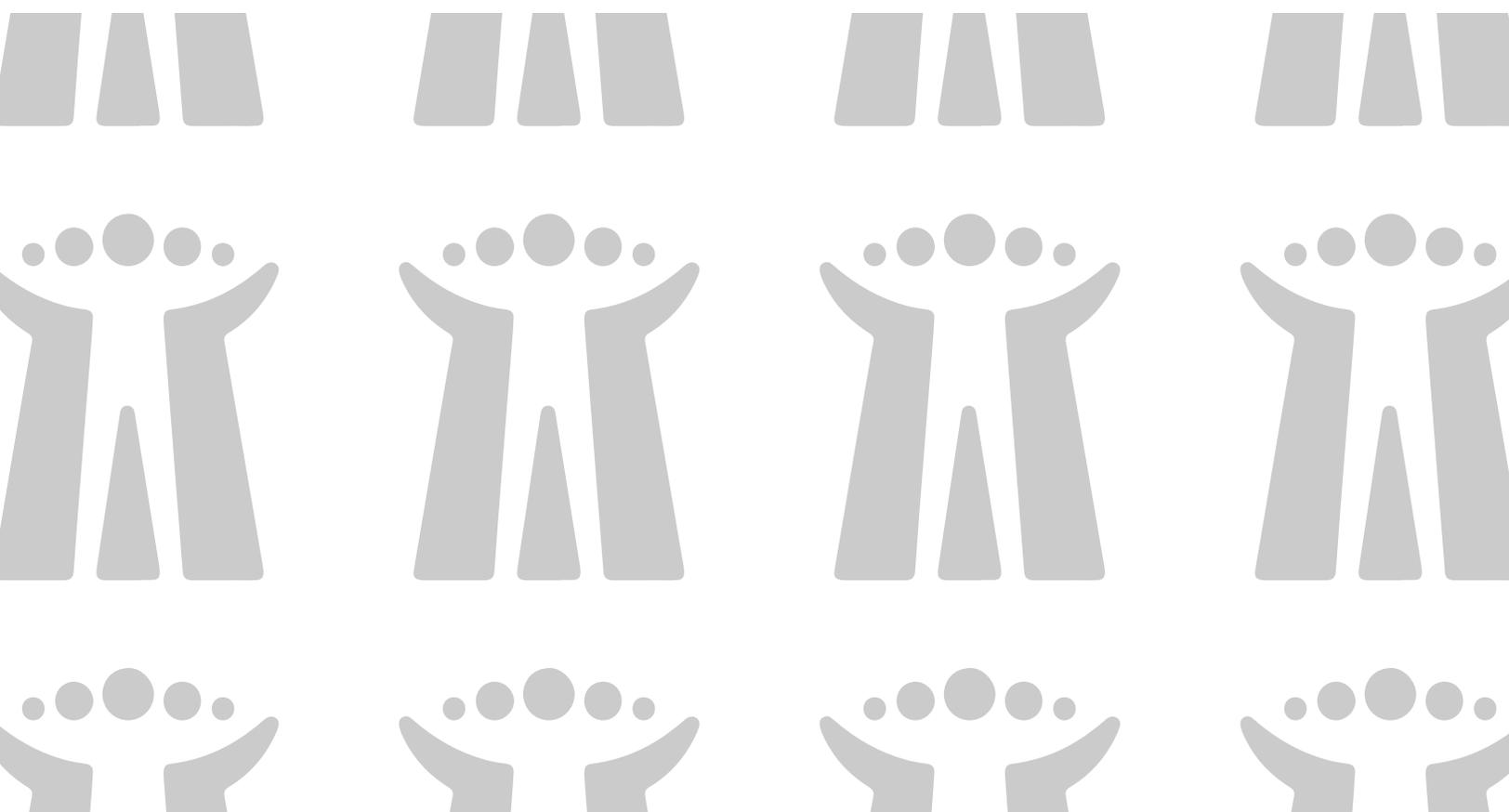




**La motivación en los colaboradores
de las micro empresas. Caso:
CIBERCAFÉ**



La motivación en los colaboradores de las micro empresas. Caso: CIBERCAFÉ

Investigadores¹

*Mtro. José Angel Arreola Enríquez
José G. Vargas-Hernández, M.B.A., Ph. D.*

Resumen

La motivación en los colaboradores es una parte importante en las micro empresas dedicadas al servicio de renta de computadoras para internet, por lo tanto, se genera un proyecto donde se pretende conocer los niveles de motivación de los colaboradores que laboran en un Cibercafé, desarrollado los elementos que componen la pirámide de Maslow, por medio de la aplicación de un instrumento, basado en los resultados de la encuesta se generan propuestas para el mejoramiento de la motivación laboral en la microempresa antes mencionada.

Palabra clave:

Motivación, pirámide de Maslow, cibercafés, micro empresas.

Abstract

The motivation in the collaborators is an important part in the micro enterprises dedicated to the service of the rent of computers for the Internet, therefore, it generates a project where it is tried to know the levels of motivation of the collaborators who work in a Cibercafé, Developed the elements that make up the pyramid of Maslow, through the application of an instrument, based on the results of the survey generate proposals for the improvement of labor motivation in the aforementioned micro-enterprise.

Keywords

Motivation, Maslow pyramid, cybercafes, micro enterprises

¹Arreola, J. Doctor en Ciencias Administrativas. Profesor e investigador del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad de Guadalajara, México.
Correo electrónico: angel.arreola@academicos.udg.mx

Vargas, J. Doctor en Economía y Administración Pública. Profesor-Investigador del Departamento de Administración del Centro Universitario de Ciencias Económicas Administrativas de la Universidad de Guadalajara, México.
Correo electrónico: jvargas2006@gmail.com

Recibido: 14 de junio del 2016
Aceptado: 28 de julio del 2016

1. Introducción

Algunas de las empresas en México, la creación inicia como una micro empresa, basada según la estratificación mencionada en el reporte de INEGI del 2009, por el número de trabajadores (menos de 10 personas), por lo tanto, este tamaño de empresas es reducido, aunado a que algunas de las mismas, son empresas familiares. Por lo tanto, la administración de este tipo de empresas se enfrenta a retos cada vez más complejos, como es el caso de algunos elementos del clima laboral, como es la motivación.

Para este tipo de negocios, los conceptos teóricos sobre la administración pueden ser escasos para ser aplicados, es decir, operan la gran mayoría basados en conocimientos empíricos generados por la experiencia, la cual, el aprendizaje basado en prueba y error los vuelve vulnerables en varios problemas de la empresa como son, la rotación del personal por la falta de motivación y como consecuencia baja satisfacción laboral. Lo anterior, es un detonante para la toma de decisiones de los administradores y buscar estrategias que contrarresten los problemas sobre motivación laboral.

Cabe señalar que este problema se dimensiona con mayor claridad cuando el empresario detecta una merma en su utilidad, baja productividad en los colaboradores y cuando el cliente manifiesta su inconformidad por una atención deficiente, entre otros.

Existen teorías enfocadas al estudio de la motivación, las cuales determinan los factores o elementos que explican el comportamiento de las personas hacia los elementos que los motivan a realizar alguna actividad, tanto en la situación particular así como en el ámbito laboral. En este estudio se toma como base la pirámide de Maslow, para

tener un acercamiento hacia el tema de la motivación en los micros negocios como lo es los cibercafé, donde su giro es a la renta de sistemas de cómputo e internet. En el caso de las necesidades de seguridad de Maslow , no aplicada este apartado de la encuesta, debido a que no se encuentran elementos para evaluarla, por lo tanto, los resultados serían sesgados.

2. Antecedentes del problema y marco contextual

La evolución de la tecnología de la información y comunicación (TIC) basada en el internet ha demandado esquemas de negocios que brinden servicios de renta de computadoras con internet para que las personas realicen actividades específicas como las relaciones sociales y el intercambio de información a nivel global, donde las ciudades hay sido influenciadas por factores económicos que operan a grandes distancias (Giddens, 2000, 2007).

Para los usuarios el tener una conexión a internet en un espacio donde se puede arrendar los equipos de cómputo para acceder al mundo del internet, les es atractivo porque no tienen la necesidad de adquirir un equipo fuera del su presupuesto, bajo es contexto se puede decir que los cibercafé son de costos accesibles para los usuarios (Finquelirvich, 2002). Aunado a la accesibilidad en el internet para los usuarios, la proliferación de los cibercafé va ligado a la falta de acceso a internet o computadoras en los hogares (Fischer, 1984).

Los negocios establecidos como cibercafé eran lugares en los que las personas jóvenes migraban a una nueva etapa digital, donde la combinación de elementos en su entorno como son: económicos, culturales, sociales

y espaciales para situarlos en un ambiente presencial y virtual (Moscovici and Miles Hewstone, 1984).

