otra parte, un alumno únicamente tuvo disponibilidad de responder a la entrevista vía telefónica, debido a ello, se descartaron estas dos personas. Después de todo lo anteriormente indicado, quedó un total de 10 alumnos como muestra para la investigación.

## b) Muestra.

Albert (2007) define la muestra como un subgrupo de la población de interés, el cual debe ser representativo de esta, debido a que el investigador tiene interés de que los resultados que se encuentren en la muestra consigan generalizarse o explorarse a la población, por lo tanto, debe ser elegida a través del procedimiento de muestreo. Los sujetos que conforman la muestra de la presente investigación, suman un total de 10.

Por su parte, Hernández y cols. Mencionan que “la muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población” (Hernández y cols.; 2014: 175).

La muestra se divide en probabilística y no probabilística, la que se utilizó en esta investigación es la no probabilística y se expondrá enseguida.

Una definición de este tipo de muestra es la brindada por Albert (2007) y señala que, bajo esta modalidad, la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de las causas que se relacionan con las características de la investigación o de quien hace la muestra. En este tipo de muestra, el procedimiento no es mecánico ni en función de fórmulas de probabilidad, sino en función del proceso de toma de decisiones en la investigación.

Se utilizó la muestra no probabilística debido a que se requieren personas con una característica en común, la cual es que sean estudiantes de octavo semestre de la Licenciatura en Psicología, con preespecialización en el área laboral, de la Universidad Don Vasco, por lo tanto, únicamente se cuenta con un determinado número de personas que cuentan con esta característica indispensable para el presente estudio.

### **3.3. Descripción del proceso de investigación.**

Se inició este proceso en el mes de enero del año 2017, comenzando con la elección del tema de investigación; hasta la fecha, dicho tema no ha sido modificado. En diciembre del mismo año, se entregaron terminados la introducción y el capítulo 1.

En agosto de 2017 hubo un cambio de asesor de tesis, el cual revisó lo antes mencionado. Se realizaron numerosas correcciones en el planteamiento del problema y objetivos de investigación, así como en el marco teórico del capítulo 1, en este último se realizaron las correcciones pertinentes y se creó el capítulo 2. En noviembre de 2017 se entregaron al nuevo asesor la introducción y el capítulo 1 corregidos, además del capítulo 2 terminado. Nuevamente se realizaron observaciones a todo este material que debían estar corregidas para enero de 2018.

A lo largo de las correcciones, la investigadora tuvo pérdida de fuentes bibliográficas, por lo cual optó por iniciar nuevamente los capítulos 1 y 2 desde el

inicio. En marzo de 2018 concluyó los capítulos 1, 2 y 3. Asimismo, se realizaron algunas adecuaciones a la parte introductoria y se recolectaron los datos para realizar el análisis e interpretación de resultados.

### **3.4. Análisis e interpretación de resultados.**

La información sobre el problema de estudio se encuentra clasificada en dos categorías. Al ser un estudio cualitativo, se debe obtener resultados en función de las características, también llamadas factores grupales e individuales y, de esa forma, se encuentran compuestas las categorías de análisis, con la finalidad de darle importancia a las características grupales, sin dejar de lado la esencia de lo individual.

Es importante mencionar el motivo por el cual se crearon categorías en la presente investigación cualitativa. Al analizar la información obtenida de las entrevistas, según comentan Mejía y Sandoval (1998), se deben elaborar unidades de análisis, las cuales se componen de las ideas proporcionadas por los participantes a través de sus respuestas, y deben plasmarse en oraciones completas; cabe mencionar que cada entrevistado proporcionará más de una idea por pregunta, por lo tanto, es necesario separarlas y dividir las en cuantas unidades de análisis sean necesarias.

Posteriormente, las mencionadas unidades de análisis deben organizarse en categorías que las contengan, cada una de las unidades debe estar incluida en alguna categoría, estas se deben nombrar; existe la opción de realizarlo utilizando alguna palabra incluida en las unidades de análisis, o bien, creando un nombre en función de un criterio o término unificador.

Continuando con Mejía y Sandoval (1998), es importante verificar, luego de la creación de las categorías, si existen subcategorías, ya que estas tienen la función de explicar a mayor detalle una característica general.

En función de la investigación de campo, se entrevistó a 10 personas, las cuales fueron enumeradas del 1 al 10 para efectos prácticos.

A continuación, se procede a realizar el análisis de los resultados, señalando antes que las dos categorías de análisis y sus respectivas subcategorías fueron nombradas de la siguiente forma:

Categoría No. 1.

