

**Análisis De La Motivación Laboral Como Herramienta Clave Para La Productividad
Empresarial Actual**

Facultad de Ciencias Económicas

Diplomado En Alta Gerencia

Julie Catherine Espitia Prada

Código: 4017476-4600816

Profesor Max Caicedo Guerrero

Universidad Militar Nueva Granada Campus Cajicá

Julio, 2022

Introducción

En el mundo laboral de la actualidad los líderes necesitan más que dar órdenes y guiar procesos, deben tener la suficiente empatía para generar motivación en sus colaboradores, pues si bien es cierto que la motivación ha sido un proceso de desarrollo a partir del siglo XX, las personas de la actualidad tienen pensamientos más radicales y con espíritu de lucha para combatir las diferencias y la inferioridad que muchos superiores pretender manifestar. Entender las conductas empresariales y la motivación de las personas en las organizaciones actualmente, es la inspiración para la preparación de este escrito, dado que del concepto motivacional estriba el progreso en la productividad y la sustentabilidad de una compañía. Dando los conceptos que a criterio propio son útiles e infaltables para que cada persona se sienta más a gusto en la realización de sus labores diarias, optimizando las relaciones interpersonales, y generando un espacio en el que se conciben anímicos y positivos en sus roles.

En el presente trabajo se dará lugar a la importancia de la comunicación entendida como un asunto organizacional concibiendo que cada operación área y persona percibe una forma especial y diferente de comunicación. Las actitudes y posturas como emociones nos manifiestan la forma en que estos distinguen la compañía, su compromiso y todos los elementos de su ambiente laboral. Por otro lado, se inculca el que papel crucial que juega este concepto en desarrollo eficiente y próspero en las organizaciones.

La manera más común que han desarrollado las compañías para compensar el trabajo de sus colaboradores es la remuneración. Teniendo en cuenta que la correlación que existe entre las personas y las industrias se establece en la disposición que estas aportan sus servicios a cambio

de la compensación. Los individuos ven mediante la compensación una situación de seguridad y goce según la pirámide de Maslow, por ello según encuestas y estudios se ha determinado que la compensación y el ascenso son elementos claves de la motivación.

El reconocimiento organizacional, es una práctica eficiente de progreso ya que desarrolla el compromiso e influye en el deleite laboral, cuando un empleado tiene la sensación de que sus labores y esfuerzos son valorados y reconocidos, instantáneamente se produce motivación y satisfacción, lo que admite poseer mayores efectos y mejor productividad, generando compromisos, genera felicidad y fortifica comportamientos positivos y deseables.

Resumen

La motivación es una palabra y un concepto de gran responsabilidad que las compañías de hoy en día deben tener en consideración dentro de sus prioridades, si esta es practicada de forma adecuada puede beneficiar a los colaboradores para que obtengan una eficiente productividad, esta es trascendental para el desempeño laboral de las personas logrando excelentes efectos.

Así mismo, la motivación es relevante si se anhela tener una buena labor de los trabajadores, ya que es esta la que permite que las personas actúen de ciertos modos, aspecto que puede interesar a las organizaciones para masificar y alcanzar las metas planeadas.

La productividad de los individuos se ve manifestada en las tareas realizadas diariamente, ello dependiendo de las motivaciones impulsadas por los líderes de los procesos. El ser humano necesita saber en diferentes manifestaciones que es importante y necesario dentro de las compañías, y reconocer su esfuerzo y sus aportes, es el punto clave para la buena productividad llegando al cumplimiento de los objetivos y metas.

Definición de Motivación Laboral

La motivación laboral es de gran importancia para así conseguir la estabilidad laboral de las personas en las compañías. Este aspecto como habilidad de la persona para expresar una operación, atrae el interés y los impulsos, que son los que establecen o determinan a la persona a portarse de un modo en específico.

González (2008) atestigua que la motivación es un juicio íntimo y ajustado en cada individuo, manifiesta la relación que se instituye entre la persona y el cosmos debido a que también se utiliza para regular la acción del sujeto que consiste en la realización de gestiones hacia una intención o meta que él considera necesario. La motivación es una conciliación entre la personalidad y la manera en que se realizan las actividades, por esto es que constantemente los encargados de recursos humanos en las compañías por medio de encuestas interrogan a los empleados para lograr la mejora continua de los objetivos y metas.

