



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

TEMA

MODELO ORGANIZACIONAL Y MOTIVACIÓN DEL PERSONAL COMO BASE PARA EL

INCREMENTO DE LA PRODUCTIVIDAD EN LOS LUGARES DE ESPARCIMIENTO

NOCTURNO DEL CANTÓN SAMBORONDÓN

Tutor

MSc. SILVIA ALEXANDRA ESPINOZA MENDOZA

Autores

ASLHEY LIA REYES ALVARADO

ASHLEY LISBETH ZAMBRANO HERRERA

Guayaquil, 2017

REPOSITORIO



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TÍTULO Y SUBTÍTULO:

MODELO ORGANIZACIONAL Y MOTIVACIÓN DEL PERSONAL COMO BASE PARA EL INCREMENTO DE LA PRODUCTIVIDAD EN LOS LUGARES DE ESPARCIMIENTO NOCTURNO DEL CANTÓN SAMBORONDÓN

AUTOR/ES:

ASLHEY LIA REYES ALVARADO
ASHLEY LISBETH ZAMBRANO HERRERA

REVISORES:

MSc. SILVIA ALEXANDRA ESPINOZA
MENDOZA

INSTITUCIÓN:

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE
ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

FACULTAD:

ADMINISTRACIÓN

CARRERA:

INGENIERÍA COMERCIAL

FECHA DE PUBLICACIÓN:**N. DE PAGS:**

129

ÁREAS TEMÁTICAS: Finanzas y Contabilidad, Administración y Recursos Humanos

PALABRAS CLAVE:

Motivación, Productividad, Organización, Capacitación, Clima Laboral

RESUMEN:		
El presente trabajo expone un Modelo Organizacional – Motivación que sirva como base para la incremento de la productividad de los lugares de esparcimiento nocturno.		
N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
CONTACTO CON AUTORES/ES:	Teléfono:	E-mail:
ASLHEY LIA REYES ALVARADO	0985407413	alia1891@hotmail.com
ASHLEY LISBETH ZAMBRANO HERRERA	0996634174	ashley.zamb.h@hotmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	MGS. DARWIN ORDOÑEZ ITURRALDE, DECANO. Teléfono: 2596500 EXT. 201 DECANATO. E-mail: dordonezy@ulvr.edu.ec	
	MSC. RAFAEL ITURRALDE SOLÓRZANO, SUB DECANO. Teléfono: 2596500 EXT. 203, SUB DECANATO E-mail: riturraldes@ulvr.edu.ec	

Quito: Av. Whymper E7-37 y Alpallana, edificio Delfos, teléfonos (593-2) 2505660/ 1; y en la Av. 9 de octubre 624 y carrión, Edificio Prometeo, teléfonos 2569898/ 9. Fax: (593 2) 2509054

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

Las egresadas ASLHEY LIA REYES ALVARADO y ASHLEY LISBETH ZAMBRANO HERRERA, declaramos bajo juramento, que la autoría del presente trabajo de investigación, corresponde totalmente a las suscritas y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedemos nuestros derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador.

Este proyecto se ha ejecutado con el propósito de estudiar MODELO ORGANIZACIONAL Y MOTIVACIÓN DEL PERSONAL COMO BASE PARA EL INCREMENTO DE LA PRODUCTIVIDAD EN LOS LUGARES DE ESPARCIMIENTO NOCTURNO DEL CANTÓN SAMBORONDÓN.

Autoras:

ASLHEY LIA REYES ALVARADO

C.I. 0930057518

ASHLEY LISBETH ZAMBRANO HERRERA

C.I. 0930857826

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutora del Proyecto de Investigación MODELO ORGANIZACIONAL Y MOTIVACIÓN DEL PERSONAL COMO BASE PARA EL INCREMENTO DE LA PRODUCTIVIDAD EN LOS LUGARES DE ESPARCIMIENTO NOCTURNO DEL CANTÓN SAMBORONDÓN, nombrada por el Consejo Directivo de la Facultad de Administración de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y analizado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: “MODELO ORGANIZACIONAL Y MOTIVACIÓN DEL PERSONAL COMO BASE PARA EL INCREMENTO DE LA PRODUCTIVIDAD EN LOS LUGARES DE ESPARCIMIENTO NOCTURNO DEL CANTÓN SAMBORONDÓN”, presentado por los estudiantes ASLHEY LIA REYES ALVARADO y ASHLEY LISBETH ZAMBRANO HERRERA como requisito previo a la aprobación de la investigación para optar al Título de INGENIERO COMERCIAL, encontrándose apto para su sustentación.

Firma:

MSc. SILVIA ALEXANDRA ESPINOZA MENDOZA

C.I.

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO



Urkund Analysis Result

Analysed Document: proyecto.docx (D25368561)
Submitted: 2017-01-30 13:21:00
Submitted By: saespinozam@ulvr.edu.ec
Significance: 8 %

Sources included in the report:

<http://www.derechoecuador.com/productos/producto/catalogo/registros-oficiales/2011/mayo/code/19918/registro-oficial-no-452---jueves-19-de-mayo-de-2011>

Instances where selected sources appear:

32

AGRADECIMIENTO

A mis Padres:

Eloy Reyes Abad

Olga Urcisina Alvarado Goya

A mis Hermanos:

Luis Eloy Reyes Alvarado

Olga Mirla Reyes Alvarado

A mis Cuñados:

Karina Yesenia Muñoz Otoyá

Milton Rodrigo García Armijo

A mis Sobrinos:

Ayleen Lissette Reyes Muñoz

Alexander Gerard García Reyes

A mi novio:

Andrés Alfredo Villalobos González

A mis Amigos:

Evelyn Carolina Paguay Tandazo

Ana Laura Duarte Martínez

Sandra Cecilia Melena Carrazco

Ashley Lisbeth Zambrano Herrera

Gabriel Emanuel González Figueroa

ASLHEY LIA REYES ALVARADO

AGRADECIMIENTO

A Dios, por permitirme llegar a este logro, que es el resultado de su ayuda infinita.

A mis padres Ángel y Narcisa quienes me enseñaron a trabajar con perseverancia y
responsabilidad, para obtener todo lo que me proponga.

A mis hermanas que con sus palabras de ánimo me dieron ese aliento, en cuanto ya no
podía más.

A mis sobrinos y mi hijo, quienes les demuestro que no hay nada fácil en el camino de
nuestras vidas, pero siempre debemos tener la predisposición en alcanzar lo que más
anhelamos.

A mi esposo y mi hijo, con los que he compartido este trabajo y me han entendido por mi
ausencia. Me han brindado ese impulso en los momentos difíciles.

No fue sencillo culminar con éxito este proyecto, más sin embargo, gracias a la ayuda de
mi amiga Aslhey Reyes por su paciencia y siempre mi familia fue mi motivación para
finalizar una meta más en mi vida.

Ashley Zambrano Herrera

ÍNDICE

PORTADA.....	I
REPOSITORIO.....	II
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES....	IV
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	V
CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO.....	VI
AGRADECIMIENTO	VII
AGRADECIMIENTO	VIII
ÍNDICE	IX
ÍNDICE DE TABLAS	XIV
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XVI
ÍNDICE DE ANEXOS.....	XVIII
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	2
1.1 Tema de investigación.....	2
1.2 Planteamiento del problema de investigación.....	2
1.3 Formulación del problema de investigación	3
1.4 Sistematización del problema de investigación	3
1.5 Justificación de la investigación.....	4

1.6	Objetivos	4
1.6.1	Objetivo general	4
1.6.2	Objetivos específicos.....	5
1.7	Delimitación de la investigación	5
1.8	Idea a defender	5
1.8.1	General	5
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO		6
2.1	Antecedentes	6
2.1.1	Motivación.....	6
2.1.2	Definición de Motivación.....	6
2.1.3	Clasificación de la Motivación.....	8
2.1.4	Factores que favorecen la Motivación Laboral	9
2.1.5	Motivación, Desempeño y Satisfacción	10
2.1.6	Teorías de la Motivación	10
2.1.6.1	Teoría de Maslow	11
2.1.6.2	Teoría de McClelland.....	12
2.1.6.3	Teoría de Alderfer	13
2.1.6.4	Teoría de Herzberg	14
2.1.6.5	Teoría de MCGregor y Ouchi.....	15
2.1.6.6	Teoría de Locke.....	16

2.1.6.7	Teoría de Vroom	17
2.1.6.8	Teoría de Adams	18
2.1.7	Organización	19
2.1.8	Estructura Organizacional	21
2.1.8.1	Estructura Simple	21
2.1.8.2	Estructura Funcional.....	21
2.1.8.3	Estructura de divisiones.....	21
2.1.9	Teorías Motivacionales desde la Perspectiva Organizacional.....	22
2.1.10	Clima Laboral.....	24
2.1.11	Riesgos Psicosociales derivados del Clima Laboral	24
2.1.12	Satisfacción en el Trabajo	25
2.2	Bases Teóricas.....	27
2.3	Glosario de Términos	38
2.4	Marco Legal	41
2.4.1	Título 1: Disposiciones Fundamentales	41
2.4.2	Título II: De Los Lugares Destinados a Espectáculos Públicos.....	42
2.4.3	Título III: De Los Empresarios, Promotores y Organizadores De Espectáculos Públicos	44
2.4.4	Título IV: De Los Mecanismos De Control	49
2.4.5	Título X: De Los Impuestos Municipales	50

2.4.6	Acuerdo Interministerial Amplía Horarios De Funcionamiento De Establecimientos Nocturnos	52
2.4.7	Permiso De Funcionamiento De Locales	53
	CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	57
3.1	Metodología	57
3.1.1	Tipo de Investigación	57
3.1.2	Enfoque de la Investigación	57
3.1.3	Técnicas de Investigación	58
3.2	Población.....	58
3.3	Análisis de los Resultados.....	59
3.3.1	Focus Group	59
3.3.1.1	Conclusiones del Focus Group.....	60
3.3.2	Entrevista.....	61
3.3.2.1	Conclusión de la Entrevista.....	64
3.3.3	Encuesta.....	65
3.3.3.2	Conclusiones de la Encuesta	76
	CAPÍTULO IV: PROPUESTA.....	78
4.1	Introducción	78
4.2	Justificación.....	79
4.3	Modelo Organizacional y Motivación.....	80

4.3.1	Desarrollo	80
4.3.2	Análisis de Motivación y Compensación	82
4.3.3	Análisis de Capacitación y Desarrollo Profesional	84
4.3.4	Análisis de Cultura Organizacional.....	85
4.3.5	Análisis de Publicidad y Promoción	86
4.3.6	Análisis de Atención al Cliente	87
4.3.7	Cálculo de Inversión del Modelo Organizacional y Motivación.....	88
4.3.8	Ingresos del Bar – Karaoke	91
CONCLUSIONES		95
RECOMENDACIONES		97
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS		98
ANEXOS		100

ÍNDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE TABLAS	XIV
Tabla No. 1 <i>Delimitación</i>	5
Tabla No.2 “ <i>Los Dos Factores</i> ”	14
Tabla No. 3 <i>Focus Group</i>	59
Tabla No. 4 <i>Pregunta 1</i>	66
Tabla No. 5 <i>Pregunta 2</i>	67
Tabla No. 6 <i>Pregunta 3</i>	68
Tabla No. 7 <i>Pregunta 4</i>	69
Tabla No. 8 <i>Pregunta 5</i>	70
Tabla No. 9 <i>Pregunta 6</i>	71
Tabla No. 10 <i>Pregunta 7</i>	72
Tabla No. 11 <i>Pregunta 8</i>	73
Tabla No. 12 <i>Pregunta 9</i>	74
Tabla No. 13 <i>Pregunta 10</i>	75
Tabla No. 14 <i>Motivación y Compensación</i>	88
Tabla No. 15 <i>Capacitación</i>	88
Tabla No. 16 <i>Talleres</i>	89
Tabla No. 17 <i>Publicidad y Promoción</i>	89

Tabla No. 18 <i>Retorno sobre la Inversión</i>	90
Tabla No. 19 <i>Payback o Período de Retorno</i>	90
Tabla No. 20 <i>Ingresos Bar - Karaoke</i>	91
Tabla No. 21 <i>Flujo de Caja</i>	92
Tabla No. 22 <i>Metas Anuales</i>	93
Tabla No. 23 <i>Planificación Anual</i>	94

ÍNDICE DE FIGURAS

ÍNDICE DE FIGURAS.....	XVI
Figura No.1 “ <i>Jerarquía de las Necesidades</i> ”	11
Figura No.2 “ <i>Necesidades Aprendidas</i> ”	12
Figura No.3 “ <i>Modelo Jerárquico ERC</i> ”	13
Figura No.4 “ <i>Teoría de McGregor y Ouchi</i> ”	15
Figura No.5 <i>Fijación de Metas</i>	16
Figura No.6 <i>Teoría de Vroom</i>	17
Figura No.7 <i>Teoría de la Equidad</i>	18
Figura No.8 <i>Ciclo de Mejoramiento de Shewhart conocido como el Circulo Deming (planear, hacer, verificar, actuar)</i>	22
Figura No.9 <i>Satisfacción en el Trabajo</i>	25
Figura No.10 <i>Pregunta 1</i>	66
Figura No.11 <i>Pregunta 2</i>	67
Figura No.12 <i>Pregunta 3</i>	68
Figura No.13 <i>Pregunta 4</i>	69
Figura No.14 <i>Pregunta 5</i>	70
Figura No.15 <i>Pregunta 6</i>	71
Figura No.16 <i>Pregunta 7</i>	72

Figura No.17 <i>Pregunta 8</i>	73
Figura No.18 <i>Pregunta 9</i>	74
Figura No.19 <i>Pregunta 10</i>	75
Figura No.20 <i>Motivación y Compensación</i>	83
Figura No.21 <i>Capacitación y Desarrollo Profesional</i>	84
Figura No.22 <i>Cultura Organizacional</i>	85
Figura No.23 <i>Publicidad y Promoción</i>	86
Figura No.24 <i>Atención al Cliente</i>	87

ÍNDICE DE ANEXOS

ÍNDICE DE ANEXOS.....	XVIII
ANEXOS	100
Anexo No. 1 <i>Ingresos y Demanda Proyectados</i>	101
Anexo No. 2 <i>Costos Fijos</i>	103
Anexo No. 3 <i>Materia Prima</i>	104
Anexo No. 4 <i>Suministros de Oficina</i>	105
Anexo No. 5 <i>Suministros de Limpieza y Otros</i>	106
Anexo No. 6 <i>Servicios Básicos</i>	107
Anexo No. 7 <i>Maquinaria y Equipo</i>	107
Anexo No. 8 <i>Muebles y Enseres</i>	107
Anexo No. 9 <i>Depreciación</i>	108
Anexo No. 10 <i>Sueldos y Salarios</i>	109
Anexo No. 11 <i>Capital de Trabajo</i>	110

INTRODUCCIÓN

A lo largo de los años se han generado diferentes estructuras organizacionales para ayudar a los administradores en la toma de sus decisiones, lo que nos conlleva al estudio de la motivación en la forma que influye al ser humano de acuerdo a las condiciones de trabajo en que se encuentre, es por esto que se generan diferentes programas para motivar al personal y a su vez medir el nivel de desempeño en sus actividades cotidianas.

Día a día las organizaciones van creciendo, volviéndose más complejas, desarrollándose en aspectos sociales, económicos, administrativos, operativos, desempeñándose en un ambiente altamente competitivo y para que logren sus objetivos es necesario que los componentes que la conforman, interactúen de una manera coordinada y armónica.

Este estudio desea dar a conocer que, en muchos casos, no solo un beneficio económico es suficiente para la motivación del personal, también influyen otros factores tanto internos como externos, lo que nos va a permitir establecer actividades específicas a cada empleado dentro de los lugares de esparcimiento nocturno, el cual producirá un mejor desempeño y relación laboral.

La motivación es el impulso que lleva a la persona a actuar o realizar una actividad de la mejor o peor manera. Y con respecto, a estructura organizacional es la forma de cómo distribuir y estructurar el trabajo para cumplir con los objetivos organizacionales

El presente trabajo de investigación nos ayudará a determinar principalmente los factores que motivan a las personas a trabajar en este sector y también vamos a llevar a cabo la implementación de un Modelo Organizacional y Motivación en el Bar – Karaoke VAD.

CAPÍTULO I: DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Tema de investigación

“MODELO ORGANIZACIONAL Y MOTIVACIÓN DEL PERSONAL COMO BASE PARA EL INCREMENTO DE LA PRODUCTIVIDAD EN LOS LUGARES DE ESPARCIMIENTO NOCTURNO DEL CANTÓN SAMBORONDÓN”

1.2 Planteamiento del problema de investigación

El Bar – Karaoke VAD ubicado en C.C. La Piazza – Puntilla desea proyectarse como una empresa más organizada brindando un servicio de calidad, por lo tanto, es necesario implementar cambios dentro de la organización.

El principal problema es la competencia directa que existe, en este caso es Pa´ Cortarse las Venas que se encuentra ubicado frente al local ocasionando una baja en la captación de clientes potenciales.

Además, el área de recursos humanos, no cuenta con un proceso que permita capacitar al personal lo que conlleva que los empleados en ocasiones no tienen claro sus actividades específicas.

Respecto a la atención al cliente, los empleados del Bar – Karaoke VAD mantienen una gama de criterios en lo que refiere prestar un buen servicio al cliente debido a la falta de directrices por parte de la empresa.

Producto de ello se sugiere la implementación de un Modelo Organizacional y Motivación en el Bar – Karaoke con el fin de suplir cada una de las necesidades que están afectando en la productividad del establecimiento.

En base a esto se desea resolver la productividad del establecimiento a través de talleres enfocado en la atención de clientes, además la utilización de otros medios publicitarios con el fin de captar nuevos clientes sin dejar a un lado las distintas promociones para conservar la fidelidad de los clientes y por último los incentivos que motivaran al personal que trabaja en el Bar – Karaoke VAD.

1.3 Formulación del problema de investigación

¿Cómo promover la productividad para la motivación en el personal de VAD?

1.4 Sistematización del problema de investigación

- ¿Cuál es la situación actual del Bar - Karaoke VAD?
- ¿Cuáles son las principales causas que afectan la productividad del personal de VAD?
- ¿De qué manera se puede determinar las estrategias que permitan diseñar un Modelo Organizacional?
- ¿De qué manera se puede monitorear el desempeño laboral?

1.5 Justificación de la investigación

La razón por la cual se decidió realizar ésta investigación es para conocer la estructura organizacional, el clima laboral y la rotación de personal dentro de los lugares de esparcimiento del Cantón Samborondón, producto de ello se desea implementar un Modelo Organizacional y Motivación para observar el impacto positivo que tendría en la productividad y comportamiento del personal del Bar – Karaoke VAD.

La exigencia de la calidad por parte de los clientes ha provocado que las empresas se vean en la necesidad de redoblar esfuerzos, por lo que, se considera aplicar principios organizacionales dirigido en la gestión del capital humano, el cual será diseñar una estructura de trabajo, establecer metas altas pero alcanzables para ejercer más esfuerzo en los empleados.

Sin embargo, esto se obtendrá impulsando al personal del establecimiento VAD a realizar sus actividades con eficiencia para obtener la fidelidad de los clientes y mejorar la productividad del Bar – Karaoke a través de un personal eficiente y capacitado.

Con la implementación del Modelo Organizacional y Motivación se brindará un servicio de excelencia a los clientes el cual permitirá que disfruten de un ambiente acogedor y rústico, convirtiéndose en una alternativa atractiva de sana diversión tanto para jóvenes como adultos.

1.6 Objetivos

1.6.1 Objetivo general

Diseñar un modelo organizacional y motivacional que permita el incremento de la productividad individual en los lugares de esparcimiento nocturno del Cantón Samborondón.

1.6.2 Objetivos específicos

- Elaborar un diagnóstico de la situación interna del Bar – Karaoke VAD.
- Determinar los principales factores que afectan la productividad del Bar – Karaoke VAD.
- Diseñar estrategias que permitan el Modelo Organizacional.
- Determinar los indicadores de control de Gestión Organizacional adecuados.

1.7 Delimitación de la investigación

Tabla No. 1 Delimitación

COBERTURA	Bar-Discoteca V.A.D. en CC. La Piazza - Puntilla
DELIMITACIÓN TEMPORAL	5 años
PROFUNDIDAD DE COBERTURA	Línea de Investigación: Empredimiento, estudio de factibilidad del presente Proyecto.

Elaborado: Por las autoras

1.8 Idea a defender

1.8.1 General

- El Modelo Organizacional - Motivación ayuda en el mejoramiento de la productividad de los empleados del Bar – Karaoke VAD y con ello se propicia una cultura organizacional adecuada a los intereses de la empresa, logrando desarrollar valores corporativos que conducen a un alto desempeño laboral.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

2.1.1 Motivación

En el siglo XVIII con el inicio de la industrialización y la desaparición de talleres artesanos trajo consigo la disminución en la productividad y un incremento en la desmotivación de los trabajadores afectando así las relaciones personales en el entorno laboral.

En 1920, cuando se creó la Organización Internacional del Trabajo (OIT), empezaron a buscar una solución para equilibrar los intereses de los empresarios y los intereses de los trabajadores.

En el siglo XX surgieron las primeras teorías acerca de la motivación, en el cual relacionaban el rendimiento laboral del trabajador y su satisfacción personal a la hora de desarrollar sus actividades. Dichos estudios concluirían que si un trabajador se sentía motivado, era más eficiente y responsable.

A partir de estas conclusiones, las empresas decidieron analizar los parámetros a seguir para mejorar el ambiente laboral de sus trabajadores conociendo sus necesidades e intereses que de una u otra manera afectaban en el desempeño de su trabajo dentro de la empresa.

2.1.2 Definición de Motivación

La palabra motivación proviene de los términos latinos *motivus* (“movimiento”) y *ción* (“acción y efecto”). La motivación es el proceso que involucra la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo de un individuo hacia el logro de un objetivo.

Un factor crucial en las organizaciones es la productividad, y esto nos plantea la siguiente pregunta: ¿por qué unas personas rinden más que otras en el trabajo?

