

**Análisis de modelos de motivación personal, como estrategia de cultura organizacional, caso de estudio empresa DC La FERIA electrodomésticos**

**Analysis of personal motivation models, as an organizational culture strategy, to be implemented in the company DC La FERIA Electrodomesticos**

**Diana Soraida Cedillo-Banderas<sup>1</sup>**  
Universidad Tecnica de Machala - Ecuador  
dcedillo1@utmachala.edu.ec

**Iddar Iván Jaya-Pineda<sup>2</sup>**  
Universidad Tecnica de Machala - Ecuador  
ijaya@utmachala.edu.ec

**Bernard César Macías-Sares<sup>3</sup>**  
Universidad Tecnica de Machala- Ecuador  
bmacias@utmachala.edu.ec

**Dany Humberto Barreno-Pereira<sup>4</sup>**  
Universidad Tecnica de Machala- Ecuador  
dbarreno@utmachala.edu.ec

**[doi.org/10.33386/593dp.2024.1.2142](https://doi.org/10.33386/593dp.2024.1.2142)**

V9-N1 (ene-feb) 2024, pp 15 - 27 | Recibido: 08 de septiembre del 2023 - Aceptado: 06 de octubre del 2023 (2 ronda rev.)

1 Estudiante de la carrera Administración de empresas, laboro actualmente en el desarrollo de emprendedores y capacitaciones dentro de organizaciones comunitarias del cantón Pasaje. .

ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-4907-2018>

2 Magíster en Administración de Empresas, Ingeniero Comercial, Licenciado en Administración de Empresas. Actualmente Doctorante en la Universidad de Zulia, Venezuela. Se desempeñó como Coordinador de la carrera de Administración de empresas de la Unidad Académica de Ciencias Empresariales..

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3022-9730>

3 Ingeniero Comercial por la Universidad Técnica de Machala. Ingeniero Comercial por la Escuela Politécnica del Ejército. Magister en Gerencia y Liderazgo Educativo por la Universidad Técnica Particular de Loja..

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0018-1943>

4 Docente de la Universidad Técnica de Machala, Ingeniero Comercial, Carrera de Comercio Exterior, especializado en el diseño de proyectos de investigación, experiencia en el campo de las ciencias sociales y humanistas, participante del proyecto de investigación Gri-studies, que se orienta a determinar la responsabilidad social empresarial y el desarrollo sostenible de las universidades públicas y privadas del país..

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0702-3577>

### Cómo citar este artículo en norma APA:

Cedillo-Banderas, D., Jaya-Pineda, I., Macías-Sares, B., & Barreno-Pereira, D., (2023). Análisis de modelos de motivación personal, como estrategia de cultura organizacional, caso de estudio empresa DC La Feria electrodomésticos. 593 Digital Publisher CEIT, 9(1), 15 - 27, <https://doi.org/10.33386/593dp.2024.1.2142>

Descargar para Mendeley y Zotero

## RESUMEN

En un contexto moderno en que se hallan inmersas las organizaciones hoy en día, se ven en la necesidad de promover estrategias que accedan al desarrollo institucional partiendo del capital humano de trabajo, es por ello que el estudio de los modelos de motivación personal y laboral se enfocan en originar estrategias de cultura organizacional que dinamicen el entorno empresarial, favorezcan elocuentemente al éxito de una compañía perfeccionando la satisfacción de los colaboradores. La investigación promueve identificar los principales modelos de motivación personal mediante la revisión literaria científica, para ser aplicados en el contexto de la empresa DC La Feria electrodomésticos, que acceda a originar una cultura organizacional saludable y productiva.

Es importante percibir que la motivación personal es aquella acción que influye en el ejercicio y la condición de los trabajadores. Al estudiar los modelos de motivación personal de una organización, se orientan adecuar sus destrezas de gestión y recompensa para compensar las necesidades autónomas de los individuos. Para ello se efectuó una investigación de tipo descriptivo, con un enfoque cualitativo, donde fue necesario desarrollar un focus group, técnica que permite identificar lo que impulsa a cada colaborador, información resultante que sirve para formular un cotejó, con los modelos revisados y determinar cuáles serían los idóneos al modelo de negocio

El análisis de modelos de motivación personal estimados como estrategia de cultura organizacional son una herramienta eficaz para perfeccionar el interés y el bienestar de los colaboradores en una compañía. Al personalizar las estrategias de motivación, se cultiva una cultura organizacional sólida.

**Palabras clave:** cultura organizacional, estrategias, logro, motivación, satisfacción

## ABSTRACT

In a modern context in which organizations are immersed today, they see the need to promote strategies that access institutional development based on human work capital, which is why the study of personal and work motivation models is They focus on creating organizational culture strategies that energize the business environment, eloquently favoring the success of a company by improving employee satisfaction. The research promotes the ability to identify the main models of personal motivation through scientific literature review, to be applied in the context of the company DC La Feria appliances, which helps to create a healthy, productive organizational culture and institutional objectives.

Firstly, it is important to perceive that personal motivation is that action that influences the performance and condition of workers. When studying an organization's personal motivation models, companies today consider adapting their management and reward skills to compensate for the autonomous needs of individuals. This can be achieved through an information gathering instrument, or with a focus group, techniques that allow identifying what drives each collaborator, recognition and professional improvement or collaboration in institutional projects.

The analysis of personal motivation models considered as an organizational culture strategy is an effective tool to improve the interest and well-being of employees in a company. By personalizing motivation strategies, you cultivate a strong organizational culture.

