

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA E INNOVACIÓN**

**ANÁLISIS DE LA MOTIVACIÓN EN EQUIPO DE COBROS EN EL SECTOR DE LA
COMERCIALIZACIÓN DE ENERGÍA ELÉCTRICA.**

Presentado por:

ANA MARIA LIZCANO PINTO

TUTOR:

MAGDA ANDREA MONSALVE

**Noviembre 11 de 2020
INSTITUTO DE POSGRADOS
BARRANQUILLA, ATLÁNTICO
REPÚBLICA DE COLOMBIA**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA E INNOVACIÓN**

Proyecto de grado
Como parte de los requisitos para obtener el título de:
Especialización en Gerencia e Innovación

Presentado por:
Ana María Lizcano Pinto

Asesorado por:
Phd. Magda Andrea Monsalve Peláez

Noviembre 11 de 2020
INSTITUTO DE POSGRADOS
BARRANQUILLA, ATLÁNTICO
REPÚBLICA DE COLOMBIA

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	9
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	11
1.1 Sistematización de la pregunta de investigación:	13
1.2 Objetivos de la investigación	13
1.2.1 Objetivo general:	13
1.2.2 Objetivos específicos:	14
1.3 Justificación de la investigación	14
1.4 Delimitación de la investigación	15
2 MARCO TEÓRICO	16
2.1 Antecedentes Internacionales	16
2.2 Antecedentes Nacionales	17
2.3 Bases teóricas	18
2.3.1 Teorías de la motivación	18
2.3.2 Teoría de Maslow (1943)	18
2.3.3 Teoría de Herzberg (1959).....	19
2.3.4 Teoría de Locke (1985)	20
2.3.5 Teoría de las expectativas de Vroom (1964).....	20
2.3.6 Teoría de la evaluación cognitiva (1991)	21
2.3.7 Teoría del reforzamiento de Skinner (1991)	21
2.4 Sistematización de la variable	22
2.4.1 Definición conceptual de la variable	22
2.4.2 Definición operacional de la variable	22
2.4.3 Cuadro de operacionalización de la variable.....	22
3 MARCO METODOLÓGICO.....	24
3.1 Tipo de investigación	24
3.2 Diseño de la investigación	24
3.3 Población de la investigación	24
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	25
3.5 Validez y confiabilidad del instrumento de recolección de datos.....	25
4 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	26

4.1	Análisis demográfico de los encuestados.....	26
4.2	Análisis de los datos	26
5	CONCLUSIONES.....	66
6	RECOMENDACIONES	67
7	REFERENCIAS.....	68

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Cuadro de operacionalización de la variable
Tabla 2. Demografía de los encuestados
Tabla 3. Pregunta 1.
Tabla 4. Pregunta 2.
Tabla 5. Pregunta 3.
Tabla 6. Pregunta 4.
Tabla 7. Pregunta 5.
Tabla 8. Pregunta 6.
Tabla 9. Pregunta 7.
Tabla 10. Pregunta 8.
Tabla 11. Pregunta 9.
Tabla 12. Pregunta 10.
Tabla 13. Pregunta 11.
Tabla 14. Pregunta 12.
Tabla 15. Pregunta 13.
Tabla 16. Pregunta 14.
Tabla 17. Pregunta 15.
Tabla 18. Pregunta 16.
Tabla 19. Pregunta 17.
Tabla 20. Pregunta 18.
Tabla 21. Pregunta 19.
Tabla 22. Pregunta 20.
Tabla 23. Pregunta 21.
Tabla 24. Pregunta 22.
Tabla 25. Pregunta 23.
Tabla 26. Pregunta 24.
Tabla 27. Pregunta 25.
Tabla 28. Pregunta 26.
Tabla 29. Pregunta 27.
Tabla 30. Pregunta 28.
Tabla 31. Pregunta 29.
Tabla 32. Pregunta 30.
Tabla 33. Pregunta 31.
Tabla 34. Pregunta 32.
Tabla 35. Pregunta 33.
Tabla 36. Pregunta 34.
Tabla 37. Pregunta 35.
Tabla 38. Pregunta 36.
Tabla 39. Pregunta 37.
Tabla 40. Pregunta 38.
Tabla 41. Pregunta 39.

LISTA DE FIGURAS

- Figura 1. Pirámide de las necesidades A. Maslow
- Figura 2. Pregunta 1.
- Figura 3. Pregunta 2.
- Figura 4. Pregunta 3.
- Figura 5. Pregunta 4.
- Figura 6. Pregunta 5.
- Figura 7. Pregunta 6.
- Figura 8. Pregunta 7.
- Figura 9. Pregunta 8.
- Figura 10. Pregunta 9.
- Figura 11. Pregunta 10.
- Figura 12. Pregunta 11.
- Figura 13. Pregunta 12.
- Figura 14. Pregunta 13.
- Figura 15. Pregunta 14.
- Figura 16. Pregunta 15.
- Figura 17. Pregunta 16.
- Figura 18. Pregunta 17.
- Figura 19. Pregunta 18.
- Figura 20. Pregunta 19.
- Figura 21. Pregunta 20.
- Figura 22. Pregunta 21.
- Figura 23. Pregunta 22.
- Figura 24. Pregunta 23.
- Figura 25. Pregunta 24.
- Figura 26. Pregunta 25.
- Figura 27. Pregunta 26.
- Figura 28. Pregunta 27.
- Figura 29. Pregunta 28.
- Figura 30. Pregunta 29.
- Figura 31. Pregunta 30.
- Figura 32. Pregunta 31.
- Figura 33. Pregunta 32.
- Figura 34. Pregunta 33.
- Figura 35. Pregunta 34.
- Figura 36. Pregunta 35.
- Figura 37. Pregunta 36.
- Figura 38. Pregunta 37.
- Figura 39. Pregunta 38.
- Figura 40. Pregunta 39.
- Figura 41. Pregunta 40.
- Figura 42. Pregunta 41.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene la finalidad de determinar los elementos claves que inciden en la motivación y la consecución de resultados de un equipo de cobros de una compañía colombiana comercializadora de energía eléctrica durante el año 2020, ubicada en la ciudad de Cartagena de Indias en el departamento de Bolívar.

A fin de proponer mejoras a la gerencia de la empresa y de aportar al desarrollo y cumplimientos de los objetivos del área se trabajó con el total de la población del área, para contar con mayor precisión en los resultados.

El estudio realizado fue de tipo descriptivo, se aplicó escala de tipo Likert para la encuesta utilizada y con los resultados obtenidos se procedió a proponer estrategias que apunten al cumplimiento de objetivos a través del mejoramiento de la motivación en el equipo.

Palabras clave: *motivación, desempeño, resultados, cumplimiento, necesidades.*

ABSTRACT

The purpose of this research work is to determine the key elements that affect the motivation and achievement of results of a collection team in a Colombian company that commercializes electric energy during the current year 2020, located in Cartagena de Indias in the department of Bolívar.

To propose improvements to Senior Management and contribute to the development and goals fulfillment of the area, we worked with the entire population, to have more precision in the results.

The study was descriptive, a Likert-type scale was applied to the survey, and according to the results, we proceeded to propose strategies directed to achieve objectives through the improvement of motivation in the team.

Key-words: *motivation, performance, results, fulfillment, needs.*

INTRODUCCIÓN

La motivación siempre ha estado presente en los diferentes estudios y análisis a nivel de colaboradores en las organizaciones, esto teniendo en cuenta que el factor humano siempre será el activo más importante de una empresa y a través de este importante elemento se provee a las compañías del valor agregado que se necesita para lograr la competitividad y el mantenimiento a largo plazo en el mercado. Es sin duda a través del trabajo de las personas, que se crean diferencias que permiten innovar y crecer a una entidad, por lo tanto, lograr mantener y elevar el compromiso de los colaboradores, motivándolos a ser mejores cada día, consiguiendo ver en sus funciones la importancia y el aporte que hacen a la estrategia de la compañía, garantiza una vía más fácil a la consecución de los objetivos empresariales.

Los colaboradores que se sienten valorados y motivados generan en sus equipos de trabajos mayor competitividad, mejores ideas, crece su sentido de pertenencia y hacen ver a la compañía y a su área como un buen lugar para desempeñarse; por consiguiente, se reducen niveles de ausentismos, se mejora el clima organizacional, impuntualidades en la entrega de tareas, entre otros aspectos que terminan impactando de manera negativa en los resultados económicos de la compañía.

Esta investigación a raíz de la disminución del recaudo y el incumplimiento de indicadores presente en los resultados observados durante lo corrido del año 2019 y comienzos del año 2020 en un equipo de cobros de una empresa de comercialización de energía, ubicada en la zona norte de Colombia, más específicamente en la ciudad de Cartagena de Indias, pretende identificar los elementos que inciden en la motivación del personal, a fin de poder recomendar a la compañía estrategias pertinentes que le ayuden a incrementar el desempeño de los integrantes del equipo de trabajo, a través de acciones e implementaciones de nuevas estrategias, con las cuales los empleados se puedan sentir satisfechos en el cumplimiento de la labor que realizan, desarrollando un mayor sentido de pertenencia y compromiso con sus tareas.

La propuesta es presentada de a través de cuatro capítulos, trabajados de la siguiente manera:

Capítulo I, con el desarrollo del planteamiento del problema, junto con los objetivos general y específicos.

Capitulo II, enseñando el marco teórico propuesto, con los correspondientes antecedentes a nivel nacional e internacional y las teorías bases que ayudaron al perfeccionamiento de la investigación.

Capitulo III, instruyendo la forma y mecanismos utilizados para el análisis del proyecto investigativo.

Capitulo IV, entregando los resultados de la investigación, mediante conclusiones y recomendaciones.

Finalmente se cierra la investigación señalando las referencias utilizadas para el desarrollo de la actividad propuesta.

CAPÍTULO I

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Para que una empresa pueda lograr sus objetivos y que además lo haga de una manera eficiente, es importante contar con equipos que trabajen de manera productiva y contribuyan a la consecución de las metas del negocio; para ello es preciso, que los colaboradores cuenten con la motivación adecuada, que les permita encaminar su accionar hacia el aprovechamiento máximo de su rendimiento, consiguiendo a su vez aportar en el incremento del beneficio económico de la compañía.

Para Sexton (1977) la motivación es la habilidad de incitar a las personas para que ejecuten una tarea que satisfaga sus necesidades y alcance las metas deseadas. Según Maslow (1943), la motivación es simplemente el impulso que tiene cada persona para satisfacer sus necesidades. A criterio de Olarte (2017), un empleado desmotivado, es una persona que no cuenta con el compromiso suficiente para el desarrollo de sus tareas, lo que genera dificultades dentro de la empresa, como lo son el mal ambiente laboral, el aumento de ausentismo, el bajo rendimiento y desempeño, los problemas para la retención de talentos, la alta rotación del personal, los inconvenientes en el flujo de comunicación entre los diferentes miembros del equipo y áreas y la no consecución de las metas organizacionales.

Por su parte todas las unidades comerciales y sobre todo de aquellas relacionadas con la gestión del cobro, tan primordiales en la generación de liquidez de un ente económico, es indefectible contar con equipos de trabajos que tengan la suficiente formación y motivación para que aporten al buen andar financiero de todo negocio. Ingresando en el ámbito de la cobranza, su objetivo según indica Molina Aznar (2005) es cerrar el círculo de la venta; para ello se deben utilizar estrategias que estimulen al cliente a realizar el pago y que además le permitan sentirse a gusto con el servicio prestado y la

atención recibida por la empresa; no obstante esta cobranza no siempre se realiza en los tiempos oportunos diseñados por la organización, viéndose afectada entre otros factores por la economía del país, la idiosincrasia en las regiones y las cultura de no pago arraigada entre los clientes. Es aquí donde entra el equipo de cobranza a apoyar con su gestión y creatividad a los resultados del negocio, basándose como primera medida en su recurso humano.

Lo común es que toda persona al ingresar a su vida laboral de su máximo rendimiento, pero, con el paso del tiempo va mermando este ímpetu y motivación, provocando una disminución de su productividad.

Los equipos de cobros no son ajenos a este comportamiento, sus miembros se encuentran frente a factores externos que afectan el éxito en su trabajo, como lo son, los tipos de clientes con los que debe negociar, entre estos agresivos y que desconocen la obligación, la falta información básica para un cobro efectivo, como el nombre de la persona responsable de pagar la cartera, números telefónicos, direcciones, entre otros, y factores internos en la organización que crean necesidades para sus miembros, como el sentirse comprendidos, apreciados, con posibilidades de crecimiento personal y profesional, que con el tiempo hacen decaer las expectativas de cumplimiento, el arranque y ganas de esforzarse del personal del área.

Por lo tanto, es importante que todas las organizaciones se esfuercen por estudiar el comportamiento de sus empleados y establezcan mecanismos de motivación que apalanquen su producción y alto desempeño, resaltando la gestión del cobro como un área primordial para empezar a aplicar estos componentes.

Para el caso de investigación, el estudio se llevará a cabo en una organización regional con oficinas en Cartagena que atendió para el año 2019 el 26% de la demanda de nacional de energía eléctrica según el COCIER (Comité Nacional Colombiano de la

Comisión de Integración Eléctrica Regional) , equivalente aproximado a 2,73 millones de hogares colombianos, y en donde el área de cobros no viene obteniendo los resultados planteados de manera mensual por la compañía en el último quinquenio, producidos entre otros factores por la desmotivación del equipo de trabajo, generando de esta manera el incremento en el impago de la cartera de la empresa, el decrecimiento de sus indicadores y la inviabilidad financiera.

Por lo anterior, se hace necesario analizar la relación de la motivación en el ejercicio de sus actividades y productividad, brindando de esta manera a la empresa una estrategia que permita optimizar sus resultados y la consecución de sus objetivos de recuperación de cartera económicos.

Por lo anterior se plantea la pregunta problema ¿Se encuentra el equipo de cobro del sector de comercialización de energía eléctrica motivado para aportar a la consecución de los objetivos del área?

1.1 Sistematización de la pregunta de investigación:

- ¿Qué elementos inciden en la motivación de un equipo de cobros en una empresa del sector de la comercialización de energía eléctrica?
- ¿Qué necesidades motivacionales tiene el equipo de cobros de una empresa en el sector de comercialización de energía eléctrica?
- ¿Cuáles estrategias se deben usar en la motivación del equipo de cobros de una empresa en el sector de comercialización de energía eléctrica?

