

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLÓGICAS  
CENTRO DE INVESTIGACIONES EN PSICOLOGÍA - CIEPs-  
“MAYRA GUTIÉRREZ”**

**“IDENTIFICACIÓN Y MUESTRA DE LEALTAD DENTRO DEL SECTOR  
PRIVADO, POR PARTE DE LOS COLABORADORES HACIA LA EMPRESA”**

**INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN PRESENTADO AL HONORABLE  
CONSEJO DIRECTIVO  
DE LA ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLÓGICAS**

**POR**

**ANA KARINA SOFÍA LÓPEZ CONTRERAS**

**PREVIO A OPTAR AL TÍTULO DE  
PSICÓLOGA**

**EN EL GRADO ACADÉMICO DE  
LICENCIADA**

**GUATEMALA, SEPTIEMBRE DE 2016**

The seal of the University of San Carlos of Guatemala is a large circular emblem in the background. It features a central figure of a woman with a halo, surrounded by various symbols including a castle, a lion, and a column. The Latin motto "CETERAS ORBIS CONSPICUA CAROLINA ACCADEMIA COACTEMALTENSIS INTER" is inscribed around the perimeter.

CONSEJO DIRECTIVO  
Escuela de Ciencias Psicológicas  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Licenciado Abraham Cortez Mejía

**DIRECTOR**

M.A Mynor Estuardo Lemus Urbina

**SECRETARIO**

Licenciada Dora Judith López Avendaño

Licenciado Ronald Giovanni Morales Sánchez

**REPRESENTANTES DE LOS PROFESORES**

Pablo Josue Mora Tello

Mario Estuardo Sitaví Semeyá

**REPRESENTANTES ESTUDIANTILES**

M.A Juan Fernando Porres Arellano

**REPRESENTANTE DE EGRESADOS**



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLÓGICAS



C.c. Control Académico  
CIEPs.  
UG  
Archivo  
Reg.163-2016  
CODIPs. 1838-2016

De Orden de Impresión Informe Final de Investigación

22 de agosto de 2016

Estudiante  
Ana Karina Sofía López Contreras  
Escuela de Ciencias Psicológicas  
Edificio

Estudiante:

Para su conocimiento y efectos consiguientes, transcribo a usted el Punto DÉCIMO CUARTO (14º) del Acta CUARENTA Y SIETE GUIÓN DOS MIL DIECISÉIS (47-2016), de la sesión celebrada por el Consejo Directivo el 18 de agosto de 2016, que copiado literalmente dice:

**“DÉCIMO CUARTO:** El Consejo Directivo conoció el expediente que contiene el Informe Final de Investigación, titulado: **“IDENTIFICACIÓN Y MUESTRA DE LEALTAD DENTRO DEL SECTOR PRIVADO, POR PARTE DE LOS COLABORADORES HACIA LA EMPRESA”**, de la carrera de Licenciatura en Psicología, realizado por:

**Ana Karina Sofía López Contreras**

**CARNÉ: 2010-15868**

El presente trabajo fue asesorado durante su desarrollo por el Licenciado Víctor Manuel Ordóñez Oliva y revisado por la Licenciada Iris Janeth Nolasco. Con base en lo anterior, el Consejo Directivo **AUTORIZA LA IMPRESIÓN** del Informe Final para los trámites correspondientes de graduación, los que deberán estar de acuerdo con el Instructivo para Elaboración de Investigación de Tesis, con fines de graduación profesional.”

Atentamente,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

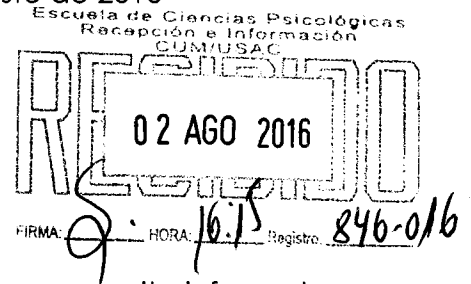
  
M.A. Mynor Estuardo Lemus  
SECRETARIO

/Gaby

UG-175-2016

Guatemala 2 de agosto de 2016

Señores  
Miembros del Consejo Directivo  
Escuela de Ciencias Psicológicas  
CUM  
Señores Miembros:




Deseándoles éxito al frente de sus labores, por este medio me permito informarles que de acuerdo al Punto Tercero (3º.) de Acta 38-2014 de sesión ordinaria, celebrada por el Consejo Directivo de esta Unidad Académica el 9 de septiembre de 2014, la **estudiante ANA KARINA SOFÍA LÓPEZ CONTRERAS, carné No. 2010-15868 y Registro de Expediente de Graduación No. L.02-2015-I** ha completado los siguientes Créditos Académicos de Graduación para la carrera de Licenciatura en Psicología:

- **10 créditos académicos del Área de Desarrollo Profesional**
- **10 créditos académicos por Trabajo de Graduación**
- **15 créditos académicos por haber aprobado examen técnico profesional privado.**

Por lo antes expuesto, con base al **Artículo 53 del Normativo General de Graduación**, solicito sea extendida la **ORDEN DE IMPRESIÓN** del Informe Final de Investigación **"IDENTIFICACIÓN Y MUESTRA DE LEALTAD DENTRO DEL SECTOR PRIVADO, POR PARTE DE LOS COLABORADORES HACIA LA EMPRESA."**, mismo que fue aprobado por la Coordinación del Centro de investigaciones en Psicología –CIEPs- "Mayra Gutiérrez" el 25 de mayo del año en curso

Así mismo se hace constar que la estudiante María de los Ángeles Ramírez Chenal, carné 2010-15893, participó en el mismo proceso de investigación y hará su trámite de graduación cuando complete su expediente de graduación.

**"ID Y ENSEÑAD A TODOS"**

Atenidamente,  
  
**M.A. MAYRA LUNA DE ALVAREZ**  
**DOCENTE ENCARGADA**  
**UNIDAD DE GRADUACIÓN**



CC. Archivo

**Adjunto: Dictamen de Control Académico en original, fotocopia de DPI, original y fotocopia de Cierre de Pensum, Constancia de Expediente Estudiantil en original, Solvencia General (Original)) y Asignación 2016, Constancia original de Créditos del Programa de Desarrollo profesional, Informe final de Investigación con cartas originales y fotocopia Acta 135 aprobación examen privado.**



**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**  
**ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLÓGICAS**



Escuela de Ciencias Psicológicas  
Revisión y Aprobación de  
CIEPs USAC

**RECIBIDO**  
- 2 AGO 2016 **INFORME FINAL**  
FIRMA: *[Signature]* HORA: 16:15 Registro: 152-014

**CIEPs. 39-2016**  
**REG: 0152-2014**

Guatemala, 18 de julio de 2016

Señores  
Consejo Directivo  
Escuela de Ciencias Psicológicas  
Centro Universitario Metropolitano

Me dirijo a ustedes para informarles que la Licenciada Iris Janeth Nolasco Molina, ha procedido a la revisión y aprobación del **INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN** titulado:

**“IDENTIFICACIÓN Y MUESTRA DE LEALTAD DENTRO DEL SECTOR PRIVADO, POR PARTE DE LOS COLABORADORES HACIA LA EMPRESA**

**ESTUDIANTE:**  
Ana Karina Sofia López Contreras  
María de los Ángeles Ramírez Chenal

**CARNE No.**  
2010-15868  
2010-15893

**CARRERA: LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA**

El cual fue aprobado el 25 de mayo del año en curso por el Centro de Investigaciones en Psicología CIEPs. Se recibieron documentos originales completos el 18 de julio de 2016, por lo que se solicita continuar con los trámites correspondientes para obtener **ORDEN DE IMPRESIÓN**.

Atentamente,

**“ID Y ENSEÑAD A TODOS”**

*[Signature]*  
**Licenciada Miriam Elizabeth Ponce Ponce**  
**Coordinadora**  
**Centro de Investigaciones en Psicología CIEPs.**  
**“Mayra Gutiérrez”**



c. archivo  
Vlvth S.

**Centro Universitario Metropolitano -CUM- Edificio “A”**  
**9ª. Avenida 9-45, zona 11 Guatemala, C.A. Teléfono: 24187530**



CIEPs. 042-2016  
REG. 0152-2014

Guatemala, 19 de julio de 2016

**Licenciada Miriam Elizabeth Ponce Ponce**  
**Coordinadora**  
**Centro de Investigaciones en Psicología CIEPs**  
**Escuela de Ciencias Psicológicas**

De manera atenta me dirijo a usted para informarle que he procedido a la revisión del INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN, titulado:

**"IDENTIFICACIÓN Y MUESTRA DE LEALTAD DENTRO DEL SECTOR PRIVADO, POR PARTE DE LOS COLABORADORES HACIA LA EMPRESA".**

**ESTUDIANTES:**  
Ana Karina Sofía López Contreras  
María de los Ángeles Ramírez Chenal

**CARNÉ No.**  
2010-15868  
2010-15893

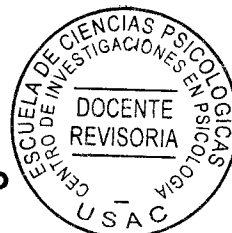
**CARRERA: LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA**

Por considerar que el trabajo cumple con los requisitos establecidos por el Centro de Investigaciones en Psicología, emito **DICTAMEN FAVORABLE** el 10 de febrero de 2016, por lo que se solicita continuar con los trámites respectivos.