Según expresa (Heredia, 2004)

“La motivación juega un papel esencial para explicar este interrogante, junto a otras variables como la aptitud, la percepción del rol, la experiencia, etc. La motivación está constituida por todos aquellos factores capaces de provocar, mantener y dirigir la conducta hacia un objetivo; por otra parte, se dice que la motivación son todos aquellos factores que originan conductas; considerándose los de tipo biológicos, psicológicos, sociales y culturales”

Según expresa (Dornyei, 2005, pág. 79)

“La motivación es un concepto abstracto, un concepto hipotético que existe para poder explicar la razón por la cual la gente se comporta y piensa de la forma que lo hace. La motivación está relacionada con uno de los aspectos más básicos de la mente humana y ésta tiene un rol determinante en el éxito o fracaso en cualquier situación de aprendizaje”

Según expresa Maslow citado por (Salvador, 2010, pág. 08)

“La motivación es el lazo que lleva esa acción a satisfacer la necesidad. En este sentido, la motivación se convierte en un activador de la conducta humana. Los estados motivacionales, lo mismo que los actitudinales, se generan por efecto de un conjunto de factores o variables que se interaccionan”

Existen tres premisas que explican el comportamiento humano:

Según expresa (Chiavenato, 2001)

- El comportamiento es causado: Existe una causalidad del comportamiento. Tanto la herencia como el ambiente influyen de manera decisiva en el comportamiento de las personas, el cual se origina en internos y externos.
- El comportamiento es motivado: En todo comportamiento humano existe una finalidad. El comportamiento no es casual ni aleatorio; siempre está dirigido u orientado hacia algún objetivo.
- El comportamiento está orientado hacia objetivos: En todo comportamiento existe un impulso, un deseo, una necesidad, expresiones que sirven para indicar los motivos del comportamiento.

La motivación de los empleados comienza con reconocer que para que hagan su mejor trabajo, las personas deben estar en un entorno que satisfaga los impulsos emocionales básicos de adquirir, formar lazos, comprender y defenderse. (Nohria y Groysberg, de HBS, y Lee de Center for Research on Corporate Performance)

2.1.3 Clasificación de la Motivación

- **Motivación Interna:** Se realiza de forma espontánea.
- **Motivación Externa:** Factores externos motivan al individuo.
- **Motivación Negativa:** Provocada a causa de amenazas y castigos.

- **Motivación Positiva:** Surge de la necesidad y deseos de las personas por mejorar sus capacidades.
- **Motivación Intrínseca:** Aquella en la cual las personas fijan un interés específico con el fin de superarse así mismo.
- **Motivación Extrínseca:** Ocurre por obligación aunque ofrece ventajas directas al individuo al final.

2.1.4 Factores que favorecen la Motivación Laboral

La motivación humana es el impulso para actuar provocado por un estímulo externo (*que proviene del ambiente*) o por un estímulo interno (*genera los procesos mentales de la persona*).

La motivación varía en cada persona puesto que las necesidades cambian de un individuo a otro. (Ruiz, Gago, García, & López, 2013)

Las principales fuentes de motivación externa son:

- **Retribución económica:** Es el pago, estímulo, dispendio, reembolso o gratificación que una persona recibe por su trabajo.
- **Reconocimiento dentro de la empresa:** Es el acto o la distinción que se le otorga al trabajador de forma proporcional por el trabajo realizado.
- **Responsabilidad sobre el trabajo:** Se refiere a las capacidades que el trabajador posee.
- **Reconocimiento Social:** Es la valoración en el desarrollo de un trabajo que es considerado como una gran fuente de motivación por parte de los clientes.

Es importante poder obtener el equilibrio en cuanto a las necesidades del ser humano dentro de la organización, de lo contrario el individuo se verá enfrentado a:

- **Desorganización del comportamiento** (conducta ilógica y sin explicación aparente).
- **Agresividad** (física, verbal, etc.).
- **Reacciones emocionales** (ansiedad, aflicción, nerviosismo y otras manifestaciones como insomnio, problemas circulatorios y digestivos, etc.).
- **Alineación, apatía y desinterés.** (Monografías)

2.1.5 Motivación, Desempeño y Satisfacción

La satisfacción es el resultado de la motivación con el desempeño del trabajo (grado en que las recompensas satisfacen las expectativas individuales) y de la forma en que el individuo percibe la relación entre esfuerzo y recompensa. (Porter, Lawler, Hodgetts, & Altman, 1991)

2.1.6 Teorías de la Motivación

La motivación se puede dividir en tres grupos principales:

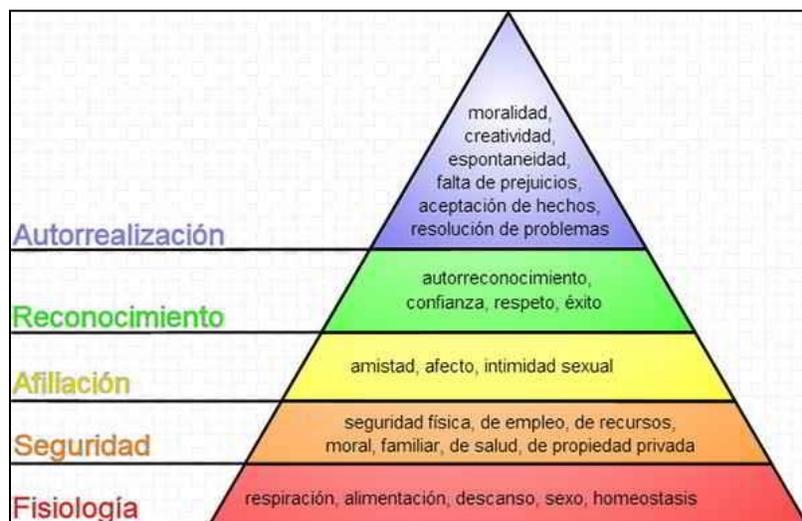
- **Necesidad:** La necesidad es la carencia de algo en las cuales nos basamos en las siguientes teorías.

2.1.6.1 Teoría de Maslow

En 1943, Maslow propone su “Teoría de la Motivación Humana” la cual tiene sus raíces en las ciencias sociales y fue ampliamente utilizada en el campo de la psicología clínica; a su vez, se han convertido en una de las principales teorías en el campo de la motivación, la gestión empresarial y el desarrollo y comportamiento organizacional. (REID, 2008)

De acuerdo a este modelo, a medida que el hombre satisface sus necesidades surgen otras que cambian o modifican el comportamiento del mismo; considerando que solo cuando una necesidad está razonablemente satisfecha, se disparará una nueva necesidad. (Colvin & Rutland, 2008)

Figura No.1 “Jerarquía de las Necesidades”



Fuente : Licenciatura en RR.HH. Universidad de Champagnat, 2002

Obtenido de: Jerarquía de Necesidades (Maslow, 1954)

2.1.6.2 Teoría de McClelland

Necesidad de Logro: Lleva a imponerse elevadas metas que alcanzar. Tienen una gran necesidad de ejecución, pero muy poca de afiliarse con otras personas.

Necesidad de Poder: Necesidad de influir y controlar a otras personas y grupos y a obtener reconocimiento por parte de ellas.

Necesidad de Afiliación: Necesidad de formar parte de un grupo.

Figura No.2 “Necesidades Aprendidas”



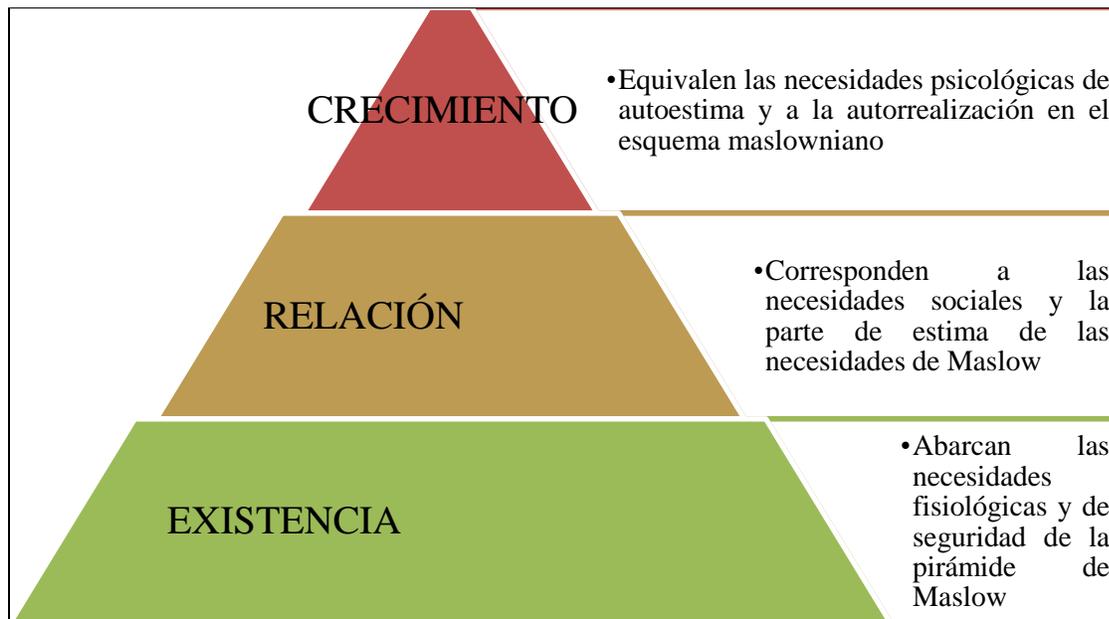
Fuente : McClelland David, Solana Guillermo, La Motivación Humana (1951)

Elaborado: Guillermo David

2.1.6.3 Teoría de Alderfer

Realiza un replanteamiento de las necesidades de Maslow para hacerlas más acordes con la investigación experimental. Sostiene que las personas son motivadas por necesidades de existencia, de relación y de crecimiento.

Figura No.3 “Modelo Jerárquico ERC”



Fuente : Teoría ERG de Clayton Alderfer (1969)

Elaborado: Por las autoras

- **Satisfacción:** La sensación positiva de haber conseguido una meta en el cual nos basamos en las siguientes teorías.

2.1.6.4 Teoría de Herzberg

Factores motivacionales: Es considerado el factor intrínseco o motivador. Este tiene relación con logros en el trabajo, el reconocimiento, el trabajo mismo, la responsabilidad, los ascensos y el crecimiento están relacionados con la satisfacción en el puesto. (Amador, 2013)

Factores higiénicos: Comprende las condiciones físicas y el ambiente de trabajo en las que se encuentra el trabajador. Si estos factores faltan o son inadecuados, causan insatisfacción. Entre los factores de higiene comprende: las políticas y la administración de la empresa, la supervisión, las relaciones interpersonales, las condiciones de trabajo y los sueldos. (Chiavenato, 2011)

Sus puntos clave: la satisfacción y la insatisfacción, no son opuestos, más bien están separados.

Tabla No.2 “Los Dos Factores”

LOS DOS FACTORES DE HERZBERG	
FACTORES MOTIVACIONALES (De satisfacción)	FACTORES DE HIGIENE (De insatisfacción)
Contenido del cargo (Como se siente el individuo en relación a su cargo.	Contexto del cargo (Como se siente el individuo en relación condiciones de la empresa.
<ol style="list-style-type: none">1. El trabajo en si2. Realización3. Reconocimiento4. Progreso profesional5. Responsabilidad	<ol style="list-style-type: none">1. Las condiciones de trabajo2. Administración de la empresa3. Salario4. Relaciones con el supervisor5. Beneficios y servicios sociales

Fuente : Frederick Herzberg, 1959

Obtenido de: Teoría Biofactorial de Herzberg

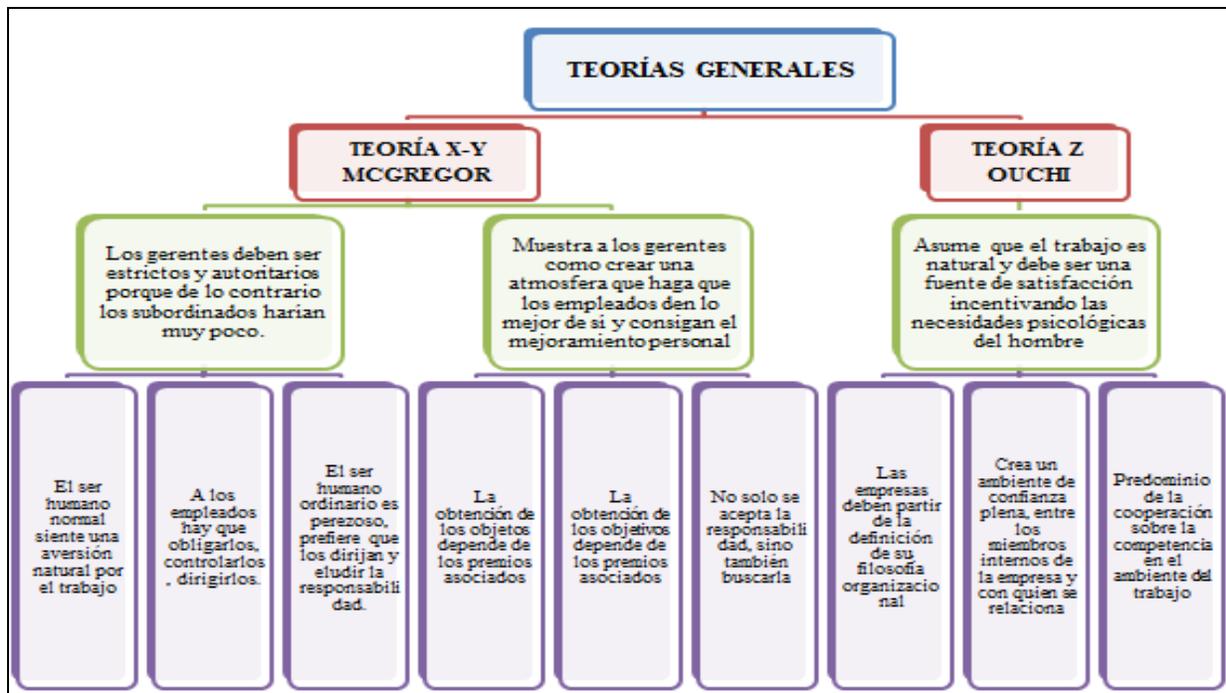
2.1.6.5 Teoría de MCGregor y Ouchi

Teoría X: Los gerentes deben ser estrictos y autoritarios porque de lo contrario los subordinados harían muy poco.

Teoría Y: Muestra a los gerentes como crear una atmósfera que haga que los empleados den lo mejor de sí y consigan el mejoramiento personal.

Teoría Z: Asume que el trabajo es natural y debe ser una fuente de satisfacción incentivando las necesidades psicológicas del hombre.

Figura No.4 “Teoría de McGregor y Ouchi”



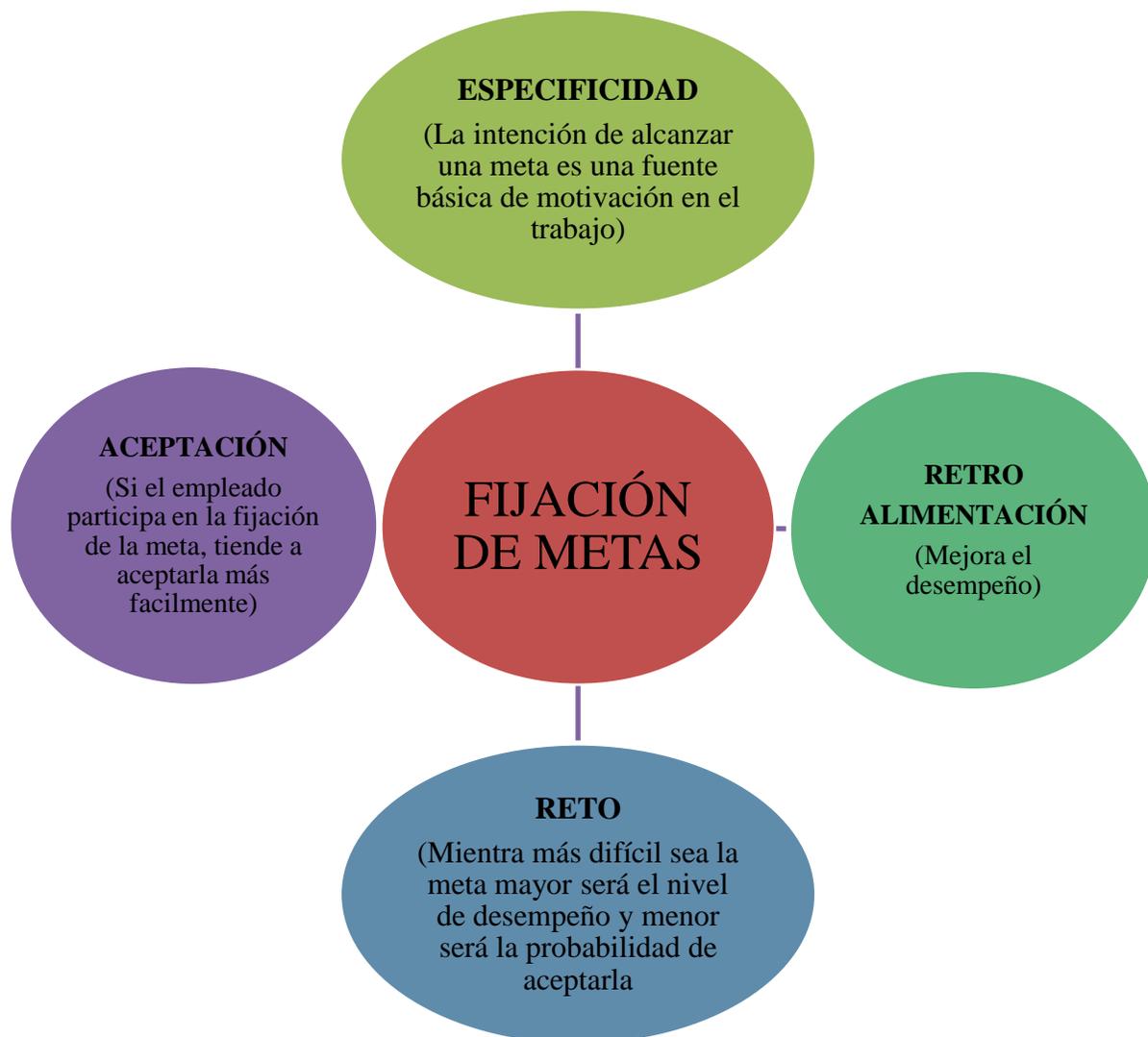
Fuente : Teoría de MCGregor y Ouchi

Obtenido de: Teoría X-Y (MCGregor), Teoría Z (Ouchi)

2.1.6.6 Teoría de Locke

Para que la fijación de metas realmente sean útiles deben ser: específicas, difíciles y desafiantes, pero posible de lograr. Además existe un elemento importante el feedback, la persona necesita feedback para poder potenciar al máximo los logros. (Becker, 1978)

Figura No.5 Fijación de Metas



Fuente : Teoría de Locke, 1968

Elaborado: Por las autoras

- **Expectativas:** Es el deseo y esperanza de obtener algo basándonos en las siguientes teorías.

2.1.6.7 Teoría de Vroom

Los individuos como seres pensantes, tienen creencias y abrigan esperanzas y expectativas respecto a los sucesos futuros de sus vidas. La conducta es resultado de elecciones entre alternativas y estas elecciones están basadas en creencias y actitudes. (Porter & Lawler, 1968, pág. 68)

Figura No.6 Teoría de Vroom



Fuente : Salvador Paquita, Módulo de Psicología, Pg. 11 - 12

Elaborado: Vroom 1964

2.1.6.8 Teoría de Adams

Pretende explicar la influencia que tiene sobre la motivación la comparación que los individuos hacen entre su situación y la de otras personas. Al alterar los aportes o resultados propios, las personas pueden desarrollar otras conductas para restituir la equidad.

Según esta teoría, el individuo puede hacer las comparaciones con un referente de la misma organización, con una persona de otra organización, con su propia experiencia en otros puestos, o con su experiencia en otra organización.

Figura No.7 Teoría de la Equidad



Fuente : Teoría de Stacy Adams, 1965

Obtenido de: Teoría de la Equidad de Adams

2.1.7 Organización

Las organizaciones a lo largo de la historia contemporánea presentan un notable crecimiento, su influencia alcanza tal magnitud en la economía mundial por lo cual es de importancia su estudio.

Existen diferentes definiciones en lo que respecta a organización:

Según expresa (Kliksberg, 1975)

Una organización es una institución social en la cual sus integrantes realizan una serie de actividades, cuenta con una estructura relativamente estable en el tiempo y tiende hacia determinados fines influenciada por el entorno en que se desenvuelve, ya sea de carácter social, cultural, político o económico.

La disposición de relaciones entre componentes o individuos que produce una unidad compleja o sistema, dotado de cualidades desconocidas en el nivel de los componentes o individuos. (Morín, 1990)

Una organización son dos o más personas que trabajan juntas, de manera estructurada, para alcanzar una meta o una serie de metas específicas. (Stoner, 1998)

Es una agrupación deliberada de personas para el logro de algún propósito específico, en una entidad que tiene un propósito distintivo, cuenta con personas y tiene una estructura deliberada de algún tipo. (ROBBINS, 2000)

Las organizaciones son sistemas sociales que producen bienes o servicios, están orientadas por una racionalidad social, poseen un subsistema administrativo o de gestión, una

estructura, unos recursos y se encuentran delimitadas por una estructura socioeconómica específica. (FAJARDO, 2002)

De acuerdo a las definiciones anteriores, podemos decir; que las organizaciones fueron creadas con el fin de un bien común, el éxito o fracaso de cada uno de sus miembros influyen directamente en la relación social entre ellos.

A finales de la década de 1960, Henry Mintzberg llevó a cabo un proyecto para estudiar el comportamiento de los gerentes y administradores de las empresas. Para lo cual él resultado de su investigación lo agrupo en 3 categorías principales:

Roles Interpersonales

- Representante
- Líder
- Enlace

Roles Informativos

- Monitor
- Diseminador
- Portavoz

Roles de Decisión

- Emprendedor
- Solucionador de Conflictos
- Gestor de Recursos

2.1.8 Estructura Organizacional

Los administradores logran que las cosas se lleven a cabo por conducto de otras personas; toman decisiones, asignan recursos y dirigen las actividades de los demás para conseguir metas. (Robbins, 2004)

Según expresa (Robbins, 2005) encontramos 3 tipos de estructuras que son:

2.1.8.1 Estructura Simple

- **Fortalezas:** Rápida; flexible; mantenimiento barato; responsabilidad definida.
- **Debilidades:** No es adecuada cuando la organización crece, la dependencia en una persona es riesgosa.

2.1.8.2 Estructura Funcional

- **Fortalezas:** Ventajas de ahorro en costos debidos a la especialización (economías de escala, duplicación mínima de personal y equipo) y los empleados se agrupan con otros que tienen tareas similares.
- **Debilidades:** La búsqueda de objetivos funcionales puede ocasionar que los gerentes pierdan la visión de lo que es mejor para la organización en general, los especialistas funcionales se aíslan y tienen poca comprensión de lo que hacen otras unidades.