Existen componentes motivacionales como:

- ✓ Comprensión general de la compañía y de su funcionamiento
- ✓ Preparación y formación continuo desde el instante que se asocia a la compañía.
- ✓ Entrenamientos y capacitación constante
- ✓ Sistemas de compensación basados en el desempeño (se realizan mediciones de desempeño y según sean los resultados se dan beneficios económicos o no monetarios como viajes, programas de óseo y recreación.
- ✓ Flexibilidad en horarios
- ✓ Posibilidades de Word from home
- ✓ Promover un buen clima organizacional

- ✓ Estimular la innovación
- ✓ Involucrar a la organización con los procesos y proyectos de la compañía, donde el trabajar de abiertamente sus ideas y sean tenidas en cuenta
- ✓ Ayudas y oportunidades para las señoras embarazadas o que terminan de tener un niño
- ✓ Oportunidades en salud (medicina prepagada, asistencias oftalmológicas y demás)
- ✓ Oportunidades de óseo, recreación y deporte
- ✓ Festividad de días especiales
- ✓ Programas de alimentación.

¿Como Infiere La Comunicación Dentro De La Motivación?

Comunicarse es una acción vital y administrada como un proceso. Es útil para la empresa porque ésta no existiría sin ella, es así que la administración es comunicación. Esto significa que cada función administrativa constituye una manera de comunicación, así mismo se puede decir de cada una de las operaciones que se desenvuelven en la empresa; debemos en aquel momento concebir la idea de comunicar, el cual se percibe a como el “desarrollo aclarativo, mediante el cual los individuos reconocen y desarrollan mensajes para apropiarse a su medio ambiente y a los individuos que lo envuelven” (Fernández, 2001, p.16).

La comunicación efectiva es un factor clave para la evolución organizacional de hoy en día y se valora como crítica para alcanzar la motivación de los colaboradores y su complacencia en los puestos de trabajo. Todo gerente o líder requiere datos útiles y puntuales para la toma de decisiones convenientes; cuando esta información es inexacta, o deficiente, influye en la actitud, y

así mismo desencadena en la percepción de los empleados e influye en el rendimiento de los mismos y todas las áreas de la organización.

La comunicación empresarial como campo de estudio se ve reflejado posiblemente desde la divulgación de “Speech and human relations” de Charles Redding en 1937, en este artículo se realiza una crítica de las compañías, principalmente por el crecimiento que estas sufren en cuanto al nivel en que se comunican entre sí los integrantes de las mismas, lo cual se finiquita la necesidad de aprenderla, percibiéndose como un mecanismo que puede ser significativo para optimizar el ejercicio de los individuos y de la propia compañía.

Por lo cual, en el progreso de la comunicación, está en la actualidad posee una perspectiva significativa en las compañías y en la cual la gran cantidad de estas conciben de su importancia para el desarrollo y cumplimiento de propósitos.

La emisión, desacuerdo cognitivo y comportamiento defensivo; son elementos que suelen presentarse en el desarrollo de la comunicación. Además, se presentan los ruidos e interferencias que distorsionan la transmisión y recepción del mensaje. Estas dificultades y muros llegan a trascender en alteraciones comunicativas entre líderes y empleados (Kinicki & Kreitner, 2003). Estas alteraciones son una auténtica dificultad para las compañías; esto se convierte en pautas erradas, difusiones de órdenes equivocadas y otros conflictos e inconvenientes que se pueden convertir en desgastes, de diferentes magnitudes, para la empresa.

No todos somos iguales, no todos aprendemos de la misma manera, no todos hablamos o recibimos información a través del mismo canal de comunicación. No todos comprendemos e

interpretamos de la misma forma la información que el otro expresa; y esa es la razón por la cual descubrir qué estilo de comunicación marca la forma como se dialoga con los demás y marca el estilo de elaborar los mensajes por parte del líder, sea de gran utilidad.