Según Becerra (2011) entre los primeros antecedentes de los cibercafés en México se encuentra una publicación que se titula ¿Ahora el café se toma in internet? Del el Colegio de Sonora publicado por Castro Luque y colaboradores. En el 2006 la Universidad Autónoma de México (UNAM), llevo a cabo otro estudio que se llamó "Acceso público a internet: Los cibercafés en México", orientado a los clientes de estos negocios con características como centros culturales-educativos para las nuevas sociedades. Además en apoyado por otro estudio desarrollado por Rueda en el 2004, donde hace hincapié en la tecnología como herramienta para la resolución de problemas, enfocados en los cibercafé.

En Guadalajara los datos que se tienen sobre la creación del primer cibercafé fueron en el año de 1997 ubicado en la zona olímpica, donde la conexión a internet era precarias y sin apoyos públicos.

Para contextualizar la expansión de la tecnología es conveniente explorar los efectos territoriales y sociales correspondientes a los espacios comerciales de las ciudades, en este caso, los cibercafés manifiestan la influencia de la globalización y la interacción de los individuos por medio de la tecnología en cuestión de la comunicación (García, 2008).

3. Delimitación del problema

La motivación es un tema muy amplio, aun cuando se pretenda acotar sobre aspectos empresariales, existen varias teorías y modelos que quizá no sean aplicados a todas las empresas o industrias por varios motivos;

desde, culturales, tamaño de la empresa, perfil de los colaboradores y administradores, clientes, proveedores, entre otros. En este caso las micro empresas nace como una necesidad por obtener un recurso de manera quizá más rápida, y esto las sitúa en una posición complicada en cuestiones administrativas y manejo de personal.

Por lo regular las micro empresas nacen sin una estructura, la cual se va construyendo conforme pasa el tiempo y las decisiones se basan en algunos casos en conocimientos empíricos. Aunado a lo anterior, el manejo del personal y el proceso de motivación del mismo, es sumamente complejo. Sin embargo, los micro negocios existen y luchan día a día por mantenerse y crecer con los medios disponibles. Por ende los cibercafés están dentro de los conceptos antes descritos, para ello, en este trabajo se caracteriza como estudio de caso de un cibercafé con 7 colaboradores, tratando de indagar la motivación en los colaboradores tomando como referencia la pirámide de Maslow.

4. Justificación

Uno de los problemas que enfrentan las microempresas de servicios es la falta de un estudio que les ayude a determinar el nivel de motivación laboral con el que cuentan sus colaboradores en su empresa, y con ello, conocer la problemática a la que se enfrentan y crear estrategias que les ayuden a mejorar el clima laboral y como consecuencia crear un impacto positivo en la utilidad.

Los cibercafés son empresas que en su mayoría no son de gran tamaño, sin embargo tiene relevancia en cuestión de la tecnología en las comunicaciones teniendo como base el internet, y por otro lado la accesibilidad y disponibilidad para todas las personas independientemente los conocimientos

o condiciones de los individuos acerca del manejo de las tecnologías (Toudert & Buzai, 2004). Además es el impacto social con efectos de mejora en la calidad de vida de las personas dentro de un entorno que contiene un grupo de servicios como son: las redes, software, entre otros dispositivos (Ibáñez, 1998).

En los tiempos actuales los retos que presenta la sociedad en red son derivados de la evolución en las tecnologías en los medios de información y comunicación, considerados como elementos importantes en las organizaciones modernas como son los cibercafés (Castells, 2002).

En cuestión de los colaboradores de los cibercafés Becerra (2011) sostiene en su libro "Los cyber en Guadalajara" por lo regular son familiares, donde la capacitación de los mismos es básicamente bajo conocimientos básicos sobre el desempeño de las actividades, a diferencia de los dueños que por lo regular son personas con conocimientos de TIC (Tecnologías de la Información y Comunicación) y profesionistas, donde su objetivo es hacer una inversión en un negocio que sea afín a su formación académica, sin embargo, la administración del negocio se tornó complicada, entre ello, el manejo del personal que labora en los cibercafés y esto mismo se aprende bajo la experiencia, donde la motivación de los colaboradores es parte importante de los negocios.

5. Supuesto

La motivación en los colaboradores de las microempresas dedicadas a la renta de equipo de cómputo e internet, es afectada de manera negativa por la falta de compensaciones económicas de acuerdo a las actividades que se realizan.

6. Objetivo

Evaluar las necesidades de la pirámide de Maslow en los colaboradores en la microempresas de servicios de renta de computadoras e internet.

7. Marco teórico (teorías y estudios en México)

Las compañías han ido cambiando con el paso del tiempo, así como una evidente evolución en sus procesos como el factor del capital humano, el cual se relaciona con el uso de las tecnologías para eficientar la producción, por lo tanto, la administración del capital humano para Chiavenato (2002) y es parte fundamental de cualquier organización, es donde converge las herramientas, procedimientos y las personas, donde la evolución de las organizaciones se expresa como el trabajador es reemplazable de la maquina debido a la capacidad evolutiva basada la posibilidad de aumentar sus habilidades (Ackof, 1997).

Para Munch (2005:4) define el capital humano como "el valor de las habilidades, capacidades, experiencias y conocimientos de las personas que integran una organización" y descrito en Edvisson y Mollone (1999:66) el concepto como "incluye las capacidades individuales, los conocimientos, las destrezas y las experiencias de los empleados y directivos de la organización" y para Malgioglio et al. (2001:352) "el conjunto de recursos inmateriales que poseen los miembros pertenecientes a una organización" por lo tanto, las capacidades y habilidades de las personas se pueden potencializar con herramientas que impulsen el desempeño y con ello, generar factores que incentiven la motivación de los individuos en las organizaciones.

La gestión del capital de trabajo requiere una inversión de recursos monetarios y de tiempo que permita a los colaboradores capacitarse para la adquisición de conocimientos y desarrollo de las habilidades para el desempeño eficiente de sus actividades actuales (Wayne, Wayne, Noe, y Premeaux 1997:230).

La motivación en las personas es parte determinante para la ejecución de las actividades dentro de las organizaciones, entre las herramientas que se han empleado para analizar la motivación es la pirámide de Maslow (Quintero, 2011, p. 01), en la cual se mencionan una jerarquía de cinco necesidades que son: fisiológicas, seguridad, asociación o aceptación, estimación y autorrealización (Robbins, 1998, p. 169).

Con respecto a las necesidades fisiológicas según Maslow, son las básicas para las personas y hacen referencia a la vida humana que están relacionadas con la preservación de la vida, como son: el agua, comida, calor, abrigo y sueño. Es decir, sin alguna de las antes mencionada no existiría el ser humano o a falta de alguna de las mencionadas en el trayecto de la vida iría en decadencia o la desaparición (Koontz, & Weihrich, 2007, p. 501).

La seguridad es otra de las necesidades mencionadas en las pirámide de Maslow, la cual tiene relación con las emociones, que consiste en supuestos donde se manifiestan temores por la pérdida de su empleo o que pueda tener problemas de salud, ausencia de la comida, vestido o tener la certeza de tener un hogar donde vivir. Por otro lado, la necesidad de asociación o aceptación para Maslow (1943), cuando las necesidades fisiológicas y de seguridad se pasaría al nivel de la aceptación, donde el afecto o el sentir de pertenecer a algún grupo de personas donde se manifieste la amistad.

Así mismo, las necesidades de estimación en las personas se manifiestan en que la sociedad reconozca sus logros, aunado a un sentido de libertad y ser respetadas dentro de la misma. Y por último las necesidades de autorrealización, donde se enfoca más a lo individual basado en su potencial para realzar algo que a las personas les agrade (Maslow, 1943, p. 375).

Las necesidades antes mencionadas no fueron todas las que Maslow determino con respecto a la motivación, existen otras que son más específicas a grupos de personas numerosas como son: necesidades estéticas, donde menciona la belleza exterior, necesidades cognitivas que radican en el deseo de conocer y explorar sobre el intelecto y las necesidades de la auto trascendencia, esto va más allá del yo, donde se enfoca más al servicio a otras persona, ideal o causa (Quintero, 2011).

La motivación es algo que ínsita a la creación de cosas y da impulso a los movimientos como un motor para influir en las actividades de las personas (Carrillo, Padilla, Rosero, & Villagómez 2009, p. 21), así como también la motivación proporciona dirección y preservación de la conducta del individuo debido en parte a para el desarrollo de nuevos proyectos (Naranjo, 2009, p 154). Por otro lado Santock (2002), define la motivación como conjunto de elementos que impulsan a las personas a realizar actividades bajo un esquema estructurado, dicho comportamiento contiene una gama muy alta de exigencias para poder llegar a las metas.