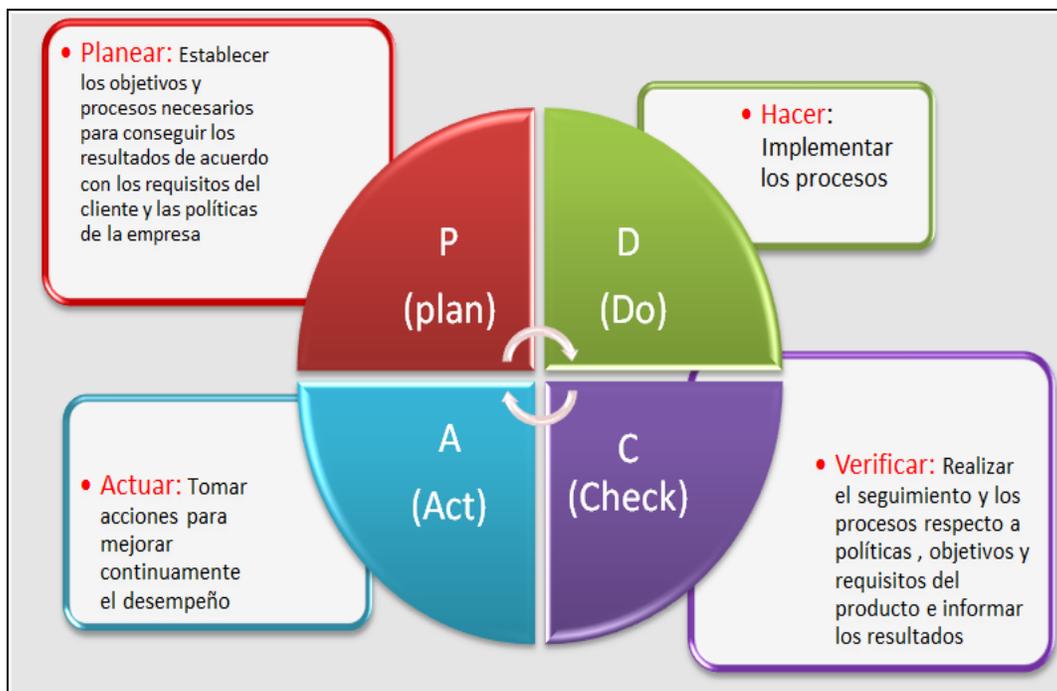
2.1.8.3 Estructura de divisiones

- **Fortalezas:** Se centra en los resultados; los gerentes de división son responsables de lo que sucede con sus productos y servicios.
- **Debilidades:** La duplicación de actividades y recursos aumenta los costos y reduce la eficiencia.

2.1.9 Teorías Motivacionales desde la Perspectiva Organizacional

La motivación dentro del contexto laboral puede ser entendida como la voluntad de ejercer altos niveles de esfuerzo hacia metas organizacionales, condicionadas por la satisfacción de alguna necesidad individual, entendiendo por necesidad un estado interno del sujeto que hace ciertos resultados parezcan atractivos. (ROBBINS, 2004)

Figura No. 8 *Ciclo de Mejoramiento de Shewhart conocido como el Circulo Deming*
(planear, hacer, verificar, actuar)



Fuente : Ciclo de Mejoramiento de Shewhart

Obtenido de: <http://administraciondelacalidadpaola.blogspot.com/2015/05/el-ciclo-de-deming.html>

Planear

- Identificar a los clientes
- Determinar sus necesidades y expectativas
- Desarrollar las características de servicios
- Diseñar los procesos
- Trasladar el plan al nivel operativo

Hacer

- Aplicar lo planeado
- Hacer cambios
- Recopilar datos para determinar que ha sucedido tras los cambios

Verificar

- Evaluar los resultados obtenidos
- Comparar los resultados con los objetivos planeados

Actuar

- Toma de decisiones sobre los cambios
- Estandarizar los cambios
- Formar y entrenar
- Vigilar el proceso
- Repetir el ciclo

2.1.10 Clima Laboral

Es el conjunto de cualidades, atributos o propiedades relativamente permanentes de un ambiente de trabajo concreto que son percibidas, sentidas o experimentadas por las personas que componen la organización empresarial y que influyen sobre su conducta.

Un conjunto de propiedades del ambiente organizacional, percibidas directa o indirectamente por los empleados que se supone son una fuerza que influye en la conducta del empleado. (Hall, 1996)

La cualidad o propiedad del ambiente organizacional que perciben o experimentan los miembros de la organización, y que influye directamente, en su comportamiento. (Chiavenato, 1999)

2.1.11 Riesgos Psicosociales derivados del Clima Laboral

- **El Acoso Laboral o Mobbing:** Práctica ejercida en el ámbito del trabajo y consiste en someter a un empleado a presión psicológica para conseguir que abandone su puesto de trabajo. El mobbing puede ser provocado por jefes a subordinados o iguales, y también de subordinados a jefes.
- **Síndrome de Burnout:** Es la sobrecarga de tareas que sufre el trabajador, el cual provoca que el trabajador no consiga realizar todo su trabajo ocasionándole insatisfacción e inseguridad. Las mujeres sufren más de este síndrome debido a que en la mayoría de los casos a parte de su trabajo también tienen obligaciones familiares y domésticas.

El esfuerzo que ejerza estará relacionado con su aptitud por ende si el individuo no posee cualidades para analizar un problema, probablemente no ejercerá un gran esfuerzo para resolverlo y a su vez las variables organizacionales incidirán en el proceso motivacional.

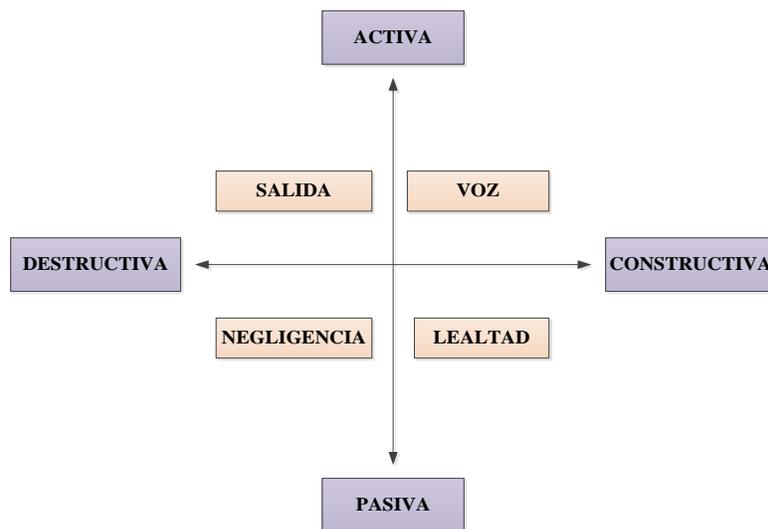
2.1.12 Satisfacción en el Trabajo

Sentimiento positivo respecto del trabajo propio, que resulta de una evaluación de sus características.

¿Qué ocurre cuando existe una insatisfacción de trabajo?

Recuerde que los trabajos requieren interactuar con los compañeros y jefes, seguir las reglas y políticas organizacionales, cumplir estándares de desempeño de acuerdo a las establecidas en lugar de trabajo.

Figura No. 9 Satisfacción en el Trabajo



Fuente : Winston & Sons, vol.15, N° 1, pg.83

Elaborado: Por las Autoras

- **Salida:** Insatisfacción expresada con un comportamiento dirigido a salir de la organización.
- **Voz:** Insatisfacción expresada a través de intentos activos y constructivos para mejorar las condiciones.
- **Lealtad:** Insatisfacción expresada por la espera pasiva de las condiciones para mejorar.
- **Negligencia:** Insatisfacción expresada al permitir que las condiciones empeoren.

2.2 Bases Teóricas

Título: La Motivación Laboral
Estudio Descriptivo de Algunas Variables

Autores: García Sanz Virginia

Año: 2012

Departamento: Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación

Institución: Universidad de Valladolid

Ciudad: Valladolid, España

Tipo de Informe: Tesis de Grado

La información obtenida de esta tesis de grado nos dio a conocer que existen otros elementos motivadores que pueden llegar a influir en el trabajador las mismas que se detallaran a continuación:

Instrumentales

- Capacidad de análisis y síntesis
- Capacidad de Organización y planificación
- Toma de decisiones

Personales

- Razonamiento Crítico
- Compromiso Ético

Sistemáticas

- Aprendizaje Autónomo
- Adaptación a nuevas situaciones
- Creatividad
- Iniciativa y espíritu emprendedor
- Motivación por la calidad

Disciplinarias

- Psicología del trabajo y técnicas de negociación

Profesionales

- Capacidad de transmitir y comunicarse por escrito y oralmente, usando la terminología y las técnicas adecuadas

Académicas

- Análisis crítico de las decisiones emanadas de los agentes que participan en las relaciones laborales
- Capacidad para interrelacionar las distintas disciplinas que configuran las relaciones laborales
- Aplicar los conocimientos a la práctica
- Capacidad para comprender la relación entre procesos sociales y la dinámica de las relaciones laborales (Virginia, 2012)

Título: Clima, Motivación Intrínseca y Satisfacción Laboral en Trabajadores de diferentes Niveles Jerárquicos

Autores: Castillo Dávila Natalia Francesca

Año: 2014

Departamento: Facultad de Letras y Ciencias Humanas

Institución: Pontificia Universidad Católica del Perú

Ciudad: Lima, Perú

Tipo de Informe: Tesis de Grado

La presente Investigación se enfocó en la correlación de tres variables psicológicas:

- Clima Organizacional
- Motivación Intrínseca
- Satisfacción Laboral

Para su Investigación utilizaron la escala de Clima Laboral de Sonia Palma (1999), la escala de Motivación Laboral de Gagné, Forest, Gilbert, Aube, Morín Y Malorni (2010) y la escala de Satisfacción Laboral de Price, la cual fue adaptada al contexto peruano por Alarco (2010).

El resultado de su Investigación muestran una correlación significativa laboral en el cual los trabajadores que ocupan posiciones más elevadas dentro de la organización, perciben el clima organizacional de manera más favorable, reportan niveles más altos de motivación intrínseca y satisfacción laboral. (Castillo Dávila, 2014)

Título: Satisfacción Laboral y su Influencia en la Productividad (estudio realizado en la delegación de recursos humanos del organismo judicial en la ciudad de Quetzaltenango)

Autores: Fuentes Navarro Silvia María

Año: 2012

Departamento: Facultad de Humanidades

Institución: Universidad Rafael Landívar

Ciudad: Quetzaltenango

Tipo de Informe: Tesis de Grado

El objetivo de este estudio fue establecer la influencia que tiene la satisfacción laboral en la productividad. En el cual era evaluar el nivel de satisfacción, determinar la importancia que el personal rinda y se sienta satisfecho con su trabajo y los efectos que conlleva en la productividad.

De acuerdo a los resultados que obtuvieron, manifestaron tener un nivel de satisfacción laboral alto y esto se debe a que son reconocidos, por su trabajo, tienen buenas relaciones interpersonales, las condiciones del trabajo son favorables, las políticas de la empresa van acordes a cada trabajador el cual les permite realizar un excelente trabajo. (Fuentes Navarro, 2012)

Título: La Motivación como Elemento Determinante Para Incrementar la Productividad del personal en las Organizaciones

Autores: Ledesma Leal Nora

Año: 2008

Departamento: Facultad de Contaduría y Administración

Institución: Universidad Autónoma de Querétaro

Ciudad: Querétaro

Tipo de Informe: Tesis de Grado

La Investigación realizada proporciono que uno de los errores más frecuentes que se cometen, es pensar que con estímulos se puede motivar al personal por un tiempo indefinido. Debido a que los estímulos que se usan para la motivación de personas o equipos son temporales.

Otro punto importante, es al momento de escoger una técnica de motivación, pues las personas asumen diferentes roles, por lo que los administradores de cada área deben crear las condiciones necesarias para que todos los integrantes de la organización logren cumplir las metas de esta sin dejar a un lado las propias. (Ledesma Leal, 2008)

Título: Motivación y Desempeño Laboral (estudio realizado con el personal administrativo de una empresa de alimentos de la zona 1 de Quetzaltenango)

Autores: Sum Mazariegos Mónica Ivette

Año: 2015

Departamento: Facultad de Humanidades

Institución: Universidad Rafael Landívar

Ciudad: Quetzaltenango

Tipo de Informe: Tesis de Grado

El presente trabajo nos sirvió como guía en el desarrollo de nuestra Investigación por la utilización de pruebas psicométricas para medir el nivel de motivación y la escala de Likert para establecer el grado del desempeño laboral que tienen los colaboradores.

Como acotación del artículo de motivación personal de Prensa Libre (2011) la motivación personal debe ser un juicio consistente que hace que los seres humanos sean seguros de sí mismos. Por tal motivo, proporciona efectividad y positivismo en su ámbito cotidiano. (Sum Mazariegos, 2015)

Título: Modelo de Estrategias Motivacionales dirigidas a las Principales Áreas del Hospital General de Santa Elena Dr. Liborio Panchana Sotomayor

Autor: Juan Vidal Perero Vera

Año: 2012

Departamento: Facultad de Ciencias Administrativas

Institución: Universidad Estatal

Ciudad: Península de Santa Elena – Ecuador

Tipo de Informe: Tesis de Grado

La Investigación se orientó al diseño de un Modelo de Estrategias Motivacionales, representan un gran aporte para conseguir un desempeño eficiente y óptimo en el personal, que permitirá mejorar el servicio y atención al usuario. (Perero Vera, 2012)

Por lo cual propone como Estrategias de Motivación

- La Inducción
- Comunicación
- Escuchar y Asesor al Talento Humano
- Liderazgo
- Incentivos y Reconocimientos
- Charlas de Capacitación
- Entrenamiento
- Empoderamiento, y Trabajo en Equipo.

Título: Gestión Administrativa del Talento Humano y su Incidencia en las Empresas Públicas Administradoras de Agua Potable en la Provincia del Carchi

Autor: Nuby Liliana Ortega Montenegro

Año: 2013

Departamento: Escuela de Administración de Empresas y Marketing

Institución: Universidad Politécnica Estatal de Carchi

Ciudad: Carchi – Ecuador

Tipo de Informe: Tesis de Grado

El objetivo de ésta Investigación fue analizar la gestión administrativa del Talento Humano para identificar el desempeño laboral de los empleados de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Tulcán EPMAPA – T con el propósito de poder implementar un Plan de Empowerment.

Una vez realizada la Investigación de campo a los 87 integrantes de la empresa, se evidenció que la misma no cuenta con un plan de capacitación para sus empleados, ni tampoco con un programa de motivación personal, así como la falta de afianzamiento del trabajo en equipo entre los colaboradores, resaltando que en la actualidad toda organización debe prever estos aspectos para mantener a sus participantes empoderados con sus actividades diarias, es decir entregando un trabajo eficiente y eficaz. (Ortega Montenegro, 2013)

Título: Clima Organizacional y Satisfacción Laboral en los Trabajadores del Instituto de Investigaciones de la Amazonia Peruana, Periodo 2013

Autor: Néstor Oswaldo Pérez Tenazoa

Pedro Lito Rivera Cardozo

Año: 2015

Departamento: escuela de post grado facultad de ciencias económicas y de negocios

Institución: Universidad Nacional de la Amazonía Peruana

Ciudad: Iquitos - Perú

Tipo de Informe: Tesis de Maestría en Gestión Empresarial

La presente tesis pretendió aclarar cuáles son los efectos específicos que tienen las variables (clima organizacional y satisfacción laboral) sobre el desempeño laboral en general, por lo que se aplicaron cuestionarios para estudiar el nivel de motivación del personal.

Los resultados obtenidos evidenciaron que un adecuado clima laboral, es un factor muy relevante en la institución porque influye en la satisfacción laboral por lo cual la conclusión fue que existe una vinculación causa-efecto positiva entre Clima Organizacional y la Satisfacción Laboral en los trabajadores del Instituto de Investigaciones de la Amazonia Peruana. (Perez Tenazoa, 2015)

Título: Factores Intrínsecos de la Compensación Laboral y su Relación Holística Organizacional en la Empresa Soge

Autor: Renán Patricio Guevara Arteaga

Año: 2014

Departamento: Dirección General de Postgrados

Institución: Universidad Tecnológica Equinoccial

Ciudad: Quito – Ecuador

Tipo de Informe: Trabajo de Grado para obtener Maestría en Gestión de Talento Humano.

Este plan de trabajo se refiere a la Holística Organizacional que reúne todos los elementos para mejorar la compensación laboral, usando factores intrínsecos, que contribuyen en el fortalecimiento de las actividades laborales.

Lo que permite conocer, entender y aplicar, técnicas gerenciales para disminuir rotación de personal, crear capital intelectual, consolidar una fuerte estructura salarial, mejorar la satisfacción laboral, potenciar el desempeño, ofrecer un clima laboral y desarrollar procesos de mejora continua, obteniendo como resultado organizaciones solidas a largo plazo. (Guevara Arteaga, 2014)

Título: Motivación y Satisfacción Laboral en el Centro de Servicios compartidos de una Empresa Embotelladora de Bebidas

Autor: Omar Alonso Zavala Fernández

Año: 2014

Departamento: Unidad Profesional Interdisciplinaria de Ingeniería y Ciencias Sociales y Administrativas

Institución: Instituto Politécnico Nacional

Ciudad: México D.F.

Tipo de Informe: Tesis de Grado de Maestría en Administración

El objetivo primario de esta Investigación fue la elaboración de un instrumento de medición que abordara el tema de la motivación y satisfacción laboral y su posterior análisis mediante técnicas cuantitativas y cualitativas.

Los principales resultados obtenidos es que no se encontraron diferencias significativas entre cada uno de los grupos poblaciones que fueron establecidos a partir de las variables independientes del estudio, las cuales fueron: género, escolaridad, ingreso mensual, tipo de puesto y edad. La única variable que presentó diferencias significativas en los factores extrínsecos la constituyó la antigüedad en la empresa. (Zavala Fernandez, 2014)

2.3 Glosario de Términos

- **Agregar valor:** Es el valor que se genera mediante la mejora de oportunidades para alcanzar los objetivos del proyecto, la identificación de las mejoras operativas, y/o reducción de la exposición al riesgo.
- **Aptitud:** Capacidad de un individuo para realizar las distintas tareas de un trabajo.
- **Motivación:** “Acción de motivar a una persona a realizar una actividad o cosa”.
- **Planificación:** Proceso de establecer metas y elegir medios para alcanzar dichas metas lo que conlleva a proceso continuo que refleja los cambios del ambiente en torno a cada organización y busca adaptarse a ellos.
- **Interrelación Social:** Es el lazo o vínculo que existe entre las personas y que son esenciales para el grupo de personas a emprender un proyecto.
- **Modelo Organizacional:** Define a una organización a través de su marco de trabajo incluyendo las líneas de autoridad, las comunicaciones, los deberes y las asignaciones de recursos.
- **Modelo Motivacional:** Se centra en medir el nivel de motivación laboral y crear un modelo para la empresa con el fin aplicarlos al interior de la empresa.
- **Incremento de Productividad:** Se define como el indicador de eficiencia que relaciona la cantidad de recursos utilizados con la cantidad de producción obtenida.
- **Capacitación:** Tipo de entrenamiento que se le realiza a una persona.
- **Espectáculos Públicos:** Espacio donde se realiza eventos de entretenimiento de interés público.

- **Ordenanza:** Es una ley o disposición que es emitida por una autoridad.
- **Tasa Municipal:** Es la prestación efectiva por la Municipalidad por un servicio público.
- **Negligencia:** Error involuntario por falta de atención.
- **Comportamiento Organizacional:** Son las actitudes o aptos que tienen las personas en la organización.
- **Estado de Ánimo:** Es una actitud en un momento determinado.
- **Afecto:** Inclinação hacia algo (actividad) o alguien (persona).
- **Equidad:** Cualidad en dar a cada quien lo que merece por sus acciones.
- **Reparto de las Mejoras:** Son incentivos que se les proporciona a un grupo de personas.
- **Bonos:** Recompensa a un grupo de empleados por alguna actividad bien ejercida.
- **Auto-Consistencia:** Estado de perseguir un objetivo y desarrollo de sus intereses.
- **Incentivos:** Es aquello que hace que la persona se mueva a desear algo o hacer algo para conseguir algo real como dinero o simbólico como aumento de puesto.
- **Productividad:** Es la relación entre la cantidad de bienes y servicios producidos y la cantidad de recursos utilizados.
- **Liderazgo:** Es una influencia que se ejerce sobre las personas y que permite incentivarlas para que trabajen con entusiasmo por un objetivo común.
- **Gestión:** Es la relación entre la acción y la consecuencia de administrar o gestionar algo.
- **Proveedor:** Es la persona o empresa que abastece con algo a otra empresa lo necesario para un fin.

- **Clima Laboral:** Es una serie de percepciones globales por parte del individuo en lo concerniente a su organización.
- **Empleado:** Es la persona que desempeña un cargo determinado realizando tareas designadas con cualidades intelectuales con el fin de recibir un sueldo o salario a cambio.
- **Comportamiento Organizacional:** Es un campo de estudio que investiga el impacto de los individuos, grupos y estructuras sobre el comportamiento dentro de las organizaciones, con el propósito de aplicar los conocimientos adquiridos en la mejora de la eficacia de una empresa.
- **Desempeño Laboral:** Es el rendimiento y comportamiento laboral que manifiesta un trabajador al realizar las actividades a su cargo, lo que permite demostrar su idoneidad.
- **Estructura Organizacional:** Se puede definir como las distintas maneras en que un trabajo puede ser dividido dentro de una organización para tener una coordinación deseada, lo que ayuda a orientar el logro de los objetivos planteados.
- **Rendimiento Laboral:** Está asociada al vínculo existente entre los medios que se utilizan para obtener algo y el resultado que se logra finalmente. De este modo, puede relacionarse el rendimiento con el beneficio o con el provecho
- **Lugar de Esparcimiento Nocturno:** Es el sitio donde las personas suelen frecuentar como distracción para festejar cierto evento.

2.4 Marco Legal

El Concejo Municipal del Cantón Samborondón la Ordenanza que Reglamenta los Espectáculos Públicos

2.4.1 Título 1: Disposiciones Fundamentales

Art. 1.- Definición de espectáculos públicos.- Se considera como espectáculos públicos en general, las funciones de teatro, circo, cine, deportivas, hípicas, presentaciones artísticas en general y todas aquellas diversiones a las que pueda asistir o presenciar el público, mediante pago o gratuitamente, entre otros:

d) Lugares de recreación, tales como: parques de diversión (electrónicos mecánicos); ludotecas (con juegos electrónicos o mecánicos); salas de billares y bolos; discotecas, karaokes, peñas y café conciertos, bares-restaurantes, cantinas; cines y teatros; y otros lugares donde se realicen presentaciones, eventos o funciones asimilables a las determinadas en los ordinales anteriores.