Características de las empresas que motivan a los alumnos de octavo semestre de la Escuela de Psicología para trabajar en ellas. Análisis grupal.

Esta categoría contiene tres subcategorías:

El salario y los beneficios.

Ambiente social del trabajo.

Las posibilidades de promoción.

Categoría No. 2.

Características de las empresas que motivan a los alumnos de octavo semestre de La Escuela de Psicología para trabajar en ellas.

Esta categoría contiene diez subcategorías; una por sujeto.

Sujeto 1.

Sujeto 2.

Sujeto 3.

Sujeto 4.

Sujeto 5.

Sujeto 6.

Sujeto 7.

Sujeto 8.

Sujeto 9.

Sujeto 10.

Enseguida, se exponen los resultados de cada categoría y sus subcategorías.

### **3.4.1. Características de las empresas que motivan a los alumnos de octavo semestre de la Escuela de Psicología para trabajar en ellas. Análisis grupal.**

En esta categoría se realizó un análisis para conocer a nivel grupal cuáles son las características que consideran motivantes en una empresa.

#### **3.4.1.1. El salario y los beneficios.**

Guillén y Guil (2000), basados en la teoría bifactorial de Herzberger, determinaron que este factor se refiere al salario básico, los incentivos, las vacaciones o el coche de la empresa, entre otros. Además, de acuerdo con el grupo MOW (citado por Guillén y Guil; 2000), el dinero es el aspecto que más se valora del trabajo, no obstante, su potencial motivador se encuentra modulado por otras variables.

En función de las entrevistas realizadas, se determinó que la característica principal que motiva a los sujetos de la población estudiada es el salario y los beneficios, puesto que ocho personas expresaron que les motivaría esta característica. Dentro de las respuestas más incluyentes se encuentran las siguientes:

“El salario, si no es el adecuado, con la pena, pero buscaría una empresa que me diera un poco más de lo que me estaban dando en la otra empresa [...], también los incentivos, el máximo interés en ellos, porque es algo como que te reconocen, me motivarían mucho” (Suj. 1; 2018).

“Me motivaría el sueldo porque es importante para vivir y todos tenemos necesidades que cubrir, [...] otra cosa son los incentivos, sería también importante porque así uno se sentiría motivado” (Suj. 9; 2018).



“El salario es muy motivante porque gracias a este, me estaría cubriendo todas mis necesidades, [...] también recibir incentivos extras serían una excelente idea porque sería un dinero extra con el cual se podrían cubrir de una mejor forma las necesidades personales que quizá con el sueldo no serían tan bien cubiertas” (Suj. 10; 2018).

Con lo anterior, es posible interpretar que referente a lo que incluye la característica del salario y beneficios, lo que más motiva a las personas de la población estudiada son el salario básico y los incentivos económicos que la empresa les pudiera brindar como un extra, mientras que, de los aspectos como vacaciones, coche de la empresa u otros, no mencionan nada.

#### **3.4.1.2. Ambiente social del trabajo.**

Para definir este factor, se mencionará lo expuesto por Guillén y Guil (2000), quienes consideran que el ambiente social del trabajo facilita la motivación siempre y cuando proporcione oportunidades de interacción con otras personas, así como retroalimentación constructiva y que permita una relación con el líder formal. Generalmente es un aspecto muy valorado, debido a que satisface necesidades sociales, de afiliación y de relación.

Al analizar los datos obtenidos a través de la entrevista, se obtuvo que el ambiente social del trabajo es la segunda característica principal que motivaría a las personas estudiadas a trabajar en una empresa, ya que 7 sujetos de la población

investigada así lo afirmaron. Algunas de las respuestas más incluyentes se exponen a continuación:

“Me motivaría que yo me sienta cómoda con las personas que esté compartiendo labores, [...] me gustaría que hubiera una buena relación, que hubiera buena comunicación, confianza, respeto, buena interacción entre todos, que fueran accesibles” (Suj. 2; 2018).

“El sentirte cómodo en el lugar en el que te desarrollas favorece o perjudica la forma en que te puedes desarrollar, [...] me motivaría, simplemente, si en algún caso otra área necesita algo del área en la que estoy, tener la apertura de aportar y que te aporten, que sea algo recíproco” (Suj. 3; 2018).