A. Necesidades de Henry Murray

Las necesidades humanas aun cuando han sido jerarquizadas o muy generalizadas es difícil llegar a un consenso sobre la cuantificación de las mismas, por ejemplo para Henry Murray, determino 20 necesidades humanas entre las cuales se encuentran las psicogenéticas

y vicerogenéticas, en las que se incluyen la comida, agua y oxígeno. Además entre otras necesidades de Murray se encuentra el abatimiento, agresión, oposición, el juego, el rechazo, sexo sensibilidad, entre otros (Bourne, 1976, pp. 171- 172).

Teoría de ERG Aldefer

Para Alderfer en su teoría, se encuentran algunas similitudes con las necesidades de Maslow, sin embargo Alderfer las separa y solo forma tres bloques a diferencia de Maslow, los cuales son: necesidades de existencia que contiene las fisiológicas y de seguridad de la pirámide de Maslow, las necesidades de relacionarse descritas como las de asociación y necesidades de crecimientos que incluye las necesidades de autorrealización y estimación enfocadas al desarrollo personal, competitividad y competencia (Naranjo, 2009, p. 158).

La motivación en las ciencias administrativas recae en dos elementos esenciales, que son elementos insatisfactorias, es decir que van en contra de todo aquello que genere una motivación positiva, en cambio los factores que estén a favor de la motivación, son generadores de crecimiento y como consecuencia produce alta satisfacción, como son los logros, el reconocimiento (Koontz & Weihrich, 2007, p. 503).

En la teoría de la expectativa fue desarrollada por Victor Vroom, donde se da a conocer la motivación en las personas para realizar alguna actividad basado en determinado valor que se asigna al termina de sus labores, mismo que va de la mano con la confianza depositada contribuyendo al saldar su esfuerzo realizado (García, 2008).

Por consiguiente la teoría de la equidad con respecto a la motivación hace referencia que las aportaciones individuales que en conjunto

con otras aportaciones generan un mismo beneficio, la diferencia del beneficio va de acuerdo a la actividad, sin embargo busca que todos reciban una recompensa por la labor a desempeñar (Robbins, 1998, p. 183).

Entre las necesidades representativas para McClelland en su teoría, se refiere al poder como una necesidad, la cual consiste en influir en las demás personas para un determinado fin. La necesidad del logro se relaciona con el hecho de sobresalir en grupo de personas por encima de los estándares que hasta ese momento se tengan. Por último la necesidad de afiliación, que es el pertenecer o relacionarse con un grupo de personas por medio de la amistad (McClelland & Burnham 1976, p. 103).

8. Metodología

En la mico empresa dedicada a la renta de sistemas de cómputo e internet conocidos comercialmente como cibercafés se aplica un cuestionario elaborado en la escala de Likert para diagnostica la motivación y satisfacción laboral partiendo de la pirámide de Maslow, donde surgen las siguientes dimensiones:

- a) Fisiológicas
- b) Seguridad
- c) Social
- d) Estima
- e) Autorrealización.

Con una muestra de 7 colaboradores, que laboran en la empresa antes mencionada, se aplicó dicho cuestionario a través de formularios de Google.

9. Análisis

Para analizar los resultados de los estudios basados en la encuesta realizada al personal

que labora en el cibercafé se encontraron los siguientes resultados, dando como evidencia la importancia de la motivación en los colaboradores para que desempeñen sus actividades de manera adecuada.

En las gráficas que se presentan a continuación se describe el contenido de las mismas; correspondiente al eje de las Y (vertical), se le da un número de 0 al 7 debido al número de colaboradores, en este caso, las coincidencias entre número de trabajadores y las opciones de respuesta, no superó más de 5. En el eje de las X (horizontal) se encuentran los rangos para

medir el grado de coincidencia con la pregunta, los cuales son: 1- Totalmente en desacuerdo, 2- En desacuerdo, 3- Indiferente, 4 De acuerdo y por último que es el 5- Totalmente de acuerdo. Por lo tanto la intersección entre los dos ejes, da como resultado el número de colaboradores que comparten la misma opinión con respecto a cada pregunta.

Necesidades fisiológicas. Correspondiente a este apartado se realizan cuatro preguntas, en las cuales se presentan los siguientes resultados de manera gráfica.

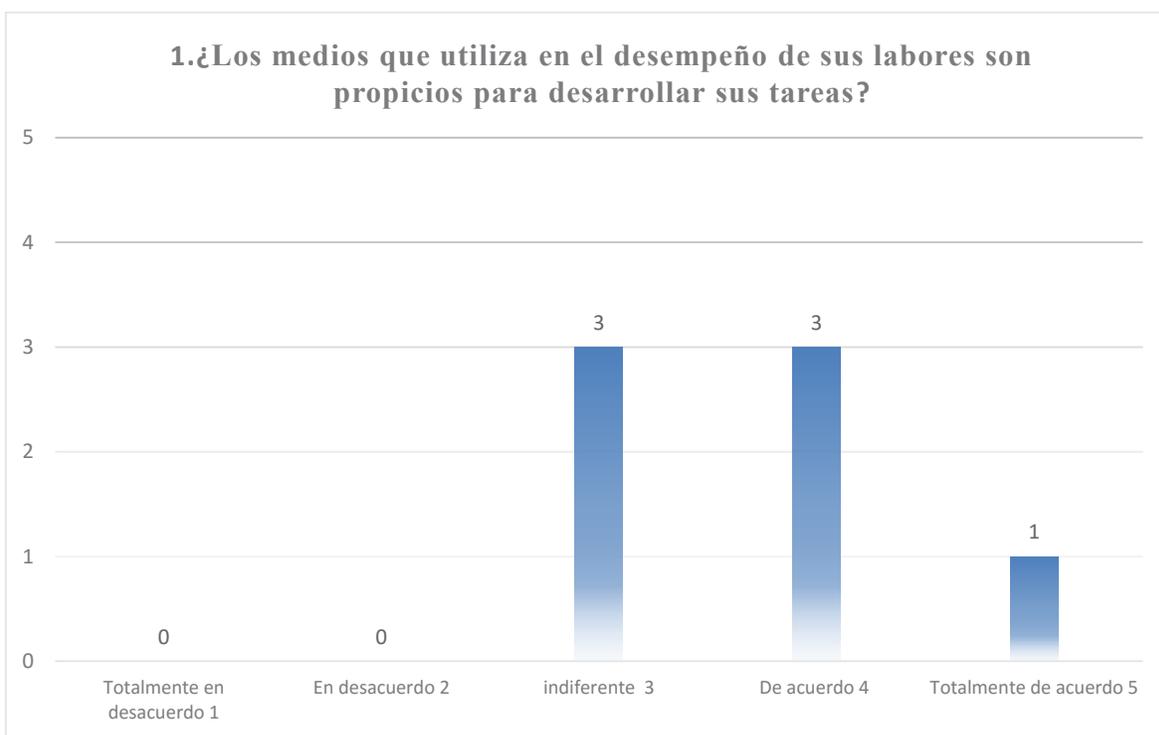


Grafico 1: Medios de desempeño de labores
Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta realizada (2016)

En la pregunta número uno, se evalúa el cómo los colaboradores califican las herramientas que utilizan para poder desempeñar actividad de acuerdo con los requerimientos de sus actividades, que pueden ser como artículo de papelería, controles de tiempo, entre otros. Los resultados obtenidos manifiestan que

de los siete colaboradores encuestados tres están de acuerdo con la pregunta, otras tres personas les es indiferente las herramientas que utilizan para sus labores y por último solo un colaborador está totalmente de acuerdo con las herramientas que utiliza según el contenido de la pregunta. Solo una

persona contesto en estar de totalmente de acuerdo en las herramientas proporcionadas por el micro negocio. Habrá que poner énfasis en las personas que contestaron que les es

indiferente, es posible que no tengan definido el uso de las herramientas o no conozcan el potencial de las mismas.

