

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela Profesional de Administración



Una Institución Adventista

**Percepción del clima organizacional y motivación laboral de los
clientes internos del Banco de Crédito del Perú – Sucursal
Juliaca, en el 2017**

Tesis para obtener el Título Profesional de Administración y Negocios
Internacionales

Por:
Sebastian Quispe Quispe

Asesor:
Lic. Kukuli Ana Coaquira Puma

Juliaca, setiembre de 2019

DECLARACIÓN JURADA DE AUTORÍA DEL INFORME DE TESIS

Lic. Kukuli Ana Coaquira, de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que, el presente informe de investigación titulado: **“Percepción del clima organizacional y motivación laboral de los clientes internos del Banco de Crédito del Perú – Sucursal Juliaca, en el 2017”**, constituye la memoria que presenta el Bachiller Sebastian Quispe Quispe, para aspirar al título profesional de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales, cuya tesis ha sido realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

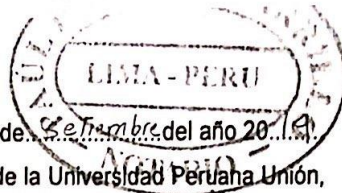
Las opiniones y declaraciones en este informe son de entera responsabilidad del autor, sin comprometer a la institución.

Y estando de acuerdo, firmo la presente declaración en Juliaca, a los 27 días del mes de septiembre del año 2019.



Lic. Kukuli Ana Coaquira Puma

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS



En Puno, Juliaca, Villa Chullunquiani, a 27 día(s) del mes de Septiembre del año 2017, siendo las 11:00 horas, se reunieron en el Salón de Grados y Títulos de la Universidad Peruana Unión, Filial Juliaca, bajo la dirección del Señor Presidente del Jurado: Lic. Julio Samuel Torres Giranda, el secretario: Mg. Ruth Gladys Choque Pilco y los demás miembros: Mg. Amed Vargas Martínez, Lic. Dante Ortiz Guillen y el asesor Lic. Kokuli Ana Coaquira Puma con el propósito de administrar el acto académico de sustentación de la tesis titulada: "Percepción del clima organizacional y motivación laboral de los clientes internos del Banco de Crédito del Perú - Sucursal Juliaca, en el 2017" de el(los)/la(las) Bachiller(es): a) Quispe Quispe Sebastian b)

..... conducente a la obtención del Título profesional de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales (Nombre del Título Profesional)

con mención en

El Presidente inició el acto académico de sustentación invitando al(los)/a(la)(las) candidato(a)s hacer uso del tiempo determinado para su exposición. Concluida la exposición, el Presidente invitó a los demás miembros del Jurado a efectuar las preguntas, y aclaraciones pertinentes, las cuales fueron absueltos por el(los)/la(las) candidato(a)s. Luego se produjo un receso para las deliberaciones y la emisión del dictamen del Jurado.

Posteriormente, el Jurado procedió a dejar constancia escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente:

Candidato (a): Quispe Quispe Sebastian

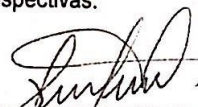


| CALIFICACIÓN | ESCALAS | | | Mérito |
|--------------|-----------|---------|-------------|--------|
| | Vigesimal | Literal | Cualitativa | |
| Aprobado | 14 | C | Aceptable | Bueno |


Candidato (b):



| CALIFICACIÓN | ESCALAS | | | Mérito |
|--------------|-----------|---------|-------------|--------|
| | Vigesimal | Literal | Cualitativa | |
| | | | | |

(*) Ver parte posterior

Finalmente, el Presidente del Jurado invitó al(los)/a(la)(las) candidato(a)s a ponerse de pie, para recibir la evaluación final y concluir el acto académico de sustentación procediéndose a registrar las firmas respectivas.


Presidente

Asesor

Candidato/a (a)


Miembro


Secretario

Miembro
Candidato/a (b)

Dedicatoria

A mis padres por acompañarme de principio a fin.
A mis hermanos por la confianza depositada en permitirme ser un ejemplo de persistencia.

Agradecimiento

A Dios por ser el dador de la vida y del conocimiento, por permitimos ser partícipe una vez más dentro de esta vida universitaria y ayudarnos a lograr subir un peldaño más en nuestra vida profesional. A la querida UPeU por los conocimientos y valores sociales y espirituales inculcados en mi persona. A mis queridos maestros por acompañarnos en este proceso integral de formación estudiantil, colaborando a través de sus orientaciones, paciencia y gran motivación con la elaboración de este proyecto.

Tabla de contenido

| | |
|--|------|
| Dedicatoria..... | iv |
| Agradecimiento | v |
| Tabla de contenido..... | vi |
| Índice de tablas | ix |
| Índice de anexos | xi |
| Resumen | xii |
| Abstract..... | xiii |
| Capítulo I..... | 14 |
| El problema de investigación | 14 |
| 1.1. Descripción de la situación problemática..... | 14 |
| 1.2. Formulación del problema..... | 15 |
| 1.2.1. Problema general..... | 15 |
| 1.2.2. Problemas específicos | 15 |
| 1.3. Objetivos..... | 15 |
| 1.3.1. Objetivo General | 15 |
| 1.3.2. Objetivos específicos | 16 |
| 1.4. Justificación..... | 16 |
| 1.5. Presuposición filosófica..... | 17 |
| Capítulo II..... | 19 |
| Marco teórico..... | 19 |
| 2.1. Antecedentes de investigación..... | 19 |
| 2.2. Bases teóricas | 21 |
| 2.2.1. Clima organizacional | 21 |
| 2.2.2. Enfoque del clima organizacional | 22 |
| 2.2.3. Teoría del clima organizacional | 24 |
| 2.2.4. Motivación laboral..... | 27 |

| | |
|---|----|
| 2.2.5. Modelos teóricos de motivación laboral..... | 28 |
| 2.3. Marco conceptual o términos | 36 |
| 2.3.1. Clima organizacional | 36 |
| 2.3.2. Realización personal | 36 |
| 2.3.3. Involucramiento laboral | 36 |
| 2.3.4. Supervisión..... | 36 |
| 2.3.5. Comunicación | 36 |
| 2.3.6. Condiciones laborales | 37 |
| 2.3.7. Motivación laboral | 37 |
| 2.3.8. Motivación intrínseca..... | 37 |
| 2.3.9. Motivación extrínseca | 37 |
| 2.3.10. Motivación trascendente | 37 |
| Capítulo III | 38 |
| Metodología de investigación..... | 38 |
| 3.1. Tipo de investigación..... | 38 |
| 3.2. Diseño de la investigación..... | 38 |
| 3.3. Hipótesis y variables..... | 38 |
| 3.3.1. Hipótesis principal | 38 |
| 3.3.2. Hipótesis derivadas | 38 |
| 3.4. Identificación de la variable..... | 39 |
| 3.5. Población y Muestra | 39 |
| 3.5.1. Población..... | 39 |
| 3.5.2. Muestra..... | 40 |
| 3.5.3. Técnica de muestreo:..... | 41 |
| 3.6. Técnicas e instrumentos para recolecta datos | 42 |
| 3.7. Procesamiento y analizar datos..... | 43 |
| 3.7.1. Métodos de análisis de datos..... | 43 |
| Capítulo IV | 45 |
| Resultados y discusión..... | 45 |
| 4.1. Resultados socio demográficos | 45 |

| | |
|--|----|
| 4.2. Clima organizacional y la motivación laboral..... | 47 |
| Prueba de hipótesis | 47 |
| 4.2.1. Clima organizacional y la motivación intrínseca..... | 49 |
| Prueba de hipótesis | 49 |
| 4.2.2. Clima organizacional y la motivación extrínseca..... | 50 |
| Prueba de hipótesis | 51 |
| 4.2.3. Clima organizacional y la motivación trascendente. | 52 |
| Prueba de hipótesis | 52 |
| 4.3. Discusión | 53 |
| Capítulo V..... | 55 |
| Conclusiones y recomendaciones | 55 |
| 5.1. Conclusiones..... | 55 |
| 5.2. Recomendaciones | 56 |
| Referencias | 58 |
| Anexos | 61 |

Índice de tablas

| | Pág. |
|--|------|
| Tabla 1. Población de investigación..... | 39 |
| Tabla 2. Muestra de investigación..... | 41 |
| Tabla 3. Género de los clientes internos del Banco de crédito del Perú - Sucursal Juliaca año 2018. | 45 |
| Tabla 4. Edad de los clientes internos del Banco de crédito del Perú - Sucursal Juliaca año 2018. | 45 |
| Tabla 5. Procedencia de los clientes internos del banco de crédito del Perú - Sucursal Juliaca año 2018. | 46 |
| Tabla 6. Carrera profesional de los clientes internos del banco de crédito del Perú - Sucursal Juliaca año 2018..... | 46 |
| Tabla 7. Clima organizacional y motivación laboral, de los clientes internos del banco de crédito del Perú - Sucursal Juliaca año 2018..... | 47 |
| Tabla 8. Correlación de Pearson: Clima organizacional y Motivación laboral..... | 48 |
| Tabla 9. Explicar la relación entre clima organizacional y motivación intrínseca, de los clientes internos del banco de crédito del Perú - Sucursal Juliaca año 2018..... | 49 |
| Tabla 10. Correlación de Pearson: Clima organizacional y Motivación intrínseca | 49 |
| Tabla 11. Explicar la relación entre clima organizacional y motivación extrínseca, de los clientes internos del banco de crédito del Perú - Sucursal Juliaca año 2018..... | 50 |
| Tabla 12. Correlación de Pearson: Clima organizacional y Motivación extrínseca..... | 51 |
| Tabla 13. Explicar la relación entre clima organizacional y motivación trascendente, de los clientes internos del banco de crédito del Perú - Sucursal Juliaca año 2018..... | 52 |
| Tabla 14. Correlación de Pearson: Clima organizacional y Motivación trascendente | 53 |

Índice de figuras

| | |
|--|----|
| Figura 1. Población de investigación. | 40 |
| Figura 2. Muestra de investigación. | 41 |
| Figura 3. Correlación de Pearson: Clima organizacional y Motivación laboral. | 48 |
| Figura 4. Correlación de Pearson: Clima organizacional y Motivación intrínseca | 50 |
| Figura 5. Correlación de Pearson: Clima organizacional y Motivación extrínseca. | 51 |
| Figura 6. Correlación de Pearson: Clima organizacional y Motivación trascendente | 53 |

Índice de anexos

| | |
|---|----|
| Anexo A. Cuestionario para evaluar la percepción del clima organizacional y motivación laboral | 61 |
| Anexo B. Validación del instrumento | 67 |
| Anexo C. Carta de aceptación de la Institución Banco de Crédito - BCP..... | 83 |
| Anexo D. Matriz de consistencia..... | 84 |

Resumen

La presente tesis titulada Percepción del clima organizacional y Motivación laboral de los clientes internos del Bancos de Crédito del Perú Sucursal Juliaca, en el año 2017, tiene como objetivo general; explicar la relación entre el clima organizacional y la Motivación laboral de los clientes internos del Banco del Crédito del Perú – Sucursal Juliaca, en el año 2017, para la demostración de los objetivos e hipótesis se trabajó con una población de 80 trabajadores y una muestra de 64 clientes internos, a los que se les encuestado en la variables de; clima organizacional y motivación laboral, en la metodología de la investigación el tipo es no experimental y el diseño es correlacional, para el tratamiento estadístico se trabajó con la estadística descriptiva tablas y figuras, para la demostración de las hipótesis se utilizó la estadística inferencial con la prueba de correlación de Pearson. Concluyendo, existe dependencia directa y fuerte entre la percepción del clima organizacional y la motivación laboral de los clientes internos del Banco de crédito del Perú sucursal Juliaca, ello se comprueba con la prueba de correlación e Pearson por el valor de $R= 0,709$, que demuestra que existe relación directa y considerable entre las variables clima organizacional y motivación laboral, además la prueba es significativa por el valor de probabilidad de 0,000 menor al parámetro de 0,05 a un 95% de confianza, donde la motivación laboral se origina a partir de las necesidades del comportamiento de las personas, con el esfuerzo que están dispuestas a realizar en su trabajo y está enfocado en las tres dimensiones de motivación intrínseca, motivación extrínseca y motivación trascendente.

Palabras clave: Percepción, clima organizacional motivación laboral, motivación intrínseca, motivación extrínseca, motivación trascendente.

Abstract

This thesis entitled Perception of the organizational climate and work motivation of the internal clients of Banco de Credito del Peru - Juliaca Branch, in the year 2017, has as its general objective; determine the relationship between the perception of the organizational climate and the work motivation by the internal customers of the Bank of the credit of Peru- Juliaca Branch, in the year 2017, for the demonstration of the objectives and hypotheses we worked with a population of 80 workers and a sample of 64 internal clients, who were surveyed in the variables of; organizational climate and work motivation, in the methodology of the research the type is non-experimental and the design is correlational, for the statistical treatment we worked with the descriptive statistics tables and figures, for the demonstration of the hypotheses we used the inferential statistics with the Pearson's correlation test. In conclusion, there is direct and strong dependence between the perception of the organizational climate and the work motivation of the internal customers of the credit bank of Peru branch Juliaca, this is verified with the Pearson correlation test for the value of $R = 0.709$, which demonstrates that there is a direct and considerable relationship between the variables organizational climate and work motivation, in addition the test is significant by the probability value of 0.000 less than the parameter of 0.05 to 95% confidence, where the work motivation originates from the needs of the behavior of people, with the effort they are willing to make in their work and is focused on the three dimensions of intrinsic motivation, extrinsic motivation and transcendent motivation.

Key words: Perception, organizational climate, work motivation, intrinsic motivation, extrinsic motivation, transcendent motivation.

Capítulo I

El problema de investigación

1.1. Descripción de la situación problemática

Existen diversas situaciones en una organización que puedan generar estados de inestabilidad, confusión, irritabilidad o incertidumbre, como son los cambios de directivos, los relevos sin previo aviso, resultados por debajo de lo esperado, falta de dirección estratégica o capacidad para tomar decisiones. Todas estas situaciones ocasionan que los empleados se sientan insatisfechos e inevitablemente crean un ambiente de dudas, en el cual, muchos de los trabajadores inician una búsqueda de empleo en otra organización, descuidando su labor y sumando un problema más a la empresa.

Esta realidad es una constante que puede ser observada y percibida a nivel mundial. Por ejemplo, según una encuesta internacional del Euro Barometro, aplicada en los primeros meses del 2014 en los estados miembros de la Unión Europea, los países en los que la satisfacción laboral es baja son: Grecia (16%), Croacia (18%), España (20%), Italia (25%) y Bulgaria (31%), llegando a puntualizar entre los aspectos que deben ser mejorados como el aumento de la intensidad del trabajo, la importancia del estrés laboral percibida por los colaboradores, las largas jornadas laborales y la excesiva carga de tareas. (Paradinas, 2014)

A pesar de las investigaciones que anteceden a este problema, las empresas siguen incidiendo en lo mismo, es por ello que la investigación aún tiene relevancia en el querer saber cuál es la verdadera relación para dar la solución correcta, y por otro lado aún siguen existiendo empresas que no le dan la suficiente importancia al tema de clima organizacional y en realidad son aspectos fundamentales en el desarrollo estratégico de cualquier empresa. Por ese motivo se define el problema relacionado como un vínculo o un obstáculo para el buen desempeño de la organización, la cual puede ser un factor de influencia en el comportamiento de quienes la integran, citado por (Bustamante, 2013).