“Me motivaría que fuera amable, cordial, a lo mejor que sí hubiera como cierto tipo de confianza, pero que sí esté como ese ambiente de respeto, una buena armonía entre todos los integrantes y una comunicación asertiva” (Suj. 8; 2018).

Respecto a esta categoría de análisis, es posible observar que la opinión de las personas en una parte coincide con los autores y en otra no, puesto que Guillén y Guil (2000) mencionan que el ambiente social favorece a la motivación siempre y cuando existan posibilidades de interacción; por su parte, la población considera dicha interacción como característica motivante; respecto a la retroalimentación, también comentan, de manera general, que les motivaría que haya una relación en la cual se pueda aportar algo de manera recíproca; respecto a lo que menciona el autor

acerca de mantener una relación con el líder formal, no mencionan nada en función de ello.

#### **3.4.1.3. Las posibilidades de promoción.**

Continuando con Guillén y Guil (2000), con apoyo en la teoría bifactorial de Herzberger, las posibilidades de promoción van en función de conseguir un estatus laboral y social. Significa la posibilidad de alcanzar puestos más elevados dentro de la organización. El hecho de que existan crea en el trabajador un sentimiento de que conforman un sistema en el cual su desarrollo personal y profesional es relevante, y a la vez, que las habilidades, aptitudes y potenciales de las personas son reconocidos.

Al obtener y analizar los datos obtenidos de las entrevistas, se observa que las posibilidades de promoción conforman la tercera característica principal que motivaría a la población estudiada a trabajar en una empresa, debido a que 5 personas revelaron que se sentirían motivadas por esto. Dentro de las respuestas más incluyentes, están las siguientes:

“El que haya posibilidades de subir de puesto sería muy motivante, poder estar en un nivel más alto, el poder obtener un puesto más alto y un estatus alto, o sea, va de la mano” (Suj. 6; 2018).

“Me motivarían mucho las posibilidades de promoción, a lo mejor iniciar en un puesto bajo sería lo normal, pero si te dicen que depende como te vayas desempeñando puedes ascender al que sigue o algo así, creo que eso motiva bastante, saber que puedes llegar a un puesto más alto, me motivaría porque podría tener un mejor puesto y un mayor estatus” (Suj. 1; 2018).

“También me motivaría el subir de puesto, porque yo no quisiera estar siempre estancado en un puesto, sino subir y tener un puesto más alto” (Suj. 10; 2018).

Para concluir esta categoría, es posible interpretar que la opinión de las personas estudiadas coincide con la de los autores, ya que la teoría menciona que es motivante la posibilidad de promoción, debido a que proporciona un estatus y un puesto más alto, asimismo, es mencionado por las personas que su desempeño es relevante para tener la oportunidad de ser promovidos, de la misma forma que lo menciona la teoría.

### **3.4.2. Características de las empresas que motivan a los alumnos de octavo semestre de la Escuela de Psicología para trabajar en ellas. Análisis individual.**

A continuación se muestra de manera individual las características principales que le motiva a cada uno de los sujetos que conforman esta investigación.

#### **3.4.2.1. Sujeto 1.**

Dentro de las características que esta persona manifestó como motivantes, se encuentran el salario y los beneficios, el ambiente social del trabajo y la posibilidad de promoción, las cuales conforman las tres principales características que motivan a los sujetos en el análisis grupal.

En su caso específico, comentó que, para ella, una característica motivante es que la empresa tenga un proceso de reclutamiento y selección de personal adecuado y se define a continuación.

Según Olleros (2005), para que un proceso de reclutamiento y selección sea efectivo, debe incluir las siguientes fases o pasos: evaluación de necesidades, análisis del puesto, captación o reclutamiento, preselección, entrevistas, pruebas, entrevista final, petición de referencias, examen médico, ofrecimiento del puesto, contrato y finalmente, acogida en la empresa.

Por su parte, la persona comentó que esta característica de una empresa le motivaría y menciona lo siguiente: “Así sabría que voy a durar más tiempo ahí, porque fui elegida o seleccionada de una manera correcta” (Suj. 1; 2018).

#### **3.4.2.2. Sujeto 2.**

Él expuso que las características que principalmente le motivarían de una empresa son salario y los beneficios y el ambiente social del trabajo, estas dos características componen la primera y la segunda que son motivantes a nivel grupal; de manera individual no mencionó otra característica.

#### **3.4.2.3. Sujeto 3.**

Entre las características que esta persona mencionó como motivantes, se encuentran las tres encontradas a nivel grupal, como el salario y los beneficios, el ambiente social del trabajo y la posibilidad de promoción, por otra parte, en lo individual manifestó la característica de los horarios de trabajo, definida a continuación.