Art. 2.- Permiso Municipal Obligatorio para presentar espectáculos públicos.- Todo espectáculo público, para ser presentado, requerirá previamente haber obtenido el permiso municipal correspondiente, en la forma establecida por esta Ordenanza; para lo cual deberá presentar los requisitos que se detallan en los formularios que otorga la Dirección Financiera.

Art. 3.- Encargados del Control.- El Control y la vigilancia de los espectáculos públicos estará a cargo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Samborondón, especialmente por intermedio de:

- a) La Dirección de Justicia y Vigilancia
- b) La Dirección Financiera
- c) Dirección de Desarrollo Humano, Social y Cultural

Art. 4.- Quienes están sujetos a esta Ordenanza.-Son jurídicamente responsable de todo lo concerniente al espectáculo así como del pago del impuesto que establece la ley, los empresarios, promotores y organizadores. Si el propietario del local, arrendador, arrendatario, y en general quien facilite el local para la presentación del espectáculo público colaborare en forma directa para la evasión del pago del impuesto a los espectáculos públicos, responderá penal y civilmente por los perjuicios causados al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Samborondón, por el monto de la evasión tributaria

2.4.2 Título II: De Los Lugares Destinados a Espectáculos Públicos

Art. 6.- Normas básicas para los locales, estructuras fijas y móviles destinadas para espectáculos públicos.-Los locales y estructuras fijas y móviles, destinadas para espectáculos públicos permanentes u ocasionales deberán cumplir a más de las normas de edificación, urbanísticas y arquitectónicas con las siguientes:

Art. 6.1.- Disponer de iluminación suficiente natural o artificial, de acuerdo al espectáculo a realizarse.

Art. 6.2.- En locales cerrados el suministro de aire deberá ser siempre fresco y limpio.

Art. 6.3.- Tener los pasillos o corredores y escaleras despejados, libres de obstáculos y objetos almacenados, a fin de permitir el libre tránsito del público y facilitar así la rápida

evacuación de los concurrentes. Bajo ningún concepto estos espacios serán menores a cien centímetros de ancho.

Art. 6.4.- Las puertas de escape tendrán como mínimo 120 centímetros de ancho, abriendo hacia el exterior, en ningún caso podrán ser corredizas o enrollables, las mismas que estarán siempre libres de obstáculos.

Art. 6.5.- Disponer de servicios básicos de agua potable, luz eléctrica.

Art. 6.6.- Disponer de servicios higiénicos y lavabos suficientes proporcionales a la capacidad del local, separados por sexo, para personas con capacidades especiales, que permitan su fácil acceso desde cualquier lugar, siempre en perfecto estado y aseados. Para estructuras móviles se exceptúa el lavabo.

Art. 6.7.- Mantener en sitios bien visibles de los corredores, pasillos, escaleras y puertas de escape, letreros en los que conste la palabra "SALIDA" y una flecha indicadora de la dirección que debe tomarse al efecto. La señalización de emergencia estará iluminada con independiente, mientras las luces principales se encuentren apagadas. Además deben tener lámparas a batería que se enciendan automáticamente al momento que se suspenda la energía eléctrica.

Art. 6.8.- Disponer de todos los mecanismos para una eficiente disposición y recolección de desechos.

Art. 6.9.- Contar con un Plan de Emergencia debidamente revisado y aprobado por el responsable de Gestión de Riesgo Municipal.

Art. 6.10.- Poseer espacio suficiente para el área de espectáculo, área de comida y área de parqueo para el público, entre otros.

Art. 9.- De la supervisión permanente de los locales, estructuras fijas y móviles.- Los lugares destinados para presentar espectáculos públicos estarán supervigilados permanente por el responsable de la Unidad de Gestión de Riesgo Municipal y del delegado de la Dirección de Justicia y Vigilancia. Cuando las condiciones de higiene, seguridad del público, de los trabajadores de la empresa o de los artistas, así como la comodidad y la decencia del local o lugar no ofrecen las condiciones requeridas, se decretará por parte de la Comisaria Municipal correspondiente, la inmediata clausura del local o lugar, hasta que esas condiciones sean cumplidas o restablecidas.

2.4.3 Título III: De Los Empresarios, Promotores y Organizadores De Espectáculos Públicos

Art. 10.- De los Empresarios, promotores y Organizadores de Espectáculos. Para los efectos de esta Ordenanza se reputarán empresarios, promotores y organizadores de espectáculos, las personas naturales o jurídicas; las sociedades de hecho y, en general, todos los que, habitual u ocasionalmente, se dediquen a la presentación, exhibición, proyección, difusión y distribución de espectáculos públicos.

Art. 11.- Del Registro.- La Dirección Financiera de esta Municipalidad, llevará los registros de todo el que sea Promotor y Organizador de Espectáculos. Solamente las personas que consten en dicho registro y posean el certificado de registro anual, podrán organizar presentaciones, exhibiciones, proyecciones o difusiones y/o espectáculos en el Cantón Samborondón.

Para presentar espectáculos públicos eventuales, el empresario, promotor estará obligado a registrarse y obtener el certificado de registro con un mes de anticipación a la presentación del espectáculo. Los dirigentes deportivos estarán exentos de este registro, siempre y cuando los espectáculos que propiciaren tengan directa relación con la actividad deportiva sometida a las federaciones o asociaciones enmarcadas dentro de la Ley del Deporte; pero los responsables del manejo y recaudación de la taquilla y la persona encargada de efectuar los pagos de impuestos municipales correspondientes, sí deberán estar registrados en la Municipalidad de acuerdo a lo dispuesto en el presente artículo.

Art. 12.- Requisitos para el registro de Empresarios, promotores y Organizadores de espectáculos.- Para constar en el Registro de Empresarios, promotores y Organizadores de espectáculos públicos, las personas naturas o jurídicas deberán presentar en la Dirección Financiera, la siguiente documentación:

1. Formulario "Inscripción para registro de Empresarios, promotores y Organizadores de Espectáculos" debidamente relleno.
2. Tasa de trámite municipal
3. Fotocopia del Registro único de Contribuyente (RUC)
4. Fotocopia de la cédula de ciudadanía y certificado de última votación, o pasaporte en caso de ser extranjero;
5. Certificado de no adeudar al municipio (original)
6. La Patente Municipal actualizada o vigente

Para el caso de Personas Jurídicas, a más de las anteriores debe acompañar la siguiente documentación:

1. Fotocopia de la escritura de constitución de la compañía
2. Fotocopia certificada del nombramiento del Representante Legal de la Compañía; y,
3. Fotocopia de la declaración y comprobante de pago actualizado del impuesto municipal de 1.5 por mil sobre los activos totales

Para Empresarios o promotores de los espectáculos públicos donde la concurrencia sea de más de 500 espectadores deberá ajuntar además de las anteriores los siguientes requisitos:

- Presentar la declaración del IVA mínimo de dos años de apertura y la declaración de Impuesto a la Renta de los dos últimos años donde se demuestre la actividad como Empresario de espectáculos públicos.
- Certificado de las diferentes Municipalidades e intendencias de Policía del país donde ha realizado espectáculos anteriores en los cuales se señale la cantidad de personas que asistieron ha dicho evento. Respaldados con los comprobantes legales de pago de los impuestos realizados, debiendo demostrar una experiencia por los espectáculos que solicita.
- Certificados bancarios de las cuentas aperturadas en la(s) entidad(es) bancaria(s) y financiera(s) de los dos últimos años, por parte del empresario.

El Director Financiero, verificará que el Empresario o Promotor no han tenido incumplimiento en los últimos 6 meses con los requisitos exigidos, e inscribirá a la persona natural o jurídica en el Registro de Empresarios, Promotores y Organizadores de Espectáculos y

le otorgará, mediante comunicación escrita el Certificado de Registro Anual, el mismo que será numerado.

Es obligación de los empresarios, promotores actualizar sus datos, cuando éstos hayan cambiado.

Art. 13.- Responsabilidades y derechos de los Empresarios, promotores y Organizadores Autorizados.- El Promotor y Organizador registrado, será el único autorizado para hacer valer los derechos relacionados con la presentación, exhibición, proyección, difusión, y distribución del espectáculo de que se trate, y así mismo, responderá en la forma prevista por esta Ordenanza por todas las anomalías o contravenciones que se produjeran antes, durante y después del desarrollo del espectáculo. Así mismo, el empresario, promotor y organizador del evento está obligado a:

- a) Cumplir las disposiciones emanadas por esta Municipalidad con relación al aforo, la capacidad y la censura de éstos.
- b) Controlar el ingreso de menores de edad a espectáculos públicos adecuados para mayores de edad. Al efecto, en caso de duda sobre la edad de un espectador, se solicitara un documento de identidad que acredite su edad.
- c) Cumplir con los horarios de exhibición y programas previamente fijados y publicitados. Se tolera un retraso de hasta 30 minutos, siempre que exista una causa plenamente justificada.
- d) Controlar para efectos de la salida del público, que en las puertas de salida o de emergencia esté permanentemente el personal responsable para dirigir al público por cualquier eventualidad o emergencia.

- e) Solicitar con la debida anticipación, la presencia de la Policía Nacional y notificar a los miembros de Cuerpo de Bomberos, en caso de emergencia.
- f) Vender exclusivamente el número de entradas autorizadas por el Municipio y que no podrá sobrepasar la capacidad del local;
- g) Que el precio de venta sea el que consta en la entrada;
- h) Imprimir boletos de entrada y pases de cortesía para cada localidad, solo en las cantidades autorizadas;
- i) Utilizar sólo los sistemas de control de entradas autorizados por la Dirección Financiera;
- j) Que las entradas contengan un número secuencial y conste el precio de la localidad en todas sus partes
- k) Brindar la colaboración que requiera la Municipalidad en la gestión de cobro del impuesto al espectáculo y el control integral de los mismos
- l) Tomar las medidas necesarias para evitar el ingreso y expendio de bebidas alcohólicas y sustancias estupefacientes y psicotrópicas, antes y durante el espectáculo, y colaborar con las autoridades encargadas de su control
- m) Incluir la participación obligatoria de por lo menos un artista nacional, de preferencia oriundo de esta jurisdicción en los espectáculos en que se presenten artistas extranjeros,
- n) Difundir la ubicación de las vías de evacuación antes de iniciar el espectáculo público;
- o) Efectuar las restricciones según la calificación ética del espectáculo

- p) Entregar con anticipación y cumplir con la programación y propaganda publicitaria.

2.4.4 Título IV: De Los Mecanismos De Control

Art. 16.- Del Control de Espectáculos.- El control de espectáculos lo realizarán:

Las Direcciones Financiera, de Desarrollo Humano, Social y Cultural, a través de la Unidad de Gestión de Riesgos Municipal y la Dirección de Justicia y Vigilancia, a través de las Comisarias Municipales.

Art. 17.- Funciones del control de espectáculos.- Sus funciones y deberes son:

2.4.4.1 Dirección Financiera

1. Llevar los registros de los empresarios, promotores y organizadores de los espectáculos que se autorizan y presentan en el cantón.
2. Receptar la declaración de boletos vendidos, controlando su numeración secuencial, y poner un visto bueno en la liquidación del impuesto.
3. Verificar el respectivo pago del impuesto liquidado antes de conceder una nueva autorización al mismo empresario, promotor y organizador.
4. Verificar que las garantías rendidas sobre determinado espectáculo público, no sean devueltas hasta que hayan cumplido con sus respectivas obligaciones tributarias.
5. Solicitar las inspecciones necesarias a la Dirección de Justicia y Vigilancia.
6. Autorizar las ventas de boletos mediante las modalidades denominadas "abono", y llevar los registros necesarios para evitar que las secuencias numéricas de cada local pierdan el control histórico.

7. Proporcionar a la Dirección de Justicia y Vigilancia todos los elementos de juicio para que a través de los Comisarios Municipales se juzguen las infracciones a esta ordenanza.

2.4.4.2 Dirección De Desarrollo Humano, Social y Cultural

8. Analiza nivel de riesgo
9. Recibe, analiza y verifica el cumplimiento de los planes de Seguridad y de contingencia
10. Emite certificado de control de Riesgo

2.4.4.3 Dirección De Justicia y Vigilancia- Comisarias Municipales

11. Receptar la declaración de boletos vendidos, controlando su numeración secuencial, y poner un visto bueno en la liquidación del impuesto. (Cines Teatros y otros)
12. Facultar a los empresarios, promotores y organizadores de espectáculos públicos para variar el orden del programa, por causas justificadas y siempre que esta variación no perjudique los intereses de los espectadores.
13. Con los debidos elementos de juicio, justificativos legales, y aplicando el debido proceso, resolver y juzgar las infracciones a esta Ordenanza.
14. Todas las demás contempladas en la presente Ordenanza y en los reglamentos respectivos

2.4.5 Título X: De Los Impuestos Municipales

Art. 56.- De las exoneraciones de impuestos contempladas en la Ley.- Se reconocerán exoneraciones a los espectáculos artísticos donde se presenten única y exclusivamente artistas ecuatorianos. Los trámites de exoneraciones se presentarán para resolución de la Dirección Financiera, y ésta las tramitará de conformidad con las disposiciones contenidas en el Atribuciones y Deberes, Art. 67 y siguientes del Código Tributario Vigente.

Entrada de ínfimo valor, es aquella entrada de menor valor dentro de todas las establecidas para cada espectáculo público. Se exonera las entradas o localidades de menor valor cuyo precio no supere el equivalente al 2% de la remuneración básica unificada vigente del trabajador privado, a la fecha del espectáculo.

La Municipalidad no autorizará la venta de estas localidades si el local no estuviese físicamente dispuesto, de tal manera que las localidades de menor valor tuvieren evidente ubicación y comodidad inferior a la de las localidades no exoneradas. Tampoco y en ningún caso el número de boletos de menor valor puestos a la venta, puede ser superior al setenta por ciento de la capacidad total del local o sala donde se presenta el espectáculo.

Los boletos de cortesía no deberán exceder del 10% de la cantidad de boletos declarados y autorizados, por cada tipo de localidad que tribute y por cada función. Los boletos declarados y autorizados no excederán por ningún motivo la cantidad de ubicaciones registradas como capacidad máxima o aforo para cada una de las localidades. Además la palabra "Cortesía" deberá ir impresa en el boleto.

En los espectáculos públicos donde se cobre bajo la modalidad de consumo mínimo, y/o derecho de mesa, se entenderá para efectos del cálculo del impuesto, que el 35% corresponde al valor de la entrada o derecho de admisión. Para que un espectáculo se efectúe bajo la modalidad de cena show, consumo mínimo o derecho de mesa, éste deberá ser en un lugar cerrado, con las condiciones necesarias para que los espectadores, incluyendo las localidades de menor valor cuenten con mesas y sillas dentro del salón donde se realiza el espectáculo, tipo, hoteles,

restaurantes, centro de convenciones, discotecas, debiendo los empresarios, promotores y organizadores detallar el tipo de atención que brindará al espectador, conforme se publicita.

No se consideran descuentos por pre-ventas, socios, promociones, club de suscriptores, entre otros dentro de una misma localidad, motivo por el cual, si el empresario, promotor desea por su cuenta aplicar rebajas a los espectadores, deberá pagar el impuesto a los espectáculos públicos sobre el valor de la localidad sin ningún tipo de descuento, entendiéndose que dicho empresario, promotor asume el descuento.

Para los eventos permanentes como es el caso de las salas de cines no es aplicable esta disposición. Para los efectos de las exoneraciones del 50% en el costo de las entradas a espectáculos públicos en beneficio de las personas mayores de 65 años (Decreto Legislativo 127. R. O. 806 del 6 de noviembre de 1991), los boletos deberán ser sellados con la frase "exoneración Decreto 127" y manualmente registrar el número de cédula de identidad del espectador asistente. Estos boletos pueden mantener una serie de numeración propia, o ser parte del boletaje regular, de acuerdo a la conveniencia de cada local.

2.4.6 Acuerdo Interministerial Amplía Horarios De Funcionamiento De Establecimientos Nocturnos

Un acuerdo interministerial que busca la reactivación turística y comercial en el país fue firmado la tarde del lunes 9 de mayo por los Ministros del Interior, José Serrano, y de Turismo, Fernando Alvarado. El acto se realizó en la Unidad de Vigilancia Comunitaria (UVC) de Manta, informó la cartera del Interior en su página web. El reglamento tiene como objeto regular el

funcionamiento, los horarios y procedimientos de control de locales y establecimientos que ejercen actividades turísticas, comerciales y de espectáculos públicos.

También regular el procedimiento y los requisitos para obtener los permisos respectivos, para el caso de locales y establecimientos regulados por el Ministerio del Interior, y las licencias anuales para operar, en el caso de los normados por el Ministerio de Turismo. El permiso de funcionamiento será otorgado por la Intendencia General de Policía de la jurisdicción correspondiente y tendrá una vigencia de dos años fiscales, luego de lo cual deberá ser renovado en la forma prevista en el reglamento.

2.4.6.1 Horarios de funcionamiento

En bares, discotecas, cantinas, karaokes, salas de recepciones, billares y otras actividades de diversión para mayores de edad, se podrá vender y consumir bebidas alcohólicas, y de moderado contenido alcohólico, de Lunes a Jueves desde las 12:00 hasta la 01:00; Viernes y Sábados desde las 12:00 hasta las 04:00; y los días Domingo de 12:00 a 20:00.

2.4.7 Permiso De Funcionamiento De Locales

2.4.7.1 Permiso De Funcionamiento Para Establecimientos Sujetos a Vigilancia y Control Sanitario

Requisitos para Obtener Permiso de Funcionamiento (Acuerdos Ministeriales 4712 y 4907)

- Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
- Registro único de contribuyentes (RUC).

- Cédula de identidad, identidad y ciudadanía, carné de refugiado, o documento equivalente a éstos, del propietario o representante legal del establecimiento.
- Documentos que acrediten la personería Jurídica del establecimiento, cuando corresponda.
- Categorización emitida por el Ministerio de Industrias y Productividad, cuando corresponda.
- Comprobante de pago por derecho de Permiso de Funcionamiento; y,
- Otros requisitos específicos dependiendo del tipo de establecimiento, de conformidad con los reglamentos correspondientes.

2.4.7.2 Tasa Definitiva

Se exige la Tasa Definitiva en el caso de establecimientos de alta afluencia de público, tales como: centros comerciales, bares, discotecas, así como para los sitios de almacenamiento y expendio de combustible.

- Consulta de Uso de Suelo No Negativa
- Copia de última actualización del RUC
- Tasa de trámite y Formulario de Tasa de Habilitación (comprar en las ventanillas municipales ubicadas en Clemente Ballén y Malecón)
- Copia del Nombramiento, Cédula y Certificado de Votación del representante legal (si el solicitante es una persona jurídica)
- Copia de Cédula y Certificado de Votación del dueño del negocio (si el solicitante es una persona natural)

- Sólo en caso de que el local sea arrendado o concesionado, deberá presentar Copia simple del contrato de arriendo o concesión con sus respectivas copias de cédulas.

2.4.7.3 Requisitos Adicionales Para Actividades Que Vayan a Iniciarse y Sólo Para Los Casos Que Se Señalan a Continuación, Esto No Aplica Para la Renovación De La Tasa Certificado De Trampa De Grasa De Interagua

Sólo para los locales que vayan a ser destinados para restaurantes, fuentes de soda, bares, cafés, talleres, servicentros, lubricadoras, lavadoras, gasolineras, hoteles y establecimientos comerciales que tengan cocina.

Se obtiene en Interagua (Sucursal Norte: Calle Justino Cornejo y Av. Francisco de Orellana, Edificio Atlas; Sucursal Sur: Coronel y Calicuchima, Polideportivo Huancavilca).

2.4.7.4 Pago de Tasa Municipal de Turismo

Sólo para los locales en los que se realicen actividades turísticas que son: hoteles, moteles, paradores turísticos, hostales y demás actividades contempladas en la Ley de Turismo.

Se obtiene en la Dirección de Turismo, en el primer piso del Edificio Ex-Crillón al frente del Palacio Municipal.

Previo a la obtención de este documento debe tener el Certificado del Ministerio de Turismo (Av. Francisco de Orellana, Edificio Gobierno del Litoral, 8vo Piso).

2.4.7.5 Certificado De La Dirección Municipal De Medio Ambiente

Sólo para los locales que vayan a ser destinados a las actividades de mediano y alto impacto tales como: industrias procesadoras de alimentos, metal mecánicas, canteras, discotecas y centros nocturnos, así como gasolineras y cualquier negocio de almacenamiento y expendio de combustible que cuenten con la autorización correspondiente emitida por la Dirección Nacional de Hidrocarburos, establecidas en la Reforma a la Ordenanza Sustitutiva de Edificaciones y Construcciones del Cantón de Guayaquil. Se obtiene en la Dirección de Medio Ambiente, en el tercer piso del Edificio Ex-Crillón.

Nota: Si una vez obtenido el Certificado de Medio Ambiente, este posee alguna observación, deberá acercarse a la comisaria correspondiente para la firma del acta de compromiso, la misma que deberá adjuntar a la carpeta del trámite para la Tasa de Habilitación.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Metodología

3.1.1 Tipo de Investigación

El tipo de Investigación será descriptivo, porque permitirá identificar las necesidades de los empleados, y así establecer la situación actual dentro del Bar – Karaoke con el fin de mejorar la productividad del Bar – Karaoke VAD y captar nuevos clientes.

3.1.2 Enfoque de la Investigación

El presente estudio de Investigación tendrá un enfoque mixto debido a que incluye características de los enfoques cualitativo y cuantitativo. Con esta investigación se expondrán los problemas preexistentes dentro del Bar – Karaoke VAD el mismo que se llevará por medio de la observación directa del objeto de estudio.

De acuerdo a esto el enfoque mixto aportará en el descubrimiento, exploración y recopilación de datos por medio del enfoque cualitativo y con los resultados obtenidos a través del enfoque cuantitativo se podrá estandarizar la información permitiendo el óptimo análisis con los diferentes aplicativos estadísticos.