**Keywords:** organizational culture, strategies, achievement, motivation, satisfaction

## Introducción

En un mundo empresarial en constante evolución, la búsqueda de métodos efectivos para fomentar el desarrollo de una cultura organizacional positiva y productiva se ha convertido en un desafío crucial. Uno de los pilares fundamentales en esta búsqueda es la motivación personal de los empleados, ya que se reconoce su influencia directa en el rendimiento laboral, la satisfacción y el compromiso con la organización. El poder sostener una praxis pertinente, asertiva y motivacional de la gestión directiva promueve un clima organizacional que favorece el desarrollo integral de los procesos operativos y logísticos que promueva la calidad en la atención al cliente y el crecimiento institucional. (Bohorquez & Andrade, 2021)

En este contexto, el presente artículo se enfoca en el análisis de modelos de motivación personal y su aplicabilidad como estrategia de cultura organizacional en empresas, particularmente en DC La Feria electrodomésticos, con ello se pretende establecer una idea de cómo, las acciones o estrategias permiten generar sinergias positivas que vinculen la motivación con el desarrollo y cultura organizacional de una institución del sector comercial.

La relación entre la motivación personal y el éxito de una empresa es innegable, es por ello que la investigación resulta importante desde un enfoque organizacional porque le permite generar una orientación que alinee los procedimientos de los empleados, con las posturas y comportamientos de cada uno de ellos para un crecimiento institucional, en el cual se construya un entorno laboral que fomente la motivación intrínseca y extrínseca entre sus empleados no solo conduce a un aumento en la productividad, sino también a una mayor retención del talento, mejoras en la calidad del trabajo y un ambiente más colaborativo, con lo expuesto se genera una línea marcada del impacto de factores del desarrollo cultural organizacional en la rentabilidad empresarial (Martínez, 2020).

En este sentido, comprender los diferentes modelos de motivación personal y su adaptación a las necesidades específicas de una organización se convierte en un factor diferenciador en la consecución de los objetivos empresariales, con descrito antecedente la investigación se justifica

en promover acciones afirmativas para el recurso humano, que no simplemente sirvan para el desarrollo comercial de la empresa, sino más bien que sirva como mecanismo de autosuperación de cada empleado acciones de que permitan el crecimiento personal y desarrollo de capacidades y habilidades integrales enfocadas a la eficiencia y eficacia de atención de calidad y calidez.

Hoy en día las empresas están sometidas a entornos globalizados y dinámicos que generan diversas problemáticas, como escasa capacidad de gestión, desconocimiento de la realidad de los mercados, insuficiente comunicación, incierta filosofía institucional, e inadecuados procesos de intervención o abordaje del talento humano, es por ello que las organizaciones ante descritas problemáticas deben enfocarse en manejar aspectos teórico-metodológicos para construir una intervención psicosocial educativa en pos de potenciar un manejo efectivo del estrés, comunicación efectiva y procesos acordes al tipo de actividad de cada empleado (Espinosa & Deroncele, 2020)

A pesar del reconocimiento generalizado sobre la importancia de la motivación en el ámbito laboral, muchas empresas enfrentan dificultades para implementar estrategias efectivas que impulsen la motivación personal de manera sostenible, es el caso de la empresa DC La Feria electrodomésticos, considerando que presentan desconfianza en sus actividades, desmotivación personal, inseguridad laboral, clima poco apropiado entre equipos de trabajo. La falta de comprensión sobre qué modelos de motivación son los más adecuados de acuerdo al modelo de negocio, cada contexto empresarial y cómo aplicarlos de manera eficiente representa un desafío significativo. Esta problemática subraya la necesidad de un enfoque investigativo que permita identificar y evaluar los modelos de motivación personal más pertinentes en un entorno organizacional.

Con descrito antecedente la investigación se orienta en poder identificar ¿Cómo los modelos de motivación, identificados a través de la investigación bibliográfica pueden ser adaptados, a la empresa de manera efectiva, para fortalecer su cultura organizacional?, con lo expuesto el objetivo de la investigación radica en identificar los principales modelos de motivación personal mediante una revisión exhaustiva de la literatura científica, para ser aplicados en el contexto de la empresa DC La Feria electrodomésticos.

Los resultados del estudio proporcionarán una perspectiva detallada de los modelos de motivación personal más relevantes, así como sus permisibles aplicaciones en el entorno empresarial. Las conclusiones extraídas de la revisión bibliográfica y la ejecución práctica consentirán a la organización a tomar decisiones certeras para fortalecer su cultura organizacional y maximizar la responsabilidad y el desempeño de sus empleados.

En las secciones siguientes, exploraremos en detalle los distintos modelos de motivación personal identificados y presentaremos la metodología empleada para adaptar estos modelos en una empresa. Finalmente, discutiremos las implicaciones prácticas de nuestros hallazgos y cómo pueden contribuir al desarrollo de una cultura organizacional sólida y efectiva.

**Marco teórico**

**Modelos de motivación personal**

Los modelos de motivación personal se sujetan en un juicio profundo de los componentes y métodos que infieren en la motivación de los individuos para conseguir sus fines y objetivos. Estos modelos suministran una estructura conceptual que favorece a declarar por qué los individuos se esfuerzan, se comprometen y persisten en la consecución de sus metas particulares. A continuación, se presenta un marco teórico referencial que describe varios de los primordiales modelos de motivación personal.

Según Pegalajar (2020) los modelos de motivación personal son sustentados en teorías y concepciones que exponen por qué los individuos se comportan de ciertos modales, buscan conseguir metas y son persistentes en la obtención de sus objetivos. . Descriptos modelos favorecen a percibir cómo funciona la motivación a nivel individual y cómo puede ser promovida a una gestión efectiva en el ámbito laboral.