Entonces el clima organizacional hace énfasis a la “cualidad o propiedad del ambiente organizacional percibida o experimentada por los trabajadores de la organización, que influye en su comportamiento. Este término se refiere específicamente a las propiedades

motivacionales del ambiente laboral, a los aspectos de la organización que provocan diversos tipos de motivación en sus miembros” Por tal motivo, de acuerdo a la presencia de determinados comportamientos por parte de los clientes internos frente a las tareas encomendadas según sus puestos, es necesario poder identificar cuáles son los factores que les permiten o no sentirse realizados dentro de la empresa o cuales serían los motivos específicos para lograr la consecución de los objetivos generales de su centro de trabajo, dado que encontrándonos próximas a desarrollar temas cruciales como el clima organizacional y motivación laboral, pudimos observar que muchos de ellos encuentran satisfacción en lo que hacen ya sea por sentirse solo motivados por alguna bonificación adicional o sin ningún afán de recibir incentivos para lograr sentirse realizados profesionalmente, cabe mencionar que en otro grupo se percibe insatisfacción por el reconocimiento de sus labores generando un clima hostil y muchas veces difícil de lidiar por parte de sus líderes, es por ello que el presente trabajo de investigación tiene como objetivo explicar la relación que existe entre la percepción del clima organizacional y la motivación laboral por los clientes internos del Banco de Crédito del Perú – Sucursal Juliaca, en el año 2017.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cómo es la relación entre el clima organizacional y la motivación laboral de los clientes internos del Banco de Crédito del Perú – Sucursal Juliaca, en el año 2017?

1.2.2. Problemas específicos

¿Cómo es la relación entre el clima organizacional y la motivación intrínseca de los clientes internos del Banco de Crédito del Perú - Sucursal Juliaca, en el año 2017?

¿Cómo es la relación entre el clima organizacional y la motivación extrínseca de los clientes internos del Banco de Crédito del Perú - Sucursal Juliaca, en el año 2017?

¿Cómo es la relación entre el clima organizacional y la motivación trascendente de los clientes internos del Banco de Crédito del Perú – ¿Sucursal Juliaca, en el año 2017?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General

Explicar la relación entre el clima organizacional y la motivación laboral de los

clientes internos del Banco de Crédito del Perú - Sucursal Juliaca, en el año 2017.

1.3.2. Objetivos específicos

Explicar la relación entre clima organizacional y la motivación intrínseca de los clientes internos del Banco de Crédito del Perú – Sucursal Juliaca, en el año 2017.

Explicar la relación entre clima organizacional y la motivación extrínseca de los clientes internos del Banco de Crédito del Perú – Sucursal Juliaca, en el año 2017.

Explicar la relación entre clima organizacional y la motivación trascendente de los clientes internos del Banco de Crédito del Perú – Sucursal Juliaca, en el año 2017.

1.4. Justificación

Teórica, la investigación es relevante porque la afirmación permitirá explicar los objetivos propuestos; en el clima organizacional y motivación laboral, mediante instrumentos de medición propuestos en el trabajo de investigación, porque esta es muy diferente en cada organización, de manera que puedan corregir, para lograr un nivel del clima organizacional dentro y fuera de la organización, midiendo la realización de colaboradores, el involucramiento laboral, la supervisión, la comunicación, y las condiciones laborales; porque el clima organizacional es la percepción que el trabajador tiene, como los procesos organizacionales que son parte del sistema y de las interacciones entre características personales y organizacionales.

El presente trabajo de investigación es importante porque la aplicación de las encuestas consiste en un conjunto de percepciones con respecto a su medio interno de trabajo, considerando la interacción entre los componentes, esa percepción es sobre conductas, mediante las actitudes subyacentes a los valores, a las normas y a los sentimientos que los empleados tienen ante su organización.

Institucional, la información obtenida servirá como una orientación para los Gerentes de cada agencia y a los empresarios, para que mejoren su nivel de percepción del clima organizacional y motivación laboral, además, este formará parte la base de datos del Banco del crédito del Perú, y teniendo como propósito servir como antecedente para el desarrollo de nuevos trabajos de investigación, así mismo, las percepciones compartidas por los miembros de una organización respecto al trabajo, son las relaciones interpersonales que tienen lugar en torno a él y las diversas regulaciones formales que afectan a dicho trabajo,

con el objetivo de alcanzar en la empresa las metas propuestas, las percepciones compartidas por un grupo de individuos miden su entorno mediante su estilo de supervisión, calidad de la capacitación, relaciones laborales, políticas organizacionales, prácticas comunicacionales, procedimientos administrativos y ambiente laboral en general.

Social, en el aspecto social la investigación pretende brindar un aporte a los empresarios, gracias a los resultados de la investigación ellos podrán orientarse y corregir los puntos débiles y fortalecer sus habilidades tanto a nivel individual como relacional en sus empresas para que su nivel de percepción de los clientes internos sea mejor, considerando el compromiso que involucra tanto a los individuos que se encuentran al mismo nivel con sus superiores, haciéndolos sentir motivados y contagiados de la manera como realizan sus tareas, éstos factores conforman el comienzo de un desarrollo dentro de la organización, que implica el sentirse bien consigo mismo y con todo aquel que se encuentre alrededor del individuo, generando un proceso de relaciones bien encaminadas y girando en sentido positivo hacia la obtención de un mayor compromiso por parte de los colaboradores.

1.5. Presuposición filosófica

En medio de tanta conmoción y cambios repentinos que hoy se vive, la estabilidad ha de ser puntal, que permita vivir como sociedad, porque las empresas necesitan ser estables para que haya un compromiso bueno y firme. Eso significa que las empresas necesitan más personas comprometidas a reconocer la función que suelen desempeñar en las organizaciones. Nehemías usó dos puntos de motivación, en primer lugar, apeló a su autoestima, les dijo: Al dramatizar el problema, Nehemías apeló a unos motivadores internos: la autoestima y la gloria de Dios. Habría podido utilizar premios e incentivos, pero era lo suficientemente listo para saber que los motivadores externos solo funcionan con los niños, en segundo lugar, Nehemías utilizó la motivación y convocó las tropas con este grito de guerra. Con aquellas palabras, inspiró a su equipo para que realizara lo que hasta entonces les había parecido imposible. Todo lo que hizo falta fue la motivación correcta.

Nehemías vio que los muros que rodeaban a Jerusalén no serían reconstruidos mientras no hubiera alguien que se levantara y comprometiera a la ciudad. Hacer esto exigió tiempo, recursos, esfuerzos y energías. La mayor motivación de la vida no es la externa ni la interna, sino la eterna.

Nehemías creyó en el compromiso de Dios con el éxito. Nehemías creyó y reclamó el éxito de Dios para sí mismo. La conducta de Nehemías ejerció una gran influencia sobre

la mente de sus colaboradores acerca de cómo hacer frente a las vicisitudes y tomar las cosas con un compromiso en la reconstrucción de Jerusalén. Se aferró a Dios con fe inquebrantable, avanzó con confianza creyendo que Dios obraría con grandes y preciosas victorias. Con humildad, mansedumbre y pureza, Nehemías sabía lo que era y tenía que hacer, se comprometió desde el inicio con su proyecto y vio culminado su propósito confiado en Jesús (Warren, 2010).

Capítulo II

Marco teórico

2.1. Antecedentes de investigación

Matias (2017), En su trabajo de investigación cuyo título es Clima organizacional y la motivación laboral de los trabajadores de los Olivos – 2016, y su objetivo es determinar la relación entre el clima organizacional y la motivación laboral de los trabajadores de la Municipalidad de Los Olivos- 2016, cuya metodología es de tipo no experimental y diseño correlacional, se trabajó con una muestra aleatoria de 125 trabajadores, pertenecientes a dos municipios de una zona costera de la provincia de Olivos. Se aplicó cinco instrumentos. Cuyos resultados son; De acuerdo a los resultados obtenidos en la Tabla 5 y figura 4, de todos los trabajadores encuestados de la Municipalidad de Los Olivos – 2016, que contribuyen el 100% de la muestra: el 20 % de los encuestados percibe que la recompensa se encuentra en un nivel “alto”, mientras que para el 45.26% de los encuestados lo considera en un nivel “intermedio”, y solo es 37.74% en un nivel “bajo”.

Peralta & Besio (2015), en su trabajo de investigación Grado de supervisión, como variable moderadora clima organizacional y motivación laboral, en una organización estatal chilena, cuyo objetivo es establecer el impacto del Grado de Supervisión como variable moderadora de la relación entre motivación y clima organizacional, en este estudio se conceptualizó como un constructo con dos polos, estrecho o lejano. Se trabajó con una muestra aleatoria de 149 empleados del personal de organizaciones del sector público (65%) y privado (35%) de la ciudad de Arica, tenían un jefe directo. De éstos, el 57% eran hombres y el 42, 3% eran mujeres. Se utilizó un instrumento elaborado por Cuadra y Veloso (2007), para medir grado de supervisión, presentan los coeficientes de fiabilidad, los que van desde 0,79 a 0,92, respecto de su validez estructural, se evidenció un factor de segundo orden que explicó el 60% de la varianza, al que se denominó “Clima General”. Así mismo, Motivación laboral fue evaluada mediante una encuesta tipo Likert construido ex profeso, cuya confiabilidad fue de 0,91 y goza de buena validez factorial, conformando un factor único que explica el 65% de la varianza. Los resultados encontrados evidencian que el impacto sobre variables como la motivación y clima laboral está fuertemente mediado por grado de

supervisión. Finalmente, se discute la relevancia de este efecto moderador en el ejercicio del liderazgo de los ingenieros que ejercen tanto una supervisión directa como indirecta. Cabe recalcar que las variables que se ven más afectadas son motivación y clima de organizacional.

Espiritia (2016), el trabajo de investigación clima organizacional y motivación laboral en empresas de telecomunicaciones: Factores diferenciadores entre las empresas pública y privada), en el sector de las telecomunicaciones en Bogotá, Describió y comparó los factores motivacionales y su relación con el clima organizacional, en empleados de una empresa pública y una privada. Se realizó un muestreo aleatorio para escoger al 10% de empleados del área ocupacional administrativa; la muestra de trabajadores encuestados fue de 60, de los cuales 30 pertenecen a la empresa pública, y 30 a la empresa privada. Con el propósito de obtener un diagnóstico más claro y preciso, se consideraron algunas variables demográficas como: tipo de empresa, estado civil, sexo, nivel de estudios, edad, ingreso promedio mensual, antigüedad y salario. Así mismo, entre las variables grupo de trabajo y recompensa se reporta una correlación positiva de 0,450. Bellsouth puntuó muy alto en la percepción de normas de excelencia. Los variables de afiliación y salario correlacionan negativamente (-0,487); esta asociación explica que a las personas que poseen una alta valoración por el salario para satisfacer necesidades no les interesa mantener relaciones positivas en su trabajo, o viceversa. Tiene como resultado, que no existen diferencias significativas en cuanto al clima y la motivación laboral entre los empleados de una empresa pública y una privada en el sector de las telecomunicaciones, contra la creencia popular de la existencia de un compromiso relativamente bajo en las empresas del Estado. Las diferencias pueden ser en lo cultural, legal y jurídico.

Lucas (2017), en su trabajo de investigación, Motivación laboral y clima organizacional en el área de atención al cliente del BCP 2017, con los objetivos de; Establecer la relación que existe entre el propósito del clima organizacional y motivación laboral en el área de atención al cliente del BCP, 2017, Establecer la relación que existe entre las relaciones del clima organizacional y motivación laboral en el área de atención al cliente del BCP, 2017, Establecer la relación que existe entre el liderazgo del clima organizacional y motivación laboral en el área de atención al cliente del BCP, 2017. Se realizó un muestreo que estuvo conformada por 170 colaboradores del área de atención al cliente del BCP. Los instrumentos empleados fueron dos escalas de motivación y clima laboral bajo el enfoque de McClelland y Litwing, está diseñado con la técnica de Likert, contiene 15 Ítems y tiene

como coeficiente Alfa de Cronbach 0.05. El instrumento utilizado para recoger datos de la variable (X): Clima organizacional fue un cuestionario y para recoger los datos de la variable (Y) Motivación laboral fue una ficha de observación. En la tabla 11 y figura 3 se detallaron los niveles de la variable clima organizacional, siendo el más predominante “regular” con (93.10%) lo que significa que la mayoría de la población no está satisfecha con el ambiente presentado en la organización, para lo cual deberían implementarse mejoras en la gestión del capital humano y así optimizar el nivel de clima.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Clima organizacional

El clima es la “atmósfera” psicológica y social que rodea el ambiente de trabajo, es el conjunto de percepciones que tienen los colaboradores acerca de las condiciones del ambiente de trabajo y la resultante de las emociones, actitudes y sentimientos que surgen en las comunicaciones e interacciones de los integrantes de la organización.

El clima laboral es el medio ambiente humano y físico en el que se desarrolla el trabajo cotidiano. Influye en la satisfacción y por tanto en la productividad. Está con el "saber hacer" del directivo, con los comportamientos de las personas, con su manera de trabajar y de relacionarse, con su interacción con la empresa, con las máquinas que se utilizan y con la propia actividad de cada uno (Rubio, 2013)

El clima organizacional, es un asunto de importancia para aquellas organizaciones competitivas que buscan lograr una mayor productividad y mejora en el servicio ofrecido, por medio de estrategias internas. El origen del clima organizacional alude a su formación dentro de la teoría de relaciones humanas. Sus nociones de proceso de inserción están asociadas a la sociología y a la etapa de la psicología industrial (Guadalupe, 2015).

El concepto de clima organizacional se origina en la teoría de las relaciones humanas, dado que el hombre tiene una función laboral en un entorno social de ambientes complejos y dinámicos como instituciones compuestas de personas y colectividades que generan comportamientos diversos que afectan al ambiente.

La tradición de la sociología de las organizaciones esta originalmente ligada a los trabajos de Weber sobre la burocracia y tanto en Estados Unidos como en Europa los primeros grandes trabajos de investigación se realizaron en este campo, pues las empresas

ocupan hoy en día un lugar creciente en las prácticas sociales, y paralelamente los empresarios también ocupan un lugar creciente en las sociedades. En este sentido, las empresas se afirman, como instituciones centrales de nuestras sociedades, mientras que otras como las políticas, retroceden su campo de acción frente a los procesos de globalización, en tanto que la empresa es, simultáneamente, un lugar de producción de bienes o servicios, pero también una organización y, a su vez, una institución, por lo que debe ser aprehendida en todas sus dimensiones, sean económicas, sociales o culturales, citado por (Neyra Enciso, 2016)

Es imprescindible recordar que la incursión de la psicología en el ámbito empresarial tuvo origen en el área experimental, y como en la mayoría de disciplinas científicas, se presentaron a partir de las guerras mundiales, citado por (Enciso Forero & Toro, 2015).

El objetivo de la psicología industrial es el análisis de las características humanas que cada tarea exige a su ejecutante, y una selección científica de los empleados. En esta etapa la psicología industrial se vuelve hacia los aspectos pre- comprensivos conformadas tanto en términos cognitivos como morales y emocionales.

2.2.2. Enfoque del clima organizacional

2.2.2.1. Enfoque objetivo de Forehand y Gilmer.

Ambos autores, plantean el clima organizacional como un conjunto de características permanentes que describen una organización, como un sistema abierto y como una visión fenomenológica.

El clima organizacional es visto como un factor puramente objetivo, o desde un enfoque estructural, los teóricos, como Forehan y Gilmer (1984), citado (Uscátegui, 2015), lo definen como un conjunto de características permanentes, tales como: el tamaño de la organización, la estructura organizativa, la complejidad de los sistemas organizacionales, el estilo de liderazgo y las orientaciones de las metas, sin embargo, es importante señalar que, dentro de este enfoque, la complejidad de los sistemas organizacionales se refiere tanto al número de componentes, como al número y naturaleza de las interacciones entre ellos y se relaciona específicamente con la dirección y la complejidad de la comunicación.

Esto es la globalidad como visión del clima en tanto ambiente total, experimentado por los habitantes, es decir, fenomenológicamente como realidad externa percibida y como

exterior al individuo, pero que contribuye a su naturaleza con consecuencia en su comportamiento y actitudes.

2.2.2.2. Enfoque Subjetivo de Halpin y Crofst.

Ambos autores, se plantean al clima organizacional como la opinión que el empleado se forma de la organización y la percepción del significado que tiene de sus necesidades sociales. Halpin y Crofts (1963), citado por (Maldonado, 2012) el enfoque subjetivo, es la percepción de los miembros de la organización lo que define el clima, plantean un punto importante del clima: El espíritu, término que indica la percepción que el trabajador tiene de que sus necesidades sociales se están satisfaciendo y disfruta del sentimiento de la labor cumplida.