El modelo de Bandler y Grinder (1975), psicólogos dedicados al estudio del lenguaje y el aprendizaje, desarrollaron un modelo llamado VAK, que demostró y explicó que existen 3 grandes sistemas para representar, interpretar y retroalimentar la información. Y el ser humano los desarrolla desde la etapa escolar para poder ser capaz de responder a la información que su interlocutor le pide procesar, comprender, y usar (es decir actuar) cuando establece un diálogo con él. De esta manera, sostuvieron que como cada persona obedece a su propio contexto cultural, a un sistema de creencias, experiencias, emociones y percepciones, usa un canal de comunicación más que otro para poder interpretar rápidamente la información y poder dar respuesta al diálogo planteado por su interlocutor.

El modelo VAK (Visual, auditivo, kinestésico), explicó que una información presentada a través de un canal visual puede facilitar que las personas comprendan –mediante imágenes- conceptos de manera fácil y con una visión integral. La información presentada a través de un canal auditivo facilita que las personas recuerden -mediante voces- información concreta y práctica. La información presentada a través de un canal kinestésico (emociones o movimientos del cuerpo) puede facilitar que las personas refuercen o repitan conductualmente el conocimiento o información enseñada.

Cuando en la organización se desconoce que cada quien recibe, procesa y retroalimenta de forma distinta la información, es donde se pueden originar y ocurrir el mayor número de errores, confusiones, malentendidos y conflictos dentro de la organización.

El gerente de empresas y los líderes en general del siglo XXI tienen un compromiso social constante, pues su trabajo hoy en día no solamente se desarrolla en torno a la evolución de las compañías si no en saber comprender y tratar a sus colaboradores, es por esto que se hace necesario observar claramente los conceptos de la comunicación y los estilos de liderazgo. Como lo menciona (Cañón, 2016):

Las necesidades empresariales en cuanto a su esencia de generar valor han llevado a las compañías a crear modelos organizacionales que buscan desde cada área y por ende desde cada persona, lograr el mejor resultado posible que cada uno pueda otorgar con el único objetivo de que las empresas crezcan y generen utilidad (p.6)

En la vida cotidiana tanto laboral como personalmente, es importante saber tratar con la comunicación y los estilos de liderazgo adecuadamente, pues estas son herramientas de vital importancia en el diario vivir. En cuanto a la comunicación esta no se basa solo en transmitir mensajes; en este tiempo del diplomado he aprendido que comunicarse es un desarrollo diferente en cada ser humano al igual que los estilos de liderazgo ya que ambas están ligadas y son adquiridas de manera distinta conforme las experiencias y la personalidad de los individuos

Saber identificar nuestro estilo de comunicación y liderazgo nos aporta herramientas para poder manejar un buen ambiente a nivel personal y organizacional, comprender que todos somos diferentes y manejamos distintos ritmos es clave para así mismo elaborar estrategias y saber aprovechar habilidades dando resultados positivos, organizados y oportunos.

La comunicación efectiva causa cualidades más efectivas, que se exteriorizan en la motivación que demuestra a la hora de realizar tareas y la calidad del trabajo desempeñado, en la relación con los líderes, con la atención al cliente interno y externo y demás personas relacionadas con la actividad empresarial, esto impactando de manera positiva a la compañía y la misma sociedad con los beneficios que resultan de ello.