**Tabla 1**

*Modelos de motivación personal*

Teoría	Referencia	Enfoque
Autodeterminación	Perfeccionada por Deci y Ryan, la cual describe que los individuos tienen necesidades psicológicas básicas de autonomía, competencia y relación, y cuando estas insuficiencias se compensan, los individuos tienden a sentir una motivación intrínseca, que es estimada como la más perdurable y significativa (Brito, Pítre, & Cardona, 2020).	Describe que cuando una persona es estimulada por una motivación independiente, se sentirá autodirigido. Pero si está sugestionado por una motivación controlada, sentirá coacción para comportarse de modo adecuado y podría tener poca o ninguna autonomía.
Motivación humana de Maslow	Para descrito autor Abraham Maslow el cual describe una jerarquía de necesidades humanas, que van desde las necesidades fisiológicas básicas hasta las necesidades de autorrealización. La motivación personal se deriva de la búsqueda de satisfacción de estas necesidades (López, 2019, pág. 187).	Se direcciona en promover una motivación refiriendo a esas ganas que impulsan a querer conseguir algún objetivo y satisfacer nuestras necesidades humanas, es el principal objetivo que busca el individuo por un beneficio propio o colectivo dentro de su entorno.
Expectativa / valor	Según Andrade, Chong y Cobo (2021) se basan en la idea de que los individuos toman decisiones motivadas por su confianza de éxito y el valor que atribuyen a una actividad o meta. Se considera la interacción entre la expectativa de éxito y la valoración de la recompensa (p, 109).	Se enfoca en que el individuo mantiene una expectativa o creencia de que elegirá sus comportamientos en función de lo que cree que conducirá al resultado más beneficioso para su persona.

Motivación del logro de McClelland	David McClelland propuso que las personas tienen una de tres motivaciones principales: logro, afiliación o poder. El tipo de motivación dominante puede influir en las metas y el comportamiento de una persona (Chóez & Vélez, 2021, pág. 89).	Describe que el crecimiento económico de una sociedad es sustentado en el nivel de necesidad de éxito de su contexto, y el desarrollo económico de países enteros pueden experimentar mejoras considerables estimulando la necesidad de logro de su población en general.
------------------------------------	---	---

De acuerdo a las importantes teorías revisados se describe que la motivación juega un papel crucial en el desarrollo de la persona, enmarcado en los objetivos personales que busca el individuo, con lo descrito se determina que el ser humano es aquel individuo que maneja patrones de conductas apegadas a las acciones que conducen a un desarrollo personal o colectivo, condicionando descrita aseveración se puede indicar que las empresas son parte importante de las posturas de las personas ya que buscan su bienestar bajo una plena conducción de las mismas. Indiferentemente del tipo, modelo u enfoque de direccionamiento que apliquen, el aprovechamiento del capital humano se orienta al buen trabajo y buen clima organizacional de las organizaciones, más aún, cuando las empresas tienen un enfoque basado en objetivos institucionales, el capital humano suma más categoría, por lo que nace la necesidad de mantener un personal motivado y comprometido con los objetivos y la filosofía institucional.

### Modelos de motivación personal como parte de la cultura organizacional de una empresa

Las organizaciones modernas hoy en día proporcionan diferentes estrategias que acceden a la motivación personal, en la cual se destaca que la estimulación es un fenómeno complejo y multifacético, que promueve factores, sociales y situacionales que acceden a inferir en cómo los individuos indagan y persiguen sus metas propias. Es por ello que los profesionales y las organizaciones recurren a los modelos teóricos para comprender y fomentar la motivación en diversos contextos dentro de las organizaciones modernas.

Modelo	Referencia	Enfoque
Reconocimiento y Recompensa	Promover un ambiente en el cual se reconozcan y distinguen los logros particulares y de equipo. Esto puede contener regímenes de bonificación, premios, condecoraciones públicas y oportunidades de desarrollo (Hernández, 2019).	Establecido como un procedimiento en el que se reconoce los méritos de las personas por su rendimiento y proceder de forma intrínseca o extrínseca.
Desarrollo Profesional	Brinda oportunidades concisas de progreso y desarrollo profesional. El cual logra incluir procesos de capacitación, promoción interna y mentorías para ayudar a los trabajadores a conseguir sus fines personales y profesionales (Simón & Garay, 2020, pág. 19)	El cual permita la asimilación de nuevas tecnologías, enfoques, y modos de actuación, que se orientan a objetivos, metas alcanzables alineadas a todos los niveles que constituyen la empresa.
Autonomía y Empoderamiento	Brindar a los colaboradores la autonomía para tomar disposiciones en sus roles y áreas laborales. Lo cual aumenta la satisfacción laboral y la estimulación intrínseca, principalmente si se les consiente influir en la toma de decisiones relacionadas con su labor (Macías & Vanga, 2021)	Capacidad para tomar decisiones libremente y, a su vez, donde la autonomía contribuya el empoderamiento de la persona dentro de sus roles en la organización
Feedback Constructivo	Provocar una cultura de retroalimentación perenne y productiva. Los trabajadores motivados aprecian la retroalimentación que les favorece a optimizar y a crecer en sus roles laborales (Prada, Rueda, & Ocampo, 2020)	Respuesta dada a algún estímulo como manera de evaluarlo, es decir reforzar y dar continuidad a ciertas actuaciones y procesos que están siendo positivos, o bien modificar aquellos que no estén siendo rentables.



Metas y Desafíos	Fundar metas desafiantes que sean alcanzables y suministrar soporte para lograrlas. Emplear el enfoque SMART (Específicas, Medibles, Alcanzables, Relevantes y con Tiempo definido) para fundar objetivos puntuales (Delgado, 2023).	El cual orienta sus propósitos a una meta, así como organizarse y hacer una buena proyección para entender qué precisamos para conquistar lo que se desea alcanzar
Participación en la Toma de Decisiones	Involucrar a los colaboradores en la toma de fallos que conmueven a la empresa. Esto puede contener la creación de equipos de trabajo, juntas o encuestas de opinión del desempeño laboral (Ruiz, 2023)	Dentro de la organización el capital humano de trabajo es importante su participación como uno de los ejes centrales de la gestión organizacional; así como la orientación de los objetivos institucionales

La motivación personal y laboral, mantienen plena relación entre si las cuales son adaptables a los modelos y estrategias que presenta cada cultura organizacional y que se enfocan en las necesidades específicas de la compañía. Considerando las teorías y modelos expuestos, es fundamental medir y evaluar periódicamente el impacto de descritas estrategias en la motivación y el adeudo de los colaboradores para ajustarlas según sea conveniente. La motivación laboral es un elemento clave en el éxito de una compañía, y una cultura organizacional que la avive puede marcar una gran diferencia en el cometido y la satisfacción de los trabajadores.