1.2 Objetivos de la investigación

1.2.1 Objetivo general:

- Analizar la motivación como un factor estratégico en el funcionamiento de un equipo de cobros en el sector de la comercialización de energía eléctrica para aportar a la mejora de los resultados del área.

1.2.2 Objetivos específicos:

- Identificar elementos que inciden en la motivación del equipo de cobros en una empresa del sector de la comercialización de energía eléctrica.
- Establecer las necesidades motivacionales que impactarían de manera positiva en el equipo de cobros en una empresa del sector de la comercialización de energía eléctrica.
- Sugerir estrategias que permitan garantizar el equilibrio entre la motivación y el cumplimiento de objetivos en la empresa investigada perteneciente al sector de la comercialización de energía eléctrica.

1.3 Justificación de la investigación

Esta investigación se justifica de forma práctica porque permite que la compañía comercializadora de energía eléctrica pueda dimensionar la importancia de la motivación de su personal como un mecanismo para obtener o mejorar los resultados en su desempeño. Así mismo, una vez socializados dicha empresa podrá considerar que cambios se pueden introducir a su sistema de compensaciones y beneficios, con la finalidad de aumentar su productividad, al igual que las utilidades del negocio.

Con la finalidad de poder comprender el estado motivacional e identificar los elementos que inciden en el personal tanto positiva como negativamente se diseñó un cuestionario de encuesta como técnica de investigación, esta herramienta fue aplicada a cada uno de los miembros del equipo de cobros. De la misma manera con el estudio de los resultados, se busca proveer a la organización de un diagnóstico situacional de la motivación del equipo, en conjunto con la propuesta de estrategias que puedan aportar al mejoramiento de esta variable y que aporten a la compañía a la consecución de sus objetivos teniendo como base un equipo

de cobros comprometido y responsable con cada una de sus actividades, alineándolas a las estrategias organizacionales.

Se busca como punto final que este documento pueda ser aprovechado como guía para futuras consultas de investigadores que realicen sus estudios sobre equipos y temáticas similares.

1.4 Delimitación de la investigación

La temática para trabajar está enfocada en la motivación del equipo de cobros de una compañía comercializadora de energía en la ciudad de Cartagena de Indias, Colombia y como se ve relacionada esta con la productividad y el desempeño. Por lo anterior se trabaja con todos los miembros de la unidad de cobros de la compañía en la territorial Bolívar Norte. El periodo de tiempo que abarca la investigación estará comprendido entre los años 2019 y 2020.

Para este trabajo se tomaron como bases diferentes autores sobre teorías de la motivación, entre las que destacan la teoría de las jerarquías de las necesidades de Maslow, la teoría de los dos factores de Herzberg, la teoría del establecimiento de objetivos y rendimientos de tareas de Locke, la teoría de la evaluación cognitiva, la teoría del reforzamiento de Skinner y la teoría pilar con la que se desarrollo la investigación la teoría de las expectativas de Vroom.

CAPÍTULO II

2 MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes Internacionales

Como primera referencia se presenta la investigación de Basantes Redrobán (2016), titulada “Elaboración de un plan de motivación que permita incrementar la productividad del departamento de cobranzas en la empresa maquinarias y vehículos S.A.”, ubicado en el distrito metropolitano de Quito, Ecuador. El autor utilizó herramientas como la encuesta para el desarrollo de su investigación; dentro de sus conclusiones señala que luego de aplicar el plan motivacional, se generó mejoras en las relaciones interpersonales del equipo de trabajo, se incrementaron los trabajos en grupo, se mejoró la formación del personal y por último y tal vez el más importante el incremento y cumplimiento de los objetivos e índices de productividad en la recuperación de cartera tanto de manera individual como grupal.

Carrera y Aguilar (2018), en su investigación “Motivación y desempeño laboral de los trabajadores en la empresa estudio Martínez Consultores y Abogados S.A.C”, desarrollada en Lima, Perú, utilizando métodos de observación, concluyen que a través de la motivación se consigue influir en el comportamiento entre los colaboradores, generando proactividad y productividad, beneficiando de manera directa a la empresa donde trabajan. Cuando un trabajador no recibe reconocimiento por sus logros, llega a desmotivarse de tal forma que pierden interés por su labor, en ocasiones llegan a renunciar, afectando de esta forma alcanzar los objetivos de la compañía. Los autores también identificaron la relación estrecha que existe entre el clima laboral, la motivación y la cultura organizacional, factores determinantes para el desempeño de los individuos en un ente económico.

2.2 Antecedentes Nacionales

En el apartado nacional se localiza a la investigadora Hernández (2017) con su trabajo “Factores motivacionales asociados a la motivación laboral y satisfacción en profesionales de la escuela de postgrados FAC – Muestra AS”. Desarrollado en la ciudad de Bogotá. Para la investigación la autora aplicó el cuestionario de motivación para el trabajo, prueba diseñada por Toro (1992). El objetivo de su trabajo fue identificar cuáles son los motivacionales más influyentes dentro del grupo de estudio y como con estos se logra mantener un personal encaminado y comprometido con las metas de la organización.

Por su parte Montenegro (2016), con su investigación “Factores motivacionales en empleados de empresas del sector de la construcción en Colombia”, efectuada en la ciudad de Bogotá. Concluye que para lograr motivar a los empleados es necesario conocer cuáles son los incentivos que influyen en su comportamiento, al igual que conocer aquellos factores que afectan negativamente su conducta y desempeño. No todos los rangos de cargos se motivan con los mismos incentivos, es necesario ir más allá y poder ofrecerles a los colaboradores diferentes estímulos para lograr mantener y mejorar su productividad. El autor utilizó herramientas como la encuesta para el desarrollo de su investigación.

A nivel nacional, el estudio de la motivación organizacional no ha pasado desapercibido, Olarte (2017) señala que, con su estudio a través de aplicación de cuestionarios, logró determinar que con la motivación se consigue impactar directamente en el desempeño de los trabajadores, además determina que, si las empresas logran satisfacer las necesidades de sus empleados, pueden contar con un equipo comprometido con el logro de objetivos.

2.3 Bases teóricas

2.3.1 Teorías de la motivación

Existen diversas teorías que soportan el estudio de la motivación y su relación con el desempeño y la productividad laboral, por lo que esta investigación está basada en varias de ellas.

En la actualidad se puede encontrar muchas teorías de motivación, estas cambian en la medida que el autor señala cuales son los estímulos más importantes para lograr la reacción en las personas.

2.3.2 Teoría de Maslow (1943)

En la teoría de la jerarquía de las necesidades, Maslow señala que la motivación no es más que el impulso que tiene una persona para cubrir sus necesidades y que estos impulsos, intereses y deseos insatisfechos influyen sobre su comportamiento, conductas y acciones en cualquier ámbito de su vida, tanto personal como profesional; el autor clasifica las necesidades en orden piramidal, tomando como base las fisiológicas o básicas, siguiendo con las de seguridad y protección, continuadamente las necesidades sociales, luego coloca las de reconocimiento y por último en la cúspide de la pirámide ubica las de autorrealización (Idalberto Chiavenato, Administración de Recursos Humanos, pág. 50, octava edición, 2007).

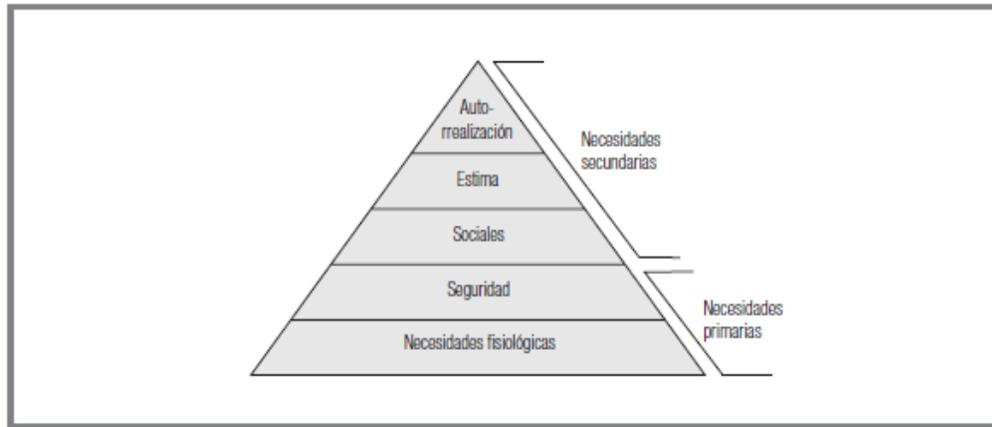


Figura 1. Pirámide de las necesidades A. Maslow
Fuente: (Idalberto Chiavenato, 2007).

En su teoría el autor señala que solo las necesidades que no están satisfechas son las que pueden generar estimulación en el ser humano; una vez cubiertas las necesidades de la base de la pirámide, van apareciendo las necesidades del orden superior.

2.3.3 Teoría de Herzberg (1959)

También llamada teoría de los dos factores explica que existen factores intrínsecos o motivacionales y factores extrínsecos o higiénicos para orientar el comportamiento del ser humano.

Los factores motivacionales conciernen a la satisfacción en la labor que se desarrolla, dentro de estos se señalan necesidades de crecimiento personal y profesional, la autorrealización y el reconocimiento.

En los factores higiénicos se relaciona la insatisfacción personal, se encuentran en el ambiente en donde se desenvuelven los individuos y las condiciones en las que realiza su tarea. (Idalberto Chiavenato, 2007).

2.3.4 Teoría de Locke (1985)

Desarrolla la teoría del establecimiento de objetivos y rendimientos de tareas, determinando que el comportamiento humano consiente tiene un propósito de voluntad para cumplir o no los objetivos planteados. Su teoría está estrechamente relacionada con el compromiso en el trabajo y la satisfacción laboral. Las metas instauradas son las que establecen el nivel de esfuerzo de las personas para la ejecución de sus tareas. (Manuel Gonzalez, 2006).

2.3.5 Teoría de las expectativas de Vroom (1964)

Propone que las personas deciden actuar de determinada manera hincados en las expectativas por la consecuencia final de sus actos. En derivación a lo expuesto, las personas deciden esforzarse por desarrollar sus actividades dependiendo de la recompensa o remuneración que se derive del logro de los objetivos planteados. (Hogg, M., 2010)

Vroom define 3 relaciones que se pueden desplegar en el ámbito laboral:

- Relación de esfuerzo y desempeño: esta relación es concebida como directamente proporcional (a mayor esfuerzo, mayor rendimiento).
- Relación entre rendimiento y premios: consiste en amarrar a los objetivos y al cumplimiento una serie de recompensas.
- Relación entre refuerzo y valor: la importancia de esta relación radica en la valía que tiene para el trabajador el tipo de recompensa que recibe por el cumplimiento de sus objetivos.

2.3.6 Teoría de la evaluación cognitiva (1991)

Está basada en la motivación extrínseca e intrínseca que puede recibir un individuo. Esta teoría formula que cuando una persona se brinda a una actividad atrayente por su propia satisfacción y no por otra causa se le define como motivación intrínseca, mientras que si cuenta con un motivo externo que influye en el desarrollo de su actividad se define como motivación extrínseca. (Robbins, 2004)

Dentro de esta teoría se estudia la influencia negativa que puede tener el retirar de un colaborador ese elemento motivacional externo, ocasionando que disminuya la motivación tanto extrínseca como intrínseca en la persona.

2.3.7 Teoría del reforzamiento de Skinner (1991)

Esta teoría se desarrolló basada en que una conducta está determinada por el refuerzo de los estímulos que percibe, es decir, los cambios conductuales son el resultado de los estímulos, cuando estos son positivos o negativos se tiende a repetirlos o eliminarlos de manera permanente.

Los refuerzos positivos que se dan al comportamiento son gratificantes, por lo que la tendencia es repetirse.

Los refuerzos negativos como castigos y amenazas ayudan a no repetir comportamientos. (Robbins, 2004).

2.4 Sistematización de la variable

Una variable es una propiedad que puede fluctuar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse (Roberto Hernández Sampieri, 2014).

2.4.1 Definición conceptual de la variable

Por definición se considera la variable independiente como la causa en una relación entre las diferentes variables de estudio y se denomina variable dependiente a la consecuencia generada por la variable independiente. (Roberto Hernández Sampieri, 2014).

Para la investigación se identificó la siguiente variable independiente:

- Motivación laboral:

Dentro del desarrollo de la investigación se identificaron las siguientes variables dependientes:

- Estrategias motivacionales

2.4.2 Definición operacional de la variable

Se utilizan fuente de recolección primaria mediante la aplicación de la técnica de encuesta, combinando las bases teóricas con la práctica para el estudio del caso investigado. (Roberto Hernández Sampieri, 2014).

El cuestionario se diseñó según la escala de Likert y está compuesta por enunciados.

2.4.3 Cuadro de operacionalización de la variable

OBJETIVO GENERAL: o Analizar la motivación como un factor estratégico en el funcionamiento de un equipo de cobros en el sector de la comercialización de energía eléctrica para aportar a la mejora de los resultados del área.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS
Identificar elementos que inciden en la motivación del equipo de cobros en una empresa del sector de la comercialización de energía eléctrica.	Motivación	Elementos incidentes en la motivación	1-Disposición para el trabajo. 2-Compromiso del empleado. 3-Nivel de motivación	1- 39
Establecer las necesidades motivacionales que impactarían de manera positiva en el equipo de cobros en una empresa del sector de la comercialización de energía eléctrica.		Necesidades motivacionales	1-Cantidad de necesidades identificadas en el equipo de trabajo.	Conclusiones y Recomendaciones
o Sugerir estrategias que permitan garantizar el equilibrio entre la motivación y el cumplimiento de objetivos en la empresa investigada perteneciente al sector de la comercialización de energía eléctrica.		Estrategias motivacionales	2- Número de estrategias y planes implementados.	Conclusiones y Recomendaciones

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO III

3 MARCO METODOLÓGICO

Basándonos en el texto de Hernández, Fernández y Batista, la metodología de la investigación puede estar enmarcada en diferentes tipos de investigación, determinados por la perspectiva que se le defina al estudio.