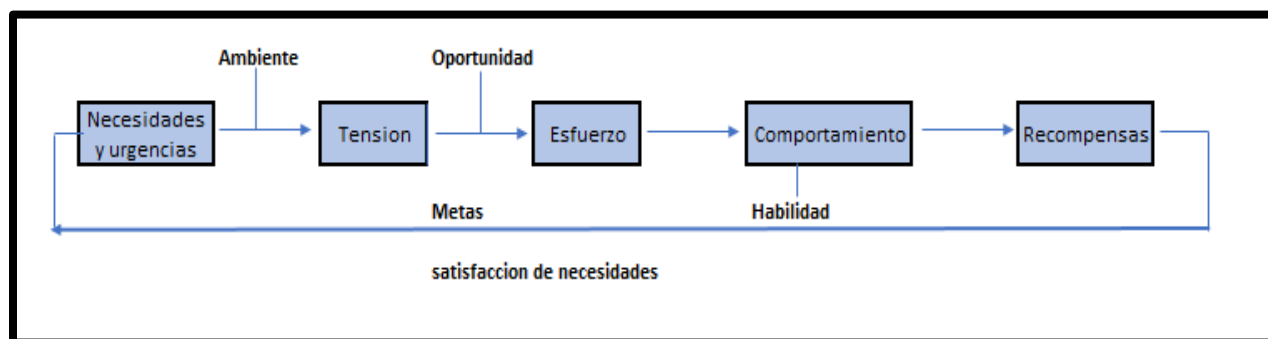
La comunicación como emisión y recepción de mensajes para lograr diferentes acciones tiene como finalidad “controlar la conducta de los miembros del grupo o de la organización a través de las jerarquías de autoridad y el establecimiento de lineamientos, fomenta la motivación al dar las explicaciones requeridas a los empleados o socios para que ejecuten las acciones necesarias en busca de un mecanismo fundamental que permita a los trabajadores manifestar sus frustraciones y sentimientos de satisfacción” (Robbins, 2004, p.284).

En la comunicación empresarial están implicadas las actitudes de los empleados, actitudes que son percibidas como emociones y dogmas que establecen en su mayoría la manera en que los colaboradores distinguen su compromiso con las tareas asignadas (Keith & Newstrom, 2003); estas actitudes son variables según las percepciones y están en armonía con nuestros sentidos, por esta razón la complacencia, la responsabilidad y el desenvolvimiento en el trabajo son conceptos que deben influir en la preocupación de las compañías para crear estrategias de bienestar y así mismo motivar al colaborador y prolongar la permanencia de los empleados.

¿En Qué Medida La Remuneración Contribuye a La Motivación?

Madrigal (2009) indica que para los empleados la motivación es una de las situaciones más compleja de ser abordadas y habladas, así mismo han llegado a surgir diversas corrientes. Respecto a esto, cuando se pregunta a los trabajadores cuál es su motivación en los trabajos, su respuesta en su mayoría es la parte monetaria y el reconocimiento público. Al día de hoy, este beneficio es de alguna manera una motivación limitada, pues al tener fechas en donde se recibe este beneficio, la motivación del trabajador puede variar en momentos en donde se ve lejana la fecha del pago.

Se puede decir que todo comportamiento de las personas es guiado por las motivaciones. Los deseos y necesidades crean situaciones de ansiedad que producen un aporte para que el cerebro analice el ambiente y consiga satisfacer dichos deseos. Este contexto puede reducirse en el modelo de Davis y Newstrom (1993). En donde la motivación es el resultado de satisfacer una serie de deseos que provocan ansiedad en las personas, que incitan a proceder de determinadas formas.



Fuente: Davis y Newstrom, 1993

La motivación intrínseca según Sáez (2013), se describe a la conducta que es promovida por distinciones internas. En síntesis, la motivación para participar en un comportamiento surge desde dentro del sujeto porque es probablemente agradable para él.

Abraham Maslow (1943) diseñó una estructura piramidal de las necesidades humanas en donde describe que no todas las necesidades humanas poseen la misma potencia para ser complacidas. Expone que para cada ser humano están ordenadas de manera particular en cinco necesidades fundamentales. Esta pirámide va desde las necesidades básicas a las secundarias. Ordenadas de la siguiente manera:

- Básicas o Fisiológicas
- Seguridad
- Sociales
- Estima
- Autorrealización

Dicho esto, la motivación monetaria se encuentra en la necesidad de seguridad ya que estas se definen en necesidades referentes a la protección y supervivencia, ausencia de riesgo y angustia ante la pérdida de posesiones, comida y resguardo. Por lo anterior la necesidad de seguridad garantiza que las necesidades básicas estén satisfechas por buen tiempo.

De acuerdo con Barnat (1995) la retribución es “igualar en opuesto sentido el efecto de una cosa con la otra” así mismo “dar alguna cosa o hacer un beneficio en resarcimiento de algún daño causado” (p.25). Según lo anterior la motivación principal es la compensación o el intercambio.