Partiendo de lo expuesto es trascendental poder describir que la satisfacción laboral y motivación en las actividades encomendadas dentro de las áreas de trabajo ofrece exitosos resultados que contribuyen al objetivo institucional, dentro del marco del desarrollo esperado que se mantengan como empresa, es por ello que es importante describir la cultura organizacional como parte de la motivación del capital humano de trabajo.

Partiendo de lo expuesto con anterioridad se determina que la motivación ejerce un efecto importante en la cultura organizacional, por lo que influye en el comportamiento y la postura del desempeño de los empleados. Cuando se promueve la motivación, se origina un clima laboral agradable y participativo. Con lo descrito se determina que los colaboradores motivados están más comprometidos, lo que induce la

productividad y la complacencia en el trabajo. Este contexto se refleja en el modo en que los participantes del equipo interactúan, suscitando un dialogo abierto y el trabajo colectivo. Además, una cultura organizacional que aprecia y recompensa la estimulación crea un entorno de retroalimentación positiva, donde los logros particulares se aplauden y se fortifica el sentido de pertenencia y propósito dentro de la empresa.

Dentro de un contexto moderno la motivación empresarial se enfoca en el ligado de componentes y destrezas que una compañía emplea para incitar a sus colaboradores y lograr que se comprometan con sus tareas y metas dentro de la organización, partiendo de ello la cultura organizacional empresarial agrupa diversos valores, creencias, normas y prácticas participadas que describen a una compañía en particular

La figura que exhibe una organización en su desempeño se define como cultura organizacional, donde todo el colectivo o sus miembros constituyen una percepción subjetiva integral organizativa, sujetos en componentes como el grado de tolerancia, trabajo colaborativo y soporte colectivo, la misma que mantiene incidencia en los métodos de planificación, organización, dirección, control y coordinación de una institución (La Coteria, 2021, pág. 46).

Hoy se habla de la cultura organizacional como un mecanismo de desarrollo interno bajo descrita premisa, se puede confirmar que la cultura organizacional es un componente integrador y uno de los componentes concluyentes en la eficacia del recurso humano. De la integración dependen los niveles de productividad y el clima organizacional en el que se consoliden los objetivos; por eso es estratégica para orientar la organización al éxito, porque representa el patrón conductual a seguir, las creencias y los valores compartidos por sus miembros (Rodríguez, et al., 2020).

**Cultura organizacional.**

La cultura organizacional es aquel proceso que no está sujeto a una puntual ideología, la cual está ligada a una estructura institucional o de gestión; es estimada como aquel contexto de una experiencia integrada, que comprende a audiencias del ámbito interno y externo el cual es creado por personas. Y que, dentro de sus acciones ejecutadas a nivel particular

o grupal, son concebidos como colectivos u organizacionales que pueden entenderse a través de la cultura empresarial, que sigue diferentes prácticas simbólicas afines al contexto donde se encuentran (Méndez, 2019).

Los diversos elementos subyacentes, visibles implícitos, visibles explícitos que conforman la cultura organizacional, son parte de la dinámica organizacional de las empresas y que a su vez se ligan a la forma de hacer o ejecutar las actividades, donde las posturas de los grupos mantienen un enfoque en conseguir intereses particulares o colectivos.

De acuerdo como lo describen Martínez, Arellano y Largada (2022), que dentro de su investigación reconocen el modelo de Cameron y Quinn en su Competing Values Framework, donde dan mención a las cuatro tipologías de culturas organizativas que se describen a continuación:

➤ Cultura grupal o de clan: También conocida como cultura familiar, se enfoca en la asistencia, la participación y el sentido de comunidad dentro de la empresa, la cual se estima como importante a ser acogida dentro de la organización objeto de estudio.

➤ Cultura adhocrática o de desarrollo: mantiene su pertinencia en la colaboración y relaciones interpersonales entre colaboradores, la misma que se enfoca en la adaptabilidad, la creatividad y la innovación que se maneja dentro del entorno organizacional.

➤ Cultura jerárquica o burocrática: La misma que es identificada, por su rigidez y jerarquía, presentada por la formalidad, la estabilidad, y la orientación hacia la eficiencia, ello bajo el cumplimiento de normativas, que se orienta al control en la organización.

➤ Cultura racional orientada al mercado: Es aquella cultura que se identifica por su enfoque en los resultados organizacionales, donde prevalece la competitividad y la alineación hacia el cliente y el mercado.

Dentro del marco de los tipos de cultura organizacional los cuales hacen referencia a los comportamientos organizacionales de los individuos dentro de las empresas, y que marcan la forma de comunicarse entre los públicos, expresan los comportamientos de los individuos bajo las órdenes de un responsable departamental y como se mantiene la disciplina y respeto dentro del ámbito laboral, ello enfocado bajo la cultura

del servicio que se desarrolló a la eficiente gestión que se promueve por parte de los responsables de la institución, todos estos componentes hacen referencia a la cultura organizacional y marcan la idea de la forma de hacer negocio en ciertos casos es su imagen o sello que los distingue de la forma de tratar o hacer negocios dentro de un contexto empresarial (Torres & Rodríguez, 2009).