3.1 Tipo de investigación

El tipo de investigación determinado este estudio es el descriptivo, según Hernández, Fernández y Batista, Metodología de la Investigación, quinta edición, 2010. México D.F., pág. 80, “este tipo de estudios tiene como finalidad especificar las propiedades, las características y los perfiles de las personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se sometan a un análisis”. Se buscará definir la motivación que tiene el equipo de cobros de una compañía comercializadora de energía eléctrica en específico.

3.2 Diseño de la investigación

El diseño de la investigación a aplicar en este proyecto será el transaccional, el cuál según Hernández, R. 1998 págs. 186-187, su propósito es la recolección de datos en un solo momento en el tiempo, permitiendo identificar la variable de la investigación para el año 2020.

3.3 Población de la investigación

Según Pineda, et al 1994, pág. 108, la población es el conjunto de objetos o personas razón de la investigación. Para el presente estudio, la población objeto está determinada como un censo (Pineda, 1994) que está definido por el conteo de todos los miembros de una población, por lo tanto y debido a su coincidencia con la muestra y al número de integrantes que conforman

el equipo de cobros para la territorial Bolívar Norte de siete personas se justifica la selección de esta opción.

Muestra se explica como el subgrupo representativo de una población objeto de análisis. (Roberto Hernández Sampieri, 2014). La población muestra serán los siete integrantes del equipo de cobros en Bolívar Norte, compuesto de la siguiente manera:

- Técnicos de cobro: cinco colaboradores.
- Analista de cobros: un colaborador.
- Gestor de cobro: un colaborador.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para la recolección de datos en esta investigación se seleccionó la técnica de encuesta, que es una técnica que permite analizar y recoger datos de una muestra previamente definida y explicar una serie de características presentes en este grupo estudio. (García, 1993). El cuestionario se diseñó según la escala de Likert y está compuesta por enunciados.

La técnica de encuesta permitirá conocer el grado de compenetración del equipo de trabajo con los objetivos del área, su estado de motivación actual, el clima organizacional en el que se desenvuelven haciendo validos los resultados y sirviendo como guías para otros estudios sobre el tema de estudio.

3.5 Validez y confiabilidad del instrumento de recolección de datos

Se implementa instrumento de validación de cuestionario, según formato suministrado por la universidad Simón Bolívar para ratificar instrumento diseñado. (anexo1).

CAPÍTULO IV

4 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Análisis demográfico de los encuestados

PARÁMETRO	PORCENTAJE DE RESPUESTAS		
	30-40 AÑOS	40-50 AÑOS	>50 AÑOS
EDAD	28,60%	57,10%	14,30%
	FEMENINO	MASCULINO	NO INFORMA
GENERO	71,40%	28,60%	0%
	SOLTERO	CASADO	NO INFORMA
ESTADO CIVIL	28,57%	71,43%	0
	< \$2 MLL	\$2 MLL - \$3 MLL	> \$3 MLL
SALARIO	71,43%	14,29%	14,29%

Tabla 2. Demografía de los encuestados

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

4.2 Análisis de los datos

Según la información obtenida en la aplicación de la encuesta se procede a revisar resultados y elaborar conclusiones.

1. En su trabajo se siente entusiasmado con las labores que realiza:

7 respuestas

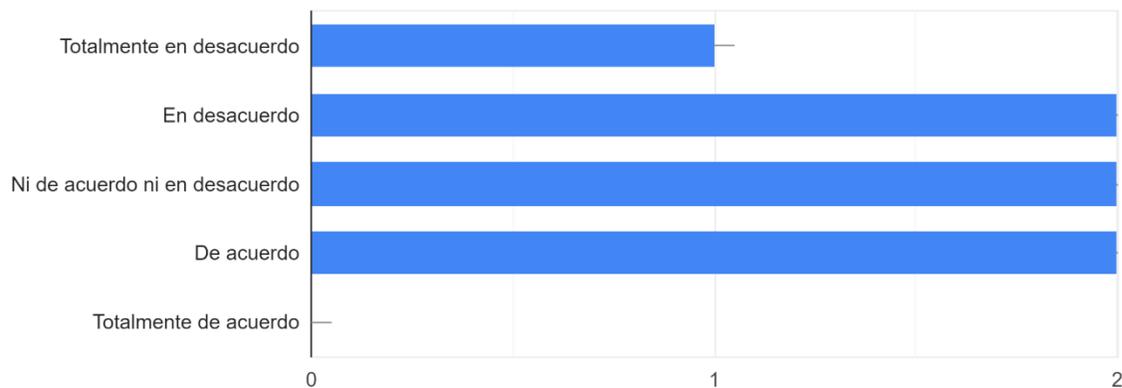


Figura 2. Pregunta 1.

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

1.En su trabajo se siente entusiasmado con las labores que realiza:	%	No Colaboradores
De acuerdo	28,57%	2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	28,57%	2
En desacuerdo	28,57%	2
Totalmente en desacuerdo	14,29%	1
Total general	100,00%	7

Tabla 3. Pregunta 1

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

Análisis: Solamente el 28,57% de la población objeto de estudio se encuentra apasionada por las tareas que realiza en su cargo, mientras que el 42,86% lo califica de manera desfavorable.

2. Las tareas que ejecuta tienen sentido e intención en los objetivos de la empresa:

7 respuestas

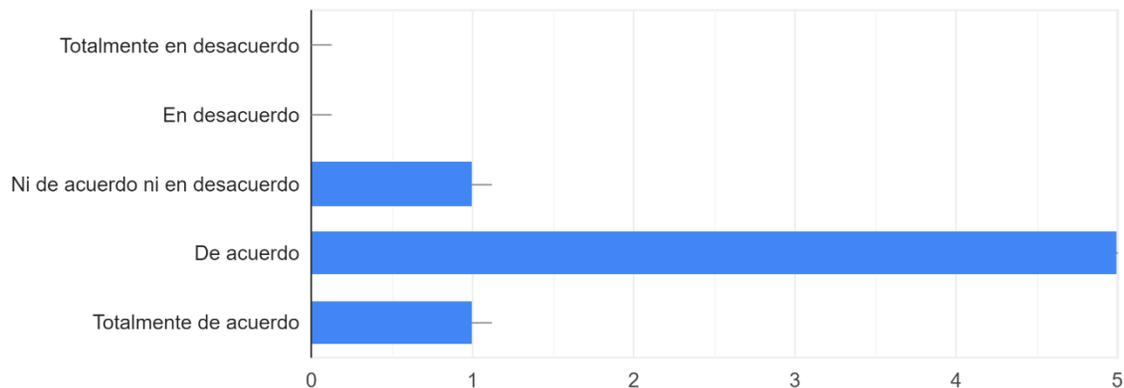


Figura 3. Pregunta 2

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

2. Las tareas que ejecuta tienen sentido e intención en los objetivos de la empresa:	%	No Colaboradores
De acuerdo	71,43%	5
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14,29%	1
Totalmente de acuerdo	14,29%	1
Total general	100,00%	7

Tabla 4. Pregunta 2

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

Análisis: Mediante la encuesta realizada se puede determinar que el 71,43% de la población encuentra relación entre las actividades del cargo que desempeña y los objetivos organizacionales de la compañía en la que labora.

3. Se describe como un colaborador persistente:

7 respuestas

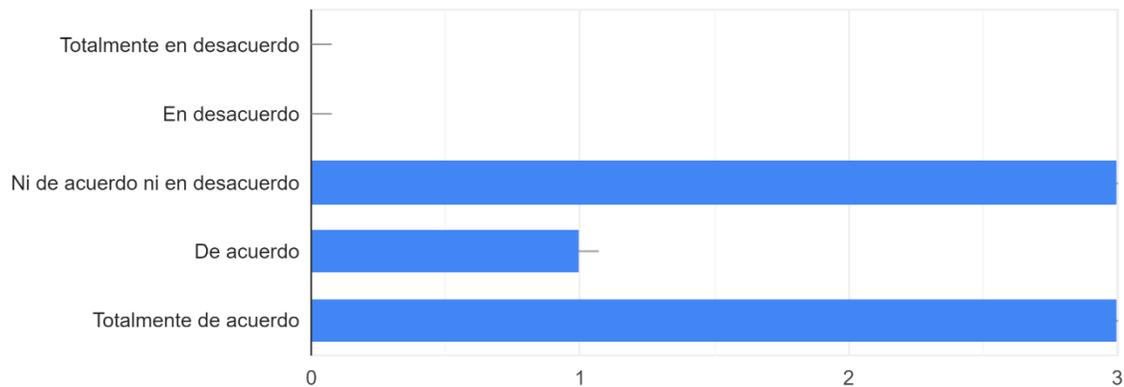


Figura 4. Pregunta 3

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

3. Se describe como un colaborador persistente:	%	No Colaboradores
De acuerdo	14,29%	1
Totalmente de acuerdo	42,86%	3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	42,86%	3
Total general	100,00%	7

Tabla 5. Pregunta 3

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

Análisis: Se evidencia que el 57,14% de la población encuestada se describe con un empleado constante. Ningún empleado se catalogó como desinteresado en sus funciones.

4. Conoce la misión y visión de la compañía:

7 respuestas

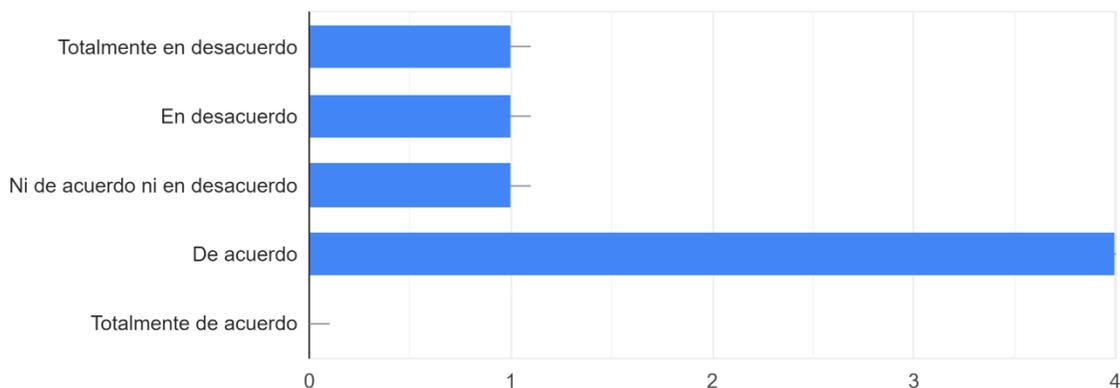


Figura 5. Pregunta 4.

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

4. Conoce la misión y visión de la compañía:	%	No Colaboradores
De acuerdo	57,14%	4
En desacuerdo	14,29%	1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14,29%	1
Totalmente en desacuerdo	14,29%	1
Total general	100,00%	7

Tabla 6. Pregunta 4

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

Análisis: Según los resultados de la encuesta aplicada el 57,14% de la población conoce la misión y visión de la compañía.

5. Se siente bien remunerado por las tareas que cumple:

7 respuestas

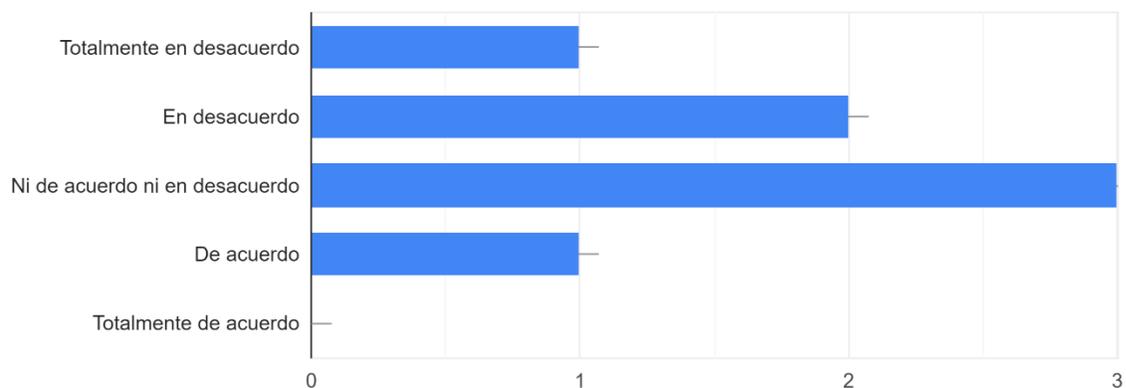


Figura 6. Pregunta 5.

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

5. Se siente bien remunerado por las tareas que cumple:	%	No Colaboradores
De acuerdo	14,29%	1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	42,86%	3
En desacuerdo	28,57%	2
Totalmente en desacuerdo	14,29%	1
Total general	100,00%	7

Tabla 7. Pregunta 5

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

Análisis: De la aplicación de la encuesta se puede inferir que solamente el 14,29% de la población se encuentra conforme con la remuneración salarial que está recibiendo por el desempeño de su cargo.

6. Considera los beneficios que ofrece la empresa como suficientes para satisfacer sus necesidades:

7 respuestas

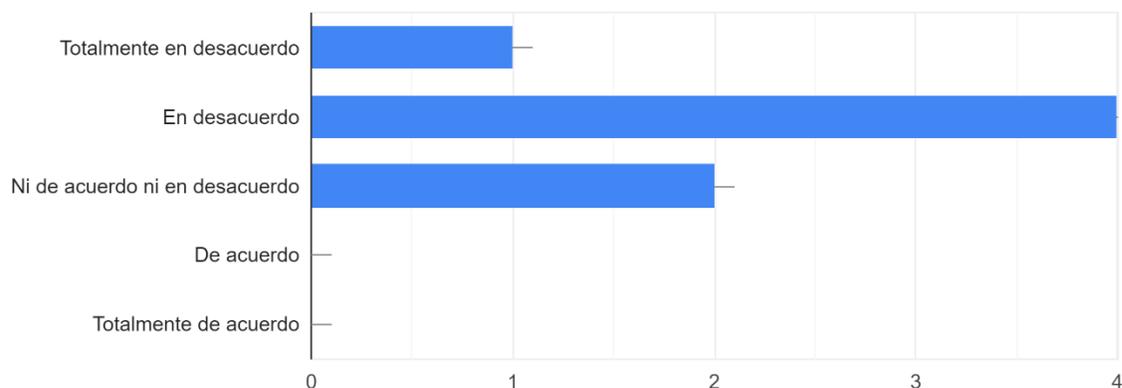


Figura 7. Pregunta 6

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

6. Considera los beneficios que ofrece la empresa como suficientes para satisfacer sus necesidades:	%	No Colaboradores
En desacuerdo	57,14%	4
Totalmente en desacuerdo	14,29%	1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	28,57%	2
Total general	100,00%	7

Tabla 8. Pregunta 6

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

Análisis: Se observa con la aplicación de la encuesta que el 71,43% de la población piensa que los beneficios otorgados por la empresa le aportan a la satisfacción completa de sus necesidades.