Como lo mencionan Guillén y Guil (2000), basados en la teoría bifactorial de Herzber, las condiciones de trabajo se conforman por el horario laboral, las características del lugar de trabajo y sus instalaciones y materiales. En función del horario laboral suelen ser de mayor preferencia los que son compatibles con

actividades que faciliten la vida del trabajador y los turnos rotatorios suelen ser rechazados.

Lo expuesto por la persona al cuestionarle sobre qué le motivaría para trabajar en una empresa, fue lo siguiente: “Los horarios, principalmente los horarios, me importa el salario, pero me fijaría más en los horarios porque como ya estoy casada, tengo más responsabilidades, quisiera un horario de oficina normal para poder salir a comer” (Suj. 3; 2018).

#### **3.4.2.4. Sujeto 4.**

Esta persona resaltó como características que le motivarían a trabajar en una empresa, el salario y los beneficios y el ambiente social del trabajo, estas se encuentran dentro de las tres principales que motivan a todo el grupo. No mencionó otra característica que le motive en lo individual.

#### **3.4.2.5. Sujeto 5.**

En el caso de esta persona, mencionó que le motivarían dos características específicas de una empresa, la primera es la referente al salario y los beneficios, la cual fue mencionada en el análisis grupal, y la segunda se trata de recibir constante capacitación, la cual se define en el siguiente párrafo.

Desde la perspectiva de Siliceo (2004), la capacitación es la función educativa de una empresa u organización a través de la cual se cubren las necesidades presentes y se prevén las necesidades futuras en función de la preparación y habilidad de los colaboradores.

Para respaldar esta característica, se plasma lo que mencionó la persona: “Yo creo que la constante capacitación, si voy a un área y que no sepa algunas funciones” (Suj. 5; 2018).

#### **3.4.2.6. Sujeto 6.**

Este sujeto, proporcionó información acerca de tres características que le motivarían para trabajar en una empresa: la primera se trata del ambiente social del trabajo, la segunda de la posibilidad de promoción, estas fueron encontradas dentro del análisis grupal, y la tercera se obtuvo en el análisis individual, la cual va en función de proporcionar un beneficio a otras personas por medio de las tareas desempeñadas en el trabajo.

Respaldando lo anterior, Guillén y Guil (2000), mencionan que con fundamento en la teoría bifactorial de Herzberger, dentro de las características de la tarea que pueden influir en la motivación de los trabajadores, se encuentra lo siguiente: el interés que tenga el trabajador en ella, es decir, si le agrada; la variedad de la tarea, esto sucede si se evita la rutina y la monotonía; la posibilidad de que el



trabajador tenga la oportunidad de examinar la tarea en su totalidad, desde el inicio hasta el término y, finalmente, la importancia de la tarea dentro del entorno social.

El fundamento de esta característica encontrada, es lo expuesto por la persona: “Sería muy importante saber que lo que hago beneficia a otras personas, saber que estoy haciendo algo bien por ellos o por la sociedad, que les estoy brindando algo” (Suj. 6; 2018).

#### **3.4.2.7. Sujeto 7.**

Él, únicamente mencionó una característica principal que le motivaría de una empresa, la cual es el salario y los beneficios, esta es la característica más importante para el grupo y para esta persona, también.

#### **3.4.2.8. Sujeto 8.**

Éste sujeto, proporcionó tres características que le motivarían de una empresa, las dos primeras son el ambiente social del trabajo y la posibilidad de promoción, estas características en la categoría de grupo son importantes. La última que mencionó es exclusiva de esta persona y va en función de la capacitación, se trata de que cada empleado sea capacitado para realizar sus tareas

Referente a lo anterior, la persona mencionó lo siguiente: “Me motivaría que cada persona que estuviera en cada departamento fuera capacitada por la empresa, eso haría más funcional el trabajo de todos” (Suj. 8; 2018).

#### **3.4.2.9. Sujeto 9.**

El sujeto 9, por su parte, expuso que las características que le motivarían de una empresa son el salario y los beneficios, y el ambiente social del trabajo; a su vez, mencionó una tercera característica encontrada en el análisis individual, la cual es tener la libertad de realizar aportaciones a la empresa, esto último se define a continuación.