### **Cultura y desarrollo organizacional.**

Al igual que la cultura organizacional el desarrollo organizacional va de la mano con descrito elemento institucional, donde se la estimada como la distribución, contexto y base para la formulación de opiniones, procedimientos para una empresa la cual debe tener disímiles valores, estilos y destrezas, tecnologías que tienen diferentes características, son modelos que manifiestan diferentes tipos de interacciones entre ambientes, procesos y estructuras de las empresas (Ureña & Moreno, 2020).

Considerando lo expuesto se determina que el desarrollo organizacional mantiene como objetivo dar un giro o perfeccionar la cultura organizacional como parte de sus gestiones. Donde se pueden formular programas de formación y desarrollo de liderazgo para originar valores y actuaciones específicas, la cultura organizacional influye directamente en el éxito o el fracaso de las gestiones promovidas desde el DO. Es por ello que se pone en manifiesto de que, si la cultura de la empresa mantiene resistencia al cambio, puede ser complejo implementar las transformaciones proyectadas. En fin, se puede determinar que el DO se fundamenta en el cambio proyectado y el perfeccionamiento de la efectividad organizativa, mientras que la cultura organizacional personifica los valores y creencias del contexto que identifican a la organización. Los dos están relacionados y mantienen influencia mutuamente.

La cultura organizacional, determinada bajo la gestión del cambio, es un mecanismo importante de solucionar ello referente a la óptica de las problemáticas que afrontan las empresas desde su estructura; es por ello que es importante excluir la situación inaceptable por medio de la organización de diversas diligencias y habilidades fundadas en el estudio organizacional. De acuerdo a los contextos globales los negocios hoy en día, son expuestos como mecanismos operativos que impulsan las habilidades personales que

permitan enfrentar los problemas ambientales de manera sistemática dentro de una compañía, donde el capital humano y la gestión cultural son los elementos importantes para la consecución de objetivos (Palomino, et al., 2021).

La calidad del desarrollo organizacional procede del hecho de que el capital humano es determinante en el éxito o el fracaso de una empresa. Por ello, su encargo es importante en la gestión empresarial en su vinculado institucional, iniciando con un giro de cambio en la estructura de la organización (organigrama de dirección), extendiéndose a la gestión eficaz de las labores en equipo (grupo y líder) y desplegando relaciones sociales que logren informar y resolver conflictos rápidamente y a tiempo, donde prevalezca una cultura de confianza, considerada familiar o de clan, donde a su vez se origine un entorno racional orientada al mercado, en busca de intereses tanto colectivos como particulares (Ureña & Moreno, 2020).

La importancia de manejar la cultura y desarrollo de organizacional accede a promover espacios que permitan la solución de problemas en la comunicación, la gestión, y manejo del conflicto entre equipos de trabajo, marcando una identidad empresarial, alineada a la satisfacción y motivación de los miembros de la institución, incluyendo temas de perfeccionamiento institucional, por lo que se reflexiona que es una herramienta para el cambio de gestión que demanda una mayor eficacia y actividad operativa (Ureña & Moreno, 2020).

Dentro del marco de generar una cultura y desarrollo organizacional direccionado a la eficiencia, la gestión del capital humano empresarial promueve la integración de los recursos humanos, respetando los beneficios particulares de los individuos, el enfoque que se orienta es mantener un personal motivado desde las actividades particulares, ello bajo canales de comunicación que accedan a una información de primera mano en busca de la satisfacción organizacional, orientados a los objetivos institucionales, respetando destrezas e ideas desarrolladas dentro del entorno laboral (Ramírez, et al., 2019).

La gestión de la cultura organizacional recae sobre los procesos de encargo del talento humano, y no existe una orientación o patrón de gestión del talento humano que sea operativo para todas las líneas de negocio, el método puede

variar de una empresa a otra, no obstante, existen algunas estrategias de talento comunes, como el proceso de planificación de actividades periódicas donde se promueva espacios de inducción o fortalecimientos de habilidades y capacidades que sean orientadas a cultivar conocimientos de los equipos de trabajo en busca de un crecimiento institucional, retención y desarrollo, en el cual los individuos o equipos son reconocidos por su desempeño y compromiso institucional, otorgando recompensas al mérito y esfuerzo entregado en las actividades encomendadas (Fonseca, 2022).

Es importante describir que, dentro de los modelos de motivación personal revisados dentro del marco de la presente investigación, todas las teorías revisadas son de plena adaptación al modelo de negocio de DC La Feria electrodomésticos, ya que son motivaciones que pueden ser aplicadas de manera independiente, a su vez se puede originar una motivación refiriendo a esas ganas que impulsan a querer conseguir algún objetivo, o a su vez aquella recompensa ya sea colectiva o particular, con ello se identifica que los modelos de motivación son intrínsecos en su gran mayoría, y partiendo de su propia autonomía, y donde el individuo se ve sugestionado al poder alcanzarlos.

Dentro del marco de los modelos de motivación empresarial, no todos pueden ser adaptados a la línea de negocio, ya que son situaciones particulares que impiden su ejecución, donde el reconocimiento y recompensa es aquel que reconoce los méritos de las personas por su rendimiento y proceder, el desarrollo profesional es otro de plena adaptación a la línea de negocio, ya que permite cultivar y crecer en conocimientos bajo beneficio empresarial, así mismo las metas y desafíos orienta sus acciones a organizarse y hacer una buena proyección para entender qué precisamos para conquistar lo que se desea alcanzar dentro del marco de la empresa DC La Feria electrodomésticos.

## Metodología

La metodología a ser aplicada en el presente estudio es de tipo descriptivo. La cual permite puntualizar las características particulares, la población objeto de estudio (Guevara & Verdesoto, 2020) con enfoque cualitativo. La investigación pretende ofrecer una base sólida para la adaptación estratégica de los modelos de motivación personal, con el



propósito de enriquecer la cultura organizacional y, por ende, mejorar los resultados empresariales, se direcciona la técnica de trabajo de focus group, la cual es una técnica de investigación cualitativa que se enfoca en congregar a un conjunto de informantes para que expresen su opinión, debatan y contesten a preguntas en torno a los procesos organizacionales, cultura y motivación personal que se desempeñan dentro de la empresa objeto de estudio (Rodas & Pacheco, 2020).