3.1.3 Técnicas de Investigación

Para el desarrollo de nuestro trabajo utilizaremos lo siguiente:

- **Focus Group:** Estudio realizado al personal del Bar-Karaoke basado en un marco de preguntas con el fin de conocer sus opiniones respecto al trabajo realizado.
- **Entrevista:** Para la obtención de la información se utilizó como fuente primaria las entrevistas a personas vinculadas con la temática del estudio. La misma que será realizada al Administrador del Bar – Karaoke (Sr. Ángel Zambrano)
- **Encuesta:** Realizada a los empleados internos para determinar el ambiente laboral y el grado de motivación junto con la aplicación de métodos estadísticos para la tabulación de los resultados.

3.2 Población

La Población en la cual se realizó la investigación fue exclusivamente a los 14 empleados que laboran en el Bar – Karaoke VAD del Cantón Samborondón.

3.3 Análisis de los Resultados

3.3.1 Focus Group

Tabla No. 3 Focus Group

DIMENSIONES	PREGUNTAS
PUESTO DE TRABAJO	¿Ustedes se sienten identificados con el puesto de trabajo que tienen?
	¿Sienten que existe estabilidad laboral dentro de la organización?
	¿Sienten que la administración confía en ustedes como grupo de trabajo?
	¿Está acorde la remuneración percibida con el nivel de responsabilidades?
Vínculos Sociales	¿Cómo es la relación con sus jefes?
	¿Cómo es la relación con sus compañeros?
Imagen Gerencial	¿Está satisfecho con la capacidad que tiene la administración para la asignación de tareas?
Marco Legal	¿Conoce usted las políticas de la empresa?
	¿Conoce usted los manuales de procesos y procedimientos?
Carrera Administrativa	¿Ha recibido usted capacitación?
	¿Cuándo fue su última evaluación de desempeño?
Imagen	¿Cuál cree usted que es la imagen que tienen los clientes del personal de la organización?

3.3.1.1 Conclusiones del Focus Group

Los empleados no se sienten identificados con el puesto de trabajo que tienen dentro del Bar- Karaoke pero aun así, si sienten estabilidad laboral dentro de la organización debido a que el ambiente es agradable, pueden laborar tranquilamente, el horario les permite realizar sus actividades.

Ellos creen que la administración confía en ellos como grupo de trabajo, pese a ello creen que la remuneración podría ser un poco más alta debido a que tienen conocimientos de los ingresos percibidos por parte del local por su horario de atención e inclusive piden que reconozcan el transporte como forma de remuneración.

De acuerdo al horario de trabajo están satisfechos ya que les permite realizar otras actividades en la mañana y en caso de extender los días de atención que sea siempre y cuando se realice un evento para atraer la atención de los clientes.

Ellos piensan que la baja productividad durante los últimos meses es producto a la falta de promoción y publicidad por parte del establecimiento. Su relación laboral con sus compañeros es buena a pesar que haya habido alguno que otro incidente pero lo han sabido sobrellevar de la mejor manera.

En lo que respecta a la capacitación por la empresa no hay, el cual sus conocimientos en relación a la atención a clientes es producto a la experiencia adquirida de sus antiguos trabajos. Por lo tanto si ingresa personal nuevo a formar parte de este grupo de trabajo entre ellos mismos se capacitan. Las políticas principales en la que los empleados están enfocados son Puntualidad y Honestidad.

3.3.2 Entrevista

Sr. Ángel Zambrano Arteaga

Administrador del Bar - Karaoke

1. ¿Cuántos años tiene funcionando Vete al Diablo?

El establecimiento tiene 8 años funcionando pero con distintos nombres comerciales.

2. ¿Cuánto tiempo lleva involucrado en el ámbito de este negocio?

Tengo alrededor de 30 años trabajando en este estilo de negocio pero para los dueños de Vete al Diablo tengo 8 años.

3. ¿Cuál es la estrategia para tener éxito en este negocio?

Yo tengo un lema que lo utilizo como estrategia, “En la felicidad del empleado, está la satisfacción y excelente atención al cliente”. Esto nos permite que el empleado le dé valor al cliente para que así el cliente se sienta satisfecho y tener la certeza de que volverá o nos recomendará, lo que también nos ayuda a la captación de nuevos fieles clientes.

4. ¿Cuál es el perfil del consumidor que acude al Bar?

Nosotros nos manejamos bajo de derecho de admisión (personas de 30 años en adelante). Aunque ha habido casos de jóvenes (20 a 25 años) que deseen tener una fiesta en nuestro Bar, se reserva con lista de invitados exclusivos.

5. ¿Cómo usted logra la fidelidad de los clientes?

Una de las principales razones que el cliente es fiel con nosotros, es por la atención ya que como lo había mencionado un empleado feliz, cliente bien atendido y por supuesto le agrego la calidad de nuestro servicio como música, el ambiente, nuestras bebidas.

6. ¿Cuáles son los aspectos que el cliente prefiere para elegir un lugar de esparcimiento nocturno?

Existen varias razones por las que cliente tiene preferencia por cierto lugar, en nuestro caso:

- El ambiente rustico que tiene nuestro Bar es único e innovador lo que llama la atención de algo nuevo y no común.
- Tenemos bebidas de la casa con un sabor especial.
- Cabe recalcar la atención que brindamos.

7. ¿Cuál cree usted que es mejor medio de Publicidad para este negocio?

En mi opinión el mejor medio de publicidad son las redes sociales: Correo electrónico, Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn.

8. ¿De qué manera se da a conocer Bar – Karaoke?

Se da a conocer mediante las recomendaciones de nuestros clientes recurrentes o incluso los socios y también en redes sociales como Instagram.

9. ¿Cuál es la competencia más fuerte y cercana?

Pa' Cortase las Venas, aunque los estilos son dirigidos para diferentes edades y gusto.

10. ¿Cuál es la clave para mantener un buen grupo de trabajo?

La confianza es la base para tener una buena relación con los empleados, lo que me permite obtener una productividad elevada y esperada, el cual los motiva a realizar sus actividades con tranquilidad y eficiencia.

11. ¿Qué es lo que usted considera más valioso en su personal?

La honestidad que ellos imparten en su trabajo.

12. ¿De qué manera motiva a su personal?

El método que utilizo para motivar al personal es en la flexibilidad del horario y facilidad de adelanto de pago.

13. ¿Cree usted estar capacitado para desempeñar las funciones que amerita su cargo?

Con respecto a la capacitación, los dueños han decidido que realice cursos de actualización con frecuencia, de hecho el último curso fue hace dos meses debido a que mis funciones como administrador es de encargarme de tomar las decisiones correspondiente con todo lo relacionado al Bar.

3.3.2.1 Conclusión de la Entrevista

Las preguntas realizadas son en relación a la importancia en la motivación del personal y el manejo de la Organización. Cabe recalcar, la predisposición del Administrador Sr. Ángel Zambrano para responder a la entrevista realizada.

En el establecimiento, el Administrador esta consiente que, la buena atención al personal, le dará un buen resultado como es la satisfacción del cliente, que conlleva a la fidelidad y recomendación de este lugar de esparcimiento nocturno, lo que permitirá generar ganancias esperadas por la recurrencia de sus clientes y/o como la captación de nuevos clientes.

Tienen claro que la capacitación es fundamental para que el trabajador pueda desarrollar las tareas asignadas con la normalidad y efectividad esperada. Por lo pronto, solo capacitan al administrador, quien transmite sus enseñanzas en la toma de decisiones para que el establecimiento tenga una buena acogida en el mercado que está bastante copado de los mismos lugares.

Para finalizar, podemos mencionar que el Administrador está abierto a nuevas ideas para que sus trabajadores se sientan satisfechos ya sea para un crecimiento del establecimiento como para la mejora de sus ingresos.

3.3.3 Encuesta



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

ENCUESTA

- 1) Género
Femenino Masculino
- 2) ¿Cuál es su Formación Profesional
Primaria Secundaria Universitaria
- 3) ¿Cómo es su relación laboral con sus compañeros?
Excelente Buena Regular Mala
- 5) ¿Cree usted que es necesario ser capacitados para realizar sus actividades laborales?
Si No
- 6) ¿Usted cree necesario la capacitación para atención al cliente?
Si No
- 7) ¿Cuenta con todos los implementos necesarios para realizar su trabajo?
Si No
- 8) ¿Considera usted que las normas de seguridad implementadas en el Bar – Karaoke son adecuadas?
Si No
- 9) ¿Cree usted que la remuneración recibida está acorde con su nivel de responsabilidad?
Si No
- 10) ¿Cuál es la razón que lo motiva a trabajar en el Bar – Karaoke (VAD)?
Ambiente Laboral
Desarrollo Profesional
Facilidad para estudiar
Remuneración

3.3.3.1 Tabulación y Análisis del Cuestionario

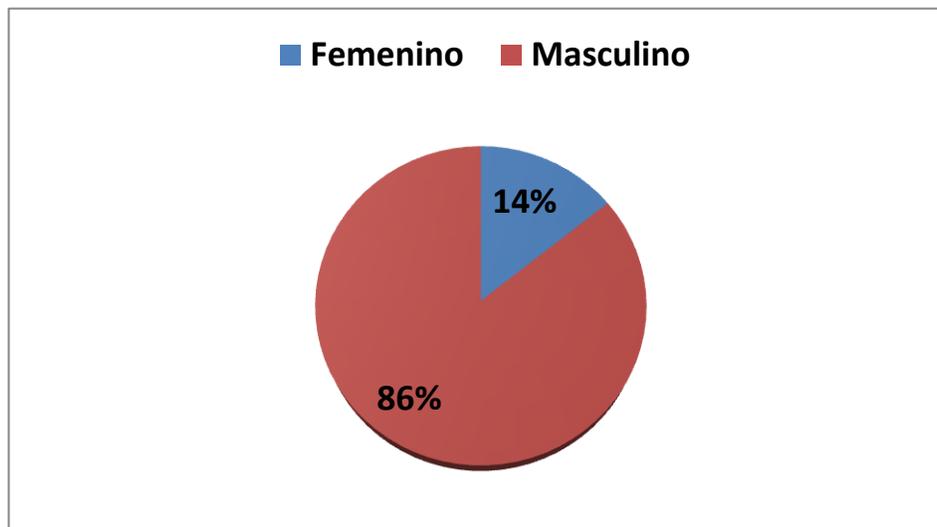
1) Género

Tabla No. 4 Pregunta 1

Género	Empleados
Femenino	2
Masculino	12

Elaborado por las autoras

Figura No. 10 Pregunta 1



Elaborado: Por las Autoras

Interpretación

Los resultados demuestran que el 86% del personal es género masculino y el 14% del personal es género femenino en laboral dentro del Bar – Karaoke.

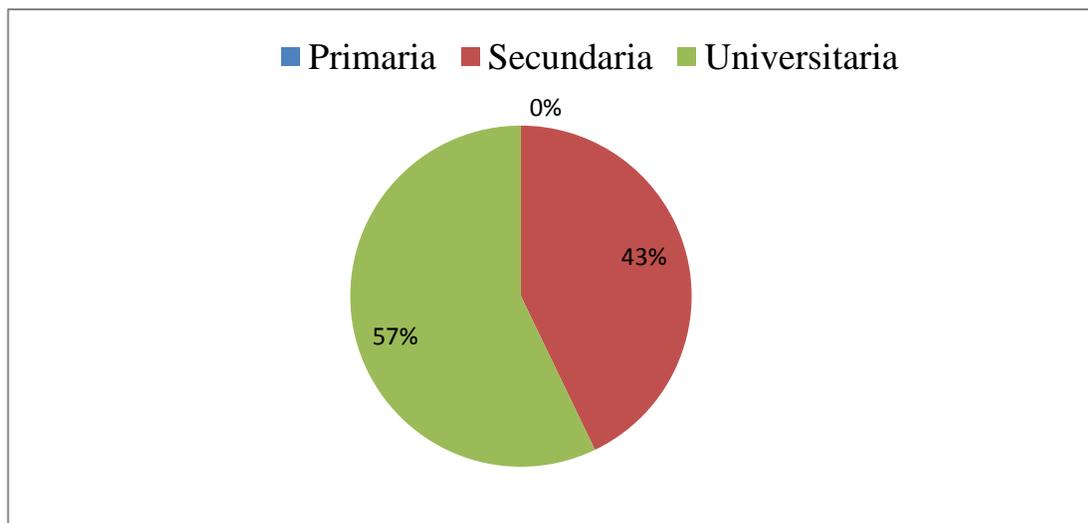
2) ¿Cuál es su Formación Profesional?

Tabla No. 5 Pregunta 2

Formación Profesional	Empleados
Primaria	0
Secundaria	6
Universitaria	8

Elaborado: Por las Autoras

Figura No. 11 Pregunta 2



Elaborado: Por las Autoras

Interpretación

Se puede observar que el 57% del personal su formación profesional lo que indica que el horario de trabajo les está permitiendo realizar actividades deseadas, 43% del personal es nivel secundaria lo que incide que están usando su tiempo en actividades familiares o actividades desligadas a las nocturnas.

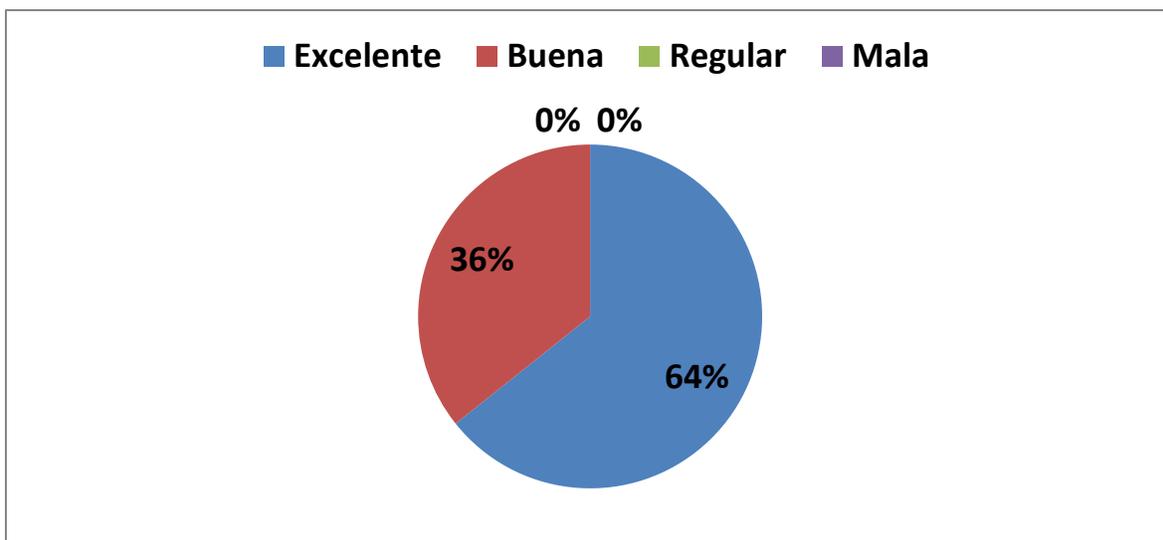
3) ¿Cómo es su relación laboral con sus compañeros?

Tabla No. 6 Pregunta 3

Relación Laboral con compañeros	Empleados
Excelente	9
Buena	5
Regular	0
Mala	0

Elaborado: Por las Autoras

Figura No. 12 Pregunta 3



Elaborado: Por las Autoras

Interpretación

En este resultado se puede apreciar que el personal tiene muy buena comunicación ya que el 64% del personal ha indicado una excelente relación laboral y el 36% una buena relación laboral.

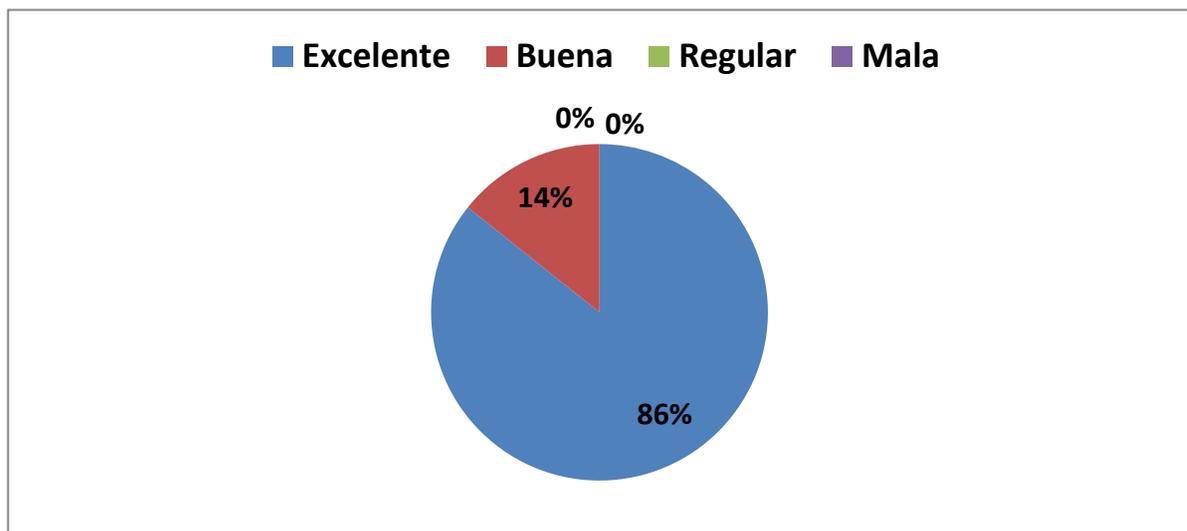
4) ¿Cómo es su relación laboral con sus jefes?

Tabla No. 7 Pregunta 4

Relación Laboral con jefes	Empleados
Excelente	12
Buena	2
Regular	0
Mala	0

Elaborado: Por las Autoras

Figura No. 13 Pregunta 4



Elaborado: Por las Autoras

Interpretación

Se puede constatar que la técnica que el administrador utiliza está siendo llevada de la mejor manera por lo que el resultado ha demostrado que el 86% del personal está sintiendo confianza, mientras que el 14% del personal se siente a gusto en el lugar del trabajo por su buena relación con sus jefes.

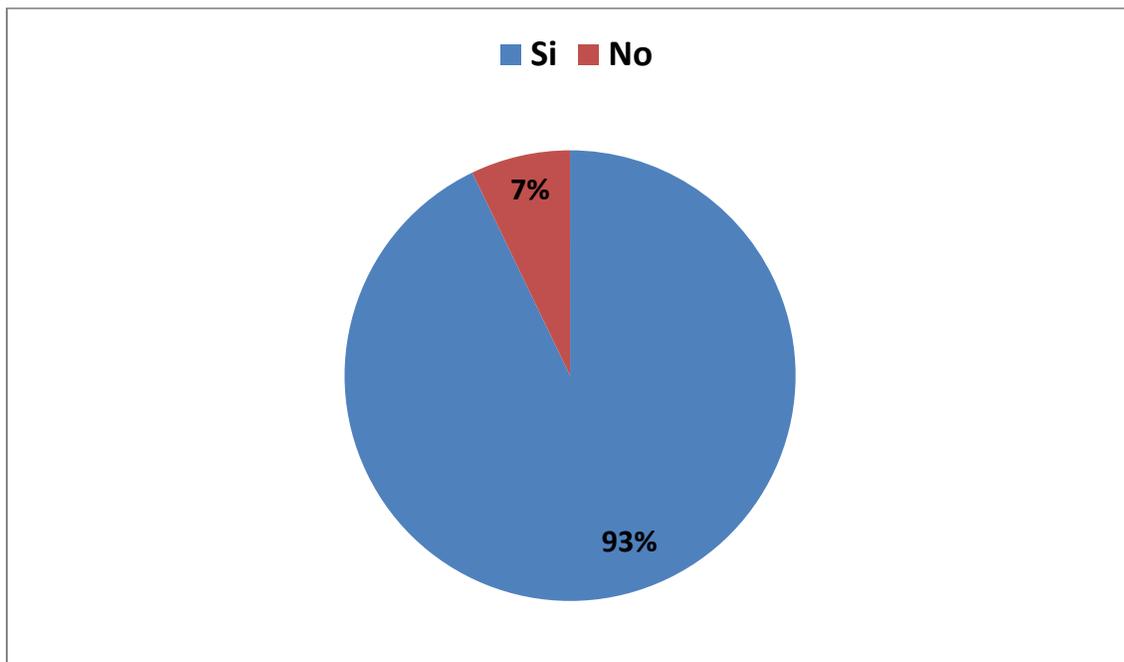
5) ¿Cree usted que es necesario ser capacitados para realizar sus actividades laborales?

Tabla No. 8 Pregunta 5

Capacitación	Empleados
Si	13
No	1

Elaborado: Por las Autoras

Figura No. 14 Pregunta 5



Elaborado: Por las Autoras

Interpretación

Con este resultado se está demostrando que esta sería otra técnica de cómo motivar al personal por medio de la capacitación ya que el 93% del personal están tomando como prioridad el adquirir nuevos conocimientos aunque el 7% del personal no le llame la atención este método.

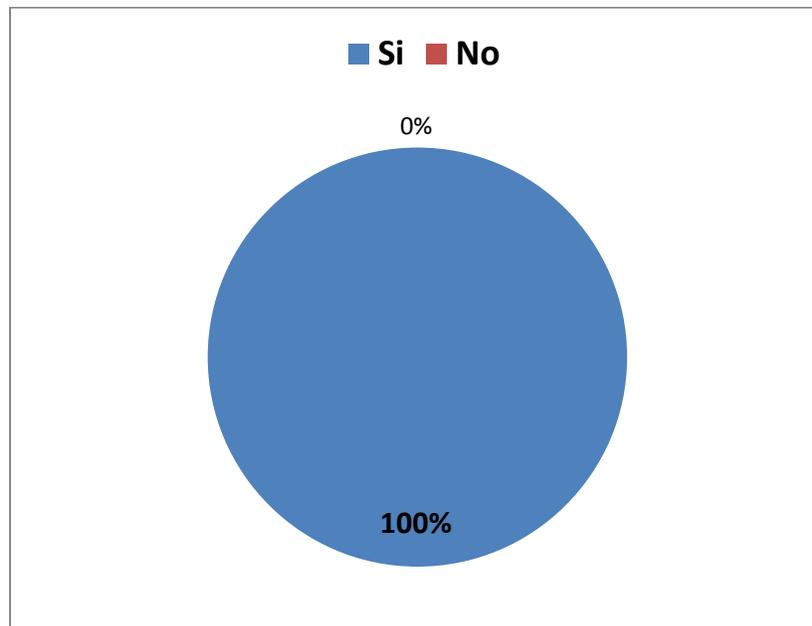
6) ¿Usted cree necesario la capacitación para atención al cliente?

Tabla No. 9 Pregunta 6

Capacitación	Empleados
Si	14
No	0

Elaborado: Por las Autoras

Figura No.15 Pregunta 6



Elaborado: Por las Autoras

Interpretación

El 100% del personal está de acuerdo que, para retener o mantener a un cliente la capacitación es una manera asertiva y efectiva, lo que significa que les motivaría ser capacitados.