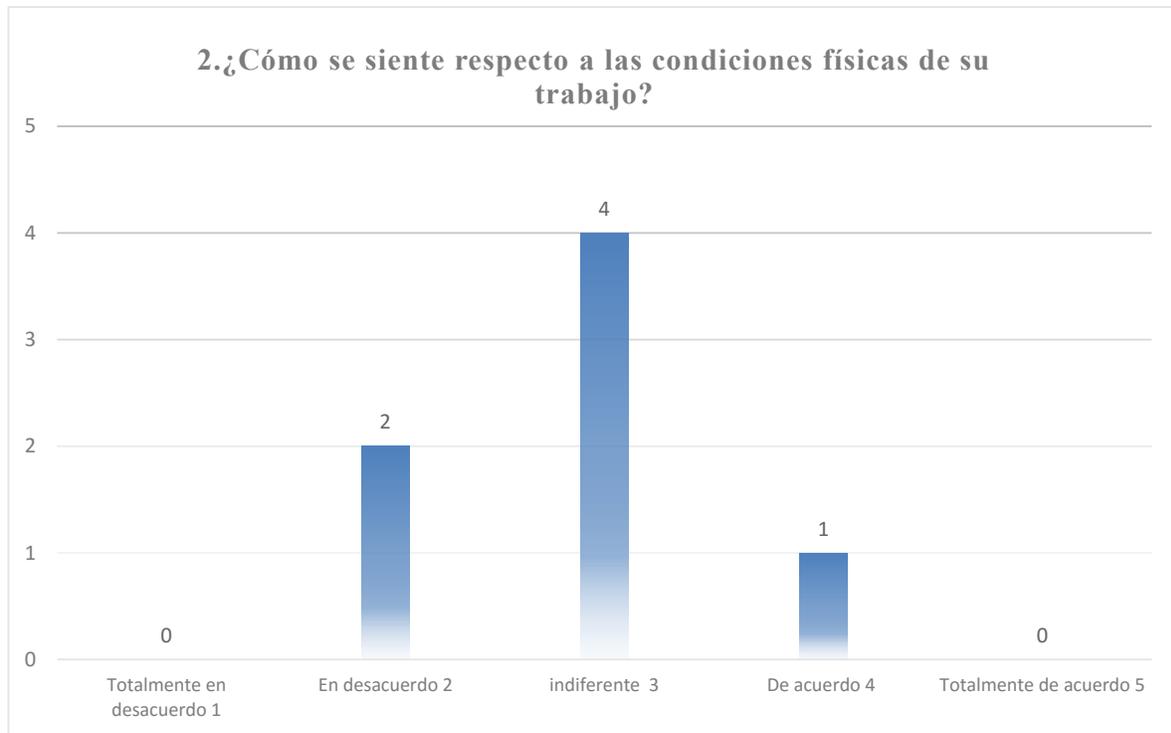


Grafico 2. Condiciones físicas de trabajo

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta realizada (2016)

En el grafico número 2 a los encuestados se le pregunta sobre las instalaciones físicas en las cuales se encuentra el cibercafé, más de la mitad de los colaboradores les parece indiferente las instalaciones, es decir, para ellos no influye las condiciones físicas del establecimiento para desempeñar su trabajo.

Sin embargo, 2 personas contestaron que están en desacuerdo con las características del lugar, en este punto influye el mobiliario, tanto como para uso de los colaboradores y como para los clientes. Es decir, también la opinión de los clientes con respecto a las instalaciones interviene en la opinión de los colaboradores.

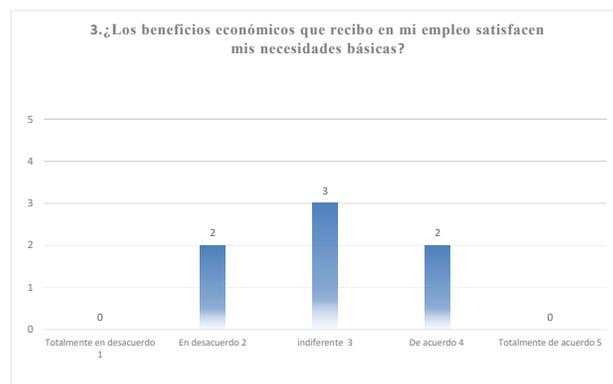


Grafico 3: Beneficios económicos

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta realizada (2016)

En el gráfico número 3 se pone en evidencia la importancia para los colaboradores el recurso monetario con relación a la motivación en este tipo de negocio. La parte que tuvo mayor coincidencia es la indiferencia con 3 personas que manifiestan su afinidad a esta respuesta, en la cual se puede inferir que no tiene claro sobre lo que ellos pueden ganar con lo que saben y el tiempo que le dedican a esta actividad. Sin embargo, hay 2 personas que manifiestan su desacuerdo con la percepción monetaria recibida, esto debido a que es posible que estas personas tengan más antigüedad en la micro empresa, y por lo tanto, siente que el recurso monetario que reciben es insuficiente.

Para las personas que contestaron en estar de acuerdo con su sueldo, es probable que su administración del recurso sea más estructurada, o que los gastos personales no sean del todo inexactos o son controlables. También se puede considerar la opción de que tiene entradas extras por otros medios y los recursos obtenidos en el cibercafé no cubran sus gastos totales. En algunos casos el sueldo está relacionado de manera proporcional con las habilidades y conocimientos, por lo tanto, para los que optaron por estar de acuerdo es factible la percepción actual.

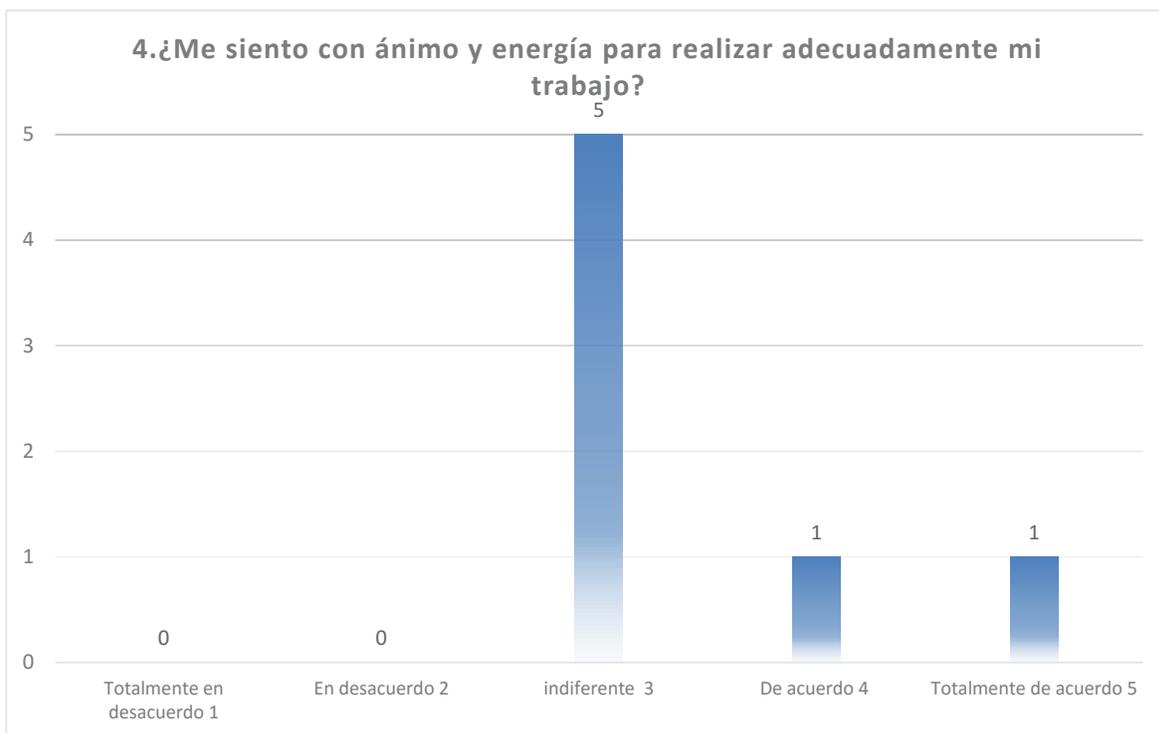


Gráfico 4: Ánimo y energía
Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta realizada (2016)

Para el gráfico número 4, se aborda el tema más personal de los trabajadores, debido a que menciona parte del estado de ánimo y energía para desempeñar sus labores. Del total de los 7 colaboradores a 5 les es indiferente la relación del estado de ánimo y su actividad, por lo tanto se puede inferir, que su trabajo puede

ser monótono y que no les motiva a mejorar su estado de ánimo, es decir la mayor parte del personal está desmotivado para hacer de manera adecuada su trabajo. Por otro lado, solo una persona está de acuerdo en sentirse motivada y con energía al desempeñar su trabajo. Así mismo, una persona menciona

estar totalmente de acuerdo en sentirse con ánimo y energía de desempeñar sus labores. En general para el personal que labora en este cibercafé no encuentra factores que detonen la motivación para su actividad laboral.