Dentro del proceso investigativo, se desarrolló un trabajo de campo en el cual se trabajó con la técnica de focus group, con una población de tres integrantes de la empresa DC La Feria electrodomésticos, que son el total de la población, los cuales son parte del equipo de trabajo como vendedores y auxiliares, proceso en el cual se direcciono cinco interrogantes que hacen referencia a identificar los procesos motivacionales que se emplean dentro de la empresa y como la cultura organizacional es un criterio para el desarrollo institucional.

Para el levantamiento de información, se desarrollo un cuestionario que será empleado mediante la técnica del focus group, descrito instrumento contará con cinco interrogantes de carácter abiertas, para la libre contestación, las cuales son presentadas mediante unas tarjetas donde cada individuo dará lectura a cada una de las preguntas, generaran su contestación y rotaran las mismas para escuchar la participación de todos y cada uno de ellos.

El criterio del diseño de las interrogantes, parte de poder determinar la cultura organizacional que actualmente la empresa mantiene, el poder determinar la pertinencia que tiene el empleado con la institución, el identificar las relaciones interpersonales, conocer como se identifica con la empresa que presta sus servicios y poder establecer el grado de motivación que se refleja en sus labores. Las interrogantes son fundadas bajo los modelos de motivación personal y empresarial, alineados a la cultura de organización que presenta la empresa objeto de estudio que mantiene la línea de comercialización de electrodomésticos, ello accederá a identificar los modelos de motivación adecuados al tipo de empresa.

## Resultados

*1. Consideran que la empresa les provee una estabilidad laboral apegados a un desarrollo personal.*

El criterio generalizado de las personas expone que la empresa DC La Feria electrodoméstico brinda una estabilidad laboral, pero la misma no se relaciona con una permanencia emocional o personal que promueva una plena satisfacción de cada una de las actividades ejecutadas dentro de la empresa, es decir realizan sus actividades por el sueldo más no existe una motivación adicional, ello bajo el criterio de algún programa de capacitación o incentivo monetario que acceda a crecer en conocimientos o económicamente

*2. Como considera la cultura organizacional y trabajo en equipo para el cumplimiento de los objetivos comerciales.*

Las personas en su mayoría manifiestan que se fomenta el trabajo en equipo, pero no existe una motivación particular que permite consolidar equipos de trabajo afianzados, existe una constante rotación de personal cada cierto periodo lo cual no accede a una consolidación de los grupos de trabajo, lo que conlleva a una desconfianza entre colaboradores, al ser pocos miembros dentro de la empresa debería existir un clima de camaradería o familiar que sirva de fortalecimiento de los equipos de trabajo, el modelo cultural que se describe dentro de la empresa es jerárquico por parte del dueño de la empresa el cual expresa rigidez y jerarquía, el cual muestra una orientación hacia la eficiencia.

*3. Existe un programa de motivación laboral que acceda al desarrollo de sus capacidades para mejorar la productividad de la empresa.*

De acuerdo a las afirmaciones de los participantes en la cual indican que no existe un plan o programa institucionalizado de motivación laboral, existe una motivación por ventas, pero no es algo que acceda a una sana competencia entre los compañeros, estiman que la motivación debe ser un componente progresivo que acceda a un desarrollo de capacidades y habilidades la cual valla de la mano con capacitaciones sobre atención al cliente y venta.

#### *4. Existe una buena comunicación entre compañeros de trabajo y jefes.*

De acuerdo a lo recabado bajo las contestaciones de los participantes la comunicación es lineal podría decirse muy jerárquica por parte del dueño de la empresa la cual expresa rigidez al transmitir la información de forma personalizada, así mismo consideran que se deben mejorar los canales de comunicación con los públicos externos, y así como también se deben crear protocolos de atención armónicos en el cual sea el reflejo del respeto que se tiene ante el cliente y equipos de trabajo.

#### *5. Creen que la motivación personal es un proceso que se deba aplicar al entorno en cual desarrolla sus actividades.*

Las personas entrevistadas asumen la realidad que es una empresa en crecimiento en la cual prestan sus servicios, y están dispuestos a ser parte de un cambio organizacional donde se promueva una cultura de comunicación efectiva, que se garantice la estabilidad laboral, se promuevan acciones afirmativas y motivación al desempeño particular y a los equipos de trabajo, con ello se estiman se afiance los equipos de trabajo en busca de un desarrollo institucional.

### **Discusión**

De acuerdo a la investigación presentada por Agudelo (2019), en la cual describe que la cultura organizacional de las empresas exhibe distintivos como el compromiso con los valores definidos organizacionales, la cultura infundada por el líder o gerente de la empresa y la confianza, lealtad y equidad practicadas en todas las líneas operativas de hacer labores dentro de la institución, y que a su vez pueden sufrir modificaciones para adaptarse al planteamiento estratégico establecido por la empresa. Con ello se muestra que las organizaciones mantienen identidad de acuerdo con la forma de liderar y gestionar de sus representantes, descrita afirmación es comparada con la forma de liderar del gerente de DC La Feria electrodomésticos, que exhibe un liderazgo muy jerárquico.