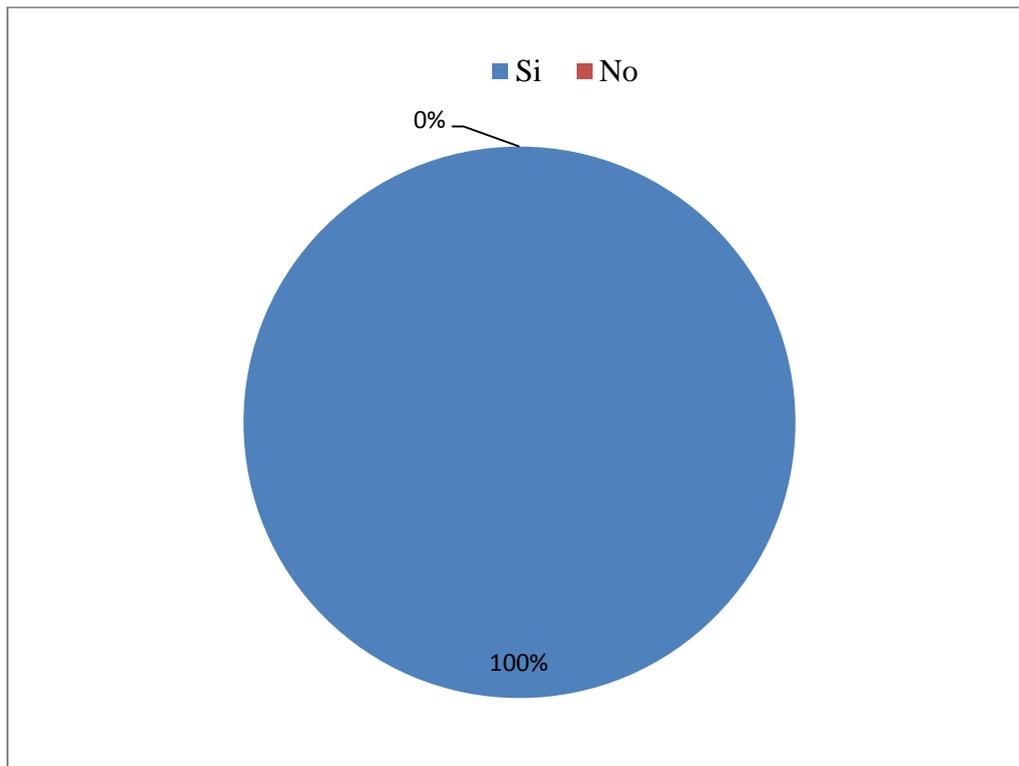
7) **¿Cuenta con todos los implementos necesarios para realizar su trabajo?**

Tabla No. 10 Pregunta 7

Implementos de Seguridad	Empleados
Si	14
No	0

Elaborado: Por las Autoras

Figura No. 16 Pregunta 7



Elaborado: Por las Autoras

Interpretación

Todo el personal se siente muy a gusto con la empresa dado que les está proporcionando el 100% los implementos de trabajo para realizar su trabajo con la más eficiente manera.

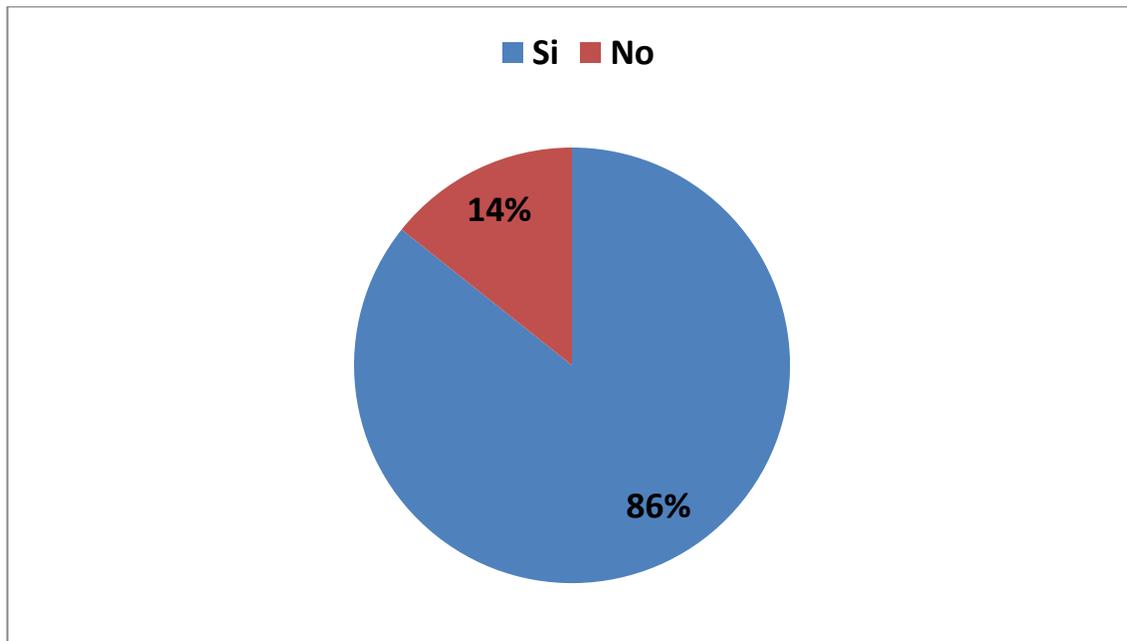
8) ¿Considera usted que las normas de seguridad implementadas en el Bar-Karaoke son adecuadas?

Tabla No. 11 Pregunta 8

Normas de Seguridad	Empleados
Si	12
No	2

Elaborado: Por las Autoras

Figura No. 17 Pregunta 8



Elaborado: Por las Autoras

Interpretación

En este caso, podemos asegurar que el 86% del personal se está sintiendo seguro dentro de las instalaciones del Bar-Karaoke.

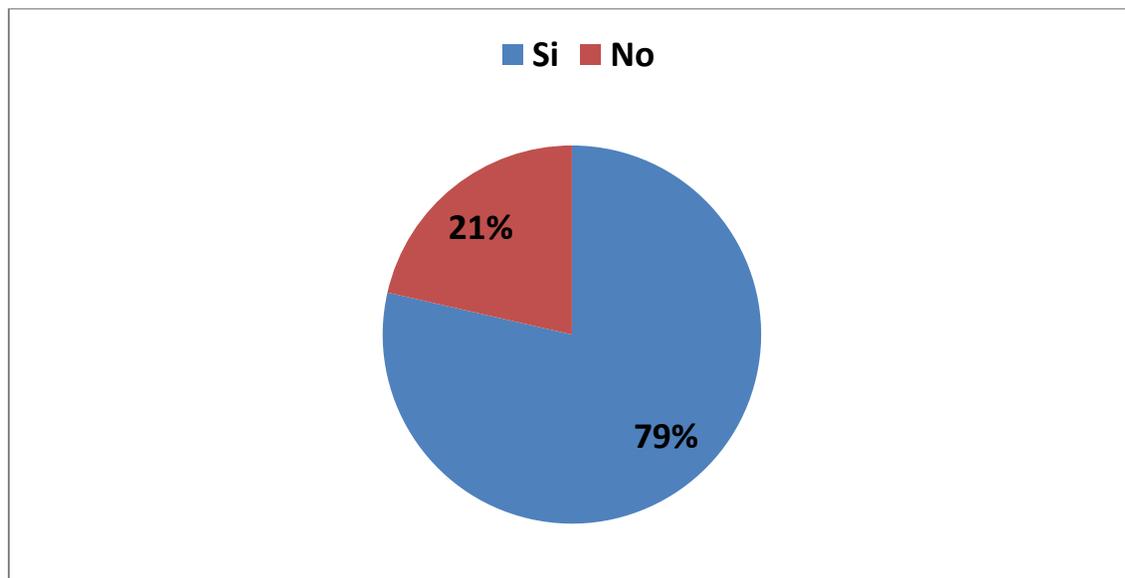
9) ¿Cree usted que la remuneración recibida está acorde con su nivel de responsabilidad?

Tabla No. 12 Pregunta 9

Remuneración	Empleados
Si	11
No	3

Elaborado: Por las Autoras

Figura No. 18 Pregunta 9



Elaborado: Por las Autoras

Interpretación

Este resultado nos muestra que 79% del personal está a gusto con su sueldo y cargo ya sea porque tiene algún otro medio de obtener dinero (propinas), a pesar que el 21% del personal no siente que le dan lo que merece por la actividad que ejercen para el Bar-Karaoke.

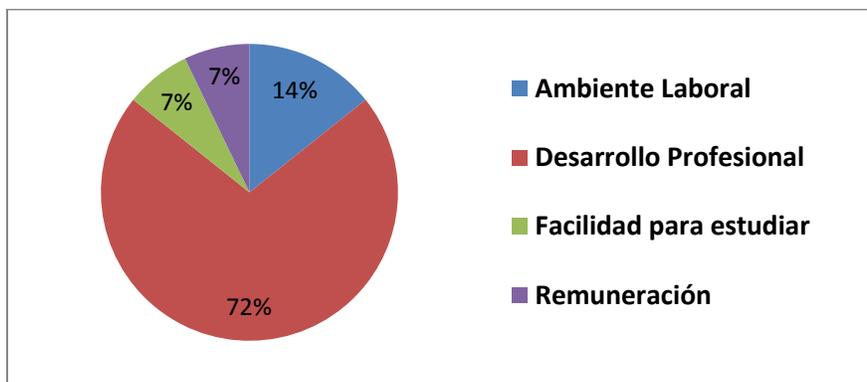
10) ¿Cuál es la razón que lo motiva a trabajar en el Bar-Karaoke (VAD)?

Tabla No. 13 *Pregunta 10*

Teorías de Motivación	Empleados
Ambiente Laboral	2
Desarrollo Profesional	10
Facilidad para estudiar	1
Remuneración	1

Elaborado: Por las Autoras

Figura No. 19 *Pregunta 10*



Elaborado: Por las Autoras

Interpretación

El 72% del personal trabaja para este centro de esparcimiento porque les permite desarrollarse profesionalmente por su horario, el 14% del personal siente que el ambiente laboral es muy agradable lo que le permite trabajar con total tranquilidad y también podemos observar que otro 14% del personal trabaja para estas instalaciones por un 7% por la facilidad de estudiar en el día y otro 7% por la remuneración.

3.3.3.2 Conclusiones de la Encuesta

La herramienta más efectiva para conocer el procedimiento dentro de la empresa fue la encuesta, donde fue posible obtener una aproximación más cercana a su percepción sobre este tema de investigación por que tenían opción a escoger la respuesta sin ser identificados en el procedimiento, con la cual se obtuvo los siguientes resultados:

- El 86% del personal es género masculino lo que implica que en este negocio está más sectorizado para este tipo de género.
- Su formación laboral está entre secundario y universitario lo que indica que las personas tienen disponibilidad para estudiar en el día.
- Debido a la mayoría de género masculino, la relación laboral entre compañeros es excelente.
- Su relación laboral con sus jefes es excelente, lo que les facilita trabajar con confianza y apertura.
- El 93% de los empleados indican que desean ser capacitados para realizar sus actividades y el 7% que equivale a 1 persona no lo necesita porque siente que por la experiencia obtenida en sus otros trabajos y en el actual no es necesario ser capacitados en esta área.
- En cambio, el 100% de los empleados están de acuerdo ser capacitados para atender al cliente, esto se debe, a que consideran que cada cliente es mundo distinto.
- El 100% de los empleados están trabajando con los implementos de seguridad necesarios para la ejecución de las tareas.

- Aunque el 14% que equivale a 2 personas sienten que las normas de seguridad del establecimiento no son acordes a la actividad del este lugar de esparcimiento.
- El 21% de los empleados (3 personas) no están satisfechas con el sueldo que perciben por la actividad realizada.
- La mayoría de los trabajadores 72% de los empleados (10 personas) indicaron que los motiva a trabajar en esta área porque les facilita desarrollarse profesionalmente, el 14% de los empleados (2 personas) les gusta el ambiente laboral y el restante es por la remuneración o los ingresos extras.

Se observa que en este establecimiento no existe mayor problema pero les falta la capacitación para ciertas tareas y un poco de aumento en el sueldo o algún incentivo para sentirse más cómodo en este establecimiento nocturno.

CAPÍTULO IV: PROPUESTA

MODELO ORGANIZACIONAL Y MOTIVACIÓN PARA EL INCREMENTO DE LA PRODUCTIVIDAD EN CENTROS DE ESPARCIMIENTO NOCTURNO DEL CANTÓN SAMBORONDÓN

4.1 Introducción

En la actualidad, existen diversos cambios sociales y económicos que influye en la planificación ya estructurada en los centros de esparcimientos nocturnos que hacían que los mismos tengan una buena acogida sin importar el lugar o la atención al cliente. Sin embargo, la situación actual en la que vivimos hace que los gerentes o dueños de estos establecimientos se vean obligados en realizar cambios en los procesos, lo que hace que, la mayoría de veces el personal se desmotive o la publicidad del local se vea afectada.

La contrariedad de la desmotivación o bajo rendimiento en los centros de esparcimiento nocturno, gran parte puede estar enlazado con la negligencia del colaborador en la manera de atender o comunicarse con el cliente, esto puede ser porque no cuenta con una motivación asertiva que permita que el trabajador sienta el deseo de transmitir una energía positiva o también otra causa sea por la falta de reconocimiento del lugar en mención.

El diseño de un Modelo Organizacional y Motivación (MOM) se basa en el *Modelo Jerárquico ERC de la Teoría de Alderfer*, en el que sostiene que las personas son motivadas por necesidades de existencia, de relación y crecimiento, como factor indispensable que agrupa un conjunto de estrategias administrativas y motivacionales para realizar un cambio planeado que transforma la parte estructural de la organización, lo que conlleva a mejorar las funciones y objetivos planteados.

Por lo tanto esta propuesta se concentra en el mejoramiento de la Productividad del Lugar de Esparcimiento Nocturno que tiene relación directa con la satisfacción laboral de los empleados.

4.2 Justificación

La conclusión del análisis de las encuestas y focus group realizado a los colaboradores y al Gerente General del Bar – Karaoke Vete al Diablo se pudo conocer que la falta de publicidad de la Discoteca está afectando en los ingresos del inventario de la empresa así como también en el rendimiento del personal a pesar de que la relación empleado – empleado y jefe – empleado este en un nivel aceptable.

La problemática es debido a que los trabajadores no están siendo capacitados ni evaluados, lo que impide medir la motivación, productividad, desempeño en las actividades fijadas a cada uno de ellos. Adicional a esto, el salario percibido les causa una poco de molestia ya que creen conveniente que debería ser incrementado por el horario y la actividad que ejercen.

El Bar – Discoteca Vete al Diablo se maneja bajo reservaciones con combos cerrados que impide que el cliente elija lo que desee en el momento de la visita al centro de esparcimiento, dado a esto, nuestro Modelo Organizacional y Motivación va a permitir que el Bar pueda tener más opciones al momento de elegir, la atención del personal va a mejorar no solo por el factor dinero sino porque el personal estará motivado para realizar las actividades estipuladas de acuerdo a su cargo.

4.3 Modelo Organizacional y Motivación

4.3.1 Desarrollo

Como parte de esta propuesta se exponen los argumentos que, bajo la óptica de los investigadores, se constituyen en las razones por las cuales se cumplieron los objetivos específicos de la investigación:

De acuerdo al análisis situacional efectuado al inicio del proyecto investigativo, se determinó que los incentivos económicos y de reconocimiento, constituyen un factor determinante para mejorar la productividad y el desempeño laboral de los colaboradores, a lo largo de la propuesta el lector podrá reconocer cada uno de estos factores al detalle.

La Teoría de Herzberg, que conjuga los factores motivacionales (intrínsecos) y los factores de higiene (extrínsecos), sirven como base de apoyo a este estudio, más aún cuando sirve de sustento para medir el grado de desempeño laboral del conglomerado que forma parte del centro de esparcimiento nocturno, en esta teoría se explica el comportamiento del trabajador en sus actividades cotidianas, por lo que, sirvió para el desempeño y la satisfacción o insatisfacción del trabajador.

El impacto de los programas de motivación se medirá basado en lo establecido en la Teoría de Adams, que explica claramente la influencia que tiene la motivación a través de la comparación que hacen entre si los individuos, sin embargo es correcto asegurar que el impacto no se produce inmediatamente; Para ver los primeros resultados se requiere de tiempo lo cual conlleva a una nueva relación, a mayor tiempo es mayor el número de factores (externos) o imprevistos que pueden influir sobre los resultados.

Finalmente la proyección de mejoras gracias a la implementación del nuevo modelo organizacional y motivacional se cumple basado en la Teoría de Locke, hace que la propuesta cobre mayor relevancia cuando se fijan las metas a cada empleado y estos demuestran su participación activa en el cumplimiento de las mismas, así como la retro alimentación que contribuye a la mejora continua.

A continuación se detallan las acciones que conforman parte de esta propuesta:

1. Para la realización en el cumplimiento del Modelo Organizacional Motivacional, se utilizará la participación de cada uno de los empleados que ejercen actividades dentro del lugar de esparcimiento nocturno.
2. Cumplimiento de cada uno de los puntos establecidos en el Modelo Organizacional Motivacional.
3. El jefe del personal será el encargado en presentar un informe de los avances percibidos del personal a cargo.
4. Se evaluará el mejoramiento del lugar de esparcimiento nocturno en el cual los puntos a tratar serán:
 - Comunicación
 - Motivación
 - Productividad
 - Satisfacción Laboral
5. Desarrollar diferentes programas motivacionales con el fin de obtener los resultados esperados y a su vez la satisfacción de los empleados.

4.3.2 Análisis de Motivación y Compensación

Basado en la Teoría de Maslow de la Jerarquía de las Necesidades, el hombre satisface sus necesidades de reconocimiento mediante la confianza, el respeto, el éxito que influye en su crecimiento personal, el mismo que se dará de la siguiente manera:

- **Ascensos**

Bar Tender Junior a Bar Tender Senior (\$200,00)

- **Empleado del mes**

Placa distintiva en reconocimiento como empleado del mes

- **Bonos e Incentivos**

Los bonos e incentivos serán entregados de acuerdo al mayor número de ventas mensuales obtenidas entre los empleados de la siguiente forma:

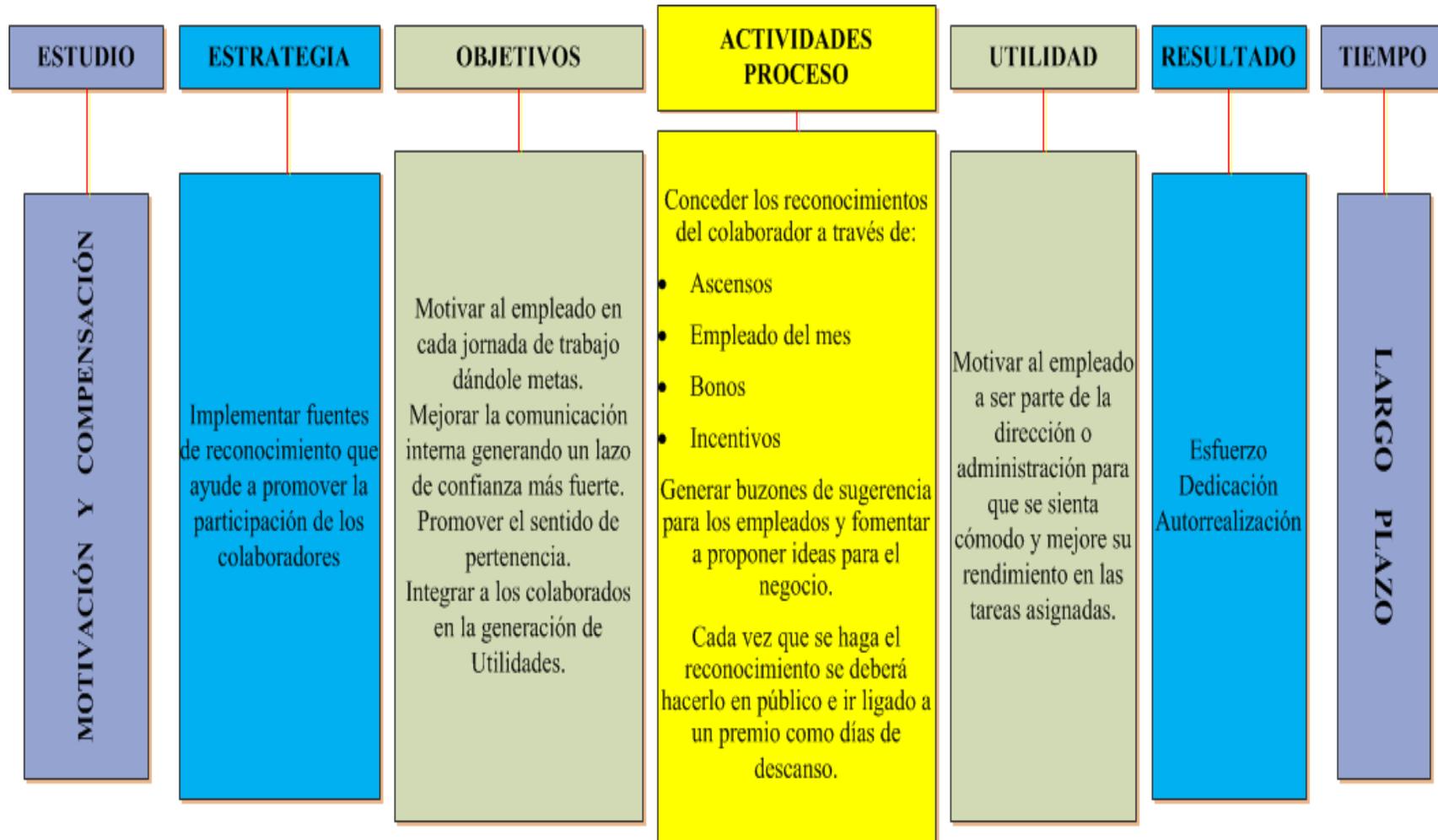
Dinero en Efectivo (\$700.00)