Los empleados antiguamente se motivaban por la promesa de ser ascendidos de cargo si llevaban a cabo una carrera profesional, de acuerdo a estructuras jerárquicas habituales. En estas compañías el pago correspondía a según el rango o categoría de acuerdo a su nivel de estudio.

Pese a esto, actualmente gracias a las estructuras empresariales cada vez más lineales, entre los empleados y profesionales se vive un ambiente de decepción cuando se encuentran que dentro del mercado laboral el tiempo de experiencia o simplemente los intereses personales, son más valorados que la educación adquirida, y por ello deben esperar para una oferta o aumentos de sueldo. Por lo tanto, las compañías de hoy en día deben considerar la motivación económica por medio de estrategias salariales.

Al consultar estudios estadísticos sobre la motivación laboral, se obtuvo una investigación realizada por la universidad javeriana, investigación que nos permite identificar los siguientes resultados:

Motivación para el desempeño de labores según sexo					
Motivación para el desempeño de labores(a)	Sexo				
	Masculino		Femenino		Total
	N	%	n	%	n
Salario	24	54,5	87	51,8	111
Reconocimientos	20	45,5	54	32,1	74
Ambiente de trabajo	34	77,3	124	73,8	158
Cargo	23	52,3	88	52,4	111
Bonificaciones	11	25,0	38	22,6	49
Posibilidad de ascenso y promoción	9	20,5	35	20,8	44
Total	45		168		212

Fuente: Universidad Javeriana, 2021

De acuerdo a la figura anterior podemos concluir que la motivación principal de las personas encuestadas entre hombre y mujeres es el ambiente laboral seguido del salario, cifras que son significativas para determinar que las empresas deben enfocar su atención y dar prioridad a estos factores.

Al año 2022 el salario mínimo legal en Colombia es de \$1.000.000, el cual es insuficiente para cubrir todas las necesidades de las personas, por tal razón las compañías tienen que analizar diversos elemento para incentivar a las personas, alcanzando establecer una relación entre los empleados de las compañías y familias, beneficiando ambas partes , optimizando la calidad de vida de los empleados, cultivando de igual manera el sentido de pertenencias y se alcance aumentar la productividad laboral.

¿Qué Efecto Tiene El Reconocimiento Laboral En Las Personas?

El reconocimiento laboral se describe como el grupo de prácticas que emplean las compañías para condecorar a sus colaboradores, con la intención de fortificar todas las conductas positivas encaminadas con la dirección estratégica; y cuando los colaboradores distinguen ese reconocimiento, manifiestan una actitud positiva, convicción en sí mismos, confianza y de la misma manera pone empeño en sus labores con la empresa, mejora resultados y mayor productividad.

La recompensa es aquello que se toma como contraparte de la prestación de un servicio. Los estudios revelan que el reconocimiento tiene una atribución positiva sobre la ejecución de los trabajos (Gary Dessler, 2011), centralmente de las recompensas por trabajo se encuentran; los sueldos, bonificaciones, incentivos, obsequios, entre otros que pretenden incentivar a los colaboradores por el cumplimiento de lo esperado por las compañías.

La hipótesis detrás de una idea de recompensa es que un obsequio optimará el interés y creará finalmente resultados deseados, ya que si se da más de algo se obtendrá más a cambio (Gary Dessler, 2011). Sin embargo, se debe meditar que no todas las personas actúan a los reconocimientos de la misma forma, y la satisfacción total del empleado depende de su manera de percibir las cosas.

Antes de efectuar los reconocimientos la compañía debería especular cuál es el objetivo de lo que se reconocerá (Himmelstein, 2014).

- ✓ Expresar aprecio
- ✓ Reconocer valor
- ✓ Alentar
- ✓ Compensar el trabajo excedido
- ✓ Dar la razón los logros de un equipo de trabajo

El reconocimiento es un instrumento efectivo que logra influir la conducta de los empleados de manera positiva. Para lograr instaurar esta dinámica de reconocimientos las compañías deben ser consecuentes en la repartición neutral. Para tener la seguridad que las personas sean reconocidos y premiados adecuadamente, la mayoría de las estrategias de reconocimiento se implementa la herramienta de “puntos o factores” (Mayhew, 2014) para que los empleados sean reconocidos según el tiempo, esfuerzo, atención, importancia y responsabilidad.