Necesidades de asociación o aceptación. En este apartado se realizan tres preguntas enfocadas a la parte del trabajo en equipo, y cómo la micro empresa crea condiciones para que se genere la sinergia entre los colaboradores con el fin de fomentar el compañerismo y la comunicación entre integrantes del negocio.

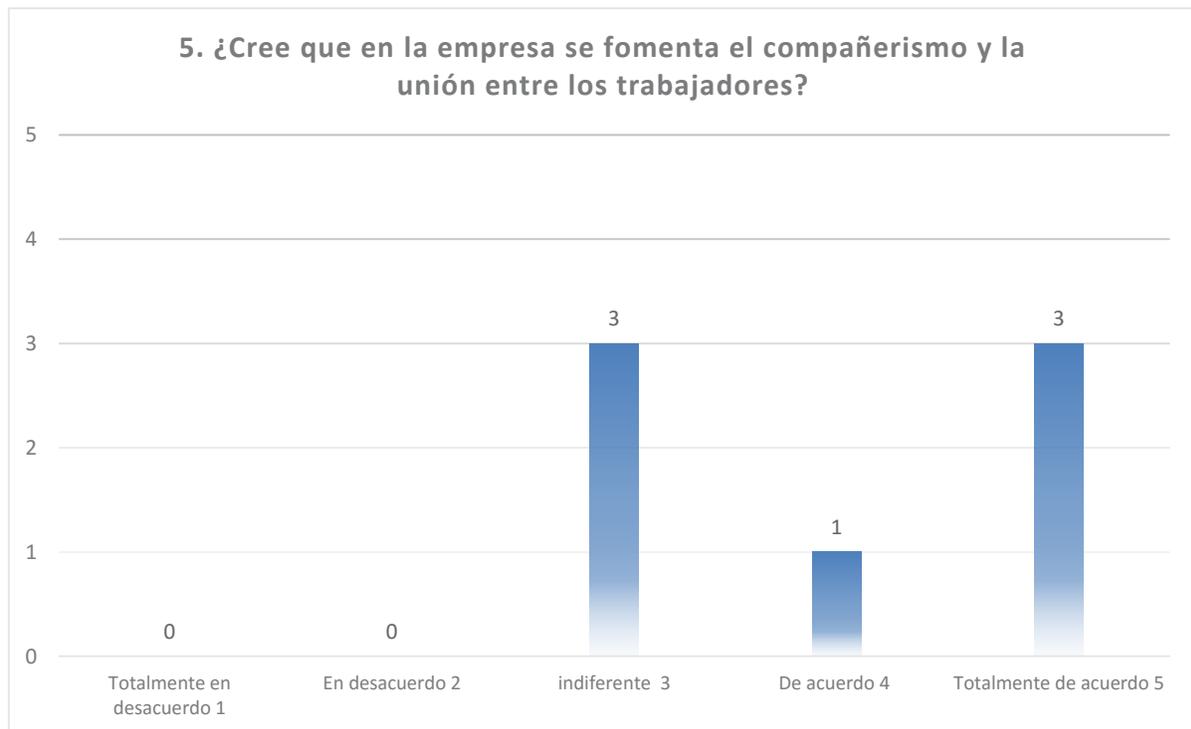


Grafico 5: Compañerismo y unión entre trabajadores
Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta realizada (2016)

En el grafico 5, se observa que para 3 colaboradores les es indiferente si la micro empresa fomenta el compañerismo y la unión entre los colaboradores, es decir no muestran interés por trabajar en equipo. Sin embargo, otras 3 personas están totalmente de acuerdo en la comunicación efectiva entre los colaboradores y por ende en trabajar en equipo. Solo una persona está de acuerdo en lo

planteado anteriormente. Esta situación puede ser complicada, debido a que existan 2 tipos de equipos en la organización, y que uno pueda contaminar al otro y cree un conflicto sobre trabajo en equipo y comunicación. Inclusive es probable que haya más preferencia por parte de la administración con algunas personas y esto pueda crear conflictos.

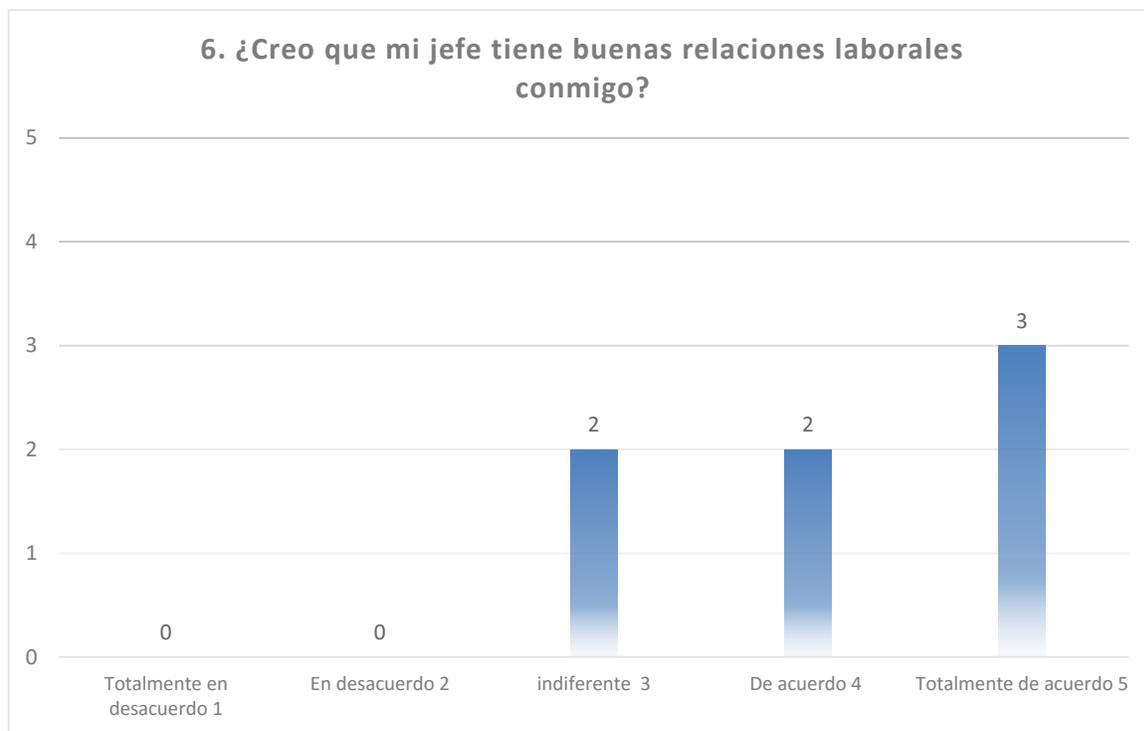


Grafico 6: Relaciones laborales
Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta realizada (2016)

La relación laboral entre el jefe y los colaboradores del cybercafé se muestra en el grafico 6, donde 2 personas manifiestan su indiferencia a la relación que mantiene con su jefe, lo cual puede provocar un una interpretación deficiente de las órdenes

dadas del jefe al subordinado. Solo 2 personas están de acuerdo en forma de comunicación que mantiene con su jefe, y 3 personas están totalmente de acuerdo en la manera en cómo se desarrolla la comunicación entre el subordinado y el jefe.

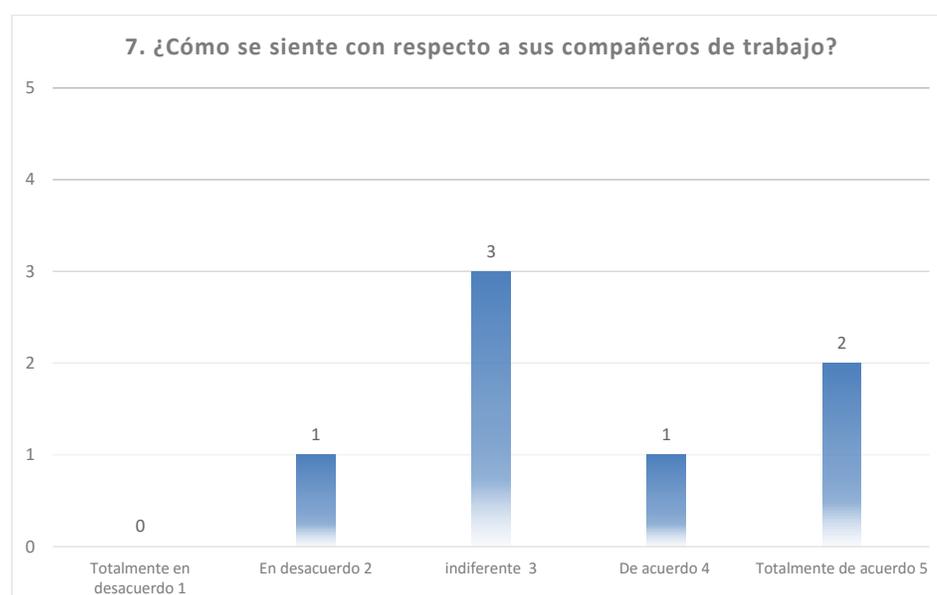


Grafico 7: Compañeros de trabajo
Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta realizada (2016)

Cuando se habla de un equipo de trabajo eficiente, es conveniente conocer la relación que existe entre los colaboradores y el cómo se siente interactuando entre ellos mismo. Por lo tanto el grafico 7, hace referencia a la integración entre los mismos colaboradores donde los resultados generales no son alentadores. La indiferencia se evidencia en 3 personas, es decir, no le interesa el cómo se siente con respecto al pertenecer a un equipo de trabajo. Así mismo, existe 1 persona que está en desacuerdo en el cómo se siente en la organización con respecto a sus compañeros de trabajo, esto puede ocasionar conflictos

severos entre los trabajadores.