Otra de las aportaciones realizadas por Guillén y Guil (2000), con apoyo en la teoría bifactorial de Herzberger, es que la autonomía e independencia en el trabajo propicia la sensación de libertad, la necesidad de tomar decisiones y la responsabilidad en función de la tarea, esto suele elevar la autoestima y la autorrealización.

Lo comentado por el sujeto es lo siguiente: “también me motivaría la libertad, que todas las personas aporten algo, no solamente los directivos grandes, sino que todos tengamos la libertad de dar una idea buena como para poder seguir mejorando” (Suj. 9; 2018).

#### **3.4.2.10. Sujeto 10.**

Finalmente, el sujeto10 manifestó que la única característica que le motivaría para trabajar en una empresa es el salario y los beneficios, la cual es la particularidad más importante para el grupo, al igual que para esta persona en lo individual.

## CONCLUSIONES

Para concluir este trabajo de investigación se tomó como referencia el cumplimiento tanto de los objetivos particulares como del general.

El objetivo particular 1 consistió en definir el concepto de motivación, el cual se cumple en el capítulo 1, que lleva como título precisamente “Motivación”.

El objetivo particular 2 se trató de conocer las principales características de la motivación, el cual también se cumple en el capítulo 1.

El objetivo 3 fue referente a definir de manera teórica las características que favorecen la motivación laboral, este se cumple en el mismo capítulo 1.

El objetivo 4 estuvo en función de definir el concepto de empresa, ese concepto es definido en el capítulo 2, llamado justamente “La empresa”.

Por otra parte, el objetivo 5, referente a conocer los principales factores de una empresa que motivan a los estudiantes de octavo semestre de la Escuela de Psicología, con preespecialización en el área laboral, de la Universidad Don Vasco, para trabajar en ellas, se cumple en el apartado 3.4, que lleva por nombre “Análisis e interpretación de resultados”.

El objetivo 6, que consistió en señalar la importancia que tiene el salario para los alumnos de octavo semestre de la Escuela de Psicología, con preespecialización en el área laboral, de la Universidad Don Vasco, como característica motivante para trabajar en una empresa, también se cumplió en el apartado 3.4.

Para finalizar, el objetivo general de este estudio radicó en analizar las características que, desde la perspectiva de los estudiantes de octavo semestre de la Escuela de Psicología, con preespecialización en el área laboral, de la Universidad Don Vasco, deben tener las empresas para motivarlos a trabajar en ellas; este objetivo se cumplió al encontrar que las características que motivan a las personas estudiadas, de mayor a menor orden de importancia, son las siguientes:

1. Salario y beneficios.
2. Ambiente social de trabajo.
3. Posibilidad de promoción.

Al realizar un análisis individual de cada participante, se encontraron distintas características que motivan a cada uno de ellos. Es necesario mencionar que cada fue mencionada por una persona distinta, a excepción de la capacitación, la cual fue manifestada como característica motivante por dos personas. Las particularidades detectadas fueron:

1. Proceso de reclutamiento y selección de personal.
2. Condiciones de trabajo.

3. Capacitación.
4. Características de la tarea.
5. Autonomía e independencia.

## BIBLIOGRAFÍA

- Albert Gómez, María José. (2007)  
La investigación educativa. Claves teóricas.  
Editorial McGraw-Hill. México.
- Baron, Robert A. (1996)  
Psicología.  
Editorial Prentice Hall Hispanoamericana. México.
- Chiavenato, Idalberto. (2005)  
Comportamiento organizacional.  
Editorial Thomson. México.
- Coon, Dennis. (1987)  
Introducción a la psicología. Exploración y aplicaciones.  
Editorial Addison-Wesley Iberoamericana. E.U.A.
- Cortés Cortés, Manuel E.; Iglesias León, Miriam. (2004)  
Generalidades sobre metodología de la investigación.  
Editorial Universidad Autónoma del Carmen. Campeche.
- Cruz Gregg, Angélica; Sanromán Aranda, Roberto. (2015)  
Derecho corporativo en la empresa.  
Editorial Cengage Learning. México.
- Davidoff, Linda L. (1989)  
Introducción a la psicología.  
Editorial McGraw Hill. México.
- Delgado González, Susana; Donaire Hurtado, Caridad; Ena Ventura, Teresa. (2003)  
La empresa y su organización.  
Editorial Thomson. España.
- Dessler, Gary. (1979)  
Organización y administración: enfoque situacional.  
Editorial Prentice Hall. México.
- Escobar Briones, Carolina; Aguilar Roblero, Raúl Antonio. (2002)  
Motivación y conducta: sus bases biológicas.  
Editorial Manual Moderno. México.
- Feldman, Robert S. (1989)  
Psicología con aplicaciones en países de habla hispana.  
Editorial McGraw-Hill. México.