7. Recomendaría la empresa para laborar a un familiar o amigo:

7 respuestas

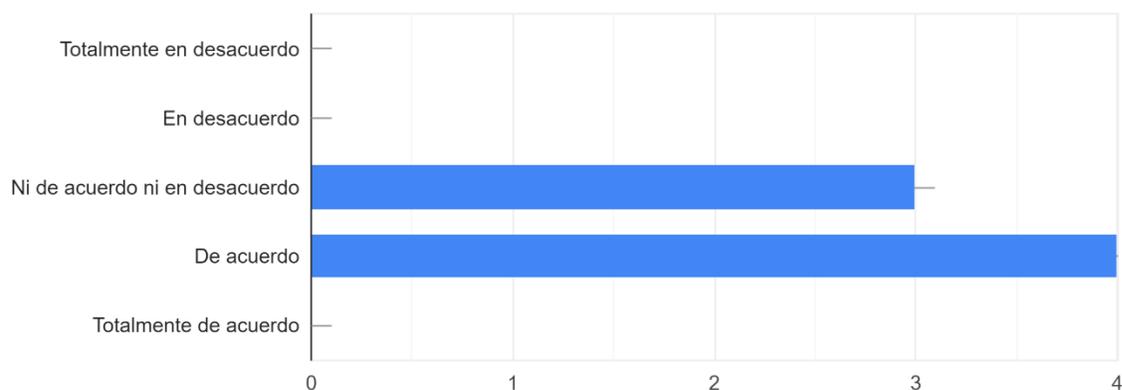


Figura 8. Pregunta 7

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

7. Recomendaría la empresa para laborar a un familiar o amigo:	%	No Colaboradores
De acuerdo	57,14%	4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	42,86%	3
Total general	100,00%	7

Tabla 9. Pregunta 7

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

Análisis: EL 57,14% de la población encuestada concibe como pertinente la recomendación de la compañía para laborar en ella.

8. Siente que ha recibido la formación suficiente para desempeñar su cargo:

7 respuestas

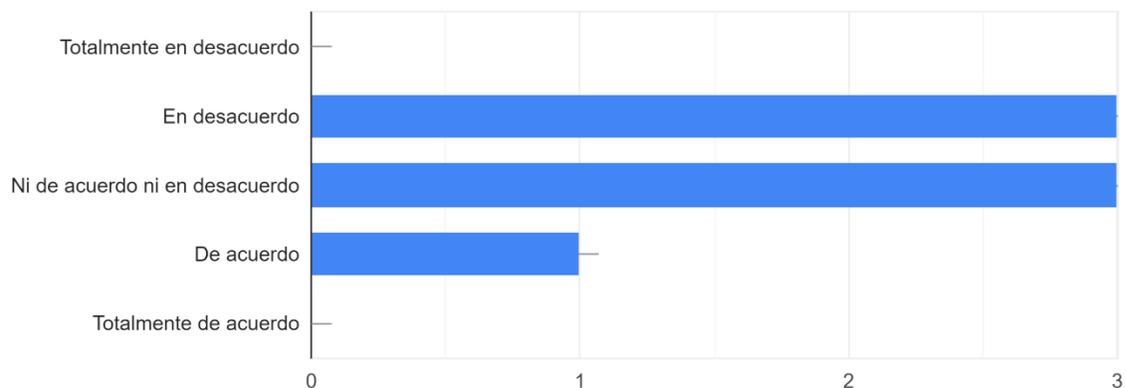


Figura 9. Pregunta 8

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

8. Siente que ha recibido la formación suficiente para desempeñar su cargo:	%	No Colaboradores
De acuerdo	14,29%	1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	42,86%	3
En desacuerdo	42,86%	3
Total general	100,00%	7

Tabla 10. Pregunta 8

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

Análisis: De acuerdo con los resultados de la encuesta aplicada se demuestra que solamente el 14,29% de la población considera que cuenta con la formación necesaria para desempeñar a cabalidad sus funciones.

9. Considera sus valores alineados con los de la empresa:

7 respuestas

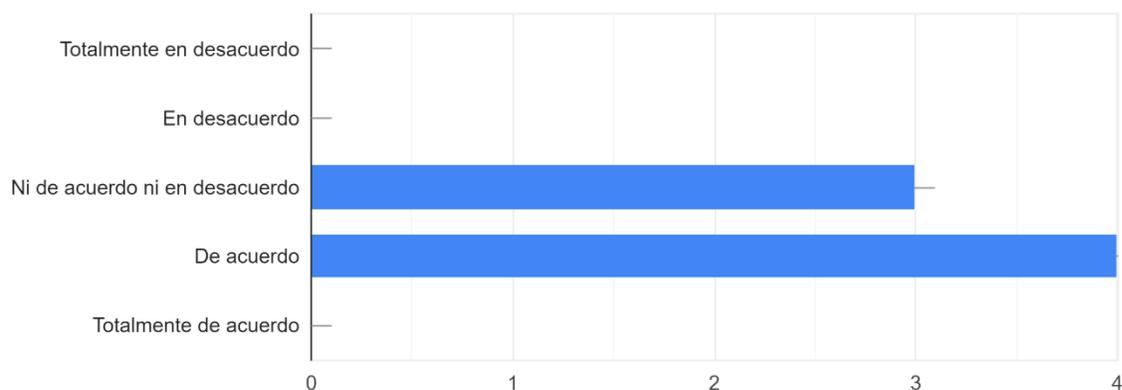


Figura 10. Pregunta 9

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

9. Considera sus valores alineados con los de la empresa:	%	No Colaboradores
De acuerdo	57,14%	4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	42,86%	3
Total general	100,00%	7

Tabla 11. Pregunta 9

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

Análisis: el 57,14% de la población encuestada cree que sus valores están alineados con los manejados por la compañía.

10. Considera que tiene una buena relación con sus compañeros de área:

7 respuestas

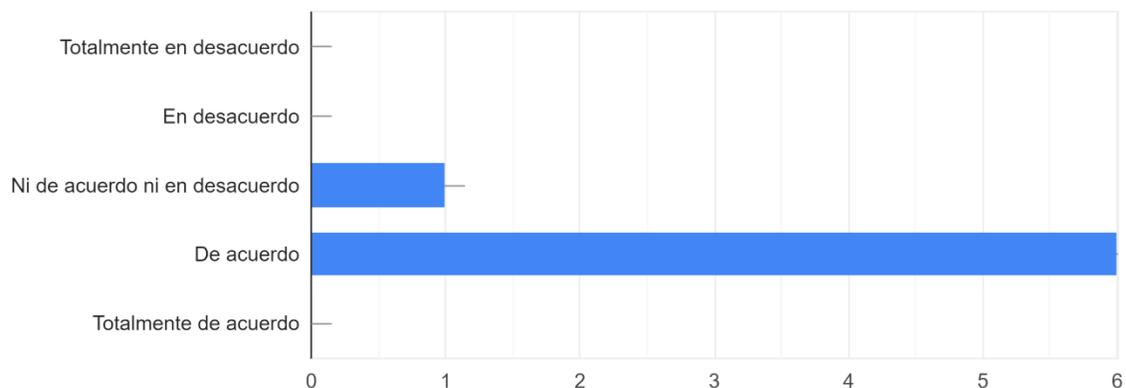


Figura 11. Pregunta 10

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

10. Considera que tiene una buena relación con sus compañeros de área:	%	No Colaboradores
De acuerdo	85,71%	6
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14,29%	1
Total general	100,00%	7

Tabla 12. Pregunta 10

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

Análisis: La relación entre los compañeros del área se percibe como buena por la mayoría de los miembros del equipo con un 85,71% de acuerdo según la encuesta aplicada.

11. Disfruta con asistir a la compañía todos los días:

7 respuestas

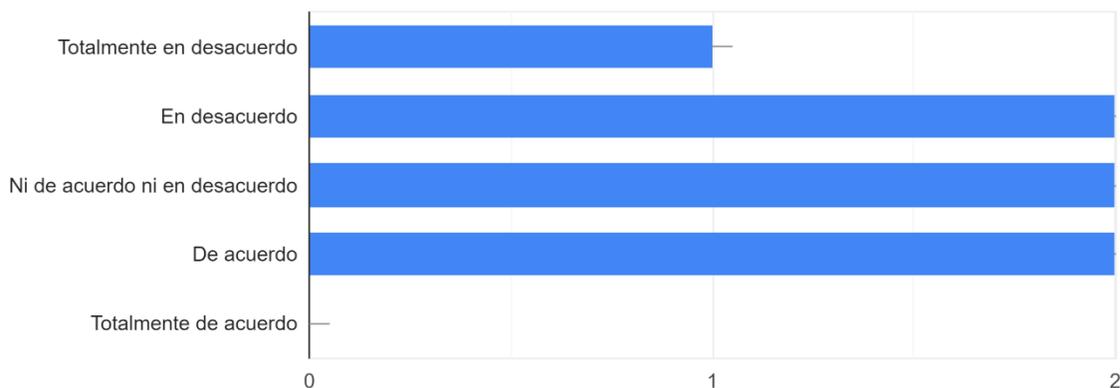


Figura 12. Pregunta 11

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

11. Disfruta con asistir a la compañía todos los días:	%	No Colaboradores
De acuerdo	28,57%	2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	28,57%	2
En desacuerdo	28,57%	2
Totalmente en desacuerdo	14,29%	1
Total general	100,00%	7

Tabla 13. Pregunta 11

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

Análisis: Se identifica que el 42,86% de la población encuestada preferiría no estar asistiendo todos los días a la empresa para el desarrollo de sus actividades.

12. Se encuentra motivado con el cargo que tiene asignado:

7 respuestas

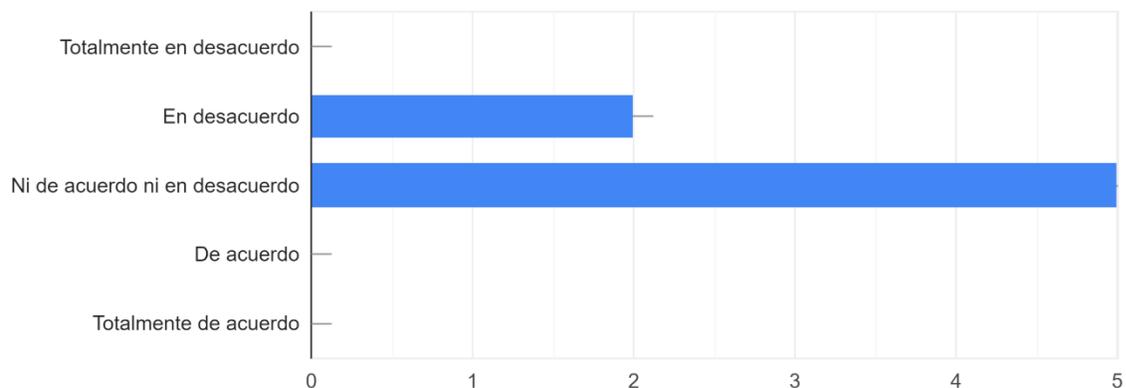


Figura 13. Pregunta 12

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

12. Se encuentra motivado con el cargo que tiene asignado:	%	No Colaboradores
En desacuerdo	28,57%	2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	71,43%	5
Total general	100,00%	7

Tabla 14. Pregunta 12

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

Análisis: el 71,43% de la población encuestada según los resultados no presenta una postura definida sobre su estado de motivación, siendo tendiente con el 28,57% del personal un desacuerdo definido.

13. La empresa le brinda oportunidades de crecimiento laboral:

7 respuestas

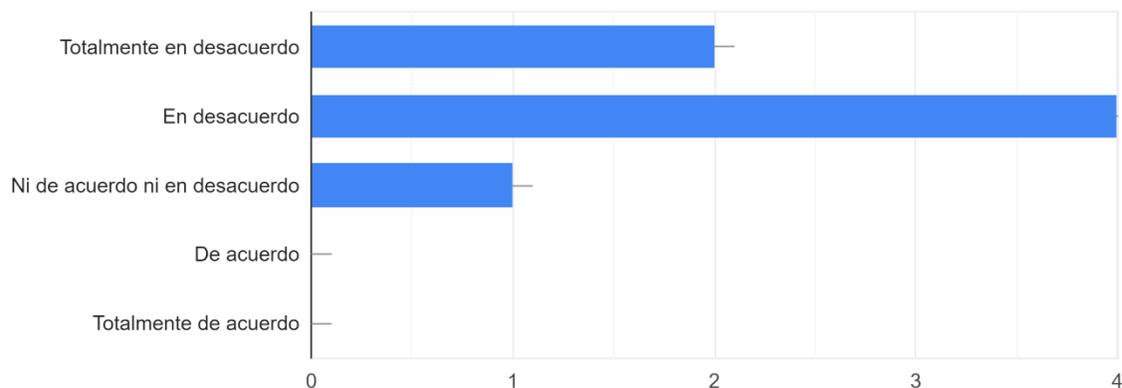


Figura 14. Pregunta 13

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

13. La empresa le brinda oportunidades de crecimiento laboral:	%	No Colaboradores
En desacuerdo	57,14%	4
Totalmente en desacuerdo	28,57%	2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14,29%	1
Total general	100,00%	7

Tabla 15. Pregunta 13

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

Análisis: el 85,71% de la población encuestada considera que la compañía no le brinda opciones para su crecimiento laboral.