Por otro lado, existe una correlación entre lo que el empleador ofrece y la respuesta del empleado de la siguiente manera:



Si las compañías brindan al personal una sucesión de mecanismos motivacionales, teniendo en cuenta elementos fundamentales como lo son el sueldo, la estabilidad laboral, el reconocimiento, la formación constante, programas de incentivos, buen trato, equidad, comunicación e igualdad, el personal conseguiría compensar totalmente las múltiples necesidades lo que conlleva a la plenitud laboral, de igual manera a un aumento de la producción laboral (Blum, 1990)

Conservar al personal en las compañías y reducir la rotación de personal constantemente es una ventaja debido a que se deja de incidir en gastos galopantes por contratación y exámenes de ingreso y egreso.

CONCLUSIONES

la motivación representa un papel muy significativo para todas las compañías cualquiera que sea, ya que sin ella el empleador sólo desempeñaría sus tareas como un compromiso y rutina, mas no por convicción propia.

Se debe tener en cuenta que, si las compañías desean mayores niveles de motivación en sus empleados, se debe indagar y descubrir si el personal trabaja para adquirir conocimiento o por obligación a hacerlo, con ello se debe tener en cuenta factores como las relaciones interpersonales, la comunicación, reconocimientos, etc.

Es indiscutible que la motivación es un fragmento fundamental para todos los trabajadores dentro de una organización, y todo lo que se requiere es un ambiente que admitirá que los individuos se sientan satisfechos y cómodos para realizar sus trabajos y así sentirse motivado.

Llegar a tener una conversación con los colaboradores tanto continuo como trasversal es la manera como conseguimos alcanzar a establecer las necesidades y capacidades que poseen, así de esta forma logramos cumplir métodos de estimulación individual como grupal. Dicho esto, la orientación institucional está comprometida con instaurar buenos canales de comunicación que están predestinados a administrar información en uno y otro.

Referencias

- Barnat, J. (1995). *Diccionario Enciplopedico*. Barcelona: Nauta.
- Blander, R., & Grinder, J. (1975). *La estructura de la Magia I*. Santiago de Chile: Cuatro vientos.
- Blum, M. (1990). *Psicología Industrial: sus fundamentos teóricos y sociales*. Mexico D.F: Trillas.
- Cañon, M. A. (Septiembre de 2016). *Aula Virtual Universidad Militar Nueva Granada*. Obtenido de https://virtual2.umng.edu.co/pluginfile.php/410632/mod_resource/content/1/Lectura%20VAK%20y%20la%20influencia%20del%20l%C3%ADder.pdf
- David, H., Ariely, D., & Woolhandler, S. (2014). *Pay-for-Performance: Toxic to Quality? Insights from Behavioral Economics*. New York: International Journal of Health Services.
- Dessler, G., & Varela, R. (2011). *Administración de recursos humanos enfoque latinoamericano*. Mexico D.F: Pearson educación.
- Fernandez Collado, C. (2001). *La Comunicación Humana en el Mundo Contemporáneo*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Gamboa Mora, M. C., Briceño Martínez, J. J., & Camacho González, J. P. (30 de septiembre de 2015). Caracterización de estilos de aprendizaje y canales de percepción de estudiantes universitarios. *Biblioteca digital repositorio academico*.
- Gonzales Serra, D. J. (2008). *Psicología de la motivación*. La Habana: Ciencias Medicas.
- Kinicki, A., & Kreitner, R. (2003). *Comportamiento organizacional*. Mexico D.F: Mc Graw Hill.

Madrigal Torres, B. E. (2009). *Habilidades directivas*. Mexico D.F: Mc Graw Hill.

Maslowr, A. (1943|). *A Theory Of Human Motivation*. Nueva York: Black Curtain Press.

Newstrom, J. (2001). *Comportamiento humano en el trabajo*. Mexico D.F: Mc Graw Hill.

Robbins, S. (2004). *Comportamiento organizacional*. Mexico D.F: Pearson educacion.

Zubiri Sáenz, F. (2013). Satisfacción y motivación profesional.