Según Domínguez Aguirre (2015), menciona que el clima organizacional dentro de las instituciones se refleja en las estructuras organizacionales, tamaño de la organización, modos de comunicación y estilo de liderazgo. Los dos últimos elementos, de acuerdo con Brunet (2004), se ubican en los procesos organizacionales.

2.2.2.3. Enfoque sintético Litwin y Stringer.

Ambos autores plantean el clima organizacional como la percepción que tiene el individuo sobre el desarrollo del sistema de la organización desde descripciones psicológicas y sobre los factores ambientales que existen dentro de la misma.

Según Schneider, citado Chiang, Martín y Núñez (2010), las percepciones del clima son descripciones psicológicamente fundamentales en las que hay acuerdo para caracterizar las prácticas y procedimientos de un sistema. A través de ellas, un sistema puede crear varios climas donde las percepciones fundamentales funcionen como marco de referencia para conseguir una congruencia entre la conducta y las prácticas, y procedimientos del sistema.

Según Goncalves (1997) el clima organizacional es la percepción que el trabajador tiene de las estructuras y procesos organizacionales como parte de un sistema y de las interacciones entre características personales y organizacionales, de acuerdo a Martínez, (2000) citado por Niño, Rodríguez y Cárdenas (2009), las que afectan, directa o indirectamente, el comportamiento de las personas dentro de una organización. Según Brunet (1999), citado por Niño, Rodríguez y Cárdenas (2009), a su vez, el comportamiento organizacional es la respuesta directa al comportamiento administrativo y las condiciones

organizacionales.

Según James & Jones (1974), citado por Niño, Rodríguez y Cárdenas (2009), el clima organizacional se puede abordar como una percepción de factores ambientales haciendo referencia a una medida múltiple de los atributos organizacionales y la medida perceptiva de los atributos individuales, reconociendo que los valores, actitudes u opiniones personales de los empleados puedan afectar la percepción de clima.

El clima es el conjunto de percepciones globales que los individuos tienen de su ambiente y que reflejan la interacción entre las características personales del individuo y las de la organización. Al ser una función institucional que se crea, se puede intervenir sobre él. No es sólo un concepto o un fenómeno cuyo conocimiento nos ayudará a entender mejor el funcionamiento de las organizaciones, sino un concepto de intervención que permite la mejora de los resultados organizacionales.

2.2.3. Teoría del clima organizacional

2.2.3.1. *Clima organizacional.*

Un acercamiento conceptual al clima organizacional puede ser explícitamente mediante los criterios de percepción y conocimiento.

El clima organizacional o laboral se concibe como un conjunto de percepciones de los individuos con respecto a su medio interno de trabajo considerando la interacción entre los elementos individuales, características y procesos de la organización, según Schneider, Ehrhart y Macey (2011). Para McKnight y Wenster (2001) esa percepción también es sobre conductas que son esperadas y recompensadas. Según Brunet (2002), la percepción, primeramente, es colectiva y se traduce mediante las actitudes subyacentes a los valores, a las normas y a los sentimientos que los empleados tienen ante su organización.

Así mismo, las percepciones compartidas por los miembros de una organización respecto al trabajo, son las relaciones interpersonales que tienen lugar en torno a él y las diversas regulaciones formales que afectan a dicho trabajo, según Rodríguez (1999), y el conocimiento que tiene el personal acerca de su empresa, organización y con el objetivo de su grado de desarrollo personal que prevé alcanzar en la empresa. Se puede afirmar a partir de ello, que se caracteriza por el entusiasmo, el optimismo y el trabajo en equipo, según García (1987), citado por Toro, Ochoa y Vargas (2004). Las percepciones compartidas por

un grupo de individuos miden su entorno mediante su estilo de supervisión, calidad de la capacitación, relaciones laborales, políticas organizacionales, prácticas comunicacionales, procedimientos administrativos y ambiente laboral en general según Brow (1991), citado por Jiménez (2007).

2.2.3.2. Dimensiones del clima organizacional.

2.2.3.2.1. Realización personal.

La realización personal hace referencia a la apreciación del trabajador con respecto a las posibilidades del buen desempeño laboral y al compromiso relacionado con la creatividad.

Según Boyatzis (1982) citado por Gil (2007), el buen desempeño laboral con la realización característica subyacente en una persona, que está causalmente relacionada con una actuación exitosa en un puesto de trabajo. Tomando en consideración los componentes de la competencia, Le Boterf (2001) la construcción es a partir de una combinación de recursos (conocimiento, saber hacer, cualidades o aptitudes), y recursos del ambiente (relaciones, documentos, informaciones y otros) que son movilizados para lograr un desempeño. Podría decirse que posee competencia profesional quien dispone de los conocimientos, destrezas y actitudes necesarias para ejercer una profesión, puede resolver problemas profesionales de forma autónoma y flexible y está capacitado para colaborar en su entorno profesional y en la organización del trabajo, Bunk (1994). El concepto de uno mismo y la realización personal permiten predecir unas conductas concretas que a su vez predicen el desempeño, según Hooghiemstra (1992) citado por Gil (2007).

El compromiso involucra tanto a los individuos que se encuentran al mismo nivel con sus superiores, haciéndolos sentir motivados y contagiados de la manera como realizan sus tareas, así la realización personal se vincula no solo con la creatividad, sino con una gran razón motivadora, ya que estimula a que las personas piensen en lo que están haciendo, lo cual es la característica más sobresaliente de los trabajadores creativos, según Romo (1997). Se hace referente la realización a la creatividad, mediante características especiales, tanto personales (fuerte motivación por el trabajo, independencia, autonomía, inconformismo, alto nivel energético, centro de control interno), como intelectuales (su originalidad, flexibilidad, humor, coeficiente intelectual), éstos factores conforman el comienzo de un desarrollo dentro de la organización, que implica el sentirse bien consigo mismo y con todo aquel que

se encuentre alrededor del individuo, generando un proceso de relaciones bien encaminadas y girando en sentido positivo hacia la obtención de un mayor compromiso por parte de los colaboradores, según Varela (1991), citado por Toro, Ochoa y Vargas (2004).

2.2.3.2.2. Involucramiento laboral.

El involucramiento laboral hace referencia a la identificación de los valores y compromiso.

La identificación con los valores organizacionales y compromiso para con el cumplimiento y desarrollo de la organización, mediante la actitud de valoración del recurso humano, por parte de la empresa, por ello existe compromiso de su labor con su creatividad y con el desarrollo de sus potencialidades del involucramiento de los trabajadores y en lo posible de sus organizaciones, a la misión y a los objetivos de la empresa.

Según Reátegui (2017), ha establecido que el involucramiento es una cualidad relativamente permanente del ámbito interno, experimentada por los miembros del grupo de una organización, que influyen en su conducta y que se pueden describir en función de los valores de un conjunto particular de características de la organización. Esta definición enfatiza en las características descriptoras de la organización, que influyen en el comportamiento de las personas en el trabajo (p. 79).

Involucramiento de los trabajadores mediante la organización de la empresa por medio de su misión y objetivo, así mismo la política de relaciones cooperativas exige, por definición una actitud de valoración del recurso humano, por parte de la empresa, el compromiso con su labor, con su creatividad y con el desarrollo de sus potencialidades, citado por (David, 2014).

2.2.3.2.3. Supervisión.

La supervisión hace referencia al conocimiento colectivo, como una actividad de servicio u orientada a valores, que da lugar a la adaptación y al establecimiento de las exigencias requeridas al trabajador.

Según Ussher (2008), la supervisión deberá tratar, en este punto, en generar procesos para que se produzca creativamente el conocimiento colectivo y para que un campo dinámico de saberes no se agote en la repetición institucional de certezas generando condiciones de

transversalidad conceptual, metodológica, institucional.

2.2.3.2.4. Comunicación.

La comunicación hace referencia al grado de circulación de información técnica dentro de la organización, que permitirá una adecuada toma de decisiones para el logro de los objetivos y metas que se propongan.

Según Hampton (1997), citado por Jiménez (2007), la comunicación es un proceso que suministra la información técnica, relacionada con la coordinación y con la motivación de todas las partes de la organización que se mide en relación al control, motivación, expresión emocional, información. De acuerdo con Cano (2005), la comunicación es el proceso de transmisión y circulación de la información dentro de la organización, incluyendo todo tipo de información, sea formal o informal, verbal o no, citado por Pinedo (2011).

Según Madrigal (2006), citado por Pinedo (2011), la comunicación proporciona la información que los individuos y grupos necesitan para conocer sus debilidades, fortaleza, oportunidades y amenazas, lo que les permitirá una adecuada toma de decisiones para el logro de los objetivos y metas que se propongan, ya sea a corto, mediano o largo plazo.

2.2.3.2.5. Condiciones laborales.

Como un reconocimiento de que la institución provee los elementos materiales, económicos y/o psicosociales necesarios para el cumplimiento de las tareas encomendadas.

Según Brunet (2002), es un conjunto de conocimientos teóricos, habilidades, destrezas y actitudes que son aplicados por el trabajador en el desempeño de su ocupación o cargo en correspondencia con el principio del rendimiento laboral, no es sólo una consecuencia de las capacidades del individuo, sino que surge también en relación con un ambiente laboral adecuado que favorezca la utilización de las diferencias individuales. Para Chiavenato (2000) define las condiciones laborales, cómo las acciones o comportamientos observados en los empleados que son relevantes para el logro de los objetivos de la organización, citado por Almeida (2013).

2.2.4. Motivación laboral

Los inicios de la motivación laboral se refieren a los aportes desde un enfoque

filosófico, posteriormente en la década de los 50, su origen conceptual y formal, desarrollaría numerosos esfuerzos por sistematizarlas.

Al respecto, la consecución de los fines organizacionales llevaron a Taylor en los primeros años del siglo XX, a fundamentar la primera escuela que aborda la problemática del trabajo humano en las organizaciones, a partir de ahí, crece la preocupación por el lado humano del trabajo, hasta el punto de convertirse en la principal función de los directivos mediante la integración de las motivaciones individuales en los fines organizacionales, a partir de aquí han proliferado diferentes teorías sobre motivación laboral, unas fundamentándolas en la minimización de las necesidades del trabajador, otras acentuando las dimensiones sociales del trabajador, citado por (Guasch, 2016).

2.2.5. Modelos teóricos de motivación laboral

La teoría bifactorial, se plantea como el equilibrio entre los factores de higiene y los motivadores, a través de los cuales se relaciona con la satisfacción e insatisfacción laboral, donde abarca las condiciones del desempeño personal.

Según Herzberg, citado por Sanz (2012), la motivación laboral se basa en un equilibrio entre los factores de higiene y los motivadores, si las condiciones de higiene son inadecuadas se experimenta sensaciones de insatisfacción laboral. Así mismo Daft y Marcic (2006), los factores de higiene son externos, evitando disgustos a los trabajadores, es decir, están relacionados con la insatisfacción, pues se localizan en el ambiente que rodea a las personas y abarcan las condiciones de trabajo. Sin embargo, Orgemer (2002) dice que los factores motivacionales son intrínsecos a la tarea, están relacionados con las necesidades de desarrollo psicológico, considerando y promoviendo las aptitudes que tienen las personas para realizar cosas, citado por Morales (2009).

En la misma dirección, Espinoza (2005), basado en la satisfacción e insatisfacción laboral, el contexto del puesto, hace referencia al escenario de trabajo, en el cual el trabajador se desenvuelve, así mismo Herzberg sugiere que las organizaciones serían más efectivas en situaciones donde el trabajo esté estructurado para maximizar la oportunidad de la necesidad de satisfacción. Según Treviño (2000), citado por Zaleta (2012), estos factores higiénicos previenen únicamente la insatisfacción, sin embargo, el conjunto de factores relacionados al contenido del puesto (tareas y deberes) producen un efecto de satisfacción duradera induciendo a un aumento de la productividad.

A través de los cuales, para Herzberg (1959), los factores higiénicos como los motivacionales llevan a los empleados a un estado neutral de satisfacción, por lo que no constituyen factores fuertemente motivadores; según Schermerhorn (2004), por ente influyen en la insatisfacción laboral las políticas organizacionales, la calidad de la supervisión, las condiciones de trabajo, el sueldo o salario base, las relaciones con los compañeros, las relaciones con los subordinados, el status y la seguridad, es decir, la teoría de factores, la satisfacción y la insatisfacción laborales son dimensiones separadas y así el mejoramiento de un factor de higiene, como las condiciones de trabajo, no hará que las personas se sientan satisfechas con su trabajo, evitará que se sientan insatisfechas, citado por Olaya, Mercado y Cepeda (2014).

Según González y Olivares (2004), el modelo bifactorial hace referencia a las necesidades de la organización, este modelo utiliza el sumar motivación al trabajo de una persona y minimizar la cantidad de factores higiénicos que se utilizan, Hellriegel y Slocum (2009). De igual manera Osland (2007), citado por Gherman, Vásquez y Murillo (2011), menciona que el método de enriquecimiento del trabajo resuelve los problemas de falta de sentido, impotencia y aislamiento que causan la alienación de los trabajadores en lugar de crear compromiso.

En síntesis, según Mateo (2007), quien llevó a cabo un estudio de motivación sobre diversos factores causantes de satisfacción o insatisfacción en el trabajo, como Chiavenato (2002), señala que la teoría de la motivación-higiene no carece de detractores, se amplían de manera vertical para permitir que los trabajadores asuman una mayor responsabilidad en la planeación y el control de su trabajo, destacando que los factores responsables de la satisfacción profesional de las personas están totalmente desligados y son distintos de los factores que originan la insatisfacción profesional, el opuesto de la satisfacción profesional no sería la insatisfacción, sino ninguna satisfacción profesional, citado por Bazán (2015).

2.2.5.1. Teoría de las necesidades aprendidas (McClelland 1965).

De acuerdo al autor McClelland, la motivación laboral se origina a partir de las necesidades del comportamiento de las personas, que está enfocado en tres tipos: poder, afiliación y logro, que determina actitudes favorables y cooperativas de las características de las personas.

Es importante señalar, según Estrada (1988), que la motivación nace de las

necesidades, es decir, que las necesidades empujan y los objetivos jalan; Así mismo, según Idalberto Chiavenato (2006), manifiesta que al estudiar el comportamiento de las personas se abarcaría el espacio de las necesidades humanas, dichas causas se denominarían necesidades o motivos: fuertes conscientes o inconscientes que determinan el comportamiento de la persona, citado por Zaleta (2012).

La teoría de McClelland, citado por Sanz (2012), plantea la motivación laboral como necesidades de los individuos las que se aprenden o se adquieren en su interacción con el medio, tanto a nivel social como cultural, basado en poder, afiliación y logro, de las personas en función de las conductas que ha adquirido o aprendido de los entornos donde han vivido durante tiempo. Otros autores como Davis y Newstrom (1993), citado por Espinoza y Gallardo (2006), se basa en un sistema de clasificación que destaca tres de los impulsos más dominantes que participan en la motivación, se enfoca en tres tipos de necesidades: Necesidades de logro, las de poder y afiliación; se refieren al impulso por sobresalir y por poseer realizaciones sobre un conjunto de normas, en definitiva, por alcanzar el éxito, las necesidades mencionan la tendencia de algunas personas a acercarse y establecer vínculos de cooperación y amistad con el resto, trabajan de mejor manera cuando son felicitadas por sus actitudes favorables y cooperativas.

Según Abreu y Badii (2015), vinculado al concepto, el motivo de poder es el que más se correlaciona con la eficacia como directivo, la meta de la motivación para el poder, es sentirse poderoso, además el más estudiado y la principal conclusión a la que se ha llegado es que las personas con un mayor motivo de logro prefieren trabajos con la siguiente característica: que el resultado dependa de su propio esfuerzo. Para la realización de esta teoría, McClelland (1967), citado por Olaya, Mercado y Cepeda (2014), infiere en que si bien es cierto para predecir con mayor eficiencia, era necesario estudiar directamente a las personas en el trabajo, contrastando las características de quienes son particularmente exitosos, con las características de quienes son solamente promedio, por ello, se evalúa aquello que realmente causa un rendimiento superior en el trabajo, y no a la evaluación de los factores que describen las características de una persona.