14. El flujo de comunicación entre los integrantes de su área es el recomendable:

7 respuestas

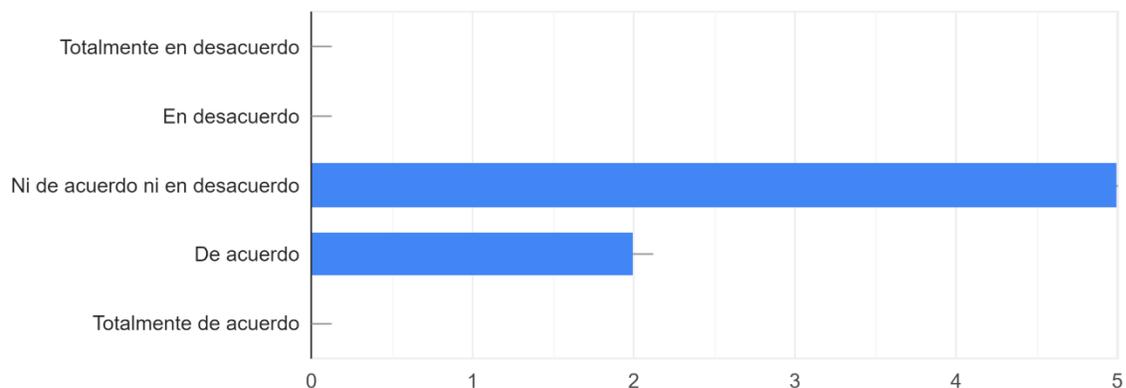


Figura 15. Pregunta 14

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

14. El flujo de comunicación entre los integrantes de su área es el recomendable:	%	No Colaboradores
De acuerdo	28,57%	2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	71,43%	5
Total general	100,00%	7

Tabla 16. Pregunta 14

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

Análisis: Los resultados de la encuesta demuestran una postura indecisa con un 71,43% de los encuestados.

Figura 2. Pregunta 1.

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

15. Sus compañeros de área lo motivan a mejorar su desempeño y aportan ideas para lograr los objetivos:

7 respuestas

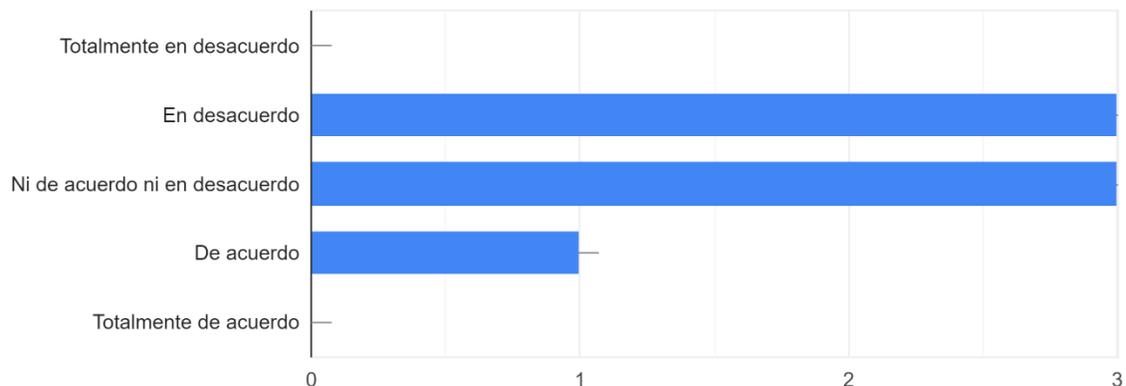


Figura 16. Pregunta 15

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

15. Sus compañeros de área lo motivan a mejorar su desempeño y aportan ideas para lograr los objetivos:	%	No Colaboradores
De acuerdo	14,29%	1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	42,86%	3
En desacuerdo	42,86%	3
Total general	100,00%	7

Tabla 17. Pregunta 15

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

Análisis: EL 42,86% de la población encuestada considera que su equipo de trabajo no le mejora su desempeño.

16. Se considera una persona flexible:

7 respuestas

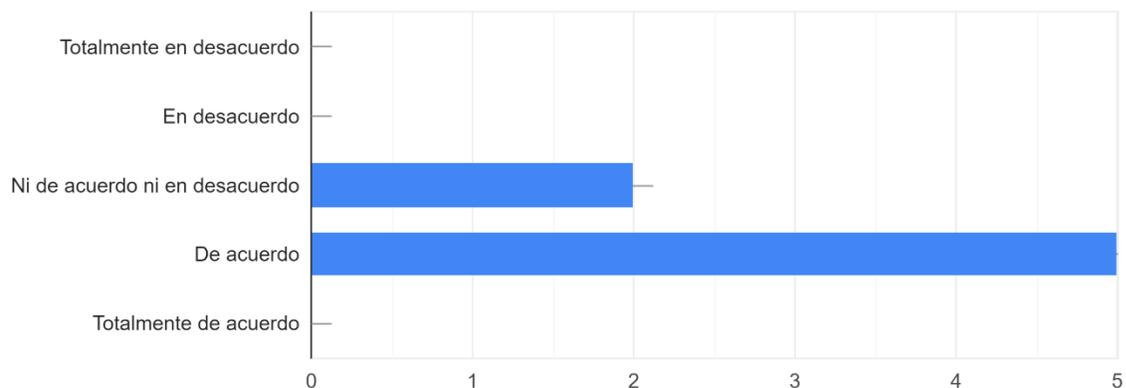


Figura 17. Pregunta 16

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

16. Se considera una persona flexible:	%	No Colaboradores
De acuerdo	71,43%	5
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	28,57%	2
Total general	100,00%	7

Tabla 18. Pregunta 16

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

Análisis: el 71,43% de la población se considera como personal flexible.

17. Considera que la compañía le brinda estabilidad laboral:

7 respuestas

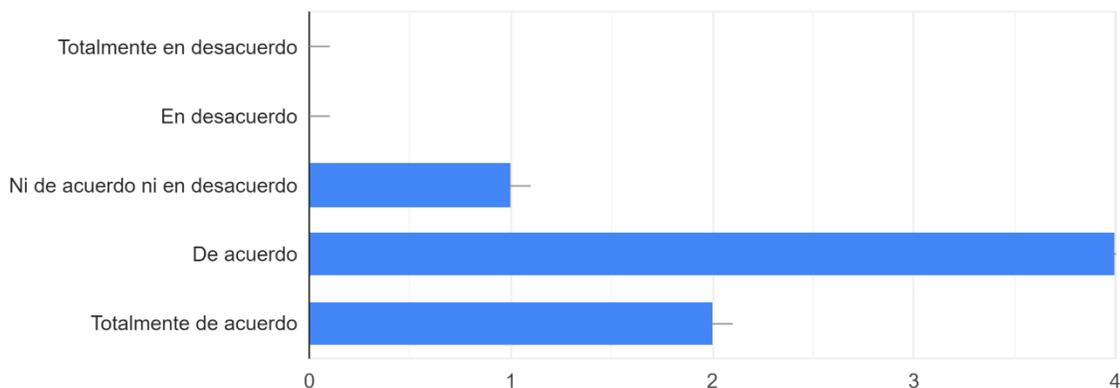


Figura 18. Pregunta 17

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

17. Considera que la compañía le brinda estabilidad laboral:	%	No Colaboradores
De acuerdo	57,14%	4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14,29%	1
Totalmente de acuerdo	28,57%	2
Total general	100,00%	7

Tabla 19. Pregunta 17

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

Análisis: el 85,71 % de la población encuestada piensa que la compañía le suministra estabilidad laboral a futuro.

18. Piensa que su jefe tiene en cuenta las ideas que propone:

7 respuestas

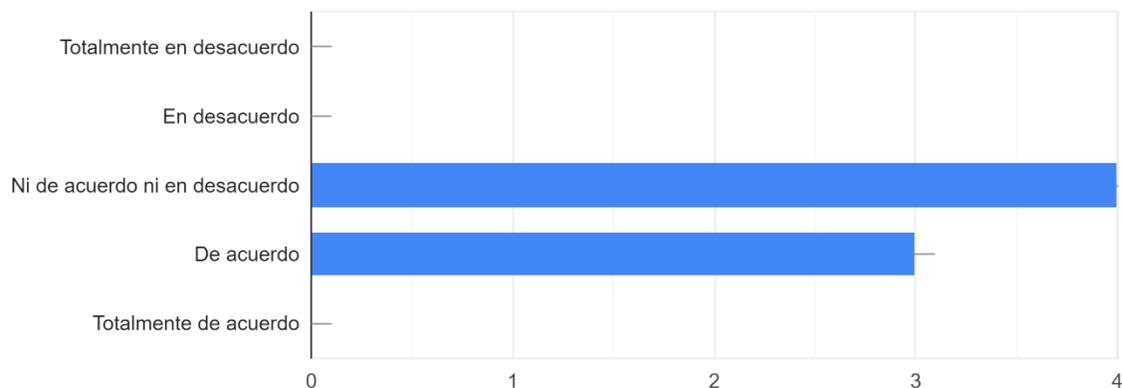


Figura 19. Pregunta 18

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

18. Piensa que su jefe tiene en cuenta las ideas que propone:	%	No Colaboradores
De acuerdo	42,86%	3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	57,14%	4
Total general	100,00%	7

Tabla 20. Pregunta 18

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

Análisis: Según la encuesta aplicada la población permite observar que siente tenidas en cuenta las ideas propuestas a su jefe inmediato.

19. Considera que la empresa se preocupa por su bienestar:

7 respuestas

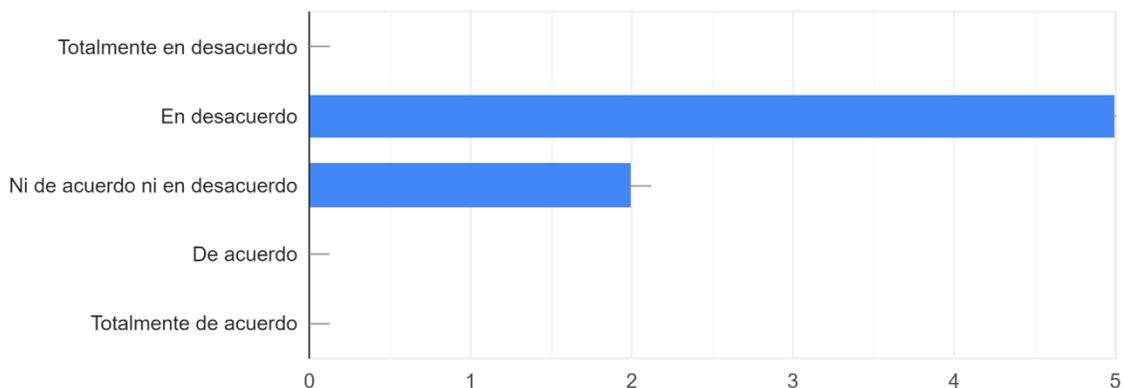


Figura 20. Pregunta 19

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

19. Considera que la empresa se preocupa por su bienestar:	%	No Colaboradores
En desacuerdo	71,43%	5
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	28,57%	2
Total general	100,00%	7

Tabla 21. Pregunta 19

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

Análisis: el 71,43 % de la población piensa que la empresa no se preocupa por el bienestar del empleado.

20. Cree que su jefe lo impulsa a desempeñarse de una buena forma:

7 respuestas

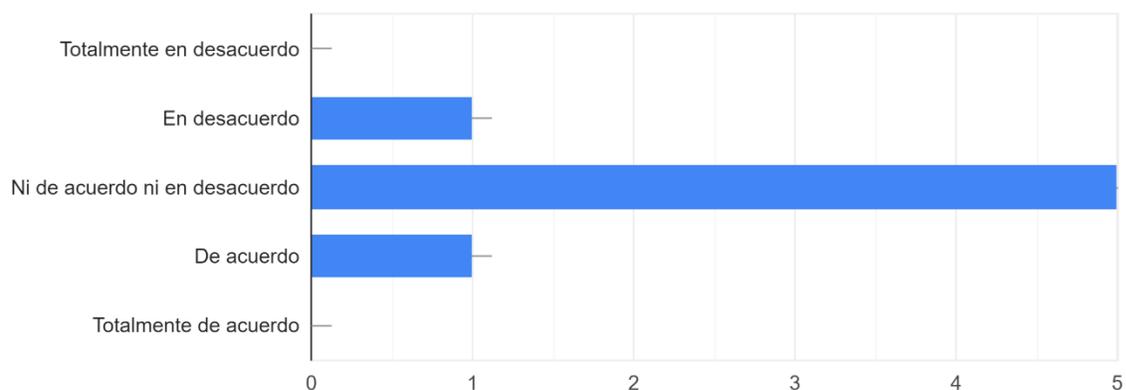


Figura 21. Pregunta 20

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

20. Cree que su jefe lo impulsa a desempeñarse de una buena forma:	%	No Colaboradores
De acuerdo	14,29%	1
En desacuerdo	14,29%	1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	71,43%	5
Total general	100,00%	7

Tabla 22. Pregunta 20

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

Análisis: el 71,43% de la población encuesta presenta indecisión en cuanto a la motivación recibida por su jefe inmediato para desempeñarse de manera adecuada en su cargo.

21. Piensa que el ambiente de trabajo es el adecuado para realizar sus labores:

7 respuestas

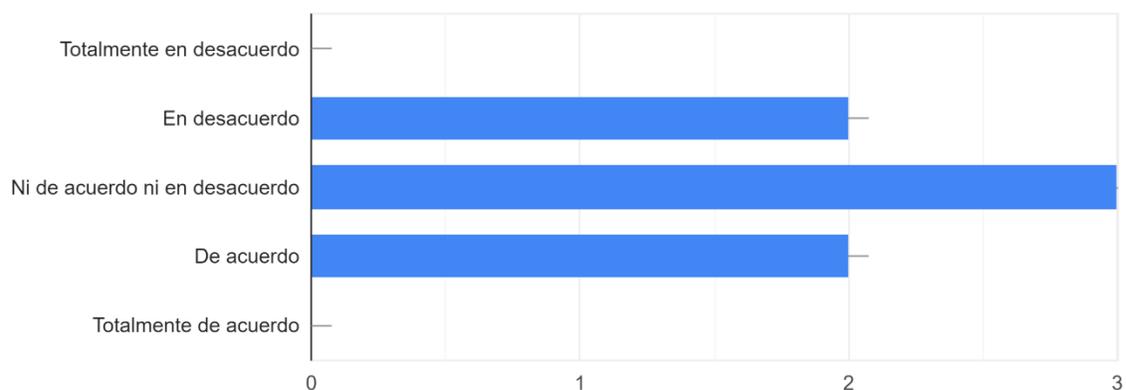


Figura 22. Pregunta 21.

