

DOI: <https://doi.org/10.56712/latam.v4i2.612>

Estrategias que contribuyan a un óptimo ambiente laboral organizacional

Strategies that contribute to an optimal organizational work
environment

Daniel Alberto Aguirre Castillo

daguirre@upsin.edu.mx

Universidad Politécnica de Sinaloa

Mazatlán – México

Artículo recibido: 26 de abril de 2023. Aceptado para publicación: 02 de mayo de 2023.

Conflictos de Interés: Ninguno que declarar.

Resumen

El presente estudio es un ejercicio de ayuda para detectar los distintos ambientes laborales que existen en algunos locales comerciales del mayor centro comercial de la ciudad de Mazatlán, Sinaloa, México y encontrar elementos que sean útiles para desarrollar estrategias que ayuden a motivar a los equipos de trabajo; estos establecimientos son de giro comercial y de servicios. La investigación fue llevada a cabo por un grupo de estudiantes de la Licenciatura en Administración, aplicando encuestas digitales a los colaboradores con la finalidad de generar una base de datos que sea de ayuda a otros dueños de negocios para su conocimiento y aplicación. Las personas encuestadas son hombres y mujeres mayores de edad que trabajan y que requieren ser escuchados con la finalidad de conocer sus necesidades para que de esta forma poder desarrollar estrategias que sean de ayuda y logren satisfacer sus necesidades con la finalidad de motivarlos, así como construir ambientes laborales sanos y positivos que impactan en un mejor rendimiento organizacional. El objetivo es identificar estrategias que contribuyan a un mejor clima laboral; la metodología tiene un enfoque cuantitativo por el manejo de datos estadísticos y experimental aplicado a una muestra de 145 empleados activos seleccionados de manera aleatoria. Los resultados generaron una base de datos de ideas para desarrollar estrategias útiles para motivar al recurso humano, reconociendo su desempeño y generando climas laborales que impactan a la productividad tanto individual como departamental, contribuyendo al alcance de objetivos organizacionales.

Palabras clave: clima laboral, incentivos, motivación, productividad, reconocimiento

Abstract

The present study is an exercise to help detect the different work environments that exist in some commercial premises of the largest shopping center in the city of Mazatlán, Sinaloa, Mexico and find elements that are useful to develop strategies that help motivate sales team; These establishments are commercial and service establishments. The research was carried out by a group of students from the Bachelor of Administration, applying digital surveys to employees in order to generate a database that is helpful to other business owners for their knowledge and application. The people surveyed are men and women of legal age who work and who need to be listened to in order to know their needs so that in this way they can develop strategies that are helpful and meet their needs in order to motivate them, as well as build healthy and positive work environments that impact on better organizational performance. The objective is to identify

strategies that contribute to a better working environment; The methodology has a quantitative approach due to the handling of statistical and experimental data applied to a sample of 145 randomly selected active employees. The results generated a database of ideas to develop useful strategies to motivate human resources, recognizing their performance and generating work environments that impact both individual and departmental productivity, contributing to the achievement of organizational objectives.

Keywords: work environment, incentives, motivation, productivity, recognition

Todo el contenido de LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, publicados en este sitio está disponibles bajo Licencia Creative Commons . 

Como citar: Aguirre Castillo, D. A. (2023). Estrategias que contribuyan a un óptimo ambiente laboral organizacional. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades* 4(2), 303–312. <https://doi.org/10.56712/latam.v4i2.612>

INTRODUCCIÓN

Las empresas se encuentran compuestas por recursos que se requieren para su operación siendo el recurso humano el más importante, por ello se deben de desarrollar estrategias para mantenerlo motivado y por ende generar un buen clima laboral, muchas empresas tienen esta área de oportunidad por ello la razón de ser de esta investigación. Una gran parte de las organizaciones considera que motivar a los trabajadores no es algo relevante, lo consideran como un gasto, una pérdida de tiempo y que no tiene impacto en sus negocios, según Pairó & Prieto (2002), la motivación es un proceso psicológico que se relaciona con el impulso, dirección y persistencia de la conducta, sin embargo, con este trabajo buscamos que el gerente tenga una apertura para desarrollar equipos de trabajo motivados y los beneficios e impactos que se generan en las acciones y comportamientos de los trabajadores.

Hodgetts y Altman (1985) definen al clima laboral como un conjunto de características del lugar de trabajo, percibidas por los individuos que laboran en ese lugar y sirven como fuerza primordial para influir en su conducta de trabajo. La falta de información e ideas para tener un buen clima laboral en las empresas es relevante y no necesariamente implica gastos de recursos económicos, ya que existen otras estrategias que se pueden desarrollar y que impactan de manera positiva al colaborador coadyuvando a mejores resultados individuales y organizacionales.

El incentivo es la promesa de una compensación por realizar cierta acción que desea quien ofrece el incentivo (Laffont y Mortimer, 2002). Una gran cantidad de gerentes y supervisores incentivan a sus equipos con bonos de productividad, sin embargo estos incentivos deben de actualizarse, modificarse o inclusive adaptarse a las necesidades que el trabajador requiere; por ello se realiza esta investigación dando oportunidad a que el trabajador externé su punto de vista el cual debe de ser tomado en cuenta ya que es quien recibirá este beneficio ofrecido por su desempeño laboral; por esta situación nace la hipótesis de esta investigación buscando alternativas que contribuyan a un mejor clima laboral.

Esta investigación tiene los siguientes objetivos:

Objetivo general

- Identificar elementos que contribuyan a desarrollar estrategias que coadyuven a desarrollar climas laborales eficientes y productivos.

Objetivos específicos

- Escuchar a los empleados para detectar sus necesidades y poder desarrollar estrategias que las satisfagan.
- Desarrollar nuevas ideas de motivación y reconocimiento enfocadas a los equipos de trabajo para incentivar su desempeño.
- Dar a conocer una gama de ideas para que los propietarios de negocios conozcan la importancia de contar con equipos colaborativos dentro de climas laborales sanos.

Finalmente, este trabajo dará pauta para que los propietarios de empresas tengan una lluvia de ideas de como poder incentivar a sus equipos de trabajo, conocer la importancia de tener un buen clima laboral, así como reconocer la importancia de escuchar a sus colaboradores, quienes en muchas ocasiones tiene la solución a los problemas y que ayudan a una mejor toma de decisiones.

MÉTODO

La presente investigación fue realizada en locales del giro comercial y de servicios en el centro comercial de La Gran Plaza en la ciudad de Mazatlán, Sinaloa, con el objetivo de escuchar sus experiencias con relación al ambiente laboral donde se desempeñan. Estas empresas son tiendas de autoservicio, zapaterías, dulcerías, cafeterías, joyerías, tiendas de ropa y de regalos, los empleados de estos negocios fueron entrevistados mediante la aplicación de encuestas de satisfacción laboral con base a una serie de preguntas cerradas donde los encuestados externaron su punto de vista; el diseño de estudio es de carácter cuantitativo y explicativo, ya que al dar respuestas a los cuestionamientos planteados se generan información de tipo numérica complementada con opiniones relacionados con las preguntas que se plantean. La metodología cuantitativa de acuerdo con Tamayo (2007), consiste en el contraste de teorías ya existentes a partir de una serie de hipótesis surgidas de la misma, siendo necesario obtener una muestra, ya sea en forma aleatoria o discriminada, pero representativa de una población o fenómeno objeto de estudio. Mientras que Rodríguez Peñuelas (2010), señala que el método cuantitativo se centra en los hechos o causas del fenómeno social, con escaso interés por los estados subjetivos del individuo.

Esta encuesta fue aplicada con la participación de estudiantes de la Licenciatura en Administración y Gestión Empresarial de la Universidad Politécnica de Sinaloa; Según García Fernando (1993) una encuesta es un instrumento de investigación aplicada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación, con el fin de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población.

El lugar de la investigación fue en el centro comercial "Gran Plaza" de la ciudad, ya que cuenta con una amplia variedad de negocios dando la oportunidad de encuestar a los empleados concentrando diversos puntos de vista que serán de ayuda para enriquecer esta investigación. Participaron 29 alumnos en esa investigación donde cada uno de ellos aplicó cinco encuestas a los trabajadores de estos establecimientos, dando una muestra fue de 145 encuestas aplicadas mediante dispositivos móviles y celulares; cada encuesta estaba conformada por ocho ítems; posteriormente se realizó el análisis e interpretación de la información

Para el alcance de la investigación se llevó a cabo con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, el muestreo fue aleatorio donde cada alumno contactaba a empleados de empresas. Durante el proceso existieron algunas limitantes como la no autorización de encuestar a los empleados durante su jornada laboral teniendo que esperar en algunos casos a que nos dieran parte de su tiempo en horas de comida o en la salida. Los estudiantes que participaron en el proyecto fueron los responsables de dar una explicación acerca de la forma de responder el instrumento, leyendo las instrucciones de una manera clara y sencilla, preguntando si se tenía alguna duda para proceder a contestar el instrumento capturando la información; para cerrar el proceso, cada estudiante fue responsable de subir a una carpeta en *Google Drive* el archivo generado con la información para proceder a su interpretación empleando *Excel* y *Word* para presentar los resultados del estudio.

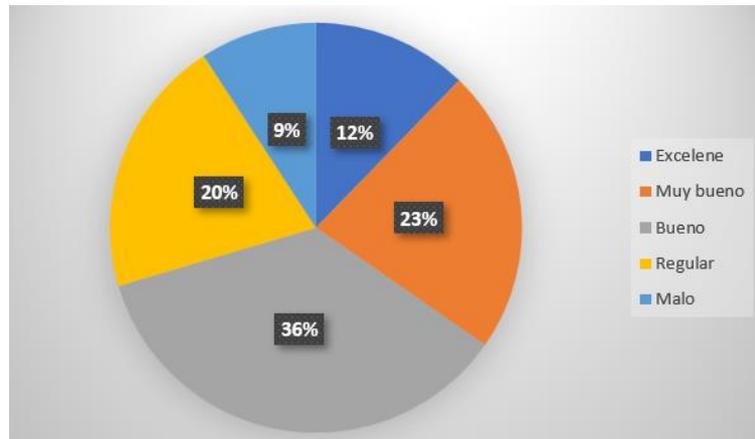
RESULTADOS

A continuación, se detalla el listado de preguntas aplicadas a los encuestados, así como su respectiva interpretación de información a trabajadores de distintos negocios ubicados en el centro comercial de La Gran Plaza en la ciudad de Mazatlán, Sinaloa. El total de la muestra es de 145 encuestas aplicadas que representan el gran total del 100% graficado en los siguientes cuestionamientos.

Figura 1

Gráfica de medición del clima laboral

¿Cómo considera que es el clima laboral en la empresa donde labora?



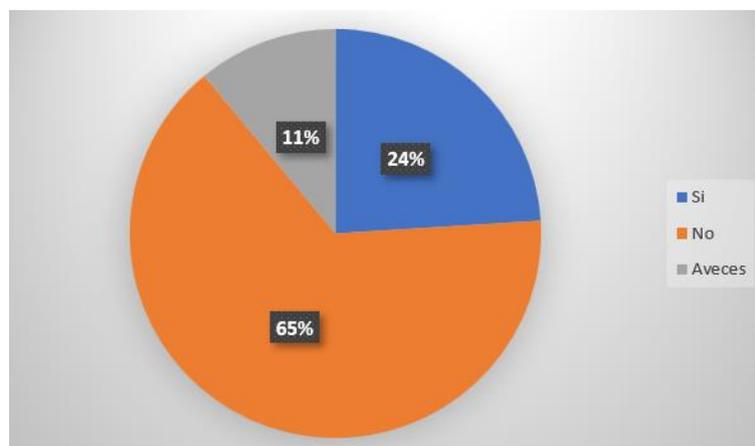
Fuente: Autoría propia.

Interpretación: La mayor parte de los encuestados consideran que el clima laboral del lugar donde trabajan está por encima de bueno, lo cual es una buena señal para que el trabajador se desempeñe de mejor manera, acorde a la figura 1, un 12% de las personas encuestadas consideran que el ambiente es excelente, mientras que el 9% consideran que es malo sobre todo por cuestiones de malas relación con superiores, no son escuchados e incluso algunos son mal tratados.

Figura 2

Gráfica de medición de motivación por parte de superiores

¿Se siente motivado por su jefe o supervisor?



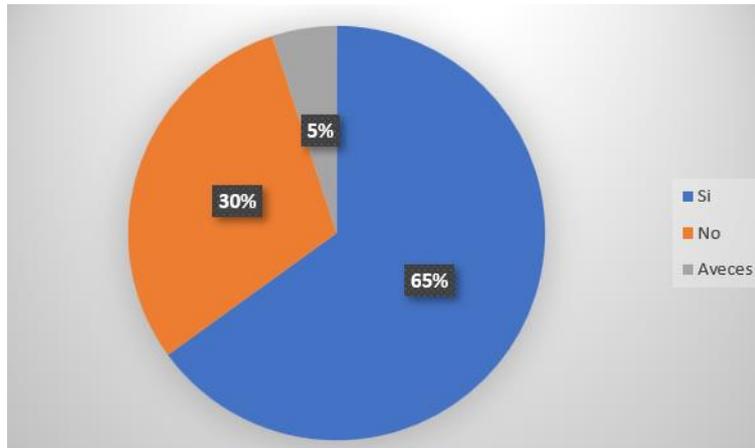
Fuente: Autoría propia.

Interpretación: La figura 2 nos refleja la necesidad de motivación a los equipos de trabajo por parte de los supervisores, sienten que su esfuerzo y dedicación no es reconocida, siendo una acción muy importante para tener equipos de trabajo sólidos y fuertes; por otra parte, el 11% manifiesta que el reconocimiento no es constante y solo se da en algunas ocasiones, lo cual hace que pierda un cierto grado de credibilidad.

Figura 3

Gráfica de medición acerca de bonos o incentivos

¿Existen bonos o incentivos en su trabajo que le motiven a obtener mejores resultados?



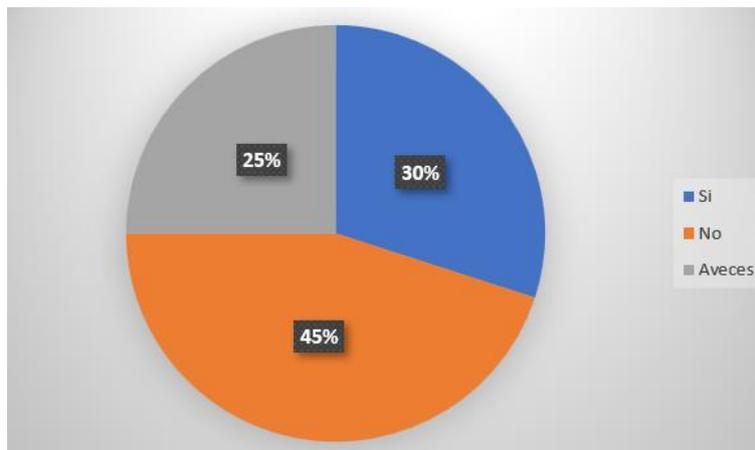
Fuente: Autoría propia.

Interpretación: El 65% de los encuestados comentan que si reciben estímulos para hacer mejor su trabajo, como se observa en la gráfica 3, una buena parte es motivado pero manifiestan que en ocasiones los estímulos no son logrables o no son lo suficientemente motivadores para el grado de esfuerzo invertido, sugieren que deben de actualizarse y que cubran las necesidades que se tienen; el resto de los encuestados no reciben incentivos, solo su sueldo y prestaciones llevando a equipos de trabajo desmotivados y por ende de bajo rendimiento.

Figura 4

Gráfica de medición de reconocimiento

¿Es reconocido su desempeño por sus superiores?



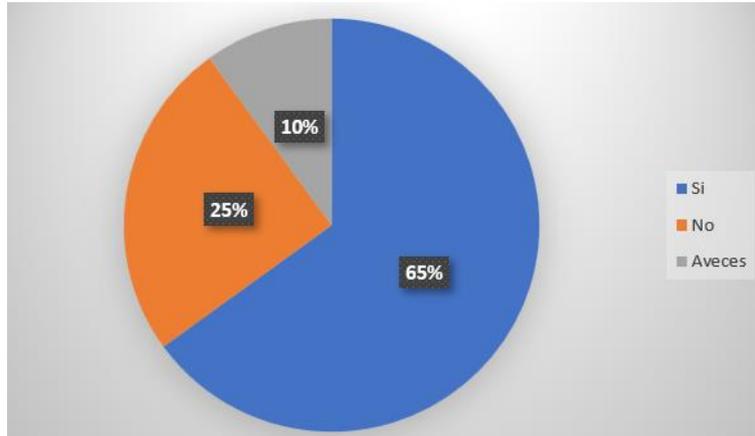
Fuente: Autoría propia.

Interpretación: La figura 4 nos dice que solo 3 de cada 10 encuestados son reconocidos por sus superiores teniendo un amplio margen de oportunidad para reforzar esta estrategia, el resto comentan que, si son incentivados mediante bonos de productividad, pero no son reconocidos ante el resto del equipo por el esfuerzo realizado perdiendo valor el incentivo obtenido; el empleado necesita no solo ser recompensado sino señalado de manera positiva ante los demás por el cumplimiento de metas.

Figura 5

Gráfica de medición de satisfacción por el incentivo obtenido

Cuando su trabajo es reconocido, ¿se siente satisfecho con el incentivo que obtuvo?



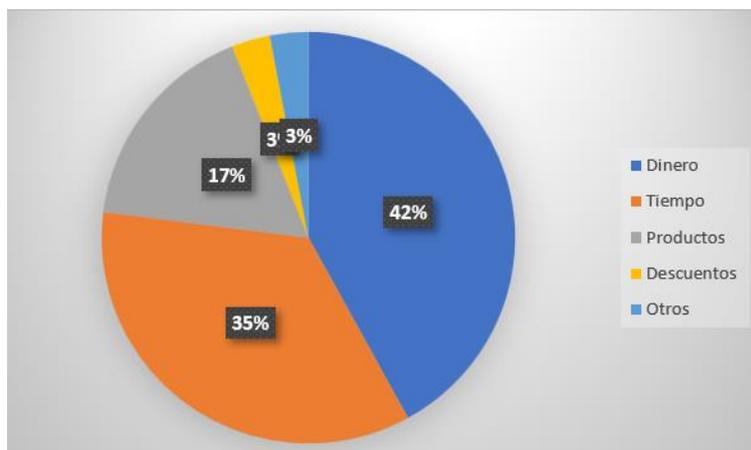
Fuente: Autoría propia.

Interpretación: Acorde a la información de la figura 5, el 65% de los encuestados se siente satisfecho con el incentivo que reciben por su desempeño, mientras que el 25% considera que los incentivos deben ser superiores a los que actualmente se les ofrecen. Esta información nos da un indicio de la importancia de los incentivos para que el personal se encuentre motivado y esto nos ayude a generar un buen clima laboral.

Figura 6

Gráfica de medición acerca de los tipos de incentivos

¿De qué manera le gustaría que la empresa incentive su desempeño?



Fuente: Autoría propia.

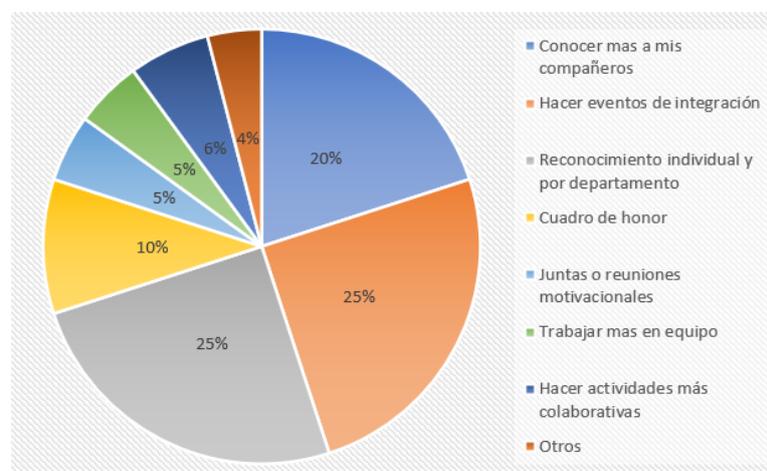
Interpretación: Con relación al tipo de incentivos que se les ofrece a los empleados, la mayor parte está relacionado con bonos de productividad, siendo una cantidad de dinero extra al sueldo que perciben; otro factor es el tiempo ya que el empleado se ve beneficiado con un descanso extra, o en algunos casos ellos seleccionan el día de descanso que desean, en otros casos los dejan salir más temprano o solo trabajan media jornada; con relación al incentivo de los productos consiste en que adquieran ciertos productos que sus establecimientos ofrecen de

manera gratuita; el resto corresponde al 3% en descuentos aplicados a los productos que deseen adquirir y el otro 3% con otros reconocimientos como colocarlos en el cuadro de honor, diplomas o reconocimientos frente al resto del equipo de trabajo.

Figura 7

Gráfica de alternativas para mejorar el clima laboral

¿Qué considera que hace falta en la empresa para fomentar un mejor clima laboral?



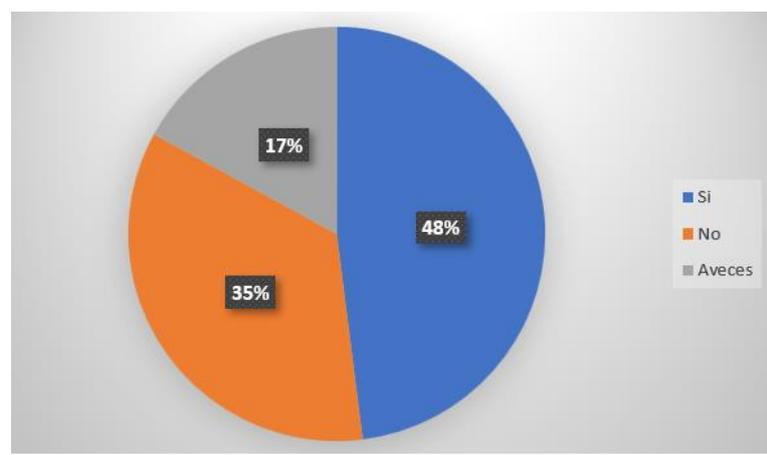
Fuente: Autoría propia.

Interpretación: En la figura 7 se nos ofrece una lluvia de ideas de estrategias que son de ayuda para fomentar un buen clima laboral siendo las más empleadas como actividades para conocer mejor a sus compañeros, elaborar eventos de integración como festejo de cumpleaños o alguna festividad como día de las madres, del niño o posadas decembrinas, así como el reconocimiento a los empleados ya sea de forma individual o en alguna reunión frente al resto de sus compañeros. Estas estrategias fueron las más mencionadas por los encuestados y consideran que sí contribuyen a que haya un mejor ambiente de trabajo entre todos los colaboradores.

Figura 8

Gráfica de medición de satisfacción por los incentivos obtenidos

Cuando sus compañeros son incentivados, ¿se sienten satisfechos con el incentivo adquirido?



Fuente: Autoría propia.

Interpretación: Casi la mitad de los encuestados mostró satisfacción ante los incentivos recibidos, ellos consideran que es muy importante ser reconocidos y premiados por su esfuerzo, mientras que un 35% expresó que no se encuentra satisfecho con lo que recibe considerando que es insuficiente lo percibido para el esfuerzo demostrado.

DISCUSIÓN

Al realizar en análisis de esta información nos abre un panorama mucho más amplio de la importancia del reconocimiento de los trabajadores en sus centros de trabajo; en muchos casos por la operación del negocio se olvida o no se le da importancia generar estrategias que motiven al trabajador. Es importante tener en cuenta que el recurso humano con el que cuentan las empresas es el más importante por ello la relevancia de tenerlo motivado, de formular estrategias que coadyuven a un buen clima laboral, el cual va a contribuir a una mejor rentabilidad de nuestra empresa.

Los encargados de las empresas deben de ser creativos para fomentar estrategias que motiven a los equipos de trabajo, en muchas ocasiones se establecen metas alcanzables y una vez logradas se le otorga al empleado un bono extra a su sueldo, sin embargo, existen múltiples formas para generar el mismo efecto, siendo uno de ellos el tiempo. Este elemento puede ser utilizado y potencializado en los equipos de trabajo, sabemos que todas las empresas tienen contextos distintos pero un empleado que obtenga un día de descanso extra, salir antes de tiempo de su jornada laboral, obtener su día de cumpleaños como descanso, etc. Sin duda impactan de manera positiva en el desempeño del colaborador.

El reconocimiento también es otra arma poderosa que contribuye al logro de objetivos, todos necesitamos ser reconocidos y existen muchas formas de aplicarlo, desde un diploma entregado ante los demás cómo colocar fotografías en un cuadro de honor, otorgar un pin o un gafete que indique que eres el mejor empleado del mes son ejemplos de cómo el trabajador se motivará al ser reconocido ante los demás.

Llevar a cabo esta investigación fue muy interesante, ya que se obtuvo información relevante y que es de mucha ayuda para otros, la labor al aplicar encuestas no fue fácil ya que los encuestadores se enfrentaron a ciertas limitaciones como no permitir aplicar encuestas a los empleados durante la jornada laboral, desconfianza de algunos por contestar y en algunos casos tener que esperar a los encuestados a su hora de comida o de salida para aplicar el instrumento. Sin embargo, la experiencia en términos generales fue muy grata y exitosa alcanzando el objetivo de obtener una amplia información y conocer las formas de incentivos que tienen las empresas a sus empleados, así como la percepción por parte de los trabajadores a estas estrategias.

REFERENCIAS

Álvarez, H. (1995). Profesor Universidad del Valle. Modelo Hacia un Clima Organizacional Plenamente Gratificante.

Brunet, Luc, (1999) El Clima de Trabajo en las Organizaciones, Definiciones, Diagnósticos y Consecuencias. Editorial Trillas, México.

Chiavenato, Idalberto, (1996) Administración de Recursos Humanos. Editorial Mc Graw Hill, Tercera Edición, México.

Davis, Kaith, (1991) Comportamiento Humano en el Trabajo: Comportamiento Organizaciones. Mc Graw Hill, Tercera Edición, México.

Dessler, Gary (1996) Administración Personal. Editorial Prentice Hall. Sexta Edición, México.

Franklin, Benjamín, (2002) Organización y Métodos, un enfoque competitivo. Editorial Mc Graw Hill, México.

Goncalvez, Alexis (2000). Fundamentos del Clima Organizacional. Sociedad Latinoamericana para la calidad (SLC).

Guizar M, Rafael, (1998) Desarrollo Organizacional, Editorial Mc Graw Hill, Primera Edición, México.

Mendoza, Ricardo (2004) Constitución de la República de El Salvador,

Reyes, Alejandro, Velásquez, José Ángel, (1997) El Cambio Organizacional.

Robbins, Stephen. (1999), Comportamiento Organizacional, 8ª edición, Editorial Prentice Hall, México.