McClelland, Atkinson y Weiner (1972), desarrollan diferentes enfoques de las teorías de motivación de logro al conocimiento de las atribuciones o explicaciones que el sujeto hace de sus éxitos y fracasos, para que el resultado de una acción tenga algún significado en relación al sentimiento de competencia, es preciso que lo atribuya a su propia habilidad o

falta de ella (Weiner, 1972), citado por Jurado y Casacuberta (2013).

2.2.5.2. Teoría de Jerarquía de Alderfer: Modelo existencia, relaciones y crecimiento.

La teoría de jerarquía de Clayton Alderfer, citado por Sanz (2014), menciona que la motivación laboral está basada en las necesidades múltiples: Necesidades de existencia, necesidades de relación y necesidades de crecimiento; que se produce al intentar satisfacer una necesidad del conocimiento que existe de las diferencias individuales entre los individuos.

Asimismo, según Espinoza y Gallardo (2013), sostienen que los humanos inicialmente se interesan por satisfacer las necesidades de existencia, enfocándose finalmente en las necesidades de crecimiento o autorrealización personal, fortaleciendo su autoestima.

Según Olaya, Mercado y Cepeda (2014), las necesidades de crecimiento que se refiere al deseo por un crecimiento y desarrollo personal continuo, incluyen el componente interno de la clasificación de estima y la de autorrealización, la teoría ERG sostiene que se puede activar más de una necesidad al mismo tiempo.

Espinoza (2005), el modelo ERC, ha establecido que se pueden activar más de una necesidad al mismo tiempo, es decir, adopta la hipótesis de progresión de la satisfacción, pero asimismo presenta una hipótesis de regresión de la frustración, lo cual implica que se puede activar una necesidad de orden inferior, que ya estaba satisfecha, cuando una de orden superior no puede ser cubierta.

Por otra parte, según Robbins (2009), las necesidades aluden al anhelo de desarrollo individual o, en otras palabras, al deseo de autorrealización, planteando la posibilidad de que estén activas dos o más necesidades simultáneamente, como es el caso que la frustración del intento por satisfacer una necesidad superior puede incitar una regresión a una necesidad inferior.

2.2.5.3. Motivación Laboral

Un acercamiento conceptual a la motivación laboral puede ser explícitamente mediante el nivel de esfuerzo mediante la necesidad, estado emocional y la conducta de las personas.

Así mismo, motivación laboral, se refiere al estado emocional que se genera en una persona como consecuencia de la influencia que ejercen determinados motivos en su comportamiento, también son las propiedades particulares del ambiente que perciba el individuo, que darán como resultado algunos cambios en el modelo de motivación provocada, según Martínez (2001), citado por Espitia (2006). Para Fiscal (2004), está constituida por todos los factores capaces de provocar, mantener y dirigir la conducta hacia un objetivo; es decir, dirigido para satisfacer la necesidad personal.

2.2.5.4. Motivación intrínseca

Motivación surge de las necesidades psicológicas orgánicas, de la curiosidad y la necesidad de crecer, que es dirigido por las conductas en relación al entorno, para evaluarse y auto determinarse el nivel de habilidad de las personas, de acuerdo a los conocimientos y destrezas que poseen.

Comprende las necesidades de logro, afiliación, poder e intimidad y dirigen la conducta hacia la satisfacción de las necesidades que son más importantes para cada individuo, según Murray (1937). Así mismo, la motivación intrínseca, es la inclinación innata de comprender los intereses propios y ejercitar las capacidades personales para buscar y dominar los desafíos máximos, según Deci y Ryan (2002), citado por Olaya, Mercado y Cepeda (2014).

Las conductas intrínsecamente motivadas son aquellas en que la persona participa para poder evaluarse como competente y auto determinante con relación al entorno, así mismo la complejidad, la novedad y la imprevisibilidad son propiedades que conducen a la exploración, la investigación, la manipulación y en definitiva a la motivación personal. Situación en la que el nivel de habilidad de la persona es igual al nivel de dificultad de la tarea, según Reeve (1994), citado por Espinoza y Gallardo (2006).

Hackman y Oldman (1980), citado por Ramírez, Abreu y Badii (2008), presentaron un modelo de las características del trabajo, en el que señalan que la motivación laboral intrínseca se produce cuando se dan en la persona tres estados psicológicos críticos: significatividad del trabajo, responsabilidad personal sobre los resultados de su trabajo y conocimiento de esos resultados. Las personas no reaccionan de la misma manera ante estas características; hay unas variables moduladoras de estos estados psicológicos críticos que son: los conocimientos y destrezas que poseen. Así mismo, según Thomson (2012), citado

por Jurado y Casacuberta (2013), hace referencia a las actividades por su satisfacción inherente más que por algunas consecuencias separables.

Al mismo tiempo, la motivación intrínseca emerge espontáneamente por tendencias internas y necesidades psicológicas que motivan la conducta en ausencia de recompensas casuales, es decir, cuando las personas realizan actividades para satisfacer necesidades de causación personal (autodeterminación), efectividad o curiosidad entonces actúan por motivación intrínseca, según Reeve (1994), citado por Álvarez y Arteaga (2013).

Citado por Legaspi y otros (2010), resume la necesidad de las personas de saber, comprender y buscar significado a las cosas, relacionada con la exploración, curiosidad y aprendizaje de metas, se asocia al placer que se obtiene al hacer cosas nuevas e interesantes; es definida como la implicación en una actividad por el placer y la satisfacción experimentada cuando se intenta lograr algo, superándose a sí mismo, y actuando más allá de los requerimientos formales, la motivación intrínseca experimenta sensaciones estimulantes y positivas, tales como placer sensorial, estético, y experiencias emocionantes y extraordinarias.

2.2.5.5. Motivación extrínseca

La motivación extrínseca, hace referencia a las consecuencias ambientales que se espera alcanzar mediante las causas fundamentales de la conducta, las cuales se encuentran afuera y no dentro de la persona, sea de acuerdo a los actos positivos o negativos que poseen, y de acuerdo a los comportamientos, para satisfacer las necesidades a partir de los aspectos externos.

La motivación extrínseca, surge de los incentivos y las consecuencias ambientales al que el individuo estará expuesto para realizar su labor, es decir, la persona que actúa como un delegado para el medio externo, se recompensa a sí misma emocionalmente por realizar una buena conducta definida por otro y se castiga de la misma forma por realizar una mala conducta, según Reeve (2003), citado por Olaya, Mercado y Cepeda (2014).

Las causas fundamentales de la conducta se encuentran fuera y no dentro de la persona, es decir, alude a fuentes artificiales de satisfacción que han sido programadas socialmente, como los halagos y el dinero, determinadas por consecuencias, de forma que aquellos actos que poseen consecuencias positivas tienen mayor posibilidad de aparición que

aquellos que poseen consecuencias negativas, según Reeve (1994), citado por Espinoza y Gallardo (2006).

Existen programas específicos de reforzamiento para lograr que las personas realicen determinados tipos de conductas, los programas continuos se producen cuando un reforzador acompaña cada conducta de la persona y el reforzamiento parcial ocurre cuando solamente se refuerzan algunos comportamientos correctos, según Davis y Newstrom (1993). Se denomina motivación extrínseca, porque tiende a la satisfacción de estas necesidades a partir de aspectos externos a la propia tarea, como las retribuciones económicas, o las características del contrato laboral, según Deci y Ryan, (1985), citado por Ramírez, Abreu y Badii (2008).

Como seguimiento de esta, según Reeve (1994), citado por Álvarez y Arteaga (2013), la motivación extrínseca, proviene de fuentes ambientales externas, las causas fundamentales de la conducta se encuentran fuera y no dentro de la persona, es decir, alude a fuentes artificiales de satisfacción que han sido programadas socialmente, como, por ejemplo, los halagos y el dinero.

Para Núñez (2006), citado por Legaspi y otros (2010), manifiesta que en efecto de las evidencias anteriores, se refiere a que la conducta tiene significado, porque está dirigida a un fin, es decir, tiene valor instrumental: comprende la motivación extrínseca de regulación externa, asociada a conductas reguladas mediante recompensas y obligaciones exteriores, la regulación interna, que ocurre cuando las conductas obedecen a razones interiorizadas por la persona y de identificación, en donde los motivos externos se han internalizado, y la decisión de realizar la conducta es de la persona, aunque no sea gratificante.

2.2.5.6. Motivación trascendente

Motivación trascendente, hace referencia al comportamiento que tiene su base en las creencias, valores y principios laborales de los individuos, que mueve el sujeto por las consecuencias que espera que produzca en su entorno y por los procesos del vínculo de identificación, lealtad y compromiso con la organización y el equipo.

Comportamiento que tiene su base en las creencias, valores y principios que tenga el individuo y los individuos del grupo social u organizacional al que pertenezca. El realizar una acción para beneficio de los demás, dejando a un lado en muchos casos el beneficio

material personal, implica que es importante para él, valores tales como la solidaridad, la amistad, el servicio, el amor, etc., que en este caso son los factores que genera e integran una actitud y por hecho una motivación para la acción en beneficio de los demás, según Correa & Banquedano (2010), citado por Zaleta (2012).

Según los autores Deci y Ryan (1985), Maslow (1954) Pérez (1991 y 1993), citado por Jurado y Casacuberta (2013), la motivación trascendente lleva a actuar a las personas por las consecuencias de lo que han venido realizando para otras, es un proceso de decisión basado en una ética racional de principios reales, de valor universal y constante; donde la inteligencia y la voluntad están necesariamente presentes, por tanto, los factores que motivan la acción, lleva implícita una asunción acerca de lo que es la persona, es decir, las motivaciones trascendentes no deben estar inspiradas simplemente por los sentimientos que las necesidades ajenas despiertan en nosotros, sino que han de ser el resultado de un proceso de decisión basado en una ética racional de principios reales, de valor universal y constante; donde la inteligencia y la voluntad están necesariamente presentes.

Asimismo, se mueve el sujeto por las consecuencias que espera que produzca su acción en otros u otros sujetos presentes en el entorno, según Pérez (1979), citado por Mora y Osorio (2000).

Es generado cuando la persona encuentra su satisfacción profesional en el servicio y en la ayuda a sus colaboradores; cuando se implican en su formación y en el servicio, así como cuando ayuda a la organización, tomando parte en las decisiones de la empresa. Esta motivación consigue un vínculo de identificación, lealtad y compromiso con la organización y el equipo, Según Álvarez (2002); Pérez (1993), citado por Ugarte y Naval (2010).

2.3. Marco conceptual o términos

2.3.1. Clima organizacional

Es un asunto de suma importancia para aquellas organizaciones que buscan lograr una mayor productividad y mejora en el servicio ofrecido. Es así que analizo el comportamiento de cada empleado a través de su realización personal, involucramiento laboral, supervisión, comunicación y condiciones laborales con el fin de identificar este tipo de clima como la atmósfera psicológica característica que existe en cada organización, involucrando diferentes aspectos de la situación, que se sobreponen mutuamente en diversos grados, como el tipo de organización, la tecnología, las políticas, las metas operacionales, los reglamentos internos.

2.3.2. Realización personal

Actualmente, la realización personal de cada individuo en el agresivo mundo de los negocios, junto a la forma de vida asumida indistintamente, que se guía en muchos casos por el éxito traducido a parámetros materiales, indica además el cumplimiento de objetivo personal de cada individuo, la plenitud de sus capacidades al hallazgo del sentido de su existencia, de forma que su sistema emocional considere con satisfacción su vida, la realización no depende de los medios que se utiliza, sino de los fines que se propone. Involucramiento laboral.

2.3.3. Supervisión

Es una actividad basada en técnicas y especializada que tiene como fin utilizar proporcionadamente los factores que hacen posible la ejecución de los procesos de trabajo, de tal forma, que pueda crearse un ambiente adecuado para poder tomar correctamente las decisiones pertinentes por parte del personal a cargo.

2.3.4. Comunicación

Es el proceso de transmisión de información y comprensión en un determinado grupo de individuos para conocer sus debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas, lo que les permitirá una adecuada toma de decisiones para el logro de los objetivos y metas que se propongan, ya sea a corto, mediano o largo plazo. Logrando de esta manera identificar la existencia de cooperación de los compañeros de trabajo, la circulación de información adecuada con la debida promoción de capacitaciones.

2.3.5. Condiciones laborales

Son consideradas como una entidad junto con el entorno, con el cual forma un sistema complejo de interacciones y consecuencias. La amplitud del significado del término condiciones laborales y la importancia de su relación con la satisfacción laboral, puede encontrarse en la diversidad de estudios sobre condiciones de trabajo, que han enfatizado diferentes aspectos del entorno de trabajo.

2.3.6. Motivación laboral

La motivación laboral se ha convertido en un proceso que ocasiona, activa, orienta, dinamiza y mantiene el comportamiento de los individuos hacia la realización de objetivos esperados. A pesar que los patrones de comportamiento varían, el proceso es el mismo para todas las personas: causado o motivado, ya sea por impulsos, deseos, necesidades o tendencias, y el comportamiento está orientado, siempre hacia algún objetivo.

2.3.7. Motivación intrínseca

Hasta el presente, la motivación intrínseca hace referencia a lo que se obtiene en sí del trabajo mismo. Esta motivación es de un orden superior a la extrínseca, porque en ella provee el medio más propicio para desarrollar nuestras mejores capacidades, ampliar los espacios de nuestra perfección y desplegar el horizonte humano que tenemos por delante, obteniendo como mayor recompensa la satisfacción de lograr algo mayor y mejor a lo previsto.

2.3.8. Motivación extrínseca

Definido como aquello que se relaciona con lo que el trabajador puede obtener de los demás a través de su trabajo, buscando en todo momento la propia subsistencia y el bienestar material, sin embargo, la motivación extrínseca no es la mejor razón por la que se ha de buscar la productividad, porque solo a través de incentivos y consecuencias ambientales el individuo podrá realizar eficientemente su labor.

2.3.9. Motivación trascendente

Hace referencia a la actitud del líder para desarrollar las potencialidades de sus clientes y subordinados. La motivación trascendente se orienta a satisfacer, en los otros, necesidades no demandadas, dejando de lado el beneficio propio para obtener su satisfacción en el servicio y ayuda, demostrando su compromiso no solo con su equipo sino con toda su organización.

Capítulo III

Metodología de investigación

3.1. Tipo de investigación

Hernández (2015) Este trabajo de investigación es de tipo no experimental porque no se manipuló la variable de estudio durante la investigación además es transversal porque se tomaron los datos en un solo momento.

3.2. Diseño de la investigación

Hernández (2015), sostiene que uno de los diseños de investigación es correlacional, por tanto, el trabajo está desarrollado bajo un modelo de relación entre la variable predictora de clima organizacional y variable criterio de motivación laboral de los clientes internos del Banco del crédito del Perú – Sucursal Juliaca. Por ello se determina que el diseño de la investigación es correlacional.

3.3. Hipótesis y variables

3.3.1. Hipótesis principal

Existe relación entre la percepción del clima organizacional y la motivación laboral de los clientes internos del Banco de crédito del Perú sucursal Juliaca.

3.3.2. Hipótesis derivadas

Existe relación entre la percepción del clima organizacional y la motivación intrínseca de los clientes internos del Banco del crédito del Perú sucursal Juliaca en el 2017.

Existe relación entre la percepción del clima organizacional y la motivación extrínseca de los clientes internos del Banco del crédito del Perú sucursal Juliaca.

Existe relación entre la percepción del clima organizacional y la motivación trascendente de los clientes internos del Banco del crédito del Perú sucursal Juliaca.

3.4. Identificación de la variable

| |
|--|
| Variable predictora: Clima |
| Dimensiones: Realización personal, Involucramiento laboral, Supervisión, |
| Variable criterio: Motivación |
| Dimensiones: Motivación Intrínseca, Motivación Extrínseca, Motivación |

3.5. Población y Muestra

3.5.1. Población

Arias (2006), sostiene que es un conjunto de personas con características comunes que serán objeto de estudio, la población debe quedar delimitada con claridad y precisión. Pag 39.