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

21. Piensa que el ambiente de trabajo es el adecuado para realizar sus labores:	%	No Colaboradores
De acuerdo	28,57%	2
En desacuerdo	28,57%	2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	42,86%	3
Total general	100,00%	7

Tabla 23. Pregunta 21

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

Análisis: la población encuestada presenta una posición de indecisión con respecto al buen ambiente de trabajo con el que se cuenta en su área.

22. Considera que la compañía debe variar en su portafolio de beneficios laborales:

7 respuestas

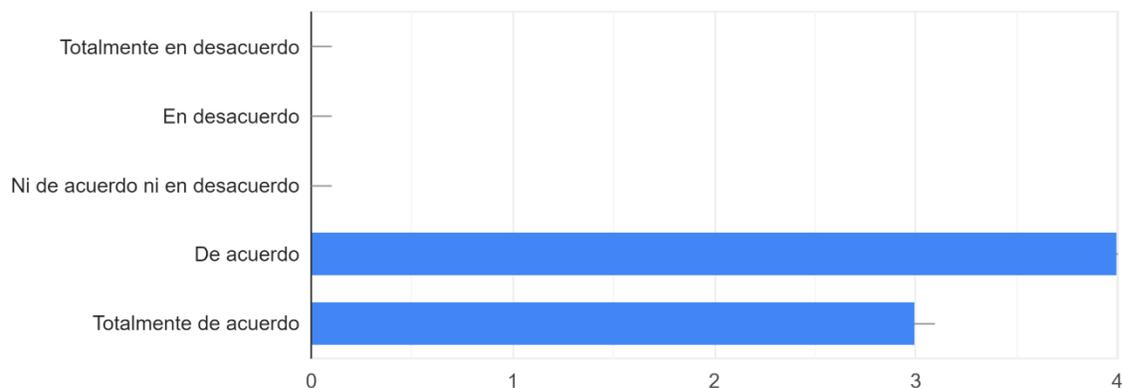


Figura 23. Pregunta 22.

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

22. Considera que la compañía debe variar en su portafolio de beneficios laborales:	%	No Colaboradores
De acuerdo	57,14%	4
Totalmente de acuerdo	42,86%	3
Total general	100,00%	7

Tabla 24. Pregunta 22

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

Análisis: se evidencia unanimidad en cuanto a la necesidad de variar el portafolio de beneficios laborales para los empleados.

23. Considera que los incentivos no económicos son más importantes que los económicos:

7 respuestas

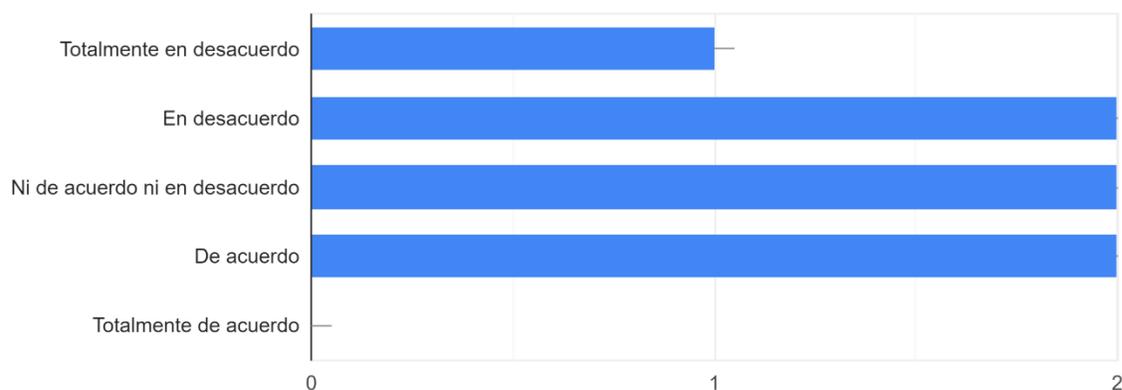


Figura 24. Pregunta 23.

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

23. Considera que los incentivos no económicos son más importantes que los económicos:	%	No Colaboradores
De acuerdo	28,57%	2
En desacuerdo	28,57%	2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	28,57%	2
Totalmente en desacuerdo	14,29%	1
Total general	100,00%	7

Tabla 25. Pregunta 23

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

Análisis: Para la población encuestada los beneficios económicos representan un aliciente más considerable que los no económicos.

24. Cumple con las metas que se le asignan de manera mensual:

7 respuestas

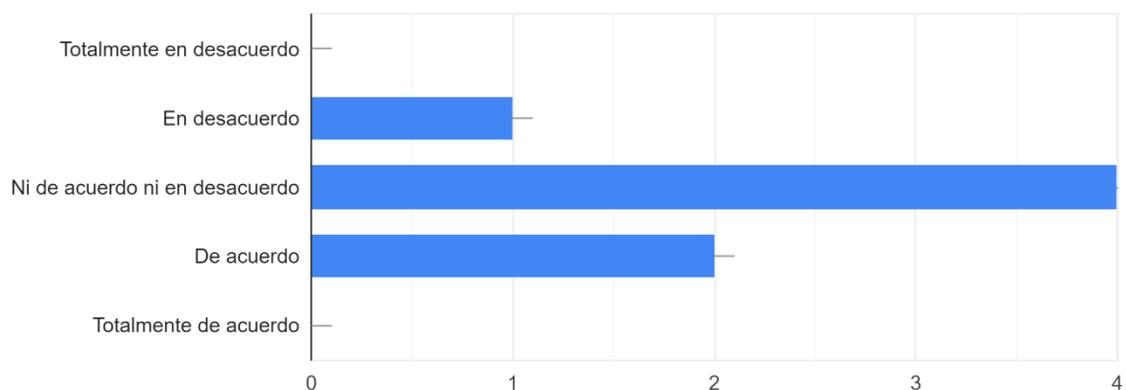


Figura 25. Pregunta 24.

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

24. Cumple con las metas que se le asignan de manera mensual:	%	No Colaboradores
De acuerdo	28,57%	2
En desacuerdo	14,29%	1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	57,14%	4
Total general	100,00%	7

Tabla 26. Pregunta 24

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

Análisis: el 57% de la población encuestada es consciente de la volatilidad de sus resultados.

25. Conoce los indicadores que maneja su área:

7 respuestas

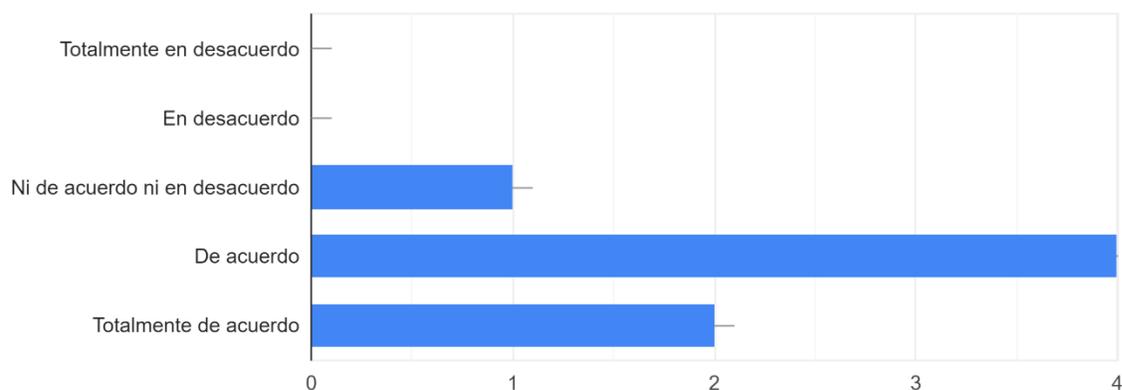


Figura 26. Pregunta 25.

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

25. Conoce los indicadores que maneja su área:	%	No Colaboradores
De acuerdo	57,14%	4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14,29%	1
Totalmente de acuerdo	28,57%	2
Total general	100,00%	7

Tabla 27. Pregunta 25

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

Análisis: el 85,71% de la población encuestada señala que conoce los indicadores manejados por el área donde se desempeña.

26. Se considera un colaborador productivo:

7 respuestas

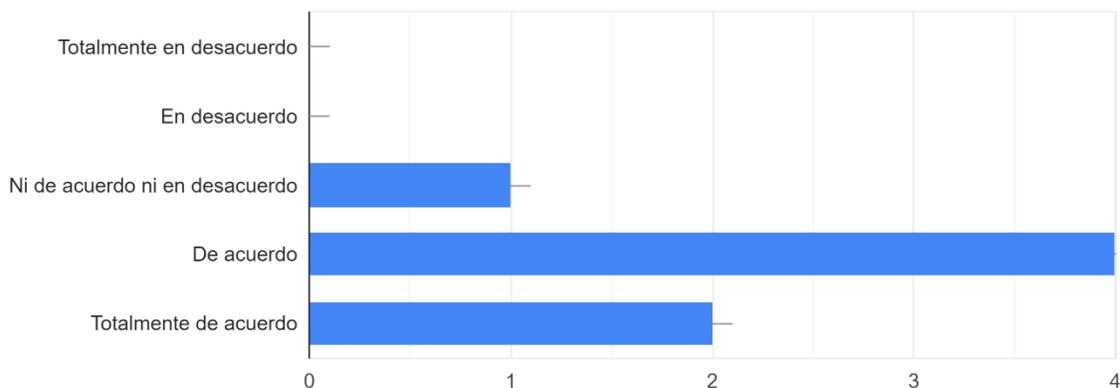


Figura 27. Pregunta 26

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

26. Se considera un colaborador productivo:	%	No Colaboradores
De acuerdo	57,14%	4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14,29%	1
Totalmente de acuerdo	28,57%	2
Total general	100,00%	7

Tabla 28. Pregunta 26

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

Análisis: El 85,71% de la población encuestada se denomina como un colaborador productivo.

27. Cree que necesita formación adicional para mejorar su desempeño:

7 respuestas

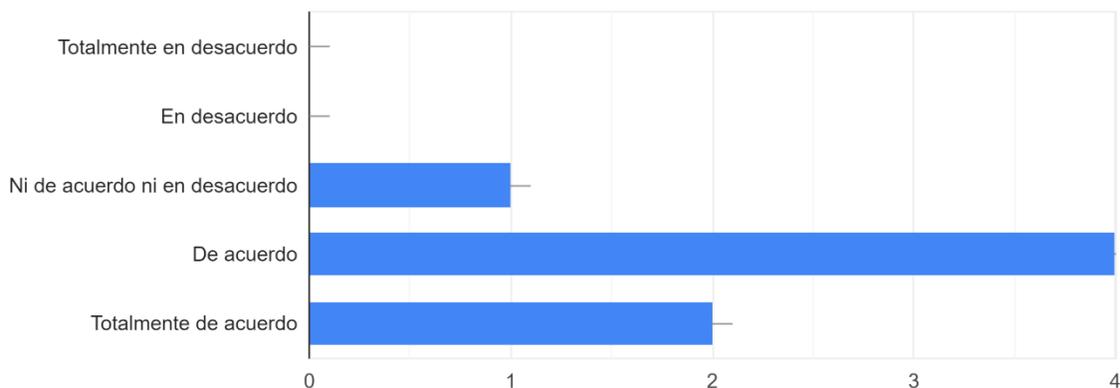


Figura 28. Pregunta 27

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

27. Cree que necesita formación adicional para mejorar su desempeño:	%	No Colaboradores
De acuerdo	57,14%	4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14,29%	1
Totalmente de acuerdo	28,57%	2
Total general	100,00%	7

Tabla 29. Pregunta 27

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

Análisis: el 85,71% de la población a la que se le aplicó la encuesta piensa que es necesario realizar formaciones y capacitaciones para el equipo.

28. Considera que con otro esquema de remuneración y beneficios podría mejorar sus resultados:

7 respuestas

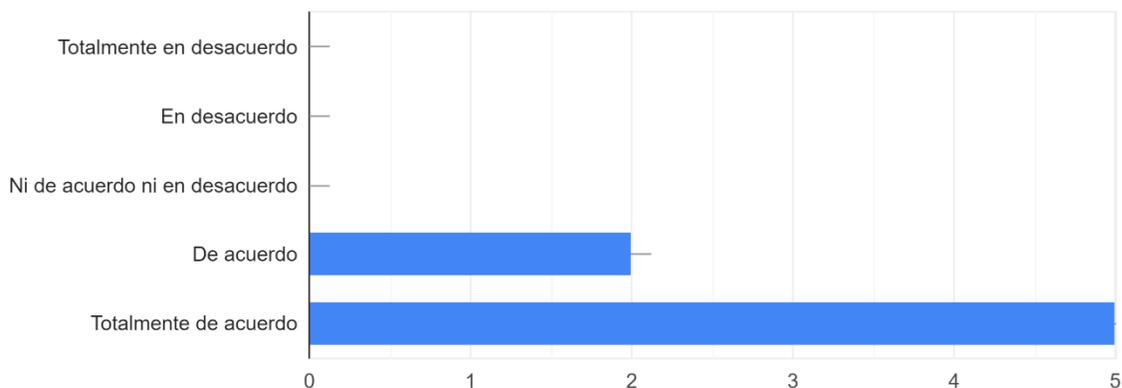


Figura 29. Pregunta 28

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

28. Considera que con otro esquema de remuneración y beneficios podría mejorar sus resultados:	%	No Colaboradores
De acuerdo	28,57%	2
Totalmente de acuerdo	71,43%	5
Total general	100,00%	7

Tabla 30. Pregunta 28

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

Análisis: el 100% de la población encuestada cree que con un cambio al esquema de remuneración y beneficios que maneja la compañía para el área de cobros motivaría el mejoramiento de su desempeño.

29. Le afecta cuando no se logran los objetivos del área:

7 respuestas

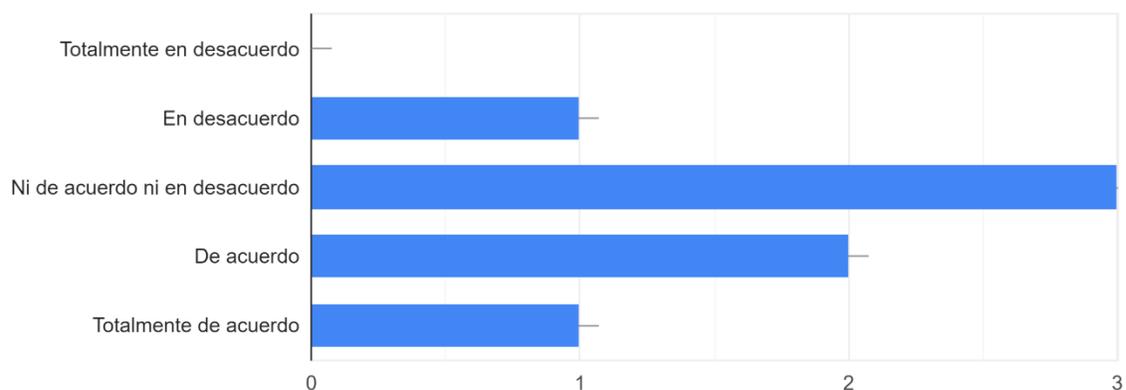


Figura 30. Pregunta 29

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

29. Le afecta cuando no se logran los objetivos del área:	%	No Colaboradores
De acuerdo	28,57%	2
En desacuerdo	14,29%	1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	42,86%	3
Totalmente de acuerdo	14,29%	1
Total general	100,00%	7

Tabla 31. Pregunta 29

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

Análisis: el 42,86% como rango más representativo plantea indecisión en cuanto al compromiso del equipo con el cumplimiento del área.

30. Cuenta con todas las herramientas y el espacio adecuado para el desarrollo de sus tareas:

7 respuestas

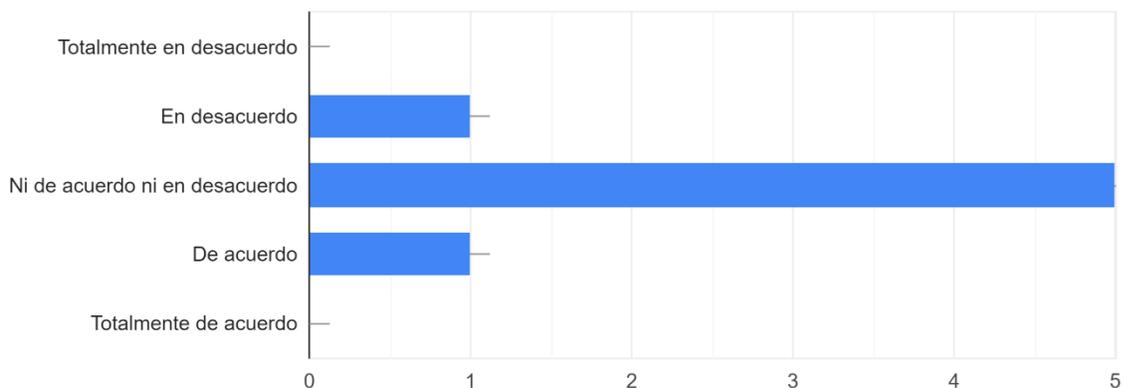


Figura 31. Pregunta 30

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

30. Cuenta con todas las herramientas y el espacio adecuado para el desarrollo de sus tareas:	%	No Colaboradores
De acuerdo	14,29%	1
En desacuerdo	14,29%	1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	71,43%	5
Total general	100,00%	7

Tabla 32. Pregunta 30

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

Análisis: el 71,43% de la población encuestada se muestra como indecisa al momento de evaluar si cuenta con herramientas y espacio suficiente para el desarrollo de sus tareas.

31. Los procesos dentro del área se realizan de la mejor manera:

7 respuestas

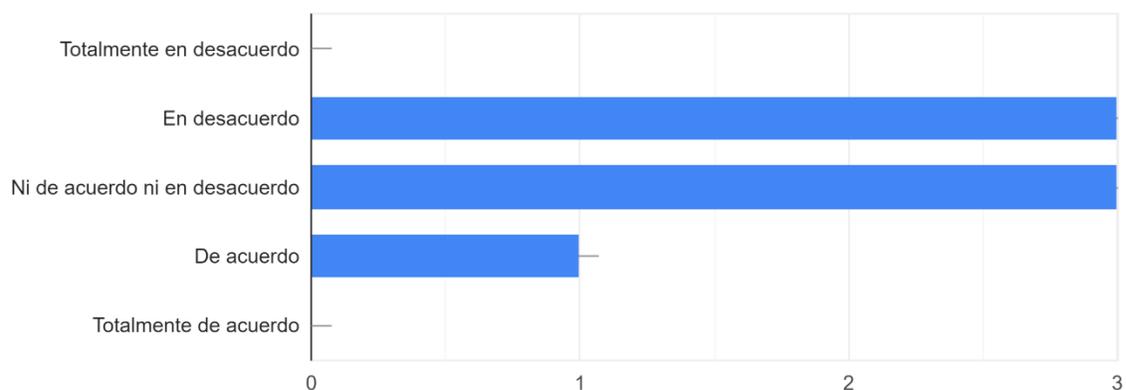


Figura 32. Pregunta 31.

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

31. Los procesos dentro del área se realizan de la mejor manera:	%	No Colaboradores
De acuerdo	14,29%	1
En desacuerdo	42,86%	3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	42,86%	3
Total general	100,00%	7

Tabla 33. Pregunta 31

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

Análisis: el 42,86% de la población encuestada considera que los procesos dentro del área no son realizados de la mejor manera para el cumplimiento de los objetivos. No obstante, el mismo porcentaje se mantiene indeciso.

32. El cumplimiento de objetivos va a marrado a la motivación que se recibe:

7 respuestas

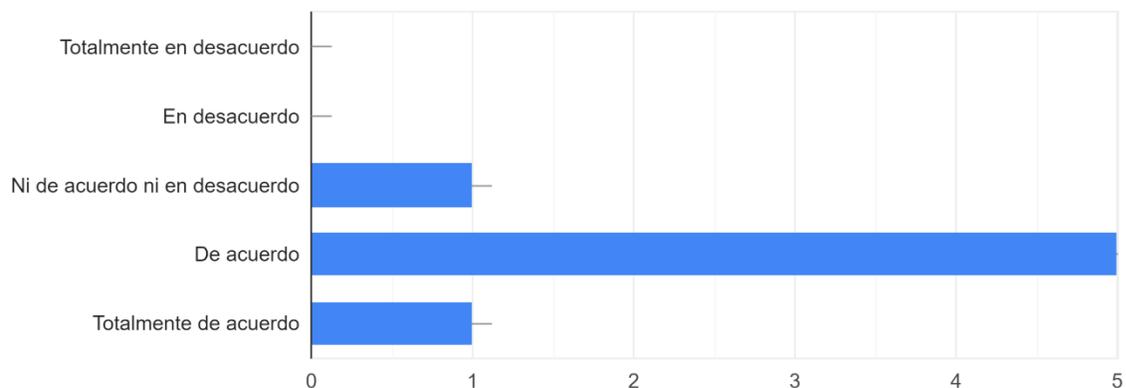


Figura 33. Pregunta 32.

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

32. El cumplimiento de objetivos va a marrado a la motivación que se recibe:	%	No Colaboradores
De acuerdo	71,43%	5
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14,29%	1
Totalmente de acuerdo	14,29%	1
Total general	100,00%	7

Tabla 34. Pregunta 32

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

Análisis: el 71,43% de la población encuestada cree que la motivación juega un papel fundamental en el cumplimiento de objetivos.

33. Presenta iniciativa para aprender de nuevos procesos y desarrollar sus habilidades:

7 respuestas

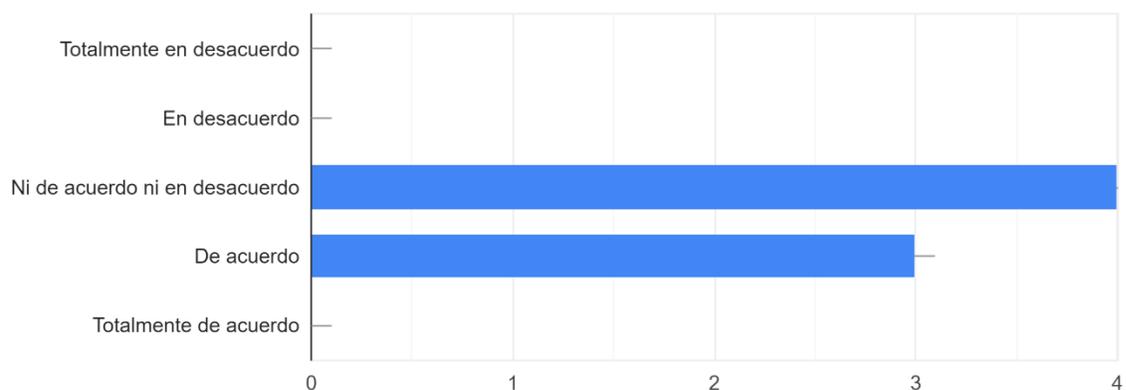


Figura 34. Pregunta 33.

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

33. Presenta iniciativa para aprender de nuevos procesos y desarrollar sus habilidades:	%	No Colaboradores
De acuerdo	42,86%	3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	57,14%	4
Total general	100,00%	7

Tabla 35. Pregunta 33

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

Análisis: LA población encuestada presenta indecisión al momento de considerar si presentan iniciativas para desarrollar procesos nuevos y aprender nuevas prácticas.

34. Trabaja tiempo adicional a su jornada normal para terminar su trabajo, aunque no le sea remunerado:

7 respuestas

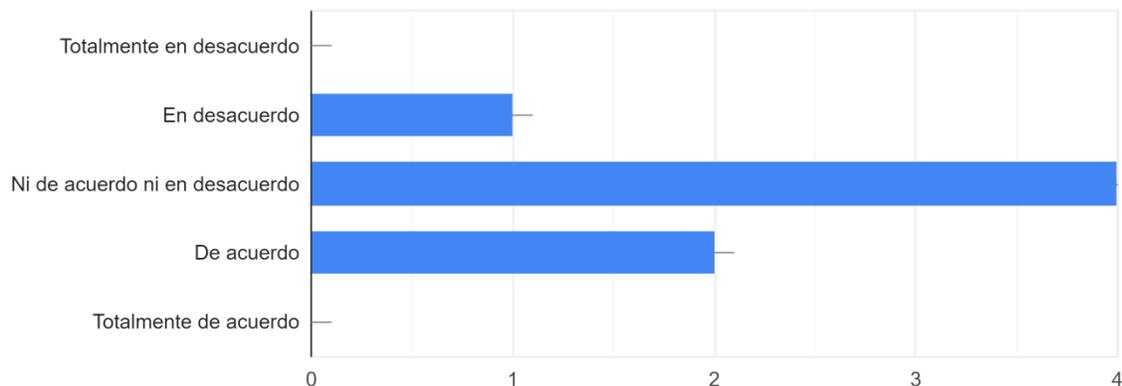


Figura 35. Pregunta 34

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

34. Trabaja tiempo adicional a su jornada normal para terminar su trabajo, aunque no le sea remunerado:	%	No Colaboradores
De acuerdo	28,57%	2
En desacuerdo	14,29%	1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	57,14%	4
Total general	100,00%	7

Tabla 36. Pregunta 34

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

Análisis: El 57,14 % de la población encuestada se presenta como indeciso para definir si trabaja tiempo adicional sin remuneración de manera voluntaria.

35. Planifica su trabajo en función de los objetivos del área:

7 respuestas

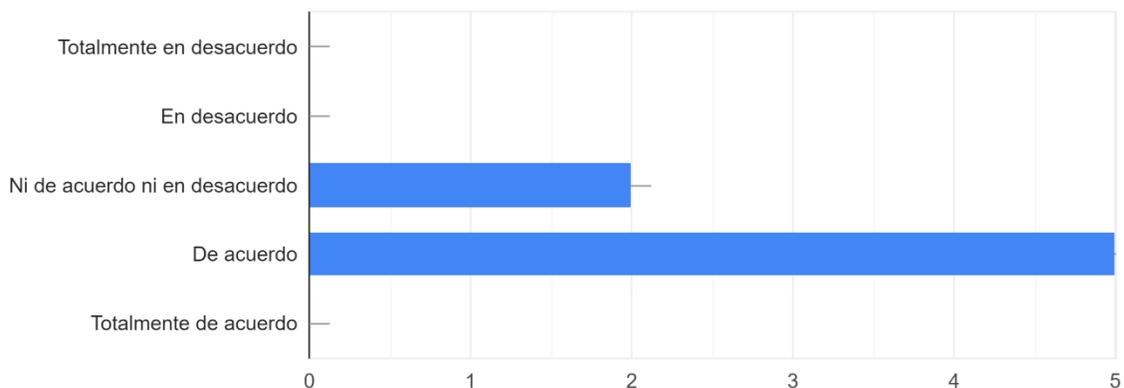


Figura 36. Pregunta 35

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

35. Planifica su trabajo en función de los objetivos del área:	%	No Colaboradores
De acuerdo	71,43%	5
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	28,57%	2
Total general	100,00%	7

Tabla 37. Pregunta 35

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

Análisis: La población encuestada considera que planifica su trabajo teniendo en cuenta los objetivos del área, con un resultado del 71,43%.

36. Siente que los procedimientos del área le aportan a la simplicidad de los procesos:

7 respuestas

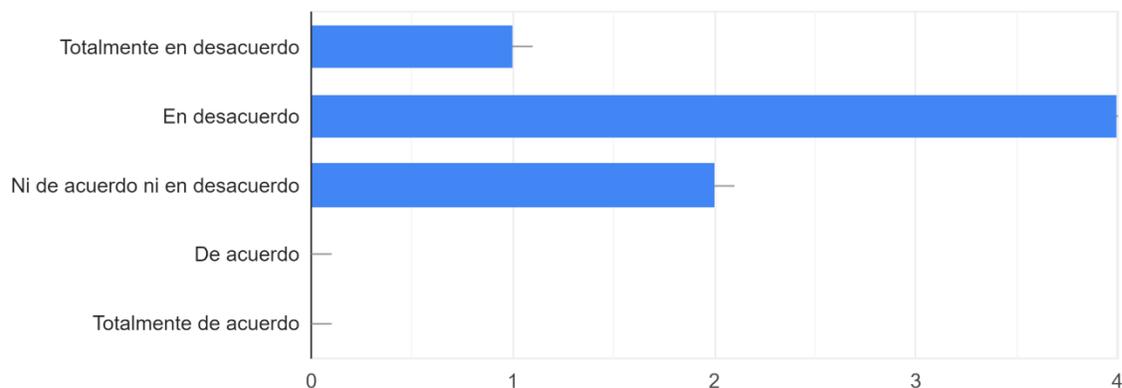


Figura 37. Pregunta 36

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

36. Siente que los procedimientos del área le aportan a la simplicidad de los procesos:	%	No Colaboradores
En desacuerdo	57,14%	4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	28,57%	2
Totalmente en desacuerdo	14,29%	1
Total general	100,00%	7

Tabla 38. Pregunta 36

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

Análisis: el 57% de la población encuestada considera que los procesos del área no presentan simplicidad.