Se puede determinar que, con el proceso investigativo, efectuado dentro del presente se pudo identificar, las teorías de motivación personal que infieren directamente en el comportamiento de las personas, y como

los individuos promueven estímulos ante una motivación intrínseca, lo descrito llevado a un contexto organizacional que promueve un mayor dinamismo, donde las conductas de motivación laboral describen a las operaciones y comportamientos que los trabajadores presentan en el entorno laboral como resultado de su nivel de motivación. Donde descritas conductas pueden ser influenciadas por disímiles teorías y marcos teóricos de la motivación laboral puestas en práctica dentro de las labores diarias, como una cultura de camaradería o familiar donde fluyan las relaciones interpersonales accediendo a la consolidación de equipos de trabajo.

Una vez analizadas las variables que son parte de los componentes teóricos del presente estudio como son la motivación personal y la cultura organizacional, se determinó que, para lograr un verdadero aporte de la formación del talento humano y éxito de las estrategias, se debe fomentar espacios de motivación y direccionamiento de la cultura organizacional enfocada al desarrollo institucional que mantiene la empresa (Flóres & Mora, 2019). Donde es puntual el análisis de otros procesos de la gestión del talento humano, como lo son los métodos de reclutamiento e inducción bajo perfiles y funciones que influyan directamente en la gestión integral de la forma de ejecutar las actividades para el cumplimiento de los objetivos institucionales.

Desde el proceso investigativo efectuado basado en la literatura expuesta se determinó que los componentes motivacionales, están conexos con el contenido del trabajo y alcanzan la satisfacción y conductas de pleno rendimiento cuando están presentes dentro de sus puestos de trabajo, con lo descrito se determina que, algunas conductas de motivación laboral envuelven, un compromiso con el trabajo, donde el capital humano tienden a estar más comprometidos con sus labores y muestran un mayor interés por sus actividades dentro de su puesto de trabajo, los empleados motivados, son más productivos, efectivos y hábiles en sus roles dentro de sus labores, así mismo se identifica que la innovación y creatividad son acciones que motivan y estimulan la creatividad buscando soluciones innovadores dentro de su entorno laboral

Considerando el trabajo de campo por medio del focus group, se considera que los empleados manejan una conducta expectante a la motivación de sus superiores, ya que de acuerdo

a lo analizado ellos se comportan de tal modo dentro de su trabajo en relación a la expectativa de las acciones donde pueden ellos esforzarse más siempre y cuando exista una motivación particular de por medio, ellos están dispuestos a dar más si el beneficio es colectivo, presentan poca perseverancia que es naciente de un bajo liderazgo organizacional, la motivación debe ser integral por parte de los superiores, en cual demuestre una integración del capital humano en las decisiones organizacionales, ello bajo una formalidad organizacional que presente una cultura establecida de comunicación liderazgo y gestión que unifique criterios entre empleador y colaboradores en busca de un desarrollo colectivo

### Conclusiones

La investigación se orientó en poder comprender los diferentes modelos de motivación personal y su adaptación a las necesidades específicas de una organización, en la cual, la literatura revisada permitió identificar, cuáles son los pertinentes modelos de motivación personal que pueden ser adaptados a una empresa del contexto comercial como lo es DC La Feria electrodomésticos, considerando la problemática presentada dentro de esta organización, se pudo identificar que los canales de comunicación deben ser mejorados para poder transmitir un mensaje motivacional determinante en el estímulo de cada individuo, que consienta despertar las habilidades de los empleados, impulsando el desarrollo colectivo en busca de los objetivos institucionales.

La investigación efectuada pudo identificar cuáles son los principales modelos de motivación personal y laboral que pueden ser aplicados al capital humano de trabajo en la empresa DC La Feria electrodomésticos, donde el proceso de adaptación se enfoca en originar mayor inclusión en las decisiones organizacionales, brindar espacios que afirmen la iniciativa de los colaboradores en sus actividades diarias, promover la valoración del empleado, que refleje el compromiso mutuo entre empleado y empresa de manera efectiva, para fortalecer su cultura organizacional.

Se puede concluir la investigación que es importante promover la fijación de metas organizacionales y particulares, que represente una motivación laboral, que pueda incluir metas desafiantes a los empleados, que suscite la ambición para así mismo trabajar activamente

para alcanzarlas, ello mediante el establecimiento de objetivos, concentración de logros, que prioricen los esfuerzos para la consecución de los mismos, la implementación de estrategias que provoquen conductas positivas dentro del capital humano de trabajo puede ayudar a las organizaciones a mejorar la satisfacción de los empleados, mejorar el rendimiento y el logro de objetivos corporativos.

Dentro del marco investigativo y desarrollo del presente estudio resulto importante, el conocer los tipos de culturas que se pueden presentar dentro de las organizaciones modernas, bajo descrito antecedente resulta significativo el poder continuar con futuros estudios, que accedan medir el desempeño de los empleados, ya que es una de las limitantes que presenta hoy en día la empresa para posteriormente promover la formalidad organizacional mediante la estructuración de los procesos asignando funciones específicas que permitan tener un dato cuantitativo de la efectividad de los procesos y el cumplimiento de las actividades de cada funcionario.

### Referencias bibliograficas

- Agudelo, B. (2019). Formación del talento humano y la estrategia organizacional en empresas de Colombia. *Entramado*, XV(1), 116-137. Recuperado el 30 de 09 de 2023, de <http://www.scielo.org.co/pdf/entra/v15n1/1900-3803-entra-15-01-116.pdf>
- Andrade, M., Chong, M., & Cobo, E. (2021). Importancia de la motivación en los entornos laborales de las empresas. *Revista-edwardsdeming*, V(2), 101-115. Recuperado el 22 de 07 de 2023, de <https://www.revista-edwardsdeming.com/index.php/es/article/view/83/144>
- Bohorquez, J., & Andrade, M. (2021). Gestión directiva y Clima organizacional, Herramientas motivacionales en la praxis docente. *593 Digital Publisher*, VI(1), 85-95. Recuperado el 16 de 06 de 2023, de <file:///C:/Users/Danny/Downloads/Dialnet-GestionDirectivaYClimaOrganizacional-7897551.pdf>
- Brito, C., Pitre, R., & Cardona, D. (2020). Clima Organizacional y su Influencia en el Desempeño del Personal en una Empresa