El trabajo de investigación es desarrollado en el Banco de Crédito del Perú Sucursal Juliaca, la que se muestra en la tabla 1:

Tabla 1
Población de investigación

| | Frecuencia | Porcentaje |
|---|------------|------------|
| Agencia Juliaca – Jr. Mariano Nuñez | 30 | 37.5% |
| Agencia Real Plaza Juliaca - Jr. Tumbes | 20 | 25.0% |
| Agencia Plaza de Armas Juliaca - Jr. Jáuregui | 15 | 18.8% |
| Agencia Túpac Amaru Juliaca – Jr. Sucre | 15 | 18.8% |
| Total | 80 | 100,0% |

Fuente: Banco de Crédito del Perú Sucursal de Juliaca.

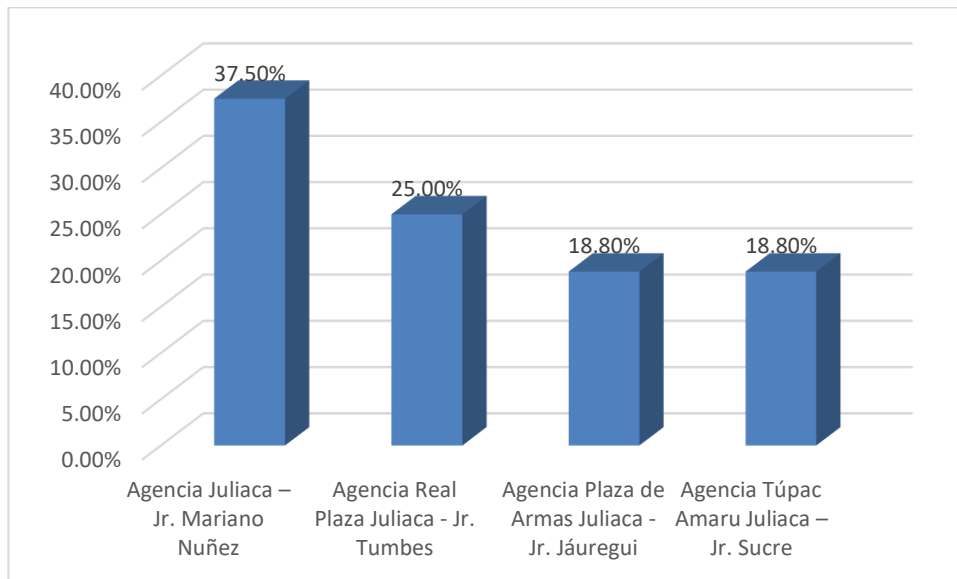


Figura 1. Población de investigación.

Fuente: Elaboración del investigador.

3.5.2. Muestra

Castro (2003), sostiene que la muestra es la elección de los miembros para el estudio, dependerá de un criterio específico del investigador, lo que significa que todos los miembros de la población tienen igualdad de oportunidad de conformarla.

El tamaño de muestra ha sido calculado de acuerdo a la siguiente fórmula.

$$n = \frac{N * \% * v * (}{(N - 1) * - + \% * v * (}$$

$$n = \frac{80 * 1.96 * 0.5 * 0.5}{(80 - 1) * 0.05 + 1.96 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 64,16$$

Dónde:

N es la población, 80 clientes internos.

% La confiabilidad de la muestra es del 95%

e: Error de muestreo es de 5%

p: La prevalencia de éxito es del 50%

La muestra es 64 clientes internos, para determinar dicha cantidad en las cuatro agencias, se realizó de forma proporcional y la muestra se observa en la tabla 2.

Tabla 2
Muestra de investigación

| | Frecuencia | Porcentaje |
|---|------------|------------|
| Agencia Juliaca – Jr. Mariano Nuñez | 24 | 37.5% |
| Agencia Real Plaza Juliaca - Jr. Tumbes | 16 | 25.0% |
| Agencia Plaza de Armas Juliaca - Jr. Jáuregui | 12 | 18.8% |
| Agencia Túpac Amaru Juliaca – Jr. Sucre | 12 | 18.8% |
| Total | 64 | 100,0% |

Fuente: Elaboración del investigador.

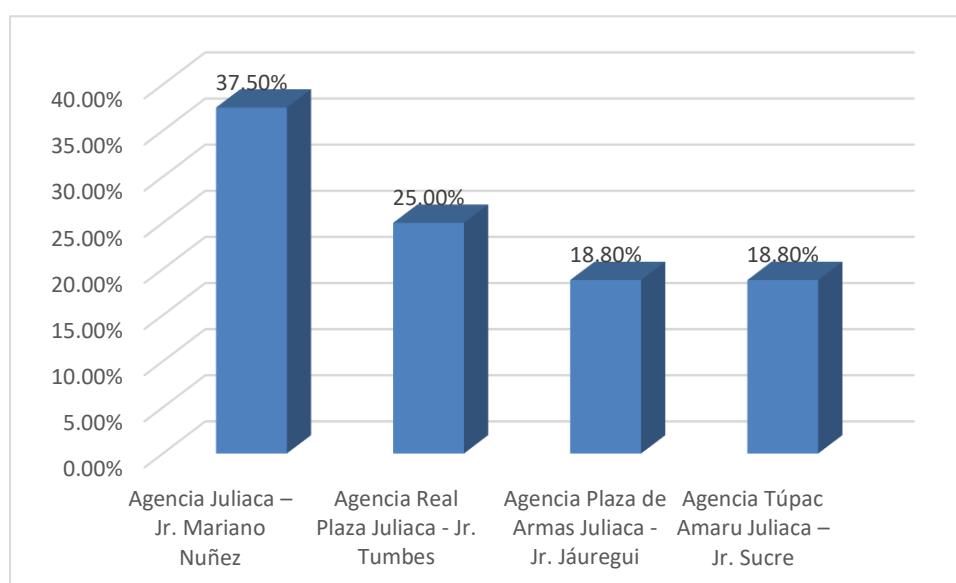


Figura 2. Muestra de investigación.

Fuente: Elaboración del investigador.

3.5.3. Técnica de muestreo:

Para la presente investigación se usará el muestreo probabilístico en los clientes internos han sido seleccionados de forma estratificada y proporcionalmente, por la cantidad de trabajadores diferentes en cada agencia, las mismas que se han seleccionados de probabilística porque todos tienen la misma probabilidad de ser escogidos, determinados proporcionalmente en las cuatro agencias que consta de 64 clientes internos.

3.6. Técnicas e instrumentos para recolecta datos

Para medir clima organizacional, se utilizó la Escala de Clima Laboral CL- SPC, construida en el año 2004 en Lima, Perú, por la psicóloga Sonia Palma Carillo y consta de 5 dimensiones: realización personal (1-10), involucramiento laboral (11- 20), supervisión (21-30), comunicación (31-40), condiciones laborales (41-50). Se realizó una validación por opinión de expertos.

Para medir la motivación laboral, que consta de tres dimensiones: motivación intrínseca (6 Ítems), motivación extrínseca (5 Ítems), motivación trascendente (5). Se realizó una validación por opinión de expertos.

Ambos instrumentos se medirán a través de la escala de Likert de 5 puntos:

1= Totalmente en desacuerdo, 2 = Bastante en desacuerdo, 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4 = Bastante de acuerdo y 5 = Totalmente de acuerdo.

Validez y confiabilidad de los instrumentos

Validación de expertos.

La validación del instrumento, fue determinado por tres expertos profesionales académicos de las áreas de: metodología, redacción e investigación del desarrollo del recurso humano.

Los encargados de la validación del instrumento de la percepción del clima organizacional y motivación laboral de los clientes internos del Banco de Crédito del Perú, fue determinado por tres expertos profesionales académicos, lo cual cada uno aportó su punto respecto a la matriz de consistencia y el cuestionario.

Confiabilidad.

Prueba de Alpha de Conbrach para el instrumento de la percepción del cliente interno

$$6 = \frac{7}{7 - 1} 81 - \frac{\sum^2}{n}$$

$\sum_{i=1}^n S_i^2 =$ Sumatoria de las varianzas de los ítems individuales

$S_t^2 =$ Varianza total

$K =$ Número de ítems

$n =$ Tamaño de la muestra piloto.

El coeficiente de confiabilidad del instrumento (escala) que mide la percepción del cliente interno a través de la prueba piloto. Se recogió datos del 30% de la muestra que son 19 clientes internos del Banco de Crédito del Perú y fueron analizados a través del coeficiente de alfa de Cronbach, por ser un instrumento que contiene preguntas con opciones de respuesta tipo escala Likert (1-5).

El coeficiente de alfa de Cronbach es de 0.970, lo cual refleja una consistencia interna aceptada.

3.7. Procesamiento y analizar datos

3.7.1. Métodos de análisis de datos.

El procesamiento de la información de datos se realizó con el uso de la PC, con el programa Microsoft Word para la documentación, Excel y el SPSS Versión 22.0 para cálculos estadísticos.

Los resultados obtenidos se corroboraron con el marco teórico con los antecedentes para el análisis y discusión de datos.

A. Para la identificación y descripción de datos, se utilizó la estadística descriptiva con tablas de distribución de frecuencias, gráficos estadísticos y Medidas de tendencia central (Media, moda y mediana)

B. Estadística inferencial, con cuadros de contingencia con el cruce de variables cualitativas, con el fin de analizar el nivel de relación entre dichas variables; Capacidad pedagógica de los docentes y procesos cognitivos de los estudiantes

C. Para demostrar la hipótesis general y específicos, respecto al nivel de relación entre las variables se utilizará el coeficiente de correlación Pearson cuya fórmula es:

$$r = \frac{\frac{\sum x_i y_i}{n} - \bar{x} \bar{y}}{\sqrt{\left(\frac{\sum x_i^2}{n} - \bar{x}^2\right) \left(\frac{\sum y_i^2}{n} - \bar{y}^2\right)}}$$

Donde:

r_s : Coeficiente de Pearson.

Valores que se asumirán:

| | |
|----------------|-----------------------|
| R = 1: | Correlación perfecta |
| 0.8 < R < 1: | Correlación muy alta |
| 0.6 < R < 0,8: | Correlación alta |
| 0.4 < R < 0,6: | Correlación moderada. |
| 0,2 < R < 0,4: | Correlación baja |
| 0 < R < 0,2: | Correlación muy baja |
| R = 0 | Correlación nula |

Capítulo IV

Resultados y discusión

4.1. Resultados socio demográficos

Tabla 3
Género de los clientes internos del Banco de crédito del Perú - Sucursal Juliaca año 2018.

| Género | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------|------------|------------|
| Masculino | 28 | 43.8% |
| Femenino. | 36 | 56.3% |
| Total | 64 | 100.0% |

Fuente: Encuesta a clientes internos del BCP - Sucursal Juliaca 2018.

La tabla 3. Muestra resultados de género de los clientes internos del Banco de crédito del Perú - Sucursal Juliaca año 2018. Se evidencia que el 56,3% de los trabajadores son de género femenino, siendo ésta la mayor frecuencia y el 43,8% de los trabajadores son de género masculino, de ello se infiere que en mayor porcentaje son de sexo femenino quienes trabajan en instituciones públicas como clientes internos

Tabla 4
Edad de los clientes internos del Banco de crédito del Perú - Sucursal Juliaca año 2018.

| Edad | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|----------------------|
| [22 - 26[| 10 | 15.6% | 15.6% |
| [26 - 30[. | 35 | 54.7% | 70.3% |
| [30 - 34[| 11 | 17.2% | 87.5% |
| [34 - 38[. | 4 | 6.3% | 93.8% |
| [38 - 42[| 0 | 0.0% | 93.8% |
| [42 - 46[. | 3 | 4.7% | 98.4% |
| [46 - 50[. | 1 | 1.6% | 100.0% |
| Total | 64 | 100.0% | |

Fuente: Encuesta a clientes internos del BCP - Sucursal Juliaca 2018.

La tabla 4. Muestra resultados de la edad de los clientes internos del banco de crédito del Perú - Sucursal Juliaca año 2018, Se evidencia que el 54,7% de los trabajadores tienen edades en el intervalo de 26 a 29 años, siendo ésta la de mayor frecuencia, el 17,2% de los

trabajadores tienen edades en el intervalo de 30 a 33 años, el 15,6% de los trabajadores tienen edades en el intervalo de 22 a 25 años, se observa que el 87,5% de los clientes internos tienen edades menores a 34 años y con edad mínima de 22 años, es en este segmento la mayor concentración de trabajadores, quiere decir que los trabajadores en el Banco de crédito son trabajadores de 22 a 34 años.

Tabla 5
Procedencia de los clientes internos del banco de crédito del Perú - Sucursal Juliaca año 2018.

| Procedencia | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------|------------|------------|
| Costa | 1 | 1.6% |
| Sierra | 56 | 87.5% |
| Selva | 7 | 10.9% |
| Total | 64 | 100.0% |

Fuente: Encuesta a clientes internos del BCP - Sucursal Juliaca 2018.

La tabla 5. Muestra resultados de la procedencia de los clientes internos del Banco de crédito del Perú - Sucursal Juliaca año 2018, Se evidencia que el 87,5% de los trabajadores son de procedencia de la sierra, siendo ésta la de mayor frecuencia, de ello se infiere que los trabajadores Banco de crédito son personas de la zona, seguido del 10,9% de los trabajadores son de procedencia de la selva.

Tabla 6
Carrera profesional de los clientes internos del banco de crédito del Perú - Sucursal Juliaca año 2018.

| Carrera profesional | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------------|------------|------------|
| Administración. | 27 | 42.2% |
| Contabilidad. | 28 | 43.8% |
| Economía. | 5 | 7.8% |
| Ingeniera de Sistemas. | 2 | 3.1% |
| Derecho. | 2 | 3.1% |
| Total | 64 | 100.0% |

Fuente: Encuesta a clientes internos del BCP - Sucursal Juliaca 2018.

La tabla 6. Muestra resultados de la carrera profesional de los clientes internos del banco de crédito del Perú - Sucursal Juliaca año 2018, se evidencia que el 43,8% de los trabajadores son profesionales del área de contabilidad, muy cerca a ello el 42,2% de los trabajadores son profesionales del área de administración, los profesionales de economía, ingeniería de sistemas y derecho suman el 14%, de ello se deduce que las entidades bancarias

albergan a profesionales de contabilidad y administración en mayor frecuencia.

4.2. Clima organizacional y la motivación laboral.

Tabla 7

Clima organizacional y motivación laboral, de los clientes internos del banco de crédito del Perú - Sucursal Juliaca año 2018.

| | | Motivación laboral | | | Total |
|----------------------|--------------------------------|--------------------|------------------|----------------------|-------------|
| | | Regular motivación | Buena motivación | Eficiente motivación | |
| Clima organizacional | Regular clima organizacional | 4 6,3% | 0 0,0% | 1 1,6% | 5 7,8% |
| | Buen clima organizacional | 5 7,8% | 21 32,8% | 5 7,8% | 31 48,4% |
| | Excelente clima organizacional | 0 0,0% | 4 6,3% | 24 37,5% | 28 43,8% |
| | Total | | 9 14,1% | 25 39,1% | 30 46,9% |

Fuente: Elaboración del investigador.

La tabla 7. Muestra resultados del Clima organizacional y motivación laboral, de los clientes internos del banco de crédito del Perú - Sucursal Juliaca año 2018, donde el 37,5% manifiesta que tiene un excelente clima organizacional y muestra eficiente motivación laboral, el 32,8% manifiesta que tiene buen clima organizacional, muestra buena motivación laboral, evidenciando que a mejor clima organizacional es mejor la motivación laboral.

Prueba de hipótesis

Ha: Existe relación directa y fuerte entre el clima organizacional y la motivación laboral de los clientes internos del Banco de crédito del Perú sucursal Juliaca.

Ho: No existe relación directa y fuerte entre el clima organizacional y la motivación laboral de los clientes internos del Banco de crédito del Perú sucursal Juliaca.

Tabla 8
Correlación de Pearson: Clima organizacional y Motivación laboral

| | | Motivación laboral |
|----------------------|------------------------|--------------------|
| Clima organizacional | Correlación de Pearson | ,709 |
| | Sig. (bilateral) | ,000 |
| | N | 64 |

Fuente: Elaboración del investigador.