Por otro lado, hay 2 personas que están totalmente de acuerdo en cómo se sienten en relación con sus compañeros y solo 1 está de acuerdo en este mismo concepto. En este segmento de gráficos del 8 al 11, se enfocan dentro de la motivación al área de la estimación, donde reflejan los colaboradores grosso modo el estatus y la responsabilidad entre otros. Así mismo, que los demás reconozcan sus actividades y logros obtenidos dentro de la empresa.

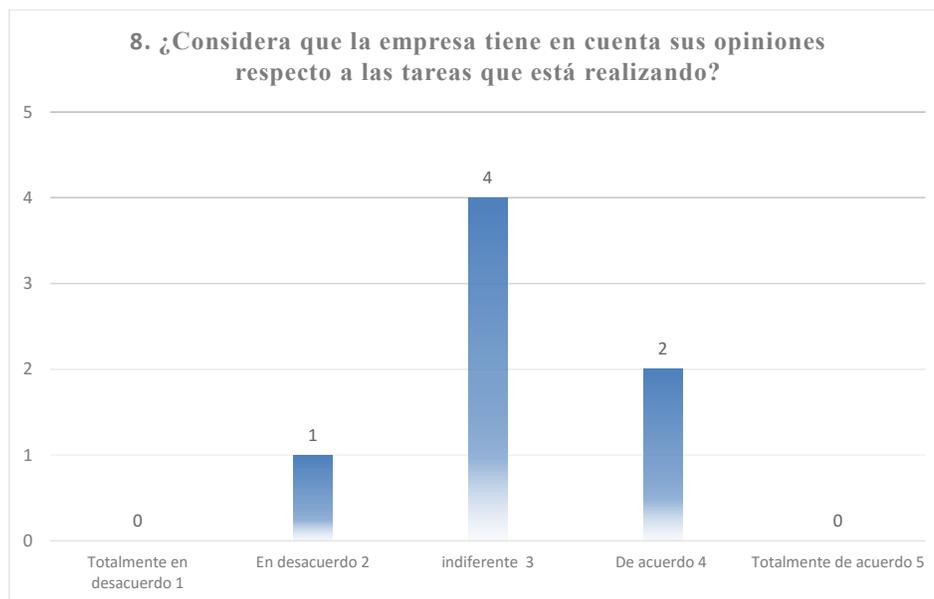


Grafico 8: Tomar en cuenta de opiniones
Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta realizada (2016)

El ser humano necesita el reconocimiento por parte de los demás sobre las actividades que realiza, es posible que sea como un indicador para sentirse motivado. En el grafico 8, la indiferencia por parte de 4 integrantes de los 7 en total es preocupante, es decir, estos 4 colaboradores sienten que sus opiniones que en su momento han dado a conocer, no tienen

certeza que se les tome en cuenta, así mismo, una persona opina que está en desacuerdo, que la organización no toma en cuenta sus opiniones. Sin embargo existen 2 personas que piensan que la empresa si toma en cuenta sus aportaciones. En generar, estos resultados merman la motivación y es posible que los colaboradores se enfoque al individualismo.

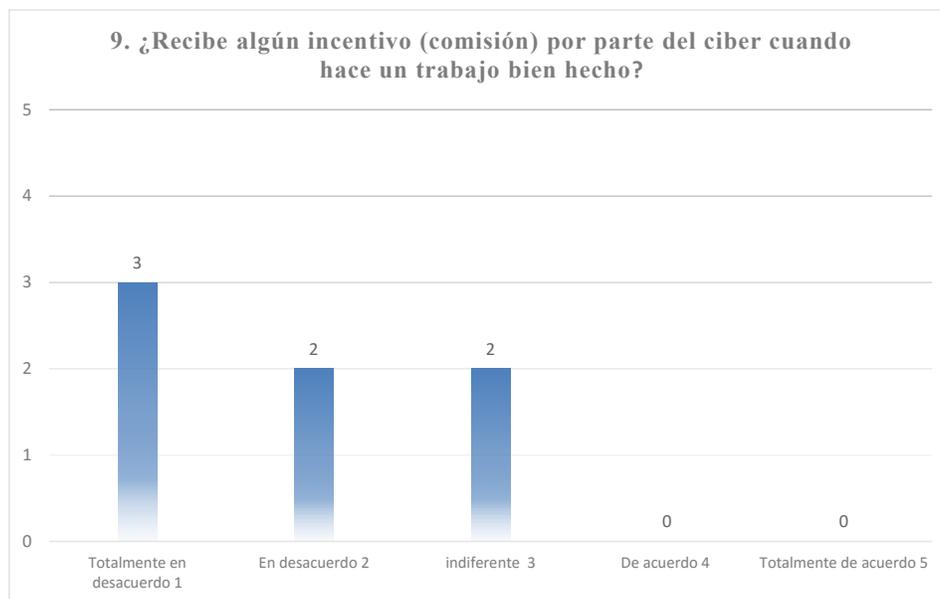


Grafico 9: Incentivos
Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta realizada (2016)

Los incentivos monetarios para los colaboradores es parte importante en cualquier organización con fines de lucro, es un factor motivante para seguir laborando en la empresa, y es claro que el ser humano necesita dinero para sobrevivir y adquirir productos básicos para subsistir. En este rubro es necesario saber bajo qué condiciones económicas esa la empresa para poder incentivar a sus colaboradores. En el grafico 9 es uno de los resultados más impactantes para el cibercafé, es decir se encuentra en la zona crítica del grafico donde los resultados no son

alentadores para ejercer la motivación con los colaboradores.

Tres de las siete personas están totalmente en desacuerdo con los recursos monetarios que perciben, dos de los colaboradores están en desacuerdo en este concepto y solo dos dan a conocer su indiferencia en este concepto. En esta organización las compensaciones económicas por desempeño son casi nulas, por lo tanto, la motivación basada en incentivos es negativa.

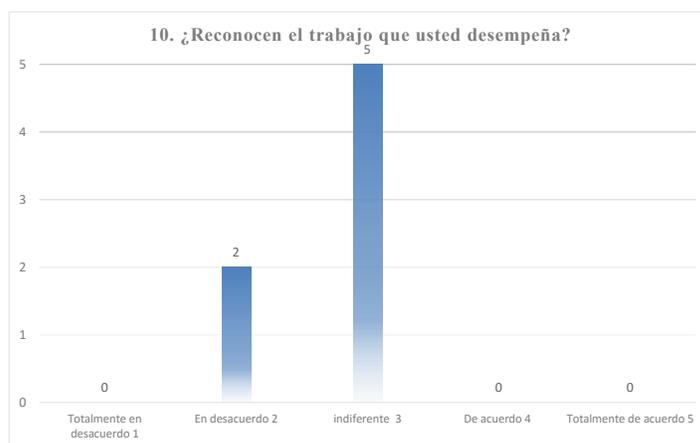


Grafico 10: Reconocimientos
Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta realizada (2016)

Dentro de las necesidades de estimación, es importante que las organizaciones reconozcan la labor y sus colaboradores y se los hagan saber por los medios adecuados, en algunos casos, cobra relevancia el reconocimiento no económico por parte de los administradores hacia sus colaboradores. En el grafico 10, la indiferencia cobra relevancia en el concepto del reconocimiento de los jefes hacia los colaboradores, donde 5 personas coinciden

en los resultados antes mencionados. Es decir, a los colaboradores no les interesa si les reconocen su labor o no. Es posible que en esta organización se caiga en la monotonía y se pierda el sentido del reconocimiento como catalizador de la motivación. Así mismo, las 2 personas restantes están en desacuerdo y manifiestan que no les reconoce su labor dentro de la organización.