- de Servicio. *Información tecnológica*, XXXI(1), 141-148. doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642020000100141>
- Chóez, M., & Vélez, L. (2021). Motivación laboral y su relación con el nivel de compromiso organizacional en las escuelas de conducción. *Polo de conocimiento*, IV(4), 88-107. doi: 10.23857/pc.v6i4.2540
- Delgado, H. B. (2023). Modelo de innovación tecnológica para el desarrollo de ciudades inteligentes en el Cantón Portoviejo. *Revista Científica Arbitrada Multidisciplinaria PENTACIENCIAS*, V(5), 106-120. doi:<https://doi.org/10.59169/pentaciencias.v5i5.724>
- Espinosa , S., & Deroncele, A. (2020). Aportaciones desde la intervención psicosocial educativa al logro de organizaciones laborales saludables. *Didasc@lia: Didáctica y Educación*, XI(4), 187-199. Recuperado el 09 de 03 de 2023, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7798832>
- Flóres, L., & Mora, E. (2019). Análisis del clima y cultura organizacional en el Hospital de Tabío: caso de estudio. *Hojas y Hablas*, I(18), 100-111. Recuperado el 30 de 09 de 2023, de <https://pdfs.semanticscholar.org/c207/f4b38037f43407d21e88095f2d6a664aa5c6.pdf>
- Fonseca, L. (22 de Mayo de 2022). *Venngage*. Obtenido de Venngage.
- Guevara , G., & Verdesoto, A. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Recimundo*, IV(3), 163-173. doi:10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173
- Hernández, A. J. (2019). La Motivación base fundamental en el proceso enseñanza aprendizaje. *Aibi revista de investigación, administración e ingeniería*, VII(2), 57-61. doi:10.15649/2346030X.569
- La Cotera, J. (2021). Cultura organizacional y su relación con la motivación laboral en una entidad pública de Lima-Perú. *Centro sur*, V(1), 44-60. Recuperado el 24 de 09 de 2023, de <https://centrosureditorial.com/index.php/revista/article/view/91/294>
- López, N. (2019). Estrategias para aumentar el compromiso organizacional en el área de ventas de una empresa de la industria cosmética y cuidado personal. *INNOVA Research Journal*, 4(3.1), 184-192. doi:<http://201.159.222.115/index.php/innova/article/view/1087/1594>
- Macías, E. K., & Vanga, M. G. (2021). Clima organizacional y motivación laboral como insumos para planes de mejora institucional. *Revista Venezolana de Gerencia: RVG*, XXVI(94), 548-567. Recuperado el 22 de 07 de 2023, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8890444>
- MARTÍNEZ, C. L., ARELLANO, A., & LAGARDA, E. (2022). CULTURA ORGANIZACIONAL Y COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS RESTAURANTERAS Y HOTELERAS DE SONORA, MÉXICO. *Revista digital FCE-UNLP*, X(19), 1-13. Recuperado el 30 de 09 de 2023, de file:///C:/Users/ASUS%20Vivobook/Downloads/sol\_mogui,+6.+Arag%C3%B3n+14-12.pdf
- Martínez, J. L. (2020). Impacto de factores del desarrollo cultural organizacional, en la rentabilidad empresarial. *Orbis Cognita*, IV(2), 140-157. doi:10.48204/j.orbis.v4n2a8
- Méndez, D. M. (2019). La cultura organizacional, elementos generales, mediaciones e impacto en el desarrollo integral de las instituciones. *Scielo* .
- Pegalajar, M. (2020). Relación entre la motivación académico-personal del estudiante novel en educación y las estrategias de trabajo autónomo. *Formación universitaria*, XIII(5), .257-268. Recuperado el 18 de 07 de 2023, de [https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-50062020000500257&script=sci\\_arttext&tlng=en](https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-50062020000500257&script=sci_arttext&tlng=en)
- Prada, R., Rueda, M., & Ocampo, P. (2020). Clima de trabajo y su relación con la productividad laboral en empresas de tecnología. *Espacios*, XLI(45), 57-75. doi:10.48082/espacios-a20v41n45p06
- Rodas, F. D., & Pacheco, V. G. (2020). Grupos



Focales: Marco de Referencia para su Implementación. *INNOVA Research Journal*, V(3), 182-195. doi:<https://doi.org/10.33890/innova.v5.n3.2020.1401>

- Rodríguez, J. L. (2020). Acciones necesarias para mejorar la relación causa-efecto entre la inversión en prácticas de gestión de recursos humanos y la motivación en la empresa. *Información tecnológica*, XXXI(2), 207-2020. Recuperado el 28 de 09 de 2023, de [https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-07642020000200207&script=sci\\_arttext&tlng=pt](https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-07642020000200207&script=sci_arttext&tlng=pt)
- Ruiz, E. D. (2023). La motivación laboral y su relación con el desempeño laboral. Un estudio de caso. *Ride*, XIII(26), 75-88. Recuperado el 02 de 08 de 2023, de <https://www.ride.org.mx/index.php/RIDE/article/view/1478/4045>
- Simón, B., & Garay, G. (2020). Modelo de gestión de conocimiento para el programa nacional de alimentación escolar Qali Warma. *INVESTIGACIÓN VALDIZANA*, XIV(1), 15-21. Recuperado el 22 de 07 de 2023, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7409390>
- Torres, C. E., & Rodríguez, J. C. (2009). Asuntos teóricos y metodológicos de la cultura organizacional. *Scielo*.
- Ureña, A. M., & Moreno, M. A. (2020). Importancia del talento humano y herramientas tecnologicas en el desarrollo organizacional, para la mejora de la productividad laboral . *Dialnet*.