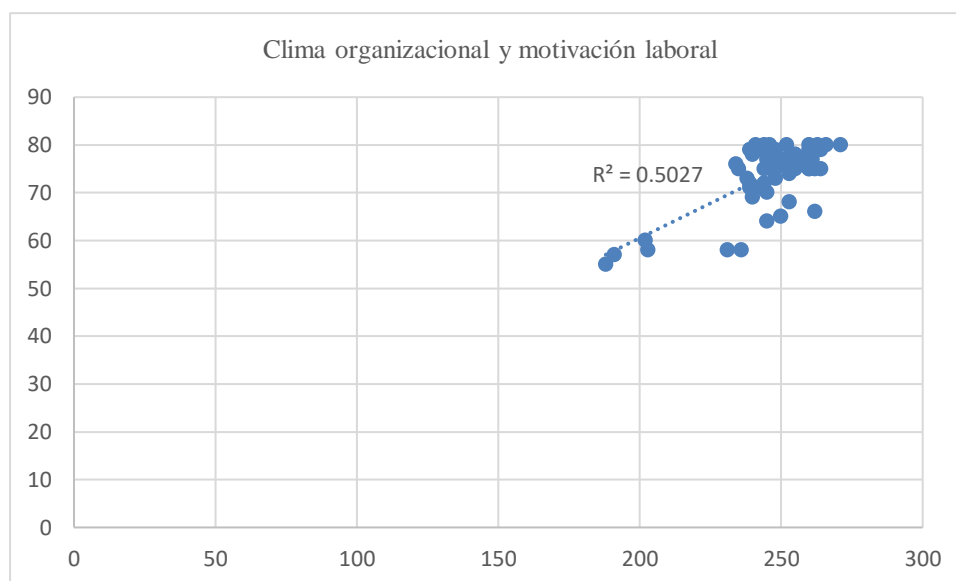


Figura 3. Correlación de Pearson: Clima organizacional y Motivación laboral.

Fuente: Elaboración del investigador.

La prueba de correlación de Pearson obtiene un valor de $R = 0,709$, la que demuestra que existe relación directa y considerable entre las variables clima organizacional y motivación laboral, además la prueba es significativa por el valor de probabilidad de 0,000 menor al parámetro de 0,05 a un 95% de confianza, por lo tanto se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula donde; existe dependencia directa y fuerte entre la percepción del clima organizacional y la motivación laboral de los clientes internos del Banco de crédito del Perú sucursal Juliaca.

4.2.1. Clima organizacional y la motivación intrínseca.

Tabla 9

Explicar la relación entre clima organizacional y motivación intrínseca, de los clientes internos del banco de crédito del Perú - Sucursal Juliaca año 2018.

| | | Motivación intrínseca | | | Total |
|----------------------|-------------------------|-----------------------|------------------|----------------------|--------------|
| | | Regular motivación | Buena motivación | Eficiente motivación | |
| Clima organizacional | Regular clima laboral | 1 1,6% | 0 0,0% | 4 6,3% | 5 7,8% |
| | Buen clima laboral | 0 0,0% | 9 14,1% | 22 34,4% | 31 48,4% |
| | Excelente clima laboral | 0 0,0% | 5 7,8% | 23 35,9% | 28 43,8% |
| | Total | 1 1,6% | 14 21,9% | 49 76,6% | 64 100,0% |

Fuente: Elaboración del investigador.

La tabla 9. Muestra resultados del Clima organizacional y motivación intrínseca, de los clientes internos del banco de crédito del Perú - Sucursal Juliaca año 2018, donde el 35,9% manifiesta que tiene un excelente clima organizacional y muestra eficiente motivación intrínseca, el 14,1% manifiesta que tiene buen clima organizacional de igual manera muestra buena motivación intrínseca, evidenciando una relación directa entre las variables, donde; a mejor clima organizacional es mejor la motivación intrínseca.

Prueba de hipótesis

Ha: Existe relación entre el clima organizacional y la motivación intrínseca de los clientes internos del Banco del Crédito del Perú sucursal Juliaca.

Ho: No existe relación entre el clima organizacional y la motivación intrínseca de los clientes internos del Banco del Crédito del Perú sucursal Juliaca.

Tabla 10

Correlación de Pearson: Clima organizacional y Motivación intrínseca

| | | Motivación intrínseca |
|----------------------|------------------------|-----------------------|
| Clima organizacional | Correlación de Pearson | ,679 |
| | Sig. (bilateral) | ,000 |
| | N | 64 |

Fuente: Elaboración del investigador.

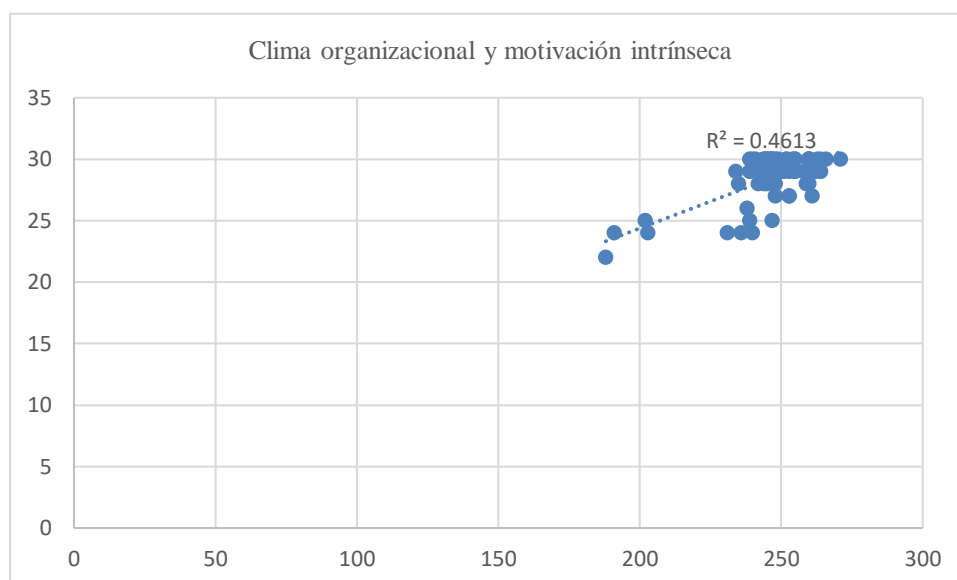


Figura 4. Correlación de Pearson: Clima organizacional y Motivación intrínseca

Fuente: Elaboración del investigador.

La prueba de correlación de Pearson obtiene un valor de $R = 0,679$, la que demuestra que existe relación directa y considerable entre las variables clima organizacional y motivación intrínseca, además la prueba es significativa por el valor de probabilidad de 0,000 menor al parámetro de 0,05 a un 95% de confianza, por tanto se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula donde; existe relación entre la percepción del clima organizacional y la motivación intrínseca de los clientes internos del Banco del crédito del Perú sucursal Juliaca.

4.2.2. Clima organizacional y la motivación extrínseca.

Tabla 11

Explicar la relación entre clima organizacional y motivación extrínseca, de los clientes internos del banco de crédito del Perú - Sucursal Juliaca año 2018.

| | | Motivación extrínseca | | | Total |
|----------------------|-------------------------|-----------------------|------------------|----------------------|--------|
| | | Regular motivación | Buena motivación | Eficiente motivación | |
| Clima organizacional | Regular clima laboral | 0 | 2 | 3 | 5 |
| | | 0,0% | 3,1% | 4,7% | 7,8% |
| | Buen clima laboral | 5 | 5 | 21 | 31 |
| | | 7,8% | 7,8% | 32,8% | 48,4% |
| | Excelente clima laboral | 2 | 8 | 18 | 28 |
| | 3,1% | 12,5% | 28,1% | 43,8% | |
| | | 7 | 15 | 42 | 64 |
| Total | | 10,9% | 23,4% | 65,6% | 100,0% |

La tabla 11. Muestra resultados del Clima organizacional y motivación extrínseca, de los clientes internos del banco de crédito del Perú - Sucursal Juliaca año 2018, donde el 28,1% manifiesta que tiene un excelente clima organizacional y muestra eficiente motivación extrínseca, el 12,5% manifiesta que tiene buen clima organizacional y buena motivación extrínseca, evidenciando una relación directa entre las variables, donde; a mejor clima organizacional es mejor la motivación extrínseca.

Prueba de hipótesis

Ha: Existe relación entre el clima organizacional y la motivación extrínseca de los clientes internos del Banco del crédito del Perú sucursal Juliaca.

Ho: No existe relación entre el clima organizacional y la motivación extrínseca de los clientes internos del Banco del crédito del Perú sucursal Juliaca.

Tabla 12

Correlación de Pearson: Clima organizacional y Motivación extrínseca

| | | Motivación intrínseca |
|----------------------|------------------------|-----------------------|
| | Correlación de Pearson | ,575 |
| Clima organizacional | Sig. (bilateral) | ,000 |
| | N | 64 |

Fuente: Elaboración del investigador.

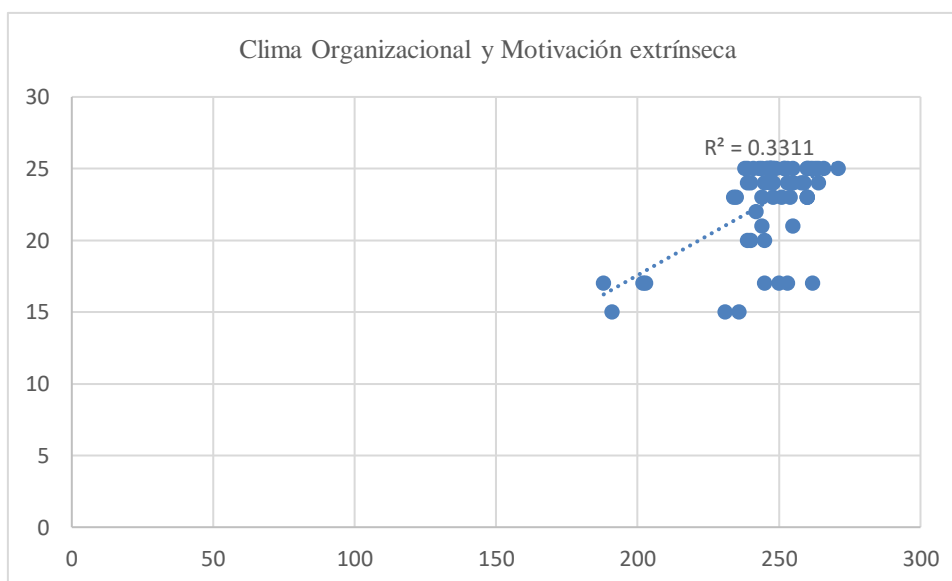


Figura 5. Correlación de Pearson: Clima organizacional y Motivación extrínseca.

Fuente: Elaboración del investigador.

La prueba de correlación de Pearson muestra un valor de $R = 0,575$, la que demuestra

que existe relación directa y considerable entre las variables clima organizacional y motivación extrínseca, además la prueba es significativa por el valor de probabilidad de 0,000 menor al parámetro de 0,05 a un 95% de confianza, por tanto se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula donde; existe relación entre la percepción del clima organizacional y la motivación extrínseca de los clientes internos del Banco del crédito del Perú sucursal Juliaca.

4.2.3. Clima organizacional y la motivación trascendente.

Tabla 13

Explicar la relación entre clima organizacional y motivación trascendente, de los clientes internos del banco de crédito del Perú - Sucursal Juliaca año 2018.

| | | Motivación trascendente | | | Total |
|----------------------|-------------------------|-------------------------|------------------|----------------------|--------------|
| | | Regular motivación | Buena motivación | Eficiente motivación | |
| Clima organizacional | Regular clima laboral | 2 3,1% | 1 1,6% | 2 3,1% | 5 7,8% |
| | Buen clima laboral | 1 1,6% | 12 18,8% | 18 28,1% | 31 48,4% |
| | Excelente clima laboral | 0 0,0% | 15 23,4% | 13 20,3% | 28 43,8% |
| | Total | 3 4,7% | 28 43,8% | 33 51,6% | 64 100,0% |

Fuente: Elaboración del investigador.

La tabla 13. Muestra resultados del Clima organizacional y motivación trascendente, de los clientes internos del banco de crédito del Perú - Sucursal Juliaca año 2018, donde el 20,3% manifiesta que tiene un excelente clima organizacional y muestra eficiente motivación trascendente, el 18,8% manifiesta que tiene buen clima organizacional y buena motivación trascendente, evidenciando una relación directa, donde; a mejor clima organizacional es mejor la motivación trascendente.

Prueba de hipótesis

Ha: Existe relación entre el clima organizacional y la motivación trascendente de los clientes internos del Banco del crédito del Perú sucursal Juliaca.

Ho: No existe relación entre el clima organizacional y la motivación trascendente de los clientes internos del Banco del crédito del Perú sucursal Juliaca.

Tabla 14
Correlación de Pearson: Clima organizacional y Motivación trascendente

| | | Motivación trascendente |
|----------------------|------------------------|-------------------------|
| | Correlación de Pearson | ,616 |
| Clima organizacional | Sig. (bilateral) | ,000 |
| | N | 64 |

Figura 6. Correlación de Pearson: Clima organizacional y Motivación trascendente

Fuente: Elaboración del investigador.

La prueba de correlación de Pearson obtiene un valor de $R = 0,616$, la que demuestra que existe relación directa y considerable entre las variables clima organizacional y motivación trascendente, además la prueba es significativa por el valor de probabilidad de 0,000 menor al parámetro de 0,05 a un 95% de confianza, por tanto se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula donde; existe relación entre la percepción del clima organizacional y la motivación trascendente de los clientes internos del Banco del crédito del Perú sucursal Juliaca.

4.3. Discusión

Según los resultados, se evidencia la relación entre las variables de Clima organizacional y motivación laboral, existe una correlación significativa. Se encontró que el clima organizacional se relaciona favorablemente con la motivación laboral en los clientes internos del Banco de Crédito del Perú – Sucursal Juliaca. Esto coincide con (Peralta & Besio, 2015), en su trabajo de investigación Grado de supervisión, como variable moderadora clima organizacional y motivación laboral, en una organización estatal chilena, los resultados encontrados evidencian que el impacto sobre variables como la motivación y clima laboral está fuertemente mediado por grado de supervisión, se discute la relevancia de este efecto moderador en el ejercicio del liderazgo de los ingenieros que ejercen tanto una supervisión directa como indirecta. Cabe recalcar que las variables que se ven más afectadas son motivación y clima de organizacional, en el presente trabajo de investigación se demuestra que existe relación directa entre las variables por el valor de la correlación de Pearson (0,709), ello se origina a partir de las necesidades del comportamiento de las personas, con el esfuerzo que están dispuestas a realizar en su trabajo.

Así mismo, Espiritia (2016), el trabajo de investigación clima organizacional y motivación laboral en empresas de telecomunicaciones. Cuyos resultados son; Las variables de afiliación y salario correlacionan negativamente ($-0,487$); esta asociación explica que a

las personas que poseen una alta valoración por el salario para satisfacer necesidades no les interesa mantener relaciones positivas en su trabajo, o viceversa. Tiene como resultado, que no existen diferencias significativas en cuanto al clima y la motivación laboral entre los empleados de una empresa pública y una privada en el sector de las telecomunicaciones, contra la creencia popular de la existencia de un compromiso relativamente bajo en las empresas del Estado, mientras que en el trabajo que propongo se observa dependencia directa y fuerte entre el clima organizacional y la motivación laboral valor que resultó positivo $R = 0,709$ y significativo por el valor de probabilidad de 0,000 donde la motivación laboral se origina a partir de las necesidades del comportamiento de las personas.

Lucas (2017), en su trabajo de investigación, clima en personal y motivación laboral de entidades universitarias: En instituciones universitarias privadas en Lima, Perú, Estableció que las características del personal de entidades universitarias de gestión particular en relación al sexo, grupo ocupacional y tiempo de servicio, donde se evidencia en el grupo una tendencia a presentar niveles medios en cada uno de los tipos de necesidades. Niveles altos de poder se detectan en un 12% los varones y un 5% de mujeres; 13% de docentes y en un 10% de trabajadores con más de 5 años de tiempo de servicios. Resalta una necesidad de afiliación alta en un porcentaje de 12% en varones y 11% de docentes. No se detectan puntajes altos en la necesidad de logro. En relación al clima, se evidencia en un 75% de todos los casos, una percepción buena de la misma; un 23% de las mujeres, 19% de trabajadores administrativos y un 20% de quienes tienen hasta 5 años de servicio, perciben el clima laboral como Ineficaz. En tal sentido, las características de motivación laboral y de clima detectadas hace inobjetable la necesidad de optimizar su funcionamiento con una debida orientación hacia las metas y atendiendo las fortalezas del grupo y de la institución.