Atentamente,

**"ID Y ENSEÑAD A TODOS"**

  
**Licenciada Iris Janeth Nolasco**  
**DOCENTE REVISORA**



c. archivo  
Vivth S.



**Asesoría Legal, Reclutamiento, Selección, Capacitación de Personal - Psicología Clínica- Psicología Industrial-  
Reingeniería, Auditoría Fiscal.**

Guatemala, 14 de Agosto de 2,014

MA  
Helvin Velásquez  
Centro de Investigaciones en  
Psicología – CIEP’S – “MAYRA GUTIERREZ”  
Escuela de Ciencias Psicológicas  
Centro Universitario Metropolitano (CUM)

Por este medio me permito informarle que he tenido bajo mi cargo la asesoría de contenido del Informe Final de Investigación titulado “Identificación y muestra de lealtad dentro del sector privado, por parte de los colaboradores hacia la empresa”. Realizado por las estudiantes, ANA KARINA SOFÍA LÓPEZ CONTRERAS, CARNE 201015868 y MARÍA DE LOS ÁNGELES RAMÍREZ CHENAL, CARNE 201015893.

El trabajo fue realizado a partir DEL 01 DE JULIO AL 30 DE JULIO DE 2014. Esta investigación cumple con los requisitos establecidos por el CIEP’S por lo que emito DICTAMEN FAVORABLE y solicito se proceda a la revisión y aprobación correspondiente.

Sin otro particular, me suscribo.

Atentamente  
Licenciado Victor Manuel Ordoñez Oliva  
Psicólogo y orientador vocacional y laboral  
Colegiado No. 4270  
Asesor de Contenido

Lic. Victor Manuel Ordoñez Oliva  
PSICOLOGO  
COL. 4270

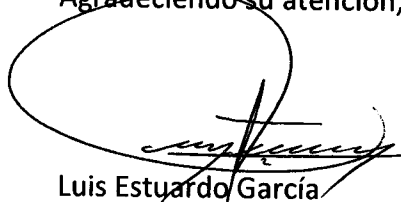
Guatemala, 10 de julio 2014

Licenciada  
Mayra Luna de Álvarez  
Coordinadora de la Unidad de Graduación Profesional  
Centro de Investigaciones de Psicología  
-CIEPS- "Mayra Gutiérrez"  
Escuela de Ciencias Psicológicas –CUM-

Licenciada Luna:

Por este medio le informo que las señoritas María de los Ángeles Ramírez Chenal carné 201015893 y Ana Karina Sofía López Contreras carné 201015868, realizaron su trabajo de campo para su informe final de investigación de la carrera de Licenciatura en Psicología titulado: "IDENTIFICACION Y MUESTRA DE LEALTAD DENTRO DEL SECTOR PRIVADO, POR PARTE DE LOS COLABORADORES HACIA LA EMPRESA", con personal del área administrativa, en la fecha de 01 de julio al 10 de julio del presente año.

Agradeciendo su atención, me suscribo con un atento saludo



Luis Estuardo García  
Recursos Humanos DHL



Global Forwarding (Guatemala), S.A.  
**RECURSOS HUMANOS**  
46 Calle 24-30, Zona 12 PBX: 2440-8440





GUATEMALA, S.A.

Guatemala, 05 de agosto de 2014

Licenciada Mayra Luna de Álvarez

Coordinadora de Centro de Investigaciones de Psicología – CIEP'S –

“MAYRA GUTIERREZ”

Escuela de Ciencias Psicológicas

Por este medio me permito informarle que las estudiantes **ANA KARINA SOFÍA LÓPEZ CONTRERAS, CARNE 201015868** y **MARÍA DE LOS ÁNGELES RAMÍREZ CHENAL, CARNE 201015893**, han realizado trabajo de campo para su informe final de investigación de la Carrera de Licenciatura en Psicología abordando el tema de **“IDENTIFICACIÓN Y MUESTRA DE LEALTAD DENTRO DEL SECTOR PRIVADO, POR PARTE DE LOS COLABORADORES HACIA LA EMPRESA”**, con el personal administrativo de la empresa durante la fecha del 23 al 30 de julio 2014.

Agradeciendo su atención a la presente, me suscribo.

Atentamente

Brenda Pérez  
Coordinadora de Recursos Humanos  
Johnson & Johnson Guatemala, S.A.

