



MAESTRÍA EN ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE PERSONAS

**Profesor Asesor:** OSWALDO MORALES TRISTÁN, PhD

**Tema de Tesis:** ESTUDIO DE LOS FACTORES MOTIVACIONALES EN TRABAJADORES DE LA GENERACIÓN “Y” EN UNA EMPRESA DEL SECTOR RETAIL

El presente trabajo ha sido realizado de acuerdo a los reglamentos de ESAN por:

Códigos	Participantes	Firma
1400058	Paola Arboleda Romero	
1400977	Rossana Asencios Principio	
0904780	Franco Zamora Plasencia	

Lima, 15 de agosto de 2016

## ÍNDICE GENERAL

<b>ÍNDICE GENERAL</b> .....	<b>v</b>
<b>LISTA DE TABLAS</b> .....	<b>vii</b>
<b>LISTA DE FIGURAS</b> .....	<b>viii</b>
<b>LISTA DE ANEXOS</b> .....	<b>ix</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	<b>xvi</b>
<b>CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b> .....	<b>3</b>
2.1. Identificación del Problema .....	3
2.2. Justificación e Importancia del Problema .....	4
2.3. Alcances y Limitaciones de la Investigación .....	4
2.4. Objetivos de la Investigación .....	4
2.4.1. <i>Objetivo General</i> .....	4
2.4.2. <i>Objetivos específicos</i> .....	5
<b>CAPÍTULO III. EMPRESA DEL SECTOR RETAIL</b> .....	<b>6</b>
3.1. Perfil y descripción de la empresa .....	6
3.2. Estructura organizacional .....	6
3.3. Generación Y en una empresa retail .....	8
<b>CAPÍTULO IV. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA</b> .....	<b>10</b>
4.1. La Motivación .....	10
4.1.1. <i>Concepto</i> .....	10
4.1.2. <i>Orígenes Históricos de los Conceptos Motivacionales</i> .....	10
4.1.2.1. <i>Era Racionalista</i> .....	11
4.1.2.2. <i>La Revolución Intelectual</i> .....	11
4.1.2.3. <i>El Asociacionismo</i> .....	11
4.1.2.4. <i>La Era Contrarevolucionaria</i> .....	12
4.1.3. <i>Teorías Motivacionales desde la Perspectiva Organizacional</i> .....	12
4.1.3.1. <i>Teoría de la Motivación Intrínseca – Extrínseca</i> .....	12
4.1.3.2. <i>Teoría del Incentivo</i> .....	14
4.1.3.3. <i>Teoría de la Fijación de Metas – Edwin Locke</i> .....	15
4.1.3.4. <i>Jerarquía de Necesidades de Maslow</i> .....	16
4.1.3.5. <i>Teoría de Frederick Herzberg</i> .....	17

4.1.3.6. <i>La Teoría de las Tres Necesidades de Mc Clelland</i> .....	18
4.1.3.7. <i>La Teoría X y Y de McGregor</i> .....	18
4.1.3.8. <i>Teoría de la Equidad de Stancey Adams</i> .....	19
4.1.4. <i>Los Aportes de la Psicología de los Instintos</i> .....	20
4.1.5. <i>La Motivación en el Trabajo</i> .....	20
4.2. <i>Generaciones</i> .....	21
4.2.1. <i>Rangos generacionales</i> .....	21
4.2.1.1. <i>Tradicionalistas</i> .....	21
4.2.1.2. <i>Baby Boomers</i> .....	21
4.2.1.3. <i>Generación X</i> .....	22
4.2.1.4. <i>Generación Y</i> .....	22
4.2.1.5. <i>Generación Z</i> .....	23
4.2.2. <i>Características de la generación Y en el ámbito laboral</i> .....	27
4.2.3. <i>Motivación de la generación Y en el ámbito laboral</i> .....	29
4.2.4. <i>Rol de Recursos Humanos en la generación Y</i> .....	32
4.2.5. <i>Realidad de la generación Y en el Perú</i> .....	34
4.3. <i>Sector socioeconómico D en el Perú</i> .....	40
<b>CAPÍTULO V. METODOLOGÍA</b> .....	<b>42</b>
5.1. <i>Diseño del estudio cuantitativo</i> .....	42
5.1.1. <i>Población</i> .....	43
5.1.2. <i>Tamaño de la Muestra Óptimo</i> .....	45
5.1.3. <i>Instrumento a emplearse</i> .....	46
5.1.4. <i>Validación del instrumento</i> .....	47
5.1.5. <i>Recopilación de información</i> .....	49
5.2. <i>Diseño del estudio cualitativo</i> .....	49
5.2.1. <i>Instrumento a emplearse</i> .....	49
<b>CAPÍTULO VI. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS</b> .....	<b>51</b>
6.1. <i>Resultados del análisis estadístico de la investigación</i> .....	51
6.2. <i>Interpretación de Resultados</i> .....	57
<b>CAPÍTULO VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	<b>63</b>
7.1. <i>Conclusiones</i> .....	63
7.2. <i>Recomendaciones</i> .....	64
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	<b>65</b>

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio tiene como objetivo, determinar cuáles son los principales factores motivacionales de los asesores de ventas de la generación Y, del nivel socioeconómico D de una empresa líder del sector retail. A su vez, validar si realmente la retribución económica es el principal factor motivacional y si el equilibrio de vida - trabajo es uno de los principales factores motivacionales de la generación Y, para este segmento.

La motivación se refiere a la fuerza que impulsa a una persona a realizar diferentes acciones y a mantener de manera estable su conducta hasta realizar todos sus objetivos. (Aguirre, 2013).

Generación Y la comprenden aquellas personas nacidas entre 1981 y 1999 (Lancaster and Stillman, 2002).

Para la empresa este estudio es importante, ya que las personas que comprenden esta generación y que pertenecen al nivel socioeconómico D, son el mayor porcentaje de personal, quienes a su vez tienen contacto directo con el cliente final (asesores de ventas).

En base a los resultados de este estudio, hemos podido identificar cuáles son los principales factores motivacionales, con la finalidad de que la empresa pueda gestar estrategias, con el objetivo de generar un mayor compromiso y por consecuencia, ellos, brinden un mejor servicio al cliente final, incrementando las ventas.

Para realizar esta investigación, se aplicó un cuestionario a más de 320 trabajadores de tiendas de diferentes distritos de Lima. La construcción de este instrumento se basó en el Cuestionario MbM (Gestión por motivación), diseñado por el catedrático Marshall Sashkin, el cual mide las motivaciones internas, tal como las percibe el individuo. Por otro lado, nos basamos también en la encuesta anual de Millenials realizada por Deloitte el 2016 y recomendaciones de expertos de Recursos Humanos de la empresa en investigación.

Los resultados de la investigación, nos permitieron llegar a la conclusión de que los principales factores motivacionales fueron contar con líderes comunicativos y tener equilibrio vida trabajo, dichos factores están relacionados a la calidad del ambiente de trabajo. Esta información a su vez, se validó con los focus group realizados al personal de la muestra y a las entrevistas a profundidad realizadas a los expertos de Recursos Humanos.

Por otro lado, se puede determinar que el factor de retribución económica no es un factor motivacional prioritario en este grupo de trabajadores. Pero sí, el equilibrio de vida - trabajo es uno de los principales factores motivacionales de la generación Y, lo cual guarda relación con los estudios realizados usados en esta investigación, donde los aspectos de calidad de vida son prioritarios.

Se espera que los resultados obtenidos en esta investigación sean un punto de partida para que la empresa pueda generar estrategias de atracción y fidelización de este segmento, y así, poder generar mayor productividad y tener una mejor atención al cliente.