Con la presente investigación se evidencia similares resultados donde; Se demuestra que existe dependencia directa y fuerte entre la percepción del clima organizacional y la motivación laboral, la que origina realizar esfuerzos en las tres dimensiones de motivación intrínseca, motivación extrínseca y motivación trascendente en los clientes internos del Banco de crédito del Perú sucursal Juliaca, ello se comprueba con la prueba de correlación e Pearson por el valor de $R = 0,709$, dicha relación es significativa por el valor de probabilidad de 0,000 menor al parámetro de 0,05 a un 95% de confianza. La motivación laboral influye en el comportamiento de los trabajadores, ya sea en la motivación intrínseca, extrínseca y trascendente.

Capítulo V

Conclusiones y recomendaciones

5.1. Conclusiones

1. Existe relación directa y fuerte entre el clima organizacional con la motivación laboral de los clientes internos del Banco de Crédito del Perú sucursal Juliaca, la que se comprueba con la prueba de correlación e Pearson por el valor de $R = 0,709$, la que demuestra una relación directa entre el clima organizacional y motivación laboral, siendo esta significativa por el valor de probabilidad de 0,000 que es menor al parámetro de 0,05 a un 95% de confianza, donde la motivación laboral influye en el comportamiento de los trabajadores, ya sea en la motivación intrínseca, extrínseca y trascendente.
2. Existe relación entre el clima organizacional con la motivación intrínseca de los clientes internos del Banco de Crédito del Perú sucursal Juliaca, se observa en la tabla 14 porque el 74,8% de los trabajadores están totalmente de acuerdo con la motivación intrínseca que brinda en la empresa con la prueba de correlación e Pearson por el valor de $R = 0,679$, la que demuestra que existe relación directa y considerable entre las variables clima organizacional y motivación intrínseca, además es significativa, porque el valor de probabilidad de error es 0,000 menor al parámetro de 0,05 a un 95% de confianza, además el 77,6% de los trabajadores realizan sus actividades laborales demostrando superación personal.
3. Existe relación entre el clima organizacional y la motivación extrínseca de los clientes internos del Banco de Crédito del Perú sucursal Juliaca, se muestra en la tabla 15 porque el 70% de los trabajadores están totalmente de acuerdo con la motivación extrínseca de los clientes que logran por su esfuerzo personal con la prueba de correlación e Pearson por el valor de $R = 0,575$, la que demuestra que existe relación directa y considerable entre las variables clima organizacional y motivación extrínseca, además la prueba es significativa, porque el valor de probabilidad de 0,000 menor al parámetro de 0,05 a un 95% de confianza. evidenciando que el 70% de los trabajadores realizan su trabajo para obtener reconocimiento y respeto del directorio o de los administradores.
4. Existe relación entre el clima organizacional y la motivación trascendente de los

clientes internos del Banco de Crédito del Perú sucursal Juliaca, se muestra en la tabla 16 porque el 65,1% de los trabajadores internos están totalmente de acuerdo con la motivación trascendente de los clientes que existe en la empresa con la prueba de correlación e Pearson por el valor de $R = 0,616$, se demuestra, que existe relación directa y considerable entre las variables clima organizacional y motivación trascendente, además la prueba es significativa por el valor de probabilidad de 0,000 menor al parámetro de 0,05 a un 95% de confianza. evidenciando que la calidad de su trabajo tendrá impacto positivo y sienten la necesidad de comprometerse con la institución.

5.2. Recomendaciones

Recomendamos a la empresa hacer un plan de mejora, aplicando cinco acciones como: Crear un ambiente de confianza entre management y los colaboradores, hacer que los empleados se sientan escuchados, potenciar la información, fomentar la competición sana e implementar proyectos de responsabilidad social corporativa.

A los trabajadores incentivar en el trabajo en equipo la que permitirá tener buenas relaciones interpersonales y el clima organizacional será mas óptima dentro de la institución, por lo que se le sugiere; dar charlas de sobre el clima organizacional enfocando sobre sus dimensiones de; realización personal, involucramiento laboral, supervisión, comunicación, condiciones laborales.

A los administradores o gerentes de la empresa tener presente la motivación extrínseca e intrínseca, ello permitirá evaluar de manera más compleja no solo las relaciones de dependencia entre variable y dimensión, sino también la incorporación de márgenes de error evaluados simultáneamente en tiempo y espacio, porque buscará en todo momento la propia subsistencia y el bienestar material, para generar productividad, porque solo a través de incentivos y consecuencias ambientales el individuo podrá realizar eficientemente su labor.

Durante el desarrollo del trabajo de investigación se ha identificado debilidades en la organización, por ello se sugiere a los jefes de gestión considerar de manera fundamental la motivación porque es un factor muy importante y trascendente dentro de la actividad laboral porque permitirá mostrar resultados más efectivos, además el futuro de una empresa depende de la actividad laboral de los trabajadores.

Se sugiere al área de Recursos Humanos del Banco de Crédito del Perú mayor consideración a la dimensión de condiciones laborales que según su nivel alto de aceptación se encuentra debajo respecto a las otras dimensiones. Para ello, se pueden implementar estrategias que ayuden a elevar ese indicador, tales como mayor acceso a la información necesaria para cumplir con su labor, recibir mayor preparación para la realización de sus tareas, mayor claridad en la definición de labores asignadas y mayor y/o mejor disponibilidad de tecnología.

Referencias

- Arias. (2006). Tesis de investigación. Servicio de asesoría Metodológica, 12.
- Bello, V. y. (2013). Definición de la Encuestas. Estudio de encuestas, 12.
- Bisquerra. (2010). Relaciones Interpersonales en las Organizaciones. merca 2.0, 22.
- Brunet. (2009). Clima laboral en las Organizaciones. Merca 2.0, 25.
- Bustamante, N. S. (2013). Clima Organizacional. Mexico: Veracruz Medellin.
- Castro. (2003). Tesis de investigación. Argentina.
- Chiang, M. y. (2013). Clima laboral .
- Chiavenato. (2009). Clima Laboral. Teoría General de Administración, 32.
- Chiavenato, I. (2013). Introducción a la Teoría general de la administración 8ed. México: McGraw-Hill.
- Cruz. (2009). El Exito de las Empresas. Clima Laboral, 12.
- David, B. T. (2014). La comunicación organizacional interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de la empresa san miguel drive. 155.
- Diana, a. (2011). Estadística. archivo del blog.
- Domínguez aguirre, I. r. (2015). el clima organizacional y el compromiso institucional en las ies de puerto vallarta. Redalyc, 11.
- Enciso Forero, E., & Toro, P. (2015). Visión retrospectiva, actual y prospectiva de la psicología organizacional. Acta Colombiana de Psicología, 22.
- Espiritia. (2016). clima organizacional y motivación laboral en empresas de telecomunicaciones: Factores diferenciadores entre las empresas pública y privada), en el sector de las telecomunicaciones en Bogotá. Bogotá.
- Fernández. (2012). La Comunicación y las Relaciones Interpersonales. Clima Laboral, 12.
- Grott, J. M. (2012). Ambiente Laboral en Las Organizaciones. Administración y Recursos Humanos, 15.
- Guadalupe, M. (2015). Clima Laboral. Administración .

- Guasch, J. A. (2016). Análisis de Roles de trabajo en equipo: un enfoque centrado en comportamientos. Tesis Doctoral, 519.
- Hernades. (2010). Tipo de investigacion. Investigacion Cientifica, 21.
- Hernández, R. (2015). Metodología de la investigación científica. Mexico: Mc Grawhill sexta edición.
- Lucas, G. R. (2017). Motivación laboral y clima organizacional en el área de atención al cliente del BCP, 2017. Perú.
- Luis, M. (2009). Clima Laboral en Las Organizaciones. Merca 2.0, 25.
- Maldonado, P. y. (2012).
- Malhotra, N. K. (2010).
- Martinez. (01 de 09 de 2009). Merca 2.0. Obtenido de <http://tesisdeinvestig.blogspot.pe/2012/01/poblacion-y-muestra.html>
- Martinez. (2011). Clima Laboral. Emprande Empresas, 54.
- Matias, B. J. (2017). Clima organizacional y la motivación laboral de los trabajadores de los Olivos - 2016. Peru.
- Neyra Enciso, J. C. (2016). Percepción del clima organizacional y motivación laboral de los clientes internos del Banco de Crédito del Perú de la Región 1, 2016. Tesis, 106.
- Oliveros. (2008). Las características de las relaciones interpersonales. Clima Organizacional, 14.
- OMS. (2014). Tesis Doctorales de Ciencias Sociales. Ambiente laboral, 12.
- Ortiz, R. A. (2014). El liderazgo empresarial para la innovación tecnológica en las micro, pequeñas y medianas empresas. Scielo, 38.
- Paradinas, M. (24 de Abril de 2014). El Plural. Obtenido de El Plural: <http://www.google.com.pe/amp/amp.elplural.com/2014/04/24/eurobarometro-el-80-de-los-espanoles-con-trabajo-insatisfaccion-com-sus-condiciones-laborales>
- Peralta, & Besio. (2015). Grado de supervisión, como variable moderadora clima organizacional y motivación laboral, en una organización estatal chilena. Chile.
- Rafael, P. (2014). Clima laboral en las Empresas y Organizaciones. Merca 2.0, 24.
- Reátegui, S. S. (2017). Clima organizacional y desempeño laboral de los trabajadores de la Gerencia Territorial Huallaga Central - Juanjui, año 2017. 79.

- Robbins. (2013). Comportamiento organizacional. México: (8.ª ed.) D.F. Prentice-Hall.
- Rodríguez. (2013). Clima laboral en las Organizaciones. merca 2.0, 22.
- Rubio. (2013). Clima Laboral en las Organizaciones. Administracion de Empresas y gestin de Talento Humano, 22.
- Sabino C. (2000). El procesos de la investigacion. Caracas Venezuela: PANAPO.
- Stringer, L. y. (2011). Clima organizacional. Factores que Promueven La Motivacion, 36.
- Takeuchi, N. y. (2010). Organizaciones Japonesas. Clima Laboral, 23.
- Tamayo, M. T. (2010). Tipos de investigacion .
- Uribe. (2014). Clima y ambiente organizacional: trabajo, salud y factores psicosociales. México: Editorial El Manual moderno, S.A.
- Uscátegui, P. y. (2015). Clima Organizacional.
- Vendrell. (2011). El Grado de Conocimiento de la Organizaciones. Merca 2.0, 06.
- Vera. (2013). Conocimiento Organizacional. Talento Humano , 23.
- Warren, R. (2010). Liderazgo con Proposito. California: Vida.
- White, E. G. (1890). Patriarcas y Profetas. California: Asociacion Publicadora Interamericana.

Anexos

Anexo A. Cuestionario para evaluar la percepción del clima organizacional y motivación laboral

La finalidad del cuestionario es para evaluar la percepción del clima organizacional y motivación laboral de los clientes internos del Banco de Crédito del Perú (BCP) de la Región Para que los resultados de la investigación sean válidos y fiables necesitamos obtener el mayor número de respuestas posibles, por eso desde ahora le manifestamos nuestro más sincero agradecimiento. Asimismo, le garantizamos que los datos que nos proporcionen serán absolutamente confidenciales y para uso exclusivamente académico.

Datos generales

Solicitamos que marque con una “X” el número que corresponda a sus respuestas.

Información personal:

1. Género:

Masculino (1) Femenino (2)

2. Edad _____

3. Procedencia del encuestado

Costa (1) Sierra (2) Selva (3) Extranjero (4)

Información profesional:

4. Carrera profesional

Administración (1)

Contabilidad (2)

Economía (3)

Ingeniera de Sistemas (4)

Derecho (5)

Otra carrera (6) _____

5. Grado profesional

Pregrado (1)

Especialidad (2)

Maestría (3)

Doctorado (4)

Otro grado (5) _____

6. Años de servicio en la organización: _____

7. Área donde labora

Contabilidad (1)

Crédito y Cobranzas (2)

Finanzas (3) Recursos

Humanos (4)

Otro (5) _____

8. Régimen laboral

Contratado (1)

Empleado (2)

Otra modalidad (3) _____

Resultados sobre la variable de estudio

Cada ítem tiene cinco posibles respuestas, marque con una X el número de la columna que corresponda a su respuesta.

| Totalmente en desacuerdo | Bastante en desacuerdo | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | Bastante de acuerdo | Totalmente de acuerdo |
|--------------------------|------------------------|--------------------------------|---------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| Dimensiones | Ítems | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--------------------------------|--|---|---|---|---|---|
| Realización Personal | | | | | | |
| | 1. Existen oportunidades de progresar en la institución?. | | | | | |
| | 2. Cada trabajador asegura sus niveles de logro en el trabajo?. | | | | | |
| | 3. Los objetivos de trabajo son retadores?. | | | | | |
| | 4. Se participa en definir los objetivos y las acciones para lograrlo?. | | | | | |
| | 5. Mi grupo de trabajo, funciona como un equipo bien integrado?. | | | | | |
| | 6. Se cuenta con la oportunidad de realizar el trabajo lo mejor que se puede?. | | | | | |
| | 7. Los objetivos del trabajo están claramente definidos?. | | | | | |
| | 8. Se promueve la generación de ideas creativas e innovadoras?. | | | | | |
| | 9. El trabajo se realiza en función a métodos o planes establecidos?. | | | | | |
| | 10. Se reconocen los logros en el trabajo?. | | | | | |
| Involucramiento Laboral | | | | | | |
| | 11. Se siente comprometido con el éxito en la organización?. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | 12. En la organización, se mejoran continuamente los métodos de trabajo?. | | | | | |
| | 13. Cada empleado se considera factor clave para el éxito de la organización?. | | | | | |
| | 14. Los trabajadores están comprometidos con la organización?. | | | | | |

| | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|
| | 15. Existen normas y procedimientos como guías de trabajo?. | | | | | |
| | 16. Los productos y/o servicios de la organización, son motivo de orgullo del personal?. | | | | | |
| | 17. La organización es buena opción para alcanzar calidad de vida laboral?. | | | | | |
| | 18. Se conocen los avances en las otras áreas de la Organización? | | | | | |
| | 19. La organización tiene un involucramiento laboral?. | | | | | |
| | 20. Existe un trato justo en la institución?. | | | | | |

| Supervisión | | | | | | |
|---------------------|--|----------|----------|----------|----------|----------|
| | 21. El superior brinda apoyo para superar los obstáculos que se presentan?. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | 22. El jefe se interesa por el éxito de sus empleados?. | | | | | |
| | 23. La evaluación que se hace del trabajo, ayuda a mejorar la tarea?. | | | | | |
| | 24. Se valora los altos niveles de desempeño?. | | | | | |
| | 25. Los supervisores expresan reconocimiento por los logros?. | | | | | |
| | 26. Las actividades en las que se trabaja permiten aprender y desarrollarse?. | | | | | |
| | 27. Cumplir con las tareas diarias en el trabajo, permite el desarrollo del personal?. | | | | | |
| | 28. Existe buena administración de los recursos. | | | | | |
| | 29. El Supervisor escucha los planteamientos que se le hacen?. | | | | | |
| | 30. La remuneración está de acuerdo al desempeño y los logros?. | | | | | |
| Comunicación | | | | | | |
| | 31. Los compañeros de trabajo cooperan entre sí?. | | | | | |
| | 32. En mi oficina o lugar de trabajo, la información fluye adecuadamente?. | | | | | |
| | 33. En la oficina, se hacen mejor las cosas cada día?. | | | | | |