Primer Lugar \$300,00

Segundo Lugar \$250,00

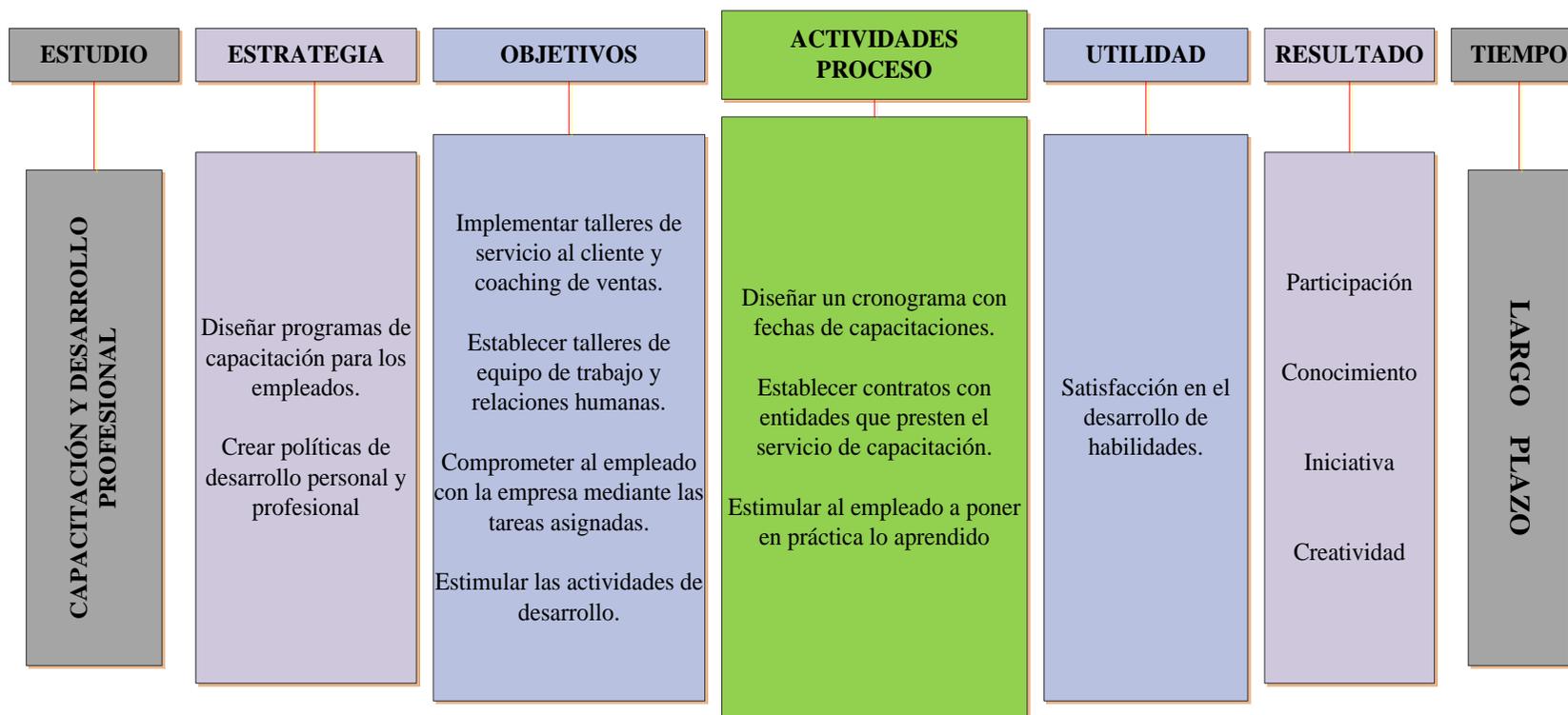
Tercer Lugar \$ 150,00

Figura No. 20 Motivación y Compensación



Elaborado: Por las Autoras

Figura No. 21 Capacitación y Desarrollo Profesional



Elaborado: Por las Autoras

4.3.3 Análisis de Capacitación y Desarrollo Profesional

De acuerdo a la Teoría Y de MCGregor, el Jefe de Personal diseñará programas de capacitación basadas en políticas de desarrollo personal y profesional, con el fin de conseguir lo mejor de cada uno de sus empleados a largo plazo.

Figura No. 22 Cultura Organizacional

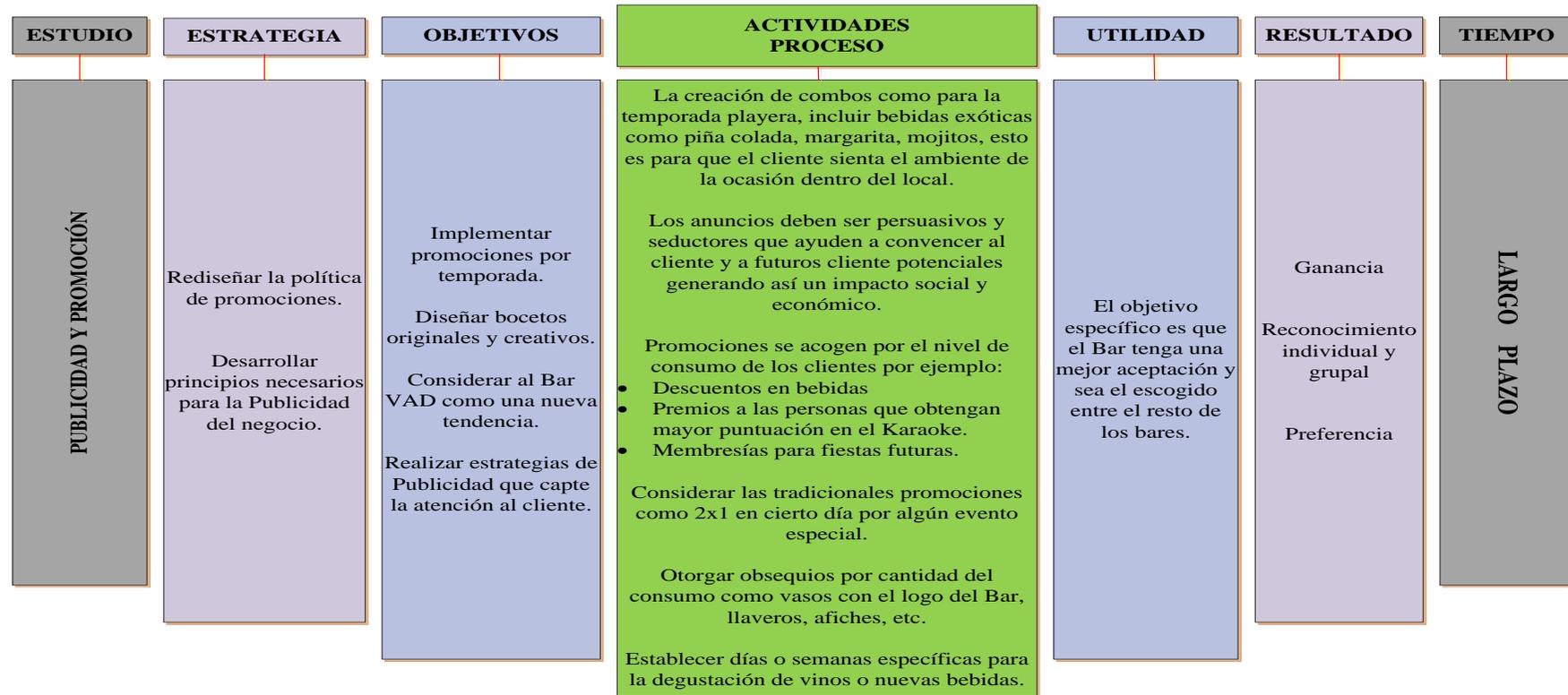


Elaborado: Por las Autoras

4.3.4 Análisis de Cultura Organizacional

Con respecto, a la Teoría de Herzberg, el trabajador debe sentirse cómodo con el ambiente de trabajo y las condiciones físicas, por lo que, se propone establecer actividades de integración para que haya una armonía entre colaboradores y así obtener un buen equipo de trabajo.

Figura No. 23 Publicidad y Promoción

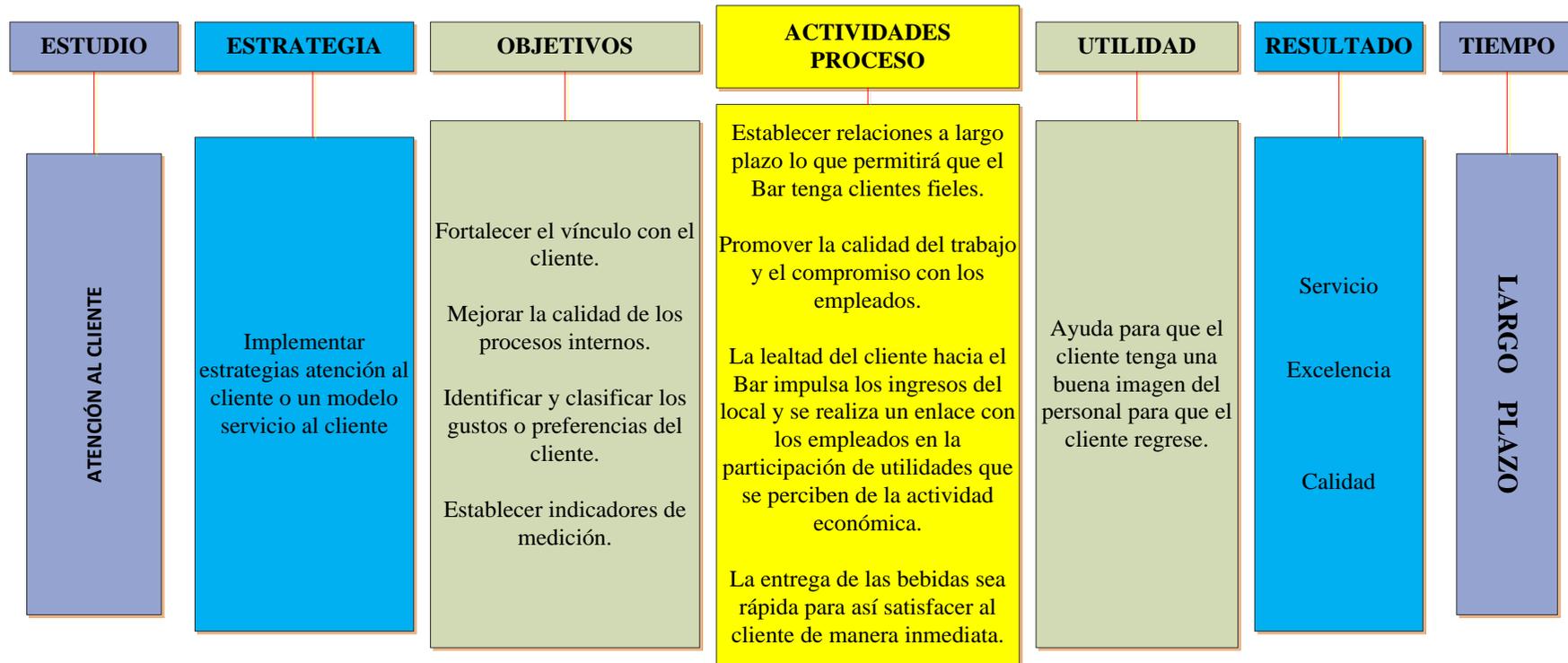


Elaborado: Por las Autoras

4.3.5 Análisis de Publicidad y Promoción

Según La Teoría de Vroom, la Teoría de las Expectativas se establecen a través de las creencias del gerente y sus probabilidades de éxito difieren de acuerdo al nivel de aceptación de los clientes.

Figura No. 24 Atención al Cliente



Elaborado: Por las Autoras

4.3.6 Análisis de Atención al Cliente

En base a la Teoría de Locke, la Fijación de Metas deben ser específicas para alcanzar la fidelidad de los clientes, difíciles para el mejoramiento de los empleados y la calidad del trabajo obteniendo así un servicio de excelencia a largo plazo.

4.3.7 Cálculo de Inversión del Modelo Organizacional y Motivación

Tabla No. 14 *Motivación y Compensación*

MOTIVACIÓN Y COMPENSACIÓN					INVERSIÓN MENSUAL	INVERSIÓN ANUAL
INCENTIVOS						
ASCENSOS	BAR TENDER JUNIOR	BAR TENDER SENIOR			\$200,00	\$ 2.400,00
Empleado del mes			PLACA DISTINTIVA		\$ 30,00	\$ 360,00
Bonos				VENTAS MENSUALES	\$ 700,00	\$ 8.400,00
Total					\$ 930,00	\$ 11.160,00

Elaborado: Por las Autoras

Tabla No. 15 *Capacitación*

CAPACITACIÓN				
PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	TIEMPO	TOTAL
JIMMY L.	Alquiler del salón	1	8 semanas	\$ 1.600,00
JIMMY L.	Pizarra	1	8 semanas	\$ 130,00
JIMMY L.	Proyector	1	8 semanas	\$ 300,00
SUPERPACO	Marcadores de pizarra	8	8 semanas	\$ 10,00
TOTAL DE INVERSIÓN FÍSICA				\$ 2.040,00

Elaborado: Por las Autoras

Tabla No. 16 Talleres

TALLERES				
TALLER	HORAS	CAPACITADOR	INSTITUCIÓN	INVERSIÓN
SERVICIO AL CLIENTE	20	Didaskein Consulting	Didaskein Consulting	\$ 4.800,00
COACHING DE VENTA	20	Didaskein Consulting	Didaskein Consulting	
RELACIONES HUMANAS	20	Carlos Wagner	Director de Wagner Consulting Group	\$ 2.400,00
TOTAL DE HORAS	60			\$ 7.200,00

Elaborado: Por las Autoras

Tabla No. 17 Publicidad y Promoción

PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN				
PROMOCIÓN		CANTIDAD	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Premios	BOTELLAS DE LICOR	85	\$283,33	\$ 3.400,00
Obsequios	VASOS, LLAVEROS	20	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Total			\$ 383,33	\$ 4.600,00

Elaborado: Por las Autoras

Tabla No. 18 *Retorno sobre la Inversión*

RETORNO SOBRE LA INVERSIÓN

Cálculo del R.O.I. SIMPLE

Ingresos netos producidos por la inversión	368.956,37
Gastos netos (y-o importes invertidos)	290.724,00
Retorno neto generado por la inversión	78.232,37
R.O.I. (simple)	26,9%

Tasa de Retorno de una inversión expresa el beneficio en % respecto al total de gastos en una operación

Elaborado: Por las Autoras

Tabla No. 19 *Payback o Período de Retorno*

PAYBACK O PERÍODO DE RETORNO

1 Datos

	AÑOS O PERÍODOS				
	1	2	3	4	5
Flujo Neto de Caja <small>(FNC anual previsto)</small>	13.844,00	14.536,20	15.263,01	16.026,16	16.827,47
Inversión	25.000,00 ← Importe de la inversión				

2 Payback o P.R.L.

La inversión se "recuperará en su totalidad en el período:

Payback o período de retorno de la inversión 2,0

TASA INTERNA DE RETORNO	51,53%
TASA DE INFLACIÓN	1,63%
VALOR ACTUAL NETO	\$ 47.778,28

El Payback de una inversión es un ratio que te indica en qué año se recuperará el monto total de la inversión.

Elaborado: Por las Autoras

4.3.8 Ingresos del Bar – Karaoke

Tabla No. 20 Ingresos Bar - Karaoke

MESES	VENTAS	Variación mensual	VENTAS	Variación mensual	VENTAS	Variación mensual	PROYECCIÓN VENTAS SIN MODELO ORGANIZACIONAL	PROYECCIÓN DE VENTAS CON MODELO ORGANIZACIONAL
	2013		2014		2015		2016	25%
ENERO	\$ 23.500,00		\$ 24.500,00		\$ 25.000,00		\$ 25.833,33	\$ 32.291,67
FEBRERO	\$ 21.500,00	-8,51%	\$ 22.500,00	-8,16%	\$ 23.000,00	-8,00%	\$ 23.833,33	\$ 29.791,67
MARZO	\$ 17.500,00	-18,60%	\$ 18.500,00	-17,78%	\$ 19.000,00	-17,39%	\$ 19.568,32	\$ 24.460,40
ABRIL	\$ 17.500,00	0,00%	\$ 17.500,00	-5,41%	\$ 18.000,00	-5,26%	\$ 18.839,98	\$ 23.549,98
MAYO	\$ 19.300,00	10,29%	\$ 19.500,00	11,43%	\$ 20.000,00	11,11%	\$ 20.902,04	\$ 26.127,55
JUNIO	\$ 18.400,00	-4,66%	\$ 19.000,00	-2,56%	\$ 19.500,00	-2,50%	\$ 20.229,19	\$ 25.286,48
JULIO	\$ 25.640,00	39,35%	\$ 26.500,00	39,47%	\$ 27.000,00	38,46%	\$ 28.134,12	\$ 35.167,65
AGOSTO	\$ 24.300,00	-5,23%	\$ 24.500,00	-7,55%	\$ 25.000,00	-7,41%	\$ 26.229,54	\$ 32.786,93
SEPTIEMBRE	\$ 22.500,00	-7,41%	\$ 22.500,00	-8,16%	\$ 23.000,00	-8,00%	\$ 24.167,52	\$ 30.209,40
OCTUBRE	\$ 27.500,00	22,22%	\$ 27.500,00	22,22%	\$ 28.000,00	21,74%	\$ 29.497,94	\$ 36.872,42
NOVIEMBRE	\$ 26.500,00	-3,64%	\$ 26.500,00	-3,64%	\$ 27.000,00	-3,57%	\$ 28.431,85	\$ 35.539,81
DICIEMBRE	\$ 27.500,00	3,77%	\$ 27.500,00	3,77%	\$ 28.000,00	3,70%	\$ 29.497,95	\$ 36.872,43
TOTAL	\$ 271.640,00	2,51%	\$ 276.500,00	2,15%	\$ 282.500,00	2,08%	\$ 295.165,10	\$ 368.956,37

Elaborado: Por las Autoras

Tabla No. 21 *Flujo de Caja*

Flujo de Caja						
Años		2016	2017	2018	2019	2020
Ingresos		\$ 368.956,37	\$ 387.404,19	\$ 406.774,40	\$ 427.113,12	\$ 448.468,77
(-) Costo de Venta		\$ 26.707,80	\$ 28.043,19	\$ 29.445,35	\$ 30.917,62	\$ 32.463,50
(=) Utilidad Bruta		\$ 342.248,57	\$ 359.361,00	\$ 377.329,05	\$ 396.195,50	\$ 416.005,28
(-) Gastos Operacionales						
Gastos de Servicios Básicos		\$ 3.660,00	\$ 3.843,00	\$ 4.035,15	\$ 4.236,91	\$ 4.448,75
Gastos de Capacitación		\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
Gastos Generales		\$ 1.253,40	\$ 1.316,07	\$ 1.381,87	\$ 1.450,97	\$ 1.523,52
Gastos de Alquiler		\$ 8.400,00	\$ 8.820,00	\$ 9.261,00	\$ 9.724,05	\$ 10.210,25
Gastos de Sueldos y Salarios		\$ 92.689,44	\$ 101.958,38	\$ 107.056,30	\$ 112.302,06	\$ 117.917,17
Amort. Intangible		\$ (96,00)	\$ (96,00)	\$ (96,00)	\$ (96,00)	\$ (96,00)
Dep. Activos Fijos		\$ (1.014,19)	\$ (1.014,19)	\$ (1.014,19)	\$ (1.014,19)	\$ (1.014,19)
(=) Total de Gastos Operativos		\$ 119.892,65	\$ 129.827,26	\$ 135.624,14	\$ 141.603,80	\$ 147.989,50
(=) Utilidad Operativa		\$ 222.355,92	\$ 229.533,73	\$ 241.704,91	\$ 254.591,70	\$ 268.015,78

(=) Utilidad Antes de Partip. E Impto		\$ 222.355,92	\$ 229.533,73	\$ 241.704,91	\$ 254.591,70	\$ 268.015,78
15% Participación de Trabajadores		\$ 33.353,39	\$ 34.430,06	\$ 36.255,74	\$ 38.188,76	\$ 40.202,37
(=) Utilidad Antes Impto a la Renta		\$ 189.002,53	\$ 195.103,67	\$ 205.449,17	\$ 216.402,95	\$ 227.813,41
Impuesto (23%)		\$ 43.470,58	\$ 44.873,85	\$ 47.253,31	\$ 49.772,68	\$ 52.397,08
Utilidad Neta		\$ 145.531,95	\$ 150.229,83	\$ 158.195,86	\$ 166.630,27	\$ 175.416,33
(+) Dep. Activos Fijos		\$ 1.014,19	\$ 1.014,19	\$ 1.014,19	\$ 1.014,19	\$ 1.014,19
(+) Amort. Intangible		\$ 96,00	\$ 96,00	\$ 96,00	\$ 96,00	\$ 96,00
(-) Inversión Inicial	\$ (9.652,50)					
(-) Capital de Trabajo	\$ (119.260,85)					
(+) Recuperación del Capital de Trabajo						\$ 119.260,85
(+) Valor de Desecho						\$ 5.448,28
Flujo de Caja Total	\$(128.913,35)	\$ 146.642,14	\$ 151.340,02	\$ 159.306,05	\$ 167.740,46	\$ 301.235,65

Elaborado: Por las Autoras

Tabla No. 22 Metas Anuales

AÑOS	METAS		BENEFICIO NETO
	Año anterior	Año en curso	
2016	276.880,00	290.724,00	13.844,00
2017	290.724,00	305.260,20	14.536,20
2018	305.260,20	320.523,21	15.263,01
2019	320.523,21	336.549,37	16.026,16
2020	336.549,37	353.376,84	16.827,47

Elaborado: Por las Autoras

Tabla No. 23 Planificación Anual

HORIZONTE DE PLANIFICACIÓN ANUAL							
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
		2016	2017	2018	2019	2020	2021
Comportamiento de venta			10,00%	12,00%	15,00%	17,00%	20,00%
Beneficio en dólares	- 25.000,00		13.844,00	14.536,20	15.263,01	16.026,16	16.827,47
Tasa interna de retorno	51,53%		13.403,49	13.847,75	14.307,12	14.781,40	15.271,27
Tasa de inflación	1,63%	Tasa de descuento tmar	49,90%	Tiempo de recuperación de la inversión			7,94
Valor Actual Neto	47.778,28	Excel		Meses			11
	46.611,02	Manual		Días			92

Elaborado: Por las Autoras

CONCLUSIONES

La finalidad del estudio es para dar a conocer que, en la generación de valor en el recurso humano, se consigue el logro de los objetivos organizacionales de la empresa para la obtención de una ventaja competitiva, es por esto que el establecimiento Vete al Diablo ha logrado mantenerse en el mercado porque le ha brindado la confianza adecuada a su personal en la ejecución de sus tareas lo que le ha ayudado a brindarle un servicio adecuado al cliente y abala su éxito en el mercado.