Furnham, Adrián. (1995)  
Personal y diferencias individuales en el trabajo.  
Editorial Pirámide. Madrid.

Gibson, James L.; Ivancevich, John M.; Donnelly Jr., James H. (1990)  
Las organizaciones: comportamiento, estructura, procesos.  
Editorial Addison-Wesley Iberoamericana, S.A. Wilmington, Delaware. U.S.A.

Gill Estallo, María de los Ángeles; Giner de la Fuente, Fernando. (2007)  
Cómo crear y hacer funcionar una empresa: conceptos e instrumentos.  
Editorial ESIC. Madrid.

Gómez Bastar, Sergio. (2012)  
Metodología de la investigación.  
Editorial Red Tercer Milenio, S.C. México.

Gross, Richard D. (2001)  
Psicología, la ciencia de la mente y la conducta.  
Editorial Manual moderno. México.

Guillén Gestoso, Carlos; Guil Bozal, Rocío. (2000)  
Psicología del trabajo para relaciones laborales.  
Editorial McGraw-Hill. Madrid.

Harper, Robert S. (1971)  
Introducción a la psicología.  
México. Editorial CECSA.

Hernández Sampieri, Roberto; Fernández-Collado, Carlos; Baptista Lucio, Pilar. (2014)  
Metodología de la Investigación.  
Editorial McGraw-Hill. México.

Ley Federal del Trabajo (LFT). (2015)  
Última reforma publicada.  
DOF: 12 de junio 2015.

Mejía Arauz Rebeca; Sandoval Sergio Antonio (1998).  
Tras las vetas de la investigación cualitativa. Perspectivas y acercamiento desde la práctica.  
Editorial ITESO. Guadalajara, México.

Mestre Navas, José Miguel; Palmero Cantero, Francesc. (2004)  
Procesos psicológicos básicos.  
Editorial McGraw Hill. Madrid.



Olleros Izard, Manuel. (2005)  
El proceso de captación y selección de personal.  
Editorial Gestión 2000. Barcelona.

Oropeza Martínez, Humberto. (1993)  
Los procesos básicos de la contaduría.  
Editorial ECASA. México.

Reyes Ponce, Agustín. (1978)  
Administración de empresas: teoría y práctica.  
Editorial Limusa. México.

Richard, Michel. (1971)  
Los dominios de la psicología.  
Editorial ISTMO. Madrid.

Rodríguez Estrada, Mauro. (1978)  
Psicología de la organización.  
Editorial Trillas. México.

Schein, H. Edgar. (1982)  
Psicología de la organización.  
Editorial Prentice Hall. México.

Siliceo Aguilar, Alfonso. (2006)  
Capacitación y desarrollo de personal.  
Editorial Limusa. México.

## MESOGRAFÍA

Bedodo Espinoza, Valeria; Giglio Gallardo, Carla. (2006)  
“Motivación laboral y compensaciones. Una investigación de orientación teórica”.  
Memoria para optar al título de Psicólogo. Universidad de Chile.  
Recuperado de  
[http://www.cybertesis.cl/tesis/uchile/2006/bedodo\\_v/sources/bedodo\\_v.pdf](http://www.cybertesis.cl/tesis/uchile/2006/bedodo_v/sources/bedodo_v.pdf)

González Esquivel, David Antonio. (2002)  
“Motivación laboral”.  
Tesis de Maestría de la Universidad Autónoma de Nuevo León.  
Recuperado de <http://eprints.uanl.mx/1061/1/1020149014.PDF>

Zavala Fernández, Omar Alonso. (2014)  
Motivación y satisfacción laboral en el centro de servicios compartidos de una  
empresa embotelladora de bebidas  
Tesis de Maestría del Instituto Politécnico Nacional. México.  
Recuperado de <http://148.204.210.201/tesis/1392852540281TesisMAOmarA.pdf>

**Guion de entrevista para conocer las características de las empresas que  
motivan a los alumnos para trabajar en ellas**

1. ¿En algún momento has tenido acercamiento laboral a una empresa?
2. ¿Qué tipo de empresa es?
3. ¿Qué características de esa empresa te motivaron a acercarte a ella?
4. ¿Qué características o factores necesita tener una empresa para que te sientas motivado a trabajar en ella?