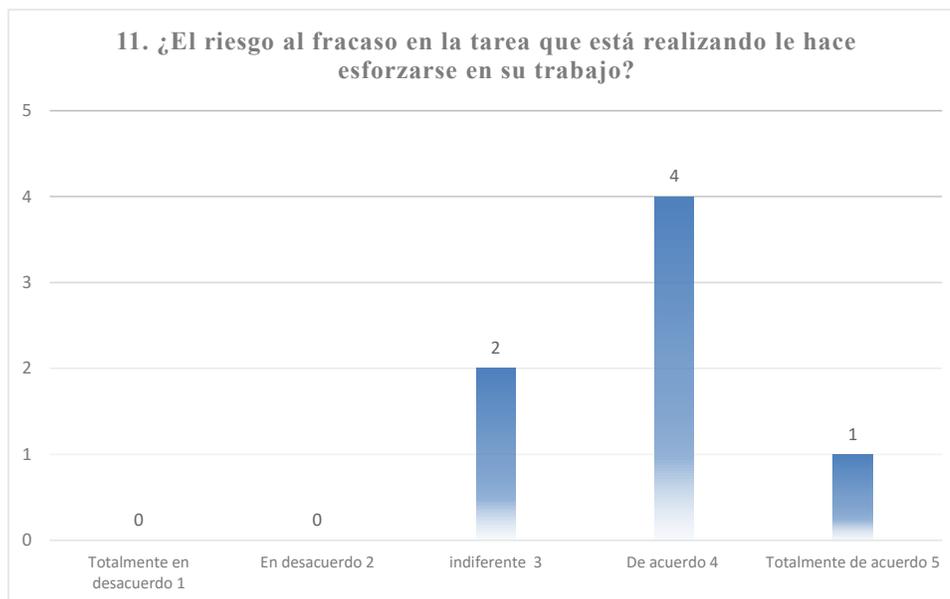


Grafico 11: Riesgo al fracaso
Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta realizada (2016)

El riesgo es inherente en todas las actividades a desempeñar, así mismo, es común que las personas relacionen el riesgo con el fracaso. En algunos casos las personas al sentirse en riesgo tienen a enfrentarlo y se esfuerzan para reducirlo. Aun cuando estos términos estén más relacionados a cuestiones personales, se ven reflejados en las actividades diarias dentro de las organizaciones como es el caso del grafico 11, donde 4 personas de las encuestadas están de acuerdo en enfrentar los riesgos en las actividades laborales que los hacen que se esfuercen, esto los hace alejarse del fracaso. Aunado a lo anterior solo una persona esta totalmente de acuerdo en

asumir el riesgo para cumplir su actividad. Por otro lado, este concepto a 2 colaboradores les parece indiferente, es decir, permanecer en una zona de confort. En concreto el riesgo es parte de la motivación.

La necesidad de autorrealización está enfocada a cuestiones personales de manera predominante, es la culminación dentro de la pirámide de Maslow. En las organizaciones influyen las necesidades de autorrealización, debido a que si el individuo se encuentra satisfecho consigo mismo, es probable que las actividades que desarrolle en la organización sean de alta calidad.

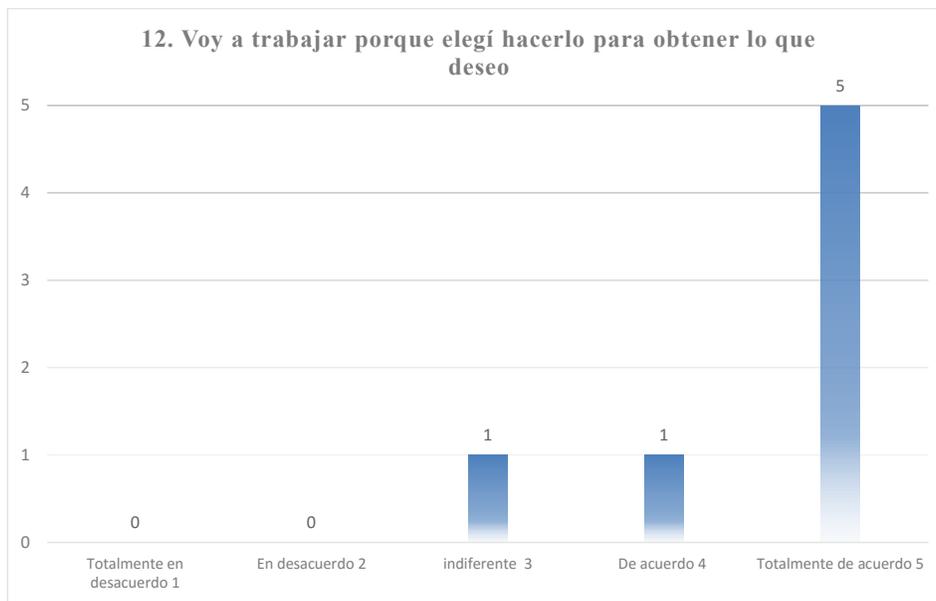


Gráfico 12: Deseo de trabajar
Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta realizada (2016)

Las actividades que desempeñan los colaboradores deben ser retribuidas por las organizaciones, para ello, los individuos deben tener una motivación que los aliente a realizar una alguna actividad a cambio de una retribución, y esta misma la transforman en la adquisición de algún bien o servicio que para ellos sea importante. Haciendo referencia

a la gráfica 12, en el apartado de totalmente de acuerdo 5 colaboradores coincidieron en que va a laborar porque ello decidieron, con el fin de conseguir recurso para obtener lo que necesitan, así mismo, una sola persona opino estar de acuerdo para este concepto, y la persona restante le fue indiferente este planteamiento.

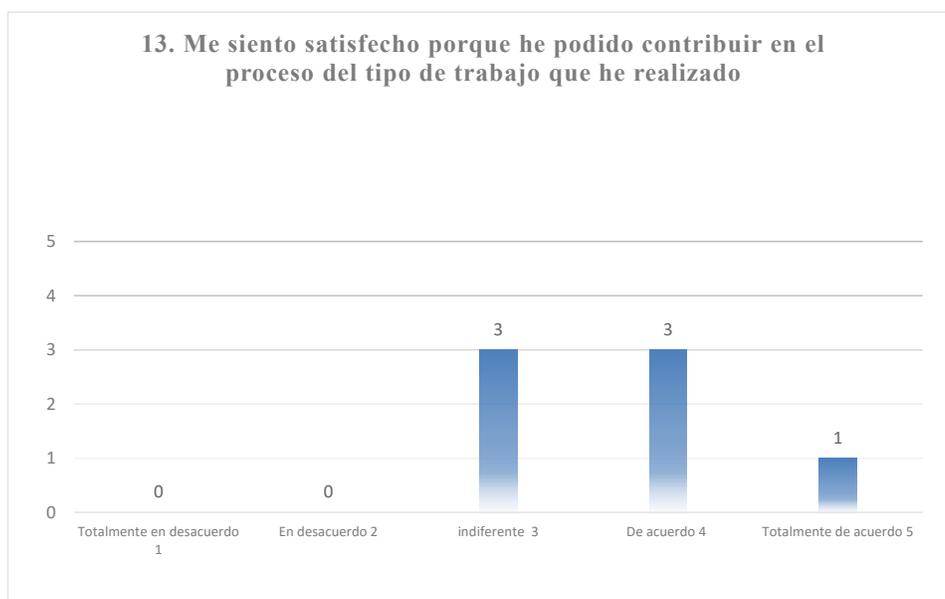


Gráfico 13: Satisfacción por las contribuciones al trabajo
Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta realizada (2016)

La satisfacción es parte importante en la necesidad de autorrealización, es como un indicador para las personas que pretenden alcanzar algún objetivo. La satisfacción laboral en algunos casos se manifiesta cuando las acciones que propone el colaborador, son materializadas dentro de la organización, por lo cual, alimenta la motivación y exhorta a seguir proponiendo estrategias que ayuden a la organización. En el grafico 13, los colaboradores ponen de manifiesto sus opiniones sobre este tema, donde 3 de los colaboradores se mantienen indiferentes ante las contribuciones que pudiesen aportar a la organización.

La misma cantidad antes mencionada de colaboradores está de acuerdo por las aportaciones que ha realizado a la organización y solo 1 colaborador esta totalmente de acuerdo en este rubro. En algunas ocasiones el colaborador se motiva con el solo hecho de ver realizado sus proyectos en la organización, sin sentirse afectado si de manera verbal o por escrito recibe los comentarios del trabajo realizado, pero esto depende más de cuestiones personales.