Existen motivos que impulsan la conducta de las personas, por lo tanto, sólo una compensación entendida desde una perspectiva integral, podrá satisfacer las distintas necesidades que energizan esos diversos motivos, influyendo así en el direccionamiento de la conducta, hacia lo que la organización necesita, lográndose una sintonía entre las metas de la organización y lo que sus empleados buscan.

Es de esta manera como las organizaciones deben entender que las políticas del recurso humano no tienen como objetivo solamente aumentar la productividad y generar beneficios a corto plazo, sino que son desarrolladas en base a una visión más amplia en la que, la generación de conocimientos a largo plazo, el incremento de valor de la empresa en su conjunto y la captación de trabajadores calificados, impliquen una mejora global.

Todo lo expuesto destaca que, para el trabajador, la parte económica solo es una parte de lo que le aporta a su trabajo, y aunque algunos casos implican la inversión de la empresa, muchos se logran con simples elementos que no implican inversiones. Fomentar el reconocimiento laboral, mejorar el clima laboral y apostar por el sentimiento de autonomía y responsabilidad del trabajador.

La satisfacción y motivación de los trabajadores se encuentra totalmente vinculada a la productividad y a la satisfacción del cliente por lo que directamente está vinculado a la productividad de la empresa y el logro de objetivos. Por ello se debería invertir más en elementos de retribución emocional buscando cumplir los objetivos de la empresa simultáneamente con los objetivos del trabajador, generando beneficios y mejorando las relaciones profesionales.

Con esto se concluye, de acuerdo a las técnicas de investigación utilizadas, en la implementación del Modelo Organizacional y Motivación es necesario desarrollar una estructura organizacional estable, a pesar que en los resultados de la encuesta se determinó que la relación laboral con sus jefes como entre compañeros fomenta un clima laboral acogedor.

En lo que respecta, a las capacitaciones se enfoca exclusivamente en la atención al cliente dado a que su experiencia laboral les ha permitido desenvolverse dentro de su entorno laboral aunque la falta de publicidad impide que el establecimiento nocturno sea reconocido a nivel local. Por lo que, se considera dar seguimiento a los cambios producidos por la implementación del Modelo Organizacional y Motivación será la clave principal para realizar los correctivos pertinentes teniendo así, un mayor crecimiento organizacional.

RECOMENDACIONES

- Las capacitaciones deben ser con mayor frecuencia y para todo el personal del Bar – Karaoke Vete al Diablo sin embargo será enfocado exclusivamente en la atención al cliente y con esto brindarán un servicio de calidad.
- Implementar el Modelo Organizacional y Motivación el cual ayudará en el mejoramiento de la productividad siguiendo los distintos aspectos previamente señalados respecto a la Motivación y sus Compensaciones, los talleres que se implementarán en las distintas Capacitaciones y las promociones que se pretenderán establecer dentro del Bar – Karaoke Vete al Diablo.
- Desarrollar nuevas promociones con el objetivo de atraer nuevos clientes y así lograr su fidelidad, la cual esta enlazada a través de las distintivas publicidades realizadas no sólo por la red social Instagram sino de otros medios publicitarios.
- En relación al sueldo de los empleados se recomienda 3 tipos de compensaciones por medio de ascensos, placas distintivas y bonos con el cual se pretende motivar al empleado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Castillo Dávila, N. F. (2014). <http://tesis.pucp.edu.pe>. Recuperado el Noviembre de 2016, de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/5431>

Fuentes Navarro, S. M. (2012). <http://biblio3.url.edu.gt>. Recuperado el Noviembre de 2016, de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesis/2012/05/43/Fuentes-Silvia.pdf>

Guevara Arteaga, R. P. (2014). <http://repositorio.ute.edu.ec>. Recuperado el Noviembre de 2016, de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/12787/1/58313_1.pdf

Heredia, A. (2004). <http://www.eumed.net>. Recuperado el Agosto de 2016, de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2011c/992/motivacion.html>

Ledesma Leal, N. (2008). <http://ri.uaq.mx>. Recuperado el Noviembre de 2016, de <http://ri.uaq.mx/xmlui/handle/123456789/1077>

Monografías. (s.f.). Recuperado el Noviembre de 2016, de <http://www.monografias.com/trabajos82/motvacion-organizacion/motvacion-organizacion2.shtml>

Ortega Montenegro, N. L. (2013). <http://181.198.77.140:8080>. Recuperado el Noviembre de 2016, de <http://181.198.77.140:8080/bitstream/123456789/119/1/048%20GESTI%C3%93N%20ADMINISTRATIVA%20DEL%20TALENTO%20HUMANO%20Y%20SU%20INCIDENCIA%20EN%20LAS%20EMPRESAS%20P%C3%9ABLICAS%20ADMINISTRADORAS%20DE%20AGUA%20POTABLE%20EN%20LA%20PROVINCIA%20DEL%20CARACHI%20-%>

- Perero Vera, J. V. (2012). <http://repositorio.upse.edu.ec>. Recuperado el Noviembre de 2016, de <http://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/758/1/71.-%20PERERO%20VERA%20JUAN%20VIDAL.pdf>
- Perez Tenazoa, N. O. (2015). <http://dspace.unapiquitos.edu.pe>. Recuperado el Noviembre de 2016, de <http://dspace.unapiquitos.edu.pe/bitstream/unapiquitos/363/1/maestria.pdf>
- Porter, Lawler, Hodgetts, & Altman. (1991). Recuperado el Agosto de 2016
- REID. (2008). Recuperado el Agosto de 2016
- Rubinsztejn, G. (2013). salud.edomexico.gob.mx. Obtenido de <http://salud.edomexico.gob.mx/html/Otros/MOTIVACION%20E%20INCENTIVOS%20NO%20MONETARIOS%20EN%20EL%20TRABAJO.%20ARTICULO.PDF>
- Ruiz, Gago, García, & López. (2013). Recuperado el Agosto de 2016
- Sum Mazariegos, M. I. (2015). <http://recursosbiblio.url.edu.gt>. Recuperado el Noviembre de 2016, de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2015/05/43/Sum-Monica.pdf>
- Virginia, G. S. (2012). <http://uvadoc.uva.es>. Recuperado el Noviembre de 2016, de <http://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/1144/1/TFG-B.60.pdf?>
- Zavala Fernandez, O. A. (2014). <https://prezi.com>. Recuperado el Noviembre de 2016, de https://prezi.com/dp7rd-11if_w/maestria-en-administracion/

ANEXOS

Anexo No. 1 Ingresos y Demanda Proyectados

INGRESOS	
Precio Promedio	\$ 30,05
Ingreso Mensual	\$ 32.291,67
Ingreso Anual	\$ 368.956,37
Ingreso Mensual Promedio	\$ 30.746,36
Demanda Anual	12279
Demanda Promedio Mensual	1023
Demanda Semanal	256
Demanda Diaria	85

ESTIMACIÓN DE DEMANDA	
Población Puntilla	42637
Aceptación	72%
Total Aceptación	30699
Demanda Anual (40%)	12279
Demanda Mensual	1023
Demanda Semanal	256
Demanda Diaria	85

AÑOS	METAS		BENEFICIO NETO
	Año anterior	Año en curso	
2016	\$ 276.880,00	\$ 290.724,00	\$ 13.844,00
2017	\$ 290.724,00	\$ 305.260,20	\$ 14.536,20
2018	\$ 305.260,20	\$ 320.523,21	\$ 15.263,01
2019	\$ 320.523,21	\$ 336.549,37	\$ 16.026,16
2020	\$ 336.549,37	\$ 353.376,84	\$ 16.827,47

INGRESOS	
Precio Promedio	\$ 30,63
Ingreso Mensual	\$ 32.291,67
Ingreso Anual	\$ 387.404,19
Ingreso Mensual Promedio	\$ 32.283,68
Demanda Anual	12648
Demanda Promedio Mensual	1054
Demanda Semanal	263
Demanda Diaria	88

ESTIMACIÓN DE DEMANDA	
Población Puntilla	42637
Aceptación	72%
Total Aceptación	30699
Demanda Anual	12648
Demanda Mensual	1054
Demanda Semanal	263
Demanda Diaria	88

AÑOS	DEMANDA		INCREMENTO 3%
	Año anterior	Año en curso	
2016	12279	12648	368
2017	12648	13027	379
2018	13027	13418	391
2019	13418	13821	403
2020	13821	14235	415

Elaborado: Por las autoras

INGRESOS	
Precio Promedio	\$ 31,23
Ingreso Mensual	\$ 32.291,67
Ingreso Anual	\$ 406.774,40
Ingreso Mensual Promedio	\$ 33.897,87
Demanda Anual	13027
Demanda Promedio Mensual	1086
Demanda Semanal	271
Demanda Diaria	90

ESTIMACIÓN DE DEMANDA	
Población Puntilla	42637
Aceptación	72%
Total Aceptación	30699
Demanda Anual	13027
Demanda Mensual	1086
Demanda Semanal	271
Demanda Diaria	90

INGRESOS	
Precio Promedio	\$ 31,83
Ingreso Mensual	\$ 32.291,67
Ingreso Anual	\$ 427.113,12
Ingreso Mensual Promedio	\$ 35.592,76
Demanda Anual	13418
Demanda Promedio Mensual	1118
Demanda Semanal	280
Demanda Diaria	93

ESTIMACIÓN DE DEMANDA	
Población Puntilla	42637
Aceptación	72%
Total Aceptación	30699
Demanda Anual	13418
Demanda Mensual	1118
Demanda Semanal	280
Demanda Diaria	93

INGRESOS	
Precio Promedio	\$ 32,45
Ingreso Mensual	\$ 32.291,67
Ingreso Anual	\$ 448.468,77
Ingreso Mensual Promedio	\$ 37.372,40
Demanda Anual	13821
Demanda Promedio Mensual	1152
Demanda Semanal	288
Demanda Diaria	96

Estimación de la Demanda	
Población Puntilla	42637
Aceptación	72%
Total Aceptación	30699
Demanda Anual	13821
Demanda Mensual	1152
Demanda Semanal	288
Demanda Diaria	96

Elaborado: Por las autoras

Anexo No. 2 Costos Fijos

COSTOS FIJOS						
Detalle	Mensual	2016	2017	2018	2019	2020
Gastos de Sueldo y Salarios	\$ 7.724,12	\$ 92.689,44	\$ 101.958,38	\$ 107.056,30	\$ 112.302,06	\$ 117.917,17
Gastos Básicos	\$ 305,00	\$ 3.660,00	\$ 3.843,00	\$ 4.035,15	\$ 4.236,91	\$ 4.448,75
Gasto de Alquiler	\$ 700,00	\$ 8.400,00	\$ 8.820,00	\$ 9.261,00	\$ 9.724,05	\$ 10.210,25
Mantenimiento de Equipo de Oficina	\$ 65,45	\$ 785,40	\$ 824,67	\$ 865,90	\$ 909,20	\$ 954,66
Depreciación	-	\$ 1.014,19	\$ 1.014,19	\$ 1.014,19	\$ 1.014,19	\$ 1.014,19
Suministros de Limpieza	\$ 39,00	\$ 468,00	\$ 491,40	\$ 515,97	\$ 541,77	\$ 568,86
Total	\$ 8.833,57	\$ 107.017,03	\$ 116.951,64	\$ 122.748,52	\$ 128.728,18	\$ 135.113,88

Elaborado: Por las autoras

Anexo No. 3 Materia Prima

Materia Prima				
Detalle	Cantidad	Precio	Mensual	Anual
Agua en botellas	15	\$ 3,15	\$ 15,75	\$ 94,50
Agua en Botellón	6	\$ 8,00	\$ 32,00	\$ 192,00
Cerveza Club	24	\$ 38,00	\$ 190,00	\$ 1.140,00
Cerveza Pilsener	12	\$ 12,50	\$ 125,00	\$ 750,00
Vodka	1	\$ 38,00	\$ 380,00	\$ 2.280,00
Aguardiente	1	\$ 20,00	\$ 200,00	\$ 1.200,00
Tequila	1	\$ 23,00	\$ 230,00	\$ 1.380,00
Whisky	1	\$ 44,00	\$ 440,00	\$ 2.640,00
Champagne	1	\$ 30,00	\$ 300,00	\$ 1.800,00
Ron	1	\$ 28,00	\$ 280,00	\$ 1.680,00
Hielo	1	\$ 0,15	\$ 1,50	\$ 9,00
Sal	1	\$ 0,60	\$ 2,40	\$ 14,40
Pimienta	1	\$ 1,75	\$ 7,00	\$ 42,00
Ají	1	\$ 1,25	\$ 5,00	\$ 30,00
Limón	15	\$ 1,25	\$ 12,50	\$ 75,00
Servilletas	1	\$ 0,45	\$ 4,50	\$ 27,00
Total		\$ 250,10	\$ 2.225,65	\$ 13.353,90

Elaborado: Por las autoras

Anexo No. 4 Suministros de Oficina

Suministros de Oficina					
Detalle	Cantidad	Precio	Mensual		Anual
Caja de Bolígrafos	1	\$ 1,80	\$	3,60	\$ 10,80
Caja de clips	12	\$ 2,00	\$	4,00	\$ 16,00
Lápices	12	\$ 1,20	\$	2,40	\$ 2,40
Resmas de Hojas	1	\$ 3,60	\$	7,20	\$ 86,40
Tinta de Impresora	1	\$ 2,50	\$	10,00	\$ 40,00
Agendas	1	\$ 3,00	\$	6,00	\$ 72,00
Carpetas	12	\$ 3,00	\$	6,00	\$ 18,00
Grapadoras	1	\$ 1,50	\$	1,50	\$ 3,00
Grapas	12	\$ 1,80	\$	3,60	\$ 10,80
Perforadora	1	\$ 1,40	\$	2,80	\$ 5,60
Tijera	1	\$ 0,55	\$	0,55	\$ 1,10
Cinta Adhesiva	12	\$ 1,90	\$	3,80	\$ 7,60
Papel Carbón	48	\$ 2,50	\$	2,50	\$ 10,00
Calculadora	1	\$ 11,50	\$	11,50	\$ 23,00
Total		\$ 38,25	\$	65,45	\$ 306,70

Elaborado: Por las autoras

Anexo No. 5 Suministros de Limpieza y Otros

Suministros de Limpieza y Otros					
Detalle	Cantidad	Precio	Mensual		Anual
Desinfectante	1	\$ 1,75	\$	3,50	\$ 21,00
Detergente	1	\$ 1,00	\$	2,00	\$ 8,00
Cloro	30	\$ 8,00	\$	8,00	\$ 16,00
Franelas	1	\$ 0,75	\$	0,75	\$ 2,25
Escobas	1	\$ 1,00	\$	1,00	\$ 2,00
Jabón Líquido	1	\$ 1,25	\$	5,00	\$ 15,00
Trapeadores	1	\$ 1,50	\$	1,50	\$ 3,00
Papel Higiénico	12	\$ 2,00	\$	8,00	\$ 32,00
Ambientador	1	\$ 2,00	\$	4,00	\$ 16,00
Fundas de Basura	12	\$ 1,00	\$	4,00	\$ 16,00
Cepillo de Inodoro	1	\$ 1,25	\$	1,25	\$ 2,50
Total		\$ 21,50	\$	39,00	\$ 133,75

Elaborado: Por las autoras

Anexo No. 6 Servicios Básicos

Servicios Básicos	
Agua	\$ 60,00
Luz	\$ 200,00
Teléfono	\$ 15,00
Internet	\$ 30,00
Total	\$ 305,00

Elaborado: Por las autoras

Anexo No. 7 Maquinaria y Equipo

Maquinaria y Equipo			
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Refrigerador	1	\$ 650,00	\$ 650,00
Congelador	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Consola	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Parlante	2	\$ 170,00	\$ 340,00
Televisor	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Micrófono	2	\$ 30,00	\$ 90,00
Aire Acondicionado	2	\$ 400,00	\$ 800,00
Total		\$ 3.050,00	\$ 3.680,00

Elaborado: Por las autoras

Anexo No. 8 Muebles y Enseres

Muebles y Enseres			
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Vasos	100	\$ 1,80	\$ 180,00
Sacacorchos	1	\$ 2,50	\$ 2,50
Mesas Grandes	10	\$ 50,00	\$ 500,00
Sillas	90	\$ 25,00	\$ 2.250,00
Taburetes	10	\$ 20,00	\$ 200,00
Lámparas	10	\$ 15,00	\$ 150,00
Adornos Varios	20	\$ 60,00	\$ 1.200,00
Basureros	5	\$ 8,00	\$ 40,00
Total		\$ 182,30	\$ 4.522,50

Elaborado: Por las autoras

Anexo No. 9 Depreciación

Depreciación						
Activo	Valor Contable	Vida Contable	Depreciación Anual	Años Depreciados	Depreciación Acum.	Valor en Libros
Maquinaria y Equipo	\$ 3.680,00	10	\$ 331,20	5	\$ 1.656,00	\$ 2.024,00
Mueble y Enseres	\$ 4.522,50	10	\$ 407,03	5	\$ 2.035,15	\$ 2.487,40
Muebles de Oficina	\$ 350,00	10	\$ 31,50	5	\$ 157,50	\$ 192,50
Equipo de Computación	\$ 1.100,00	3	\$ 244,46	3	\$ 733,38	\$ 744,38
Total	\$ 9.652,50		\$ 1.014,19	Valor de Desecho		\$ 5.448,28

Elaborado: Por las autoras

Anexo No. 10 Sueldos y Salarios

Sueldos y Salarios										
Cargo	Cantidad	Sueldo	Aporte al I.E.E.S (9.35%)	Aporte al I.E.E.S (11,15%)	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Vacaciones	Fondo de Reserva	Mensual	Anual
Gerente General	1	\$ 600,00	\$ 56,10	\$ 66,90	\$ 599,76	\$ 366,00	\$ 300,03	\$ 599,76	\$ 846,52	\$ 10.158,24
Contador	1	\$ 450,00	\$ 42,08	\$ 50,18	\$ 449,82	\$ 366,00	\$ 225,02	\$ 449,82	\$ 622,73	\$ 7.472,76
Jefe de Personal	1	\$ 400,00	\$ 37,40	\$ 44,60	\$ 399,84	\$ 366,00	\$ 200,02	\$ 399,84	\$ 564,35	\$ 6.772,20
Barman	1	\$ 366,00	\$ 34,22	\$ 40,81	\$ 365,85	\$ 366,00	\$ 183,02	\$ 365,85	\$ 517,32	\$ 6.207,84
Mesero	9	\$ 366,00	\$ 34,22	\$ 40,81	\$ 365,85	\$ 366,00	\$ 183,02	\$ 365,85	\$ 4.655,88	\$ 55.870,56
Guardia	1	\$ 366,00	\$ 34,22	\$ 40,81	\$ 365,85	\$ 366,00	\$ 183,02	\$ 365,85	\$ 517,32	\$ 6.207,84
Total	14	\$ 2.548,00	\$ 238,24	\$ 284,10	\$ 2.546,97	\$ 2.196,00	\$ 1.274,13	\$ 2.546,97	\$ 7.724,12	\$ 92.689,44

Elaborado: Por las autoras

Anexo No. 11 Capital de Trabajo

Capital de Trabajo						
Detalle	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Ingresos	\$ 32.291,67	\$ 29.791,67	\$ 24.460,40	\$ 23.549,98	\$ 26.127,55	\$ 25.286,48
Egresos	\$ 11.059,22	\$ 11.059,22	\$ 11.059,22	\$ 11.059,22	\$ 11.059,22	\$ 11.059,22
Saldo Mensual	\$ 21.232,45	\$ 18.732,45	\$ 13.401,18	\$ 12.490,76	\$ 15.068,33	\$ 14.227,26
Saldo Acumulado	\$ 21.232,45	\$ 39.964,89	\$ 53.366,07	\$ 65.856,83	\$ 80.925,16	\$ 95.152,42
Capital de Trabajo	\$ 119.260,85					

Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Anual
\$ 35.167,65	\$ 32.786,93	\$ 30.209,40	\$ 36.872,42	\$ 35.539,81	\$ 36.872,43	\$ 368.956,37
\$ 11.059,22	\$ 11.059,22	\$ 11.059,22	\$ 11.059,22	\$ 11.059,22	\$ 11.059,22	\$ 132.710,64
\$ 24.108,43	\$ 21.727,71	\$ 19.150,18	\$ 25.813,20	\$ 24.480,59	\$ 25.813,21	
\$ 119.260,85	\$ 140.988,56	\$ 160.138,73	\$ 185.951,93	\$ 210.432,52	\$ 236.245,73	

Elaborado: Por las autoras

Capital de Trabajo						
Detalle	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Ingresos	\$ 32.291,67	\$ 29.791,67	\$ 24.460,40	\$ 23.549,98	\$ 26.127,55	\$ 25.286,48
Costo de Venta	\$ 2.225,65	\$ 2.225,65	\$ 2.225,65	\$ 2.225,65	\$ 2.225,65	\$ 2.225,65
Sueldo y Salarios	\$ 7.724,12	\$ 7.724,12	\$ 7.724,12	\$ 7.724,12	\$ 7.724,12	\$ 7.724,12
Gastos Generales	\$ 104,45	\$ 104,45	\$ 104,45	\$ 104,45	\$ 104,45	\$ 104,45
Gasto de Servicio Básicos	\$ 305,00	\$ 305,00	\$ 305,00	\$ 305,00	\$ 305,00	\$ 305,00
Gasto de Alquiler	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00
Egresos	\$ 11.059,22	\$ 11.059,22	\$ 11.059,22	\$ 11.059,22	\$ 11.059,22	\$ 11.059,22

Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Anual
\$ 35.167,65	\$ 32.786,93	\$ 30.209,40	\$ 36.872,42	\$ 35.539,81	\$ 36.872,43	\$ 368.956,37
\$ 2.225,65	\$ 2.225,65	\$ 2.225,65	\$ 2.225,65	\$ 2.225,65	\$ 2.225,65	\$ 26.707,80
\$ 7.724,12	\$ 7.724,12	\$ 7.724,12	\$ 7.724,12	\$ 7.724,12	\$ 7.724,12	\$ 92.689,44
\$ 104,45	\$ 104,45	\$ 104,45	\$ 104,45	\$ 104,45	\$ 104,45	\$ 1.253,40
\$ 305,00	\$ 305,00	\$ 305,00	\$ 305,00	\$ 305,00	\$ 305,00	\$ 3.660,00
\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 8.400,00
\$ 11.059,22	\$ 11.059,22	\$ 11.059,22	\$ 11.059,22	\$ 11.059,22	\$ 11.059,22	\$ 132.710,64

Elaborado: Por las autoras