**Johnson & Johnson**  
Guatemala, S. A.

PADRINOS DE GRADUACIÓN

**POR ANA KARINA SOFÍA LÓPEZ CONTRERAS**

NORA LISETH LÓPEZ MORALES

MÉDICO Y CIRUJANO

COLEGIADO 14272

HÉCTOR ALBERTO BELLOSO GONZÁLEZ

CONTADOR PÚBLICO Y AUDITOR

COLEGIADO 156

**POR MARÍA DE LOS ANGELES RAMÍREZ CHENAL**

MARÍA DE LOS ANGELES CHENAL PÉREZ

TRABAJADORA SOCIAL

COLEGIADO 20403

SAMARA PATRICIA LÓPEZ CHENAL

PSICÓLOGA

COLEGIADO 5584

## ACTO QUE DEDICO

### POR ANA KARINA SOFÍA LÓPEZ CONTRERAS

A: DIOS

Por guiarme en el sendero de la vida, ser mi luz y por estar presente en todos los días de mi vida.

LA VIRGEN MARÍA

Por interceder por mí ante tu hijo amado y ser la buena madre que me acompaña siempre.

MI MAMÁ Y ABUELITA

Ana Beatriz y Dolores, quienes han sido mi mayor ejemplo en la vida, sin sus sacrificios y perseverancia nada de esto sería realidad. Mi amor, admiración y gratitud por esa entrega que han tenido hacia mí. Las amo.

MI FAMILIA

Consanguínea y por afinidad por siempre estar a mi lado brindándome su apoyo incondicional, gracias por estar conmigo.

MI AMIGA

María de los Ángeles por aceptar realizar este reto juntas y por tu amistad.

MI REVISORA Y ASESOR

Licda. Janeth Nolasco y Lic. Víctor Ordóñez por su apoyo, consejo y dedicación. Muchas gracias.

## ACTO QUE DEDICO

### POR **MARÍA DE LOS ANGELES RAMÍREZ CHENAL**

A: DIOS Y A LA VIRGEN DE GUADALUPE

Por bendecirme con las herramientas necesarias para cumplir una meta más en mi vida, por tenerme en sus manos siempre y protegerme.

MI MADRE

María De Los Angeles Chenal Pérez, por ser la luz de mis ojos, mi modelo a seguir, por su amor incondicional y su entrega total.

MIS HERMANOS

Marcos Fernando y Pablo César, por ser mis compañeros de vida y ejemplo de perseverancia.

MIS ABUELITOS

Augusto Chenal y Zoila de Chenal, los ángeles más bellos que tengo en la tierra, por su cariño, consejos y oraciones.

MIS SOBRINAS: Mariandreé, Valentina y Natalia, por darme momentos de alegría.

ANA KARINA: más que mi compañera de tesis, mi amiga, por su paciencia, apoyo y motivación.

MIS TÍOS Y TÍAS: Aura y Rafael; Alba Luz, Ana Miriam y Rolando; Amparo y Gustavo; a mi cuñada Claudia y a mis primos, con mucho cariño.

MIS AMIGAS: especialmente a Neiva, María Fernanda y Verónica, por su cariño, consejos y apoyo incondicional.

Usted especialmente

## AGRADECIMIENTO

### **POR ANA KARINA SOFÍA LÓPEZ CONTRERAS**

A: LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
Que permitió desarrollar nuestro pensamiento académico.

LA ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLÓGICAS  
Por brindar los conocimientos e ideales para desarrollarnos  
como profesionales.

LOS CATEDRÁTICOS  
Por sus conocimientos y apoyo durante el proceso de  
enseñanza-aprendizaje.

MIS PADRINOS  
Nora Liseth López Morales.  
Héctor Alberto Belloso González.

LAS EMPRESAS OBJETO DE ESTUDIO  
Por permitirnos realizar la investigación, por su atención y por  
las experiencias compartidas.

## AGRADECIMIENTO

### **POR MARÍA DE LOS ANGELES RAMÍREZ CHENAL**

A: LA ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLÓGICAS.

MIS CATEDRÁTICOS.

LICENCIADA JANETH NOLASCO

Por su apoyo y asesoría.

MIS MADRINAS:

Licda. María de los Angeles Chenal Pérez y

Licda. Samara Patricia López Chenal.

LAS EMPRESAS OBJETO DE ESTUDIO.

Las personas que apoyaron este proyecto y ayudaron a la realización del mismo.

## ÍNDICE

**Resumen**

**Prólogo**

### **CAPÍTULO I**

#### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y MARCO TEÓRICO**

1