37. Ejecuta un trabajo de calidad:

7 respuestas

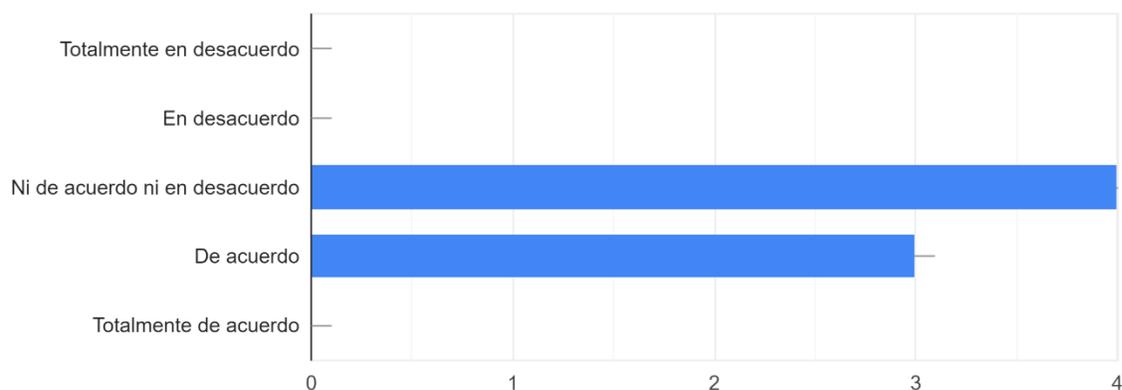


Figura 38. Pregunta 37

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

37. Ejecuta un trabajo de calidad:	%	No Colaboradores
De acuerdo	42,86%	3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	57,14%	4
Total general	100,00%	7

Tabla 39. Pregunta 37

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

Análisis: el 42,86% de la población encuestada determina que realizan un trabajo de calidad.

38. Existe retroalimentación de los resultados obtenidos:

7 respuestas

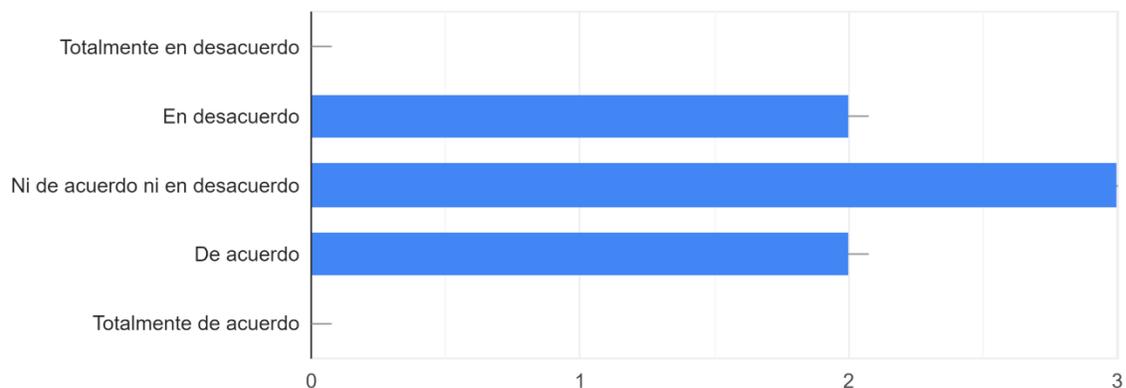


Figura 39. Pregunta 38.

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

38. Existe retroalimentación de los resultados obtenidos:	%	No Colaboradores
De acuerdo	28,57%	2
En desacuerdo	28,57%	2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	42,86%	3
Total general	100,00%	7

Tabla 40. Pregunta 38

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

Análisis: La población objeto de estudio presenta indecisión al respecto del recibir retroalimentación de los resultados obtenidos como área.

39. Se le asignan nuevas funciones:

7 respuestas

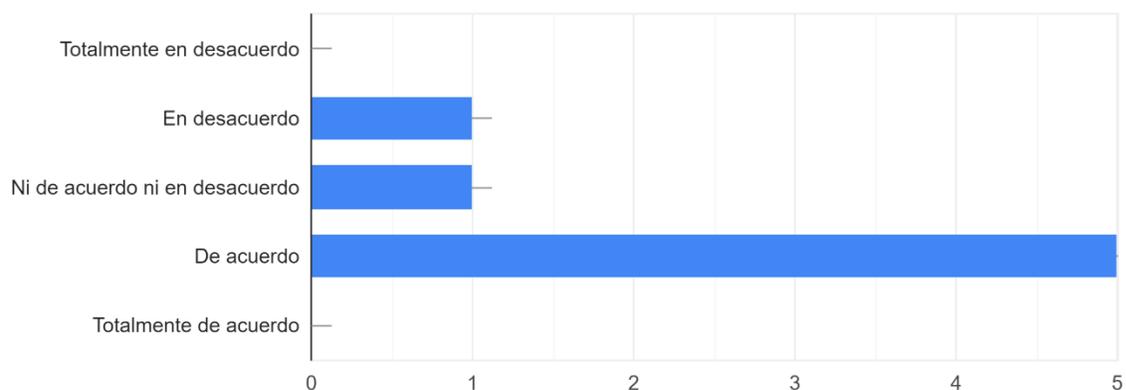


Figura 40. Pregunta 39

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

39. Se le asignan nuevas funciones:	%	No Colaboradores
De acuerdo	71,43%	5
En desacuerdo	14,29%	1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14,29%	1
Total general	100,00%	7

Tabla 41. Pregunta 39

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

Análisis: el 71,43% de la población encuestada confirma que se reciben nuevas funciones dentro del área,

40. Por favor digite su edad

7 respuestas

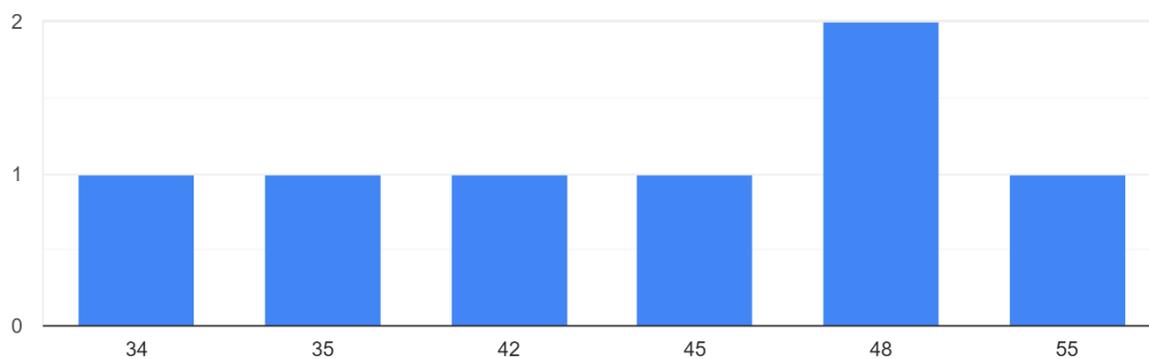


Figura 41. Pregunta 40

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

Seleccione su genero:

7 respuestas

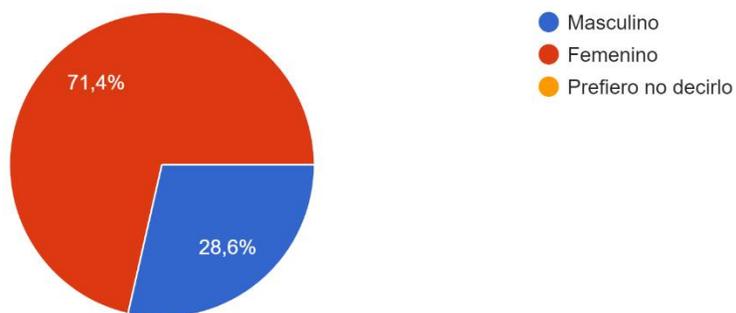


Figura 42. Pregunta 41.

Elaborado por: Ana María Lizcano

Fuente: Personal encuestado

Análisis: Dentro del equipo de cobros se destaca que el personal está conformado por colaboradores maduros, donde el 71,4 % de sus integrantes tienen más de 40 años y son mujeres.

5 CONCLUSIONES

Después de consolidar y analizar los resultados conseguidos a través de la aplicación de la encuesta y basados en los objetivos de la presente investigación, se han alcanzado las siguientes conclusiones:

- 5.1 Los colaboradores del área de cobros de la empresa investigada toman las labores realizadas como poco estimulantes, a pesar de que conocen la importancia que tienen sus actividades en los objetivos de la compañía, conciben sus valores personales alineados con los de la compañía y consideran que cuentan con la suficiente estabilidad laboral; siendo la desmotivación un factor desencadenante de sus resultados y desempeño, demostrado por la indecisión al momento de contestar si se siente motivado y la falta de oportunidades para crecimiento profesional que perciben los individuos encuestados.
- 5.2 Como principal elemento que afecta a la motivación en los empleados del equipo de cobros para la empresa estudiada se encuentran la remuneración y beneficios obtenidos por el desempeño de su cargo, catalogando el salario que perciben para el año 2020 como insuficiente para cubrir sus necesidades. Los colaboradores perciben la necesidad de un cambio de remuneración o la implementación de un esquema de bonificación adicional para incentivarlos a obtener mejores resultados y comprometerse a cabalidad con las metas a nivel de negocio a través de un trabajo de calidad.
- 5.3 El segundo elemento evidenciado en la investigación es a nivel de capacitación de personal, ya que los colaboradores consideran insuficiente la formación recibida para el correcto desempeño de sus funciones, esto teniendo en cuenta que el 90% del personal tiene más de 15 años desempeñándose en el cargo, por lo que cuentan con vasta experiencia a nivel de recuperación de cartera en el sector eléctrico. De la misma manera, los colaboradores se muestran dudosos y con desconocimiento de si cuentan con las herramientas y espacio suficiente necesarios para desempeñar sus funciones evidenciando deficiencias a nivel formativo. Otro punto clave en este campo se denota en la imparcialidad al momento de evaluar la forma como se llevan los procesos en la compañía.
- 5.4 Como tercer elemento se evidencia el clima organizacional, representado en una buena relación entre los miembros del equipo, en la interacción positiva y percepción de apoyo de

su jefe inmediato, que sin embargo no redundaba en el trabajo en equipo; no obstante, debido a la emergencia sanitaria presentada por el covid-19 los colaboradores ven como innecesario la asistencia diaria en oficinas, generando un descontento en el desarrollo de las actividades cotidianas. De igual forma se observa flexibilidad en los empleados para hacer actividades o funciones nuevas y tolerancia al riesgo.

6 RECOMENDACIONES

Teniendo en cuenta que la satisfacción laboral demostrada por los colaboradores tiene una relación directa con la motivación percibida se recomienda como estrategia diseñar un nuevo esquema de retribución laboral donde se compense el logro de objetivos a nivel comercial con bonificaciones salariales a los integrantes del equipo de cobros para la empresa comercializadora de energía eléctrica estudiada.

Se sugiere de la misma manera, la reestructuración del programa de beneficios a empleados, definiendo cuales son esos aspectos relevantes que impactan de manera positiva en los trabajadores del área de cobros y que en consecuencia sirven de motivadores para el buen desempeño del equipo con la satisfacción de sus necesidades.

En concordancia a los resultados obtenidos y con la finalidad de mejorar el desempeño y la motivación del personal se propone desplegar un plan de formación que permita cerrar las brechas de conocimiento existentes en el equipo de cobros de la empresa comercializadora de energía eléctrica.

De modo similar se presenta la opción de crear espacios de intercambio de ideas a nivel intra e intergrupales en la compañía, que permitan la transferencia de experiencias entre los empleados de la compañía y permita por ende contar con progresos laborales a nivel de personal.

Para finalizar se sugiere implementar un estudio de clima organizacional que le ayude a la compañía definir una estrategia correcta de motivación laboral.

7 REFERENCIAS

Chiavenato, I. (2007). Administración de Recursos Humanos. El capital Humano de las Organizaciones. México: Editorial Mc Graw Hill Interamericana.

Hogg, M. (2010). Psicología social. Vaughan Graham M. Panamericana. Editorial: Panamericana.

Robbins, Stephen P. (1999) "Comportamiento Organizacional: conceptos, controversias, aplicaciones" México D.F.: Pearson Education.

Metodología de la investigación: Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández Collado y Pilar Baptista Lucio (6a. ed. --.). México D.F.: McGraw-Hill.

Basantes Redobrán (2016). Elaboración de un plan de motivación que permita incrementar la productividad del departamento de cobranzas en la empresa maquinarias y vehículos S.A. ubicado en el distrito metropolitano de quito 2016. Quito, Ecuador.

Montenegro Solarte (2016). Factores motivacionales en empleados de empresas del sector de la construcción en Colombia. Bogotá.

Hernández Ibarra (2017). Factores motivacionales asociados a la motivación laboral y satisfacción en profesionales de la escuela de postgrados fac – muestra as. Comando. Bogotá.

Lopez J. (2005) Gestión en el Tercer Milenio, Rev. de Investigación de la Fac. de Ciencias Administrativas, UNMSM Vol. 8, N° 15, Lima.

Pérez M. (2020). Plan de mejoramiento basado en la teoría de la motivación por Metas de Edwin a. Locke, aplicado a procesos de la oficina de Ventas de aeropuerto en Bogotá para Latam Airlines Group S.A. Sucursal Colombia. Bogotá.