| | | | | | | |
|------------------------------|---|--|--|--|--|--|
| | 34. Los jefes promueven la capacitación que se necesita?. | | | | | |
| | 35. En los grupos de trabajo, existe una relación armoniosa?. | | | | | |
| | 36. Existen suficientes canales de comunicación?. | | | | | |
| | 37. La empresa promueve el desarrollo del personal?. | | | | | |
| | 38. Es posible la interacción con personas de mayor jerarquía?. | | | | | |
| | 39. La institución fomenta y promueve la comunicación interna?. | | | | | |
| | 40. Existe colaboración entre el personal de las diversas oficinas?. | | | | | |
| Condiciones laborales | | | | | | |
| | 41. Se cuenta con acceso a la información necesaria para cumplir con el trabajo?. | | | | | |
| | 42. Los trabajadores tienen la oportunidad de tomar decisiones en tareas de sus responsabilidades?. | | | | | |
| | 43. Se recibe la preparación necesaria para realizar el trabajo?. | | | | | |
| | 44. Las responsabilidades del puesto están claramente definidas?. | | | | | |
| | 45. Se dispone de un sistema para el seguimiento y control de las actividades?. | | | | | |
| | 46. En la institución, se afrontan y superan los obstáculos?. | | | | | |
| | 47. Cumplir con las actividades laborales es una tarea estimulante?. | | | | | |
| | 48. Los objetivos de trabajo guardan relación con la visión de la institución?. | | | | | |
| | 49. Hay clara definición de visión, misión y valores en la institución?. | | | | | |
| | 50. Se dispone de tecnología que facilite el trabajo?. | | | | | |
| Motivación Intrínseca | | | | | | |

| | | | | | | |
|--------------------------------|---|--|--|--|--|--|
| | 51. Realizar su trabajo es parte de su superación personal?. | | | | | |
| | 52. Se divierte haciendo su trabajo?. | | | | | |
| | 53. Se siente orgulloso de sí mismo?. | | | | | |
| | 54. Tiene que probarse a sí mismo que puede hacer lo encomendado?. | | | | | |
| | 55. Se esfuerza poco, porque no cree que valga la pena esforzarse en este trabajo?. | | | | | |
| | 56. El poner esfuerzo en este trabajo tiene un significado personal?. | | | | | |
| Motivación Extrínseca | | | | | | |
| | 57. Se arriesga a perder su trabajo si no pone el suficiente esfuerzo?. | | | | | |
| | 58. Percibe su trabajo como una compensación financiera por otras personas, sólo si pone el suficiente esfuerzo en su trabajo?. | | | | | |
| | 59. Realiza su trabajo solo para obtener el reconocimiento y respeto de otras personas?. | | | | | |
| | 60. Siente que su trabajo es remunerado acorde a las labores que realiza?. | | | | | |
| | 61. El poner esfuerzo en su trabajo es solo para agradar al resto?. | | | | | |
| Motivacion Trascendente | | | | | | |
| | 62. Se requiere de esfuerzo en este trabajo para ir acorde con sus valores personales?. | | | | | |
| | 63. La calidad de su trabajo tendrá impacto positivo en su población, comunidad o país?. | | | | | |
| | 64. Siente la necesidad de comprometerse con la empresa y cumplir los objetivos de la empresa en corto plazo?. | | | | | |
| | 65. Junto a la realización de sus funciones, su grupo de trabajo podrá alcanzar sus objetivos personales?. | | | | | |
| | 66. Personas ajenas a su empresa podrán salir beneficiadas con su trabajo?. | | | | | |

Anexo B. Validación del instrumento



UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

REVALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Título del instrumento a revalidar: PERCEPCIÓN DEL CLIMA ORGANIZACIONAL Y MOTIVACIÓN LABORAL

INSTRUCCIÓN:

Sírvase encerrar dentro de un círculo, el porcentaje que crea conveniente para cada pregunta.

- 1. ¿Considera Ud. que el instrumento cumple los objetivos propuestos?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
- 2. ¿Considera Ud. que este instrumento contiene los conceptos propios del tema que se investiga?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
- 3. ¿Estima Ud. que la cantidad de ítemes que se utiliza son suficientes para tener una visión comprensiva del asunto que se investiga?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
- 4. ¿Considera Ud. que si se aplicara este instrumento a muestras similares se obtendrían datos también similares?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
- 5. ¿Estima Ud. que los ítemes propuestos permiten una respuesta objetiva de parte de los informantes?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
- 6. ¿Qué preguntas cree Ud. que se podría agregar? NINGUNA
- 7. ¿Qué preguntas se podrían eliminar? NINGUNA

Fecha: 12/04/2019 Firma:

Validado por: M.Sc. VICTOR HUGO VALENCIA PARISSA

Grado Académico: MAESTRÍA EN ECONOMÍA

Institución: UNIVERSIDAD NACIONAL DEL A. Ciudad/País: PUNO - PERU

M.Sc. Victor Hugo Valencia Parissa
ING. ESTADÍSTICO E INFORMÁTIL
CIP. 106473



UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
Facultad de Ciencias Empresariales
Validación del instrumento por juicio de expertos

Título del instrumento a validar: Clima Organizacional

INSTRUCCIÓN:

Sírvase encerrar dentro de un círculo, el número porcentual que usted considera que responde a la afirmación.

1. ¿Considera usted que el instrumento cumple el objetivo propuesto?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 **100**
2. ¿Considera usted que este instrumento contiene los conceptos propios del tema que se investiga?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 **90** 100
3. ¿Estima usted que la cantidad de ítems que se utiliza son suficientes para tener una visión comprensiva del asunto que se investiga?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 **100**
4. Considera usted que si aplicara este instrumento a grupos similares se obtendrían datos también similares?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 **100**
5. ¿Estima usted que los ítems propuestos permiten una respuesta objetiva de parte de los informantes?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 **100**
6. ¿Qué ítems cree usted que se podría agregar?
7. ¿Qué ítems cree usted que se deben eliminar?

Fecha (d/m/a): 28/04/16 Firma: [Firma]

Validado por: Edwin Octavio Cisneros González

Grado Académico: Doctor en Administración

Institución: Universidad Peruana Unión Ciudad/País: Lima, Perú



UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
Facultad de Ciencias Empresariales
Validación del instrumento por juicio de expertos

Título del instrumento a validar: Motivación Laboral

INSTRUCCIÓN:

Sírvase encerrar dentro de un círculo, el número porcentual que usted considera que responde a la afirmación.

1. ¿Considera usted que el instrumento cumple el objetivo propuesto?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
2. ¿Considera usted que este instrumento contiene los conceptos propios del tema que se investiga?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
3. ¿Estima usted que la cantidad de ítems que se utiliza son suficientes para tener una visión comprensiva del asunto que se investiga?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
4. Considera usted que si aplicara este instrumento a grupos similares se obtendrían datos también similares?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
5. ¿Estima usted que los ítems propuestos permiten una respuesta objetiva de parte de los informantes?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
6. ¿Qué ítems cree usted que se podría agregar?
7. ¿Qué ítems cree usted que se deben eliminar?

Fecha (d/m/a): 28/04/16 Firma: [Firma]

Validado por: Edwin Octavio Cisneros Gonzalez

Grado Académico: Docto en Administración

Institución: Universidad Peruana Unión Ciudad/País: Lima, Perú



UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
Facultad de Ciencias Empresariales
Validación del instrumento por juicio de expertos

Título del instrumento a validar: Clima Organizacional

INSTRUCCIÓN:

Sírvase encerrar dentro de un círculo, el número porcentual que usted considera que responde a la afirmación.

1. ¿Considera usted que el instrumento cumple el objetivo propuesto?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
2. ¿Considera usted que este instrumento contiene los conceptos propios del tema que se investiga?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
3. ¿Estima usted que la cantidad de ítems que se utiliza son suficientes para tener una visión comprensiva del asunto que se investiga?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
4. Considera usted que si aplicara este instrumento a grupos similares se obtendrían datos también similares?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
5. ¿Estima usted que los ítems propuestos permiten una respuesta objetiva de parte de los informantes?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
6. ¿Qué ítems cree usted que se podría agregar? -
7. ¿Qué ítems cree usted que se deben eliminar? -

Fecha (d/m/a): 28/04/16 Firma: [Firma]

Validado por: JESUS BEJORNO A.

Grado Académico: MAGISTER

Institución: UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN Ciudad/País: Lima / Perú



UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
Facultad de Ciencias Empresariales
Validación del instrumento por juicio de expertos

Título del instrumento a validar: Motivación Laboral

INSTRUCCIÓN:

Sírvase encerrar dentro de un círculo, el número porcentual que usted considera que responde a la afirmación.

1. ¿Considera usted que el instrumento cumple el objetivo propuesto?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
2. ¿Considera usted que este instrumento contiene los conceptos propios del tema que se investiga?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
3. ¿Estima usted que la cantidad de ítems que se utiliza son suficientes para tener una visión comprensiva del asunto que se investiga?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
4. Considera usted que si aplicara este instrumento a grupos similares se obtendrían datos también similares?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
5. ¿Estima usted que los ítems propuestos permiten una respuesta objetiva de parte de los informantes?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
6. ¿Qué ítems cree usted que se podría agregar?
7. ¿Qué ítems cree usted que se deben eliminar?

Fecha (d/m/a): 28/04/16 Firma: [Firma]

Validado por: JESÚS BEJARAMO A.

Grado Académico: MAGISTER

Institución: UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN Ciudad/País: Lima / Perú



UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
Facultad de Ciencias Empresariales
Validación del instrumento por juicio de expertos

Título del instrumento a validar: Clima Organizacional

INSTRUCCIÓN:

Sírvase encerrar dentro de un círculo, el número porcentual que usted considera que responde a la afirmación.

1. ¿Considera usted que el instrumento cumple el objetivo propuesto?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
2. ¿Considera usted que este instrumento contiene los conceptos propios del tema que se investiga?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
3. ¿Estima usted que la cantidad de ítems que se utiliza son suficientes para tener una visión comprensiva del asunto que se investiga?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
4. Considera usted que si aplicara este instrumento a grupos similares se obtendrían datos también similares?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
5. ¿Estima usted que los ítems propuestos permiten una respuesta objetiva de parte de los informantes?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
6. ¿Qué ítems cree usted que se podría agregar?
7. ¿Qué ítems cree usted que se deben eliminar?

Fecha (d/m/a): 28/04/16 Firma: [Firma]

Validado por: César Ekeodoro Lozano Roque

Grado Académico: CP

Institución: UPU Ciudad/País: Lima Perú



UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
Facultad de Ciencias Empresariales
Validación del instrumento por juicio de expertos

Título del instrumento a validar: Motivación Laboral

INSTRUCCIÓN:

Sírvase encerrar dentro de un círculo, el número porcentual que usted considera que responde a la afirmación.

1. ¿Considera usted que el instrumento cumple el objetivo propuesto?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 **100**
2. ¿Considera usted que este instrumento contiene los conceptos propios del tema que se investiga?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 **100**
3. ¿Estima usted que la cantidad de ítems que se utiliza son suficientes para tener una visión comprensiva del asunto que se investiga?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 **100**
4. Considera usted que si aplicara este instrumento a grupos similares se obtendrían datos también similares?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 **100**
5. ¿Estima usted que los ítems propuestos permiten una respuesta objetiva de parte de los informantes?
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 **100**
6. ¿Qué ítems cree usted que se podría agregar?
7. ¿Qué ítems cree usted que se deben eliminar?

Fecha (d/m/a): 28/04/16 Firma: [Firma]

Validado por: Cristóbal Elodoro Salgado Roque

Grado Académico: C.P.E.

Institución: UPU Ciudad/País: Perú

Anexo C. Carta de aceptación de la Institución Banco de Crédito - BCP.



Juliaca, 05 de Setiembre de 2018

Señor:

Coordinador de la E.P. de Administración - Facultad de Ciencias Empresariales
Universidad Peruana Unión - Juliaca

Asunto: Autorización Encuesta Interna para Clientes Internos

Es grato dirigirme a usted para hacer de su conocimiento respecto a su atenta correspondencia.

Mi persona autorizó al Bachiller Sr. **Sebastian Quispe Quispe**, identificado con DNI 48164592, para realizar una encuesta a los colaboradores del BCP – Sucursal Jauregui con fines de investigación; “Percepción del clima organizacional y motivación laboral de los clientes internos del Banco de Crédito del Perú – en el año 2018”. Esta información es interna y de uso exclusivo que le servirá para sustentar y obtener el título profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Peruana Unión.

Atentamente.



José Wilfredo Díaz Ch.
Gerente de Agencia
DNI 02433144 / MAT 217062
División Comercial

Anexo D. Matriz de consistencia

TÍTULO.- Percepción del clima organizacional y motivación laboral de los clientes internos del Banco de Crédito del Perú - Sucursal Juliaca, en el año 2017.

| Planteamiento del problema | Objetivos | Hipótesis | Variables | Dimensiones | Indicadores | Categorías | Metodología |
|--|---|---|---|---|--|--|---|
| <p>Problema General ¿Qué relación existe entre la percepción del clima organizacional y la motivación laboral de los clientes internos del Banco de crédito del Perú – Sucursal Juliaca, en el año 2017?</p> <p>Problemas Específicos ¿Qué relación existe entre la percepción del clima organizacional y la motivación intrínseca de los clientes internos del Banco del crédito del Perú - Sucursal Juliaca, en el año 2017?</p> <p>¿Qué relación existe entre la percepción</p> | <p>Objetivo General Explicar la relación entre la percepción del clima organizacional y la motivación laboral por los clientes internos del Banco del crédito del Perú - Sucursal Juliaca, en el año 2017.</p> <p>Objetivos Específicos Explicar la relación entre clima organizacional y la motivación intrínseca de los clientes internos del Banco de crédito del Perú. - Sucursal Juliaca, en el año 2017. Explicar la relación entre clima organizacional y la</p> | <p>Hipótesis General Existe relación entre la percepción del clima organizacional y la motivación laboral de los clientes internos del Banco de crédito del Perú sucursal Juliaca.</p> <p>Hipótesis Específicos Existe relación entre la percepción del clima organizacional y la motivación intrínseca de los clientes internos del Banco del crédito del Perú sucursal Juliaca. Existe relación entre la percepción del clima organizacional y la</p> | <p>Variable Independiente Clima organizacional</p> <p>Variable Dependiente Motivación laboral</p> | <p>Realización personal,</p> <p>Involucramiento laboral.</p> <p>Supervisión.</p> <p>Comunicación</p> <p>Condiciones laborales</p> | <p>Apreciación del trabajador</p> <p>Buen desempeño</p> <p>Compromiso</p> <p>Creatividad</p> <p>Identificación de valores y compromiso.</p> <p>Identificación con los valores organizacionales</p> <p>Cumplimiento y desarrollo de la organización</p> <p>La supervisión</p> <p>Conocimiento colectivo.</p> <p>Adaptación y al establecimiento</p> | <p>Totalmente en desacuerdo</p> <p>Bastante en desacuerdo</p> <p>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p>Bastante en desacuerdo</p> <p>Totalmente en</p> | <p>TIPO: No experimental</p> <p>DISEÑO: Correlacional</p> |

| | | | | | | | |
|--|---|--|--|--|---|-------------------|--|
| <p>del clima organizacional y la motivación extrínseca de los clientes internos del Banco del crédito del Perú - Sucursal Juliaca, en el año 2017? ¿Qué relación existe entre la percepción del clima organizacional y la motivación trascendente de los clientes internos del Banco del crédito del Perú - Sucursal Juliaca, en el año 2017?.</p> | <p>motivación extrínseca de los clientes internos del Banco de crédito del Perú - Sucursal Juliaca, en el año 2017. Explicar la relación entre clima organizacional y la motivación trascendente de los clientes internos del Banco de crédito del Perú - Sucursal Juliaca, en el año 2017.</p> | <p>motivación extrínseca de los clientes internos del Banco del crédito del Perú sucursal Juliaca. Existe relación entre la percepción del clima organizacional y la motivación trascendente de los clientes internos del Banco del crédito del Perú sucursal Juliaca.</p> | | | <p>de las exigencias Comunicación referente al grado de circulación de información</p> <p>Organización, adecuada en toma de decisiones.</p> <p>Reconocimiento de la institución</p> <p>Cumplimiento de tareas encomendadas Superación personal en el trabajo Capacitación personal para obtener beneficios Actitud de liderazgo en desarrollar potencialidades.</p> | <p>desacuerdo</p> | |
|--|---|--|--|--|---|-------------------|--|