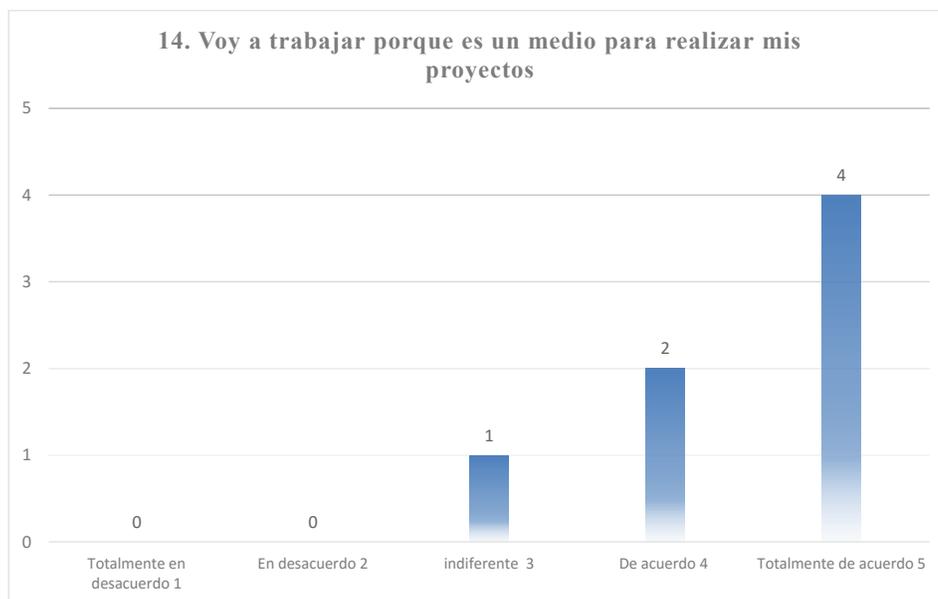


Grafico 14: realización de proyectos
Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta realizada (2016)

En la autorrealización es conveniente tener claro los reconocimientos inmateriales y los materiales, estos últimos radican en cuestiones monetarias, por ello, cuando los colaboradores determinan un proyecto a realizar, de antemano saben que se necesita recurso para desarrollarlo. Ese recurso puede ser obtenido por medio de un intercambio de bienes y servicios, el colaborador entrega sus conocimientos, tiempo y mano de obra, a cambio de una retribución económica por parte de la empresa.

En el caso del cibercafé la mayoría de los colaboradores están totalmente de acuerdo en la aseveración de que el trabajo es un medio para conseguir sus objetivos, solo 2 colaboradores están de acuerdo y solo 1 le parece indiferente el planteamiento de la encuesta. Por lo tanto, cuando se tiene claro la situación tanto del colaborador y la empresa, es muy posible que coincidan que la relación que existen entre ambos es el intercambio con beneficios para ambos de acuerdo sus proyectos.

10. Conclusiones

La motivación laboral en los colaboradores de los micrón negocios puede verse un poco compleja de abordar bajo las teorías o modelos que se han desarrollado, debido a la naturaleza en la que estas empresas se constituyen y operan. Es claro señalar que para este tipo de organización elaborar un sistema de reclutamiento y capacitación sería un problema para su implementación, evaluación y seguimiento, debido a los costos, tiempos y en gran parte sobre la cultura organizacional.

La pirámides de necesidades de Maslow, se toma como referente para la evaluación de las motivación labora, apoyado por un instrumento para el desglose de las necesidades de las personas, cabe señalar que otras posturas y teorías de diferentes autores han coincidido en varios elementos sobre la motivación, así mismo, es conveniente precisar que las variaciones en los resultados tengan un margen de error, debido a la situación emocional de los colaboradores e influya en el momento que se contestó la encuesta.

Los resultados que presenta el estudio de la motivación laboral en el cibercafé, no son favorables para la empresa, debido a la representatividad que muestra la elección "indiferente" elegida por los colaboradores ante los escenarios planteados en el cuestionario. Lo anterior, puede crear incertidumbre debido a la imparcialidad o hasta cierto punto inseguridad en el colaborador al escoger la opción de "indiferente".

Parte de una posible solución para este escenario sobre la motivación laboral, radica en la falta de comunicación e integración entre los colaboradores aunado a herramientas e instalaciones, ya sea deficientes o que el personal no esté capacitado para utilizarlas. Sin embargo lo más complicado del problema está en las compensaciones monetarias, ya que este rubro los resultados fueron deficientes. En este caso, es importante evaluar la capacidad financiera que tiene la empresa para establecer un plan de incentivos económicos y poder incrementar la motivación entre los colaboradores y con ello buscar el incremento de la productividad y la rentabilidad de la empresa.

Referencias

- Ackoff, R. L. (1997). *Planificación de la empresa del futuro*. México: Limusa.
- Becerra Sánchez, G. M. (2011). *Los cibercafés de Guadalajara*. Guadalajara, México. Universidad de Guadalajara, Sistema de Universidad Virtual.
- Bourne, L. (1976) *Psychology: its principles and meaning*. New York: Hol, Rinchart and Winston.
- Carrillo, M., Padilla, J., Rosero, T. & Villagómez, M. (2009). *La motivación y el aprendizaje*, *Alteridad*, 4(7), 20-32.
- Castells, M. (2002). *La era de la información, economía, sociedad y cultura (vol. 1: La sociedad red)*. México: Siglo XXI.
- Chiavenato, I. (2002). *Gestión del talento humano*. Bogotá, D.C. Colombia: McGraw Hill Interamericana.
- Edvisson, L. y Mallone, M. (1999). *El capital intelectual*. Barcelona: Gestión 2000.
- Finquelievich, S. (18-21 de febrero, 2002). *Acciones globales para la inclusión social en la sociedad de la información: de consumidores a ciudadanos*. Simposio Latinoamericano y del Caribe "La educación, la ciencia y la cultura en la sociedad de la información". Recuperado el 17 de enero de 2007 de: <http://www.links.org.ar>
- Fisher, H. (1984). *¿La calle a dónde llega?* México: Arte y Ediciones.
- García, A. E. (2008). *Motivación individual*. Consultado en http://grupos.emagister.com/documento/administracion_motivacion_y_organizacion_/1048-38669
- García Canclini, N. (2008). *La globalización imaginada (vol. Estado y Sociedad 76)*. Buenos Aires: Paidós.
- Giddens, A. (1994). *Consecuencias de la modernidad*. Madrid: Alianza Universidad, (2000).
- Guidens, A. (2007). *Un mundo desbocado: los efectos de la globalización en nuestras vidas*. Madrid: Taurus.
- Ibáñez (1998). *Nuevos avances en la investigación social*. Barcelona: Proyecto a Ediciones.
- Koontz, H. & Wehrich, H. (2007). *Administración: una perspectiva global*. Cd. de México: McGraw-Hill.
- Malgioglio, J. M. et al. (2001). *Capital intelectual: El intangible generador de valor en las empresas del tercer milenio*. Trabajo presentado en las Sextas Jornadas "Investigaciones en la Facultad" de Ciencias Económicas y Estadística. Rosario, Buenos Aires: Universidad Nacional de Rosario e

Instituto de Investigaciones Teóricas y Aplicadas, Escuela de Contabilidad, pp. 350-370. Disponible en: www.fcocom.unr.edu.ar/investigacion/jornadas/archivos/malgiogliocapitalo1.pdf. [Consultado en agosto de 2010.

*Maslow, A. (1943) A theory of human motivation, *Psychological Review*, 50(4), 370-396.*

*McClelland, D. & Burnham, D. (1976). Power is the great motivator, *Harvard Business Review*, 54(2) 100-110*

*Moscovici, S. y Miles Hewstone. (1984). De la ciencia al sentido común, en Serge Moscovici (comp.), *Psicología Social II*, Barcelona, Paidós Paré.*

Munch Galindo, L. (2005). Administración de capital humano. La gestión del activo más valioso de la organización. México: Trillas.

*Naranjo, M. (2009). Motivación: perspectivas teóricas y algunas consideraciones de su importancia en el ámbito educativo, *Revista Educativa*, 33(2), 153-169.*

Quintero, J. (2011). Teoría de las necesidades de Maslow. México. Obtenido en www.doctorado.josequintero.net.

Robbins, S. (1998). Comportamiento organizacional. Cd. de México: Prentice Hall.

Santrock, J. (2002). Psicología de la educación. Cd. de México: Mc Graw-Hill.

Toudert, D., & Buzai, G. (2004). Cibergeografía: tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en las nuevas visiones espaciales. México: Universidad Autónoma de Baja California.

Wayne M. R., Noe, R. M., y Premeaux, S. R. (1997). Administración de Recursos Humanos. 6° ed., México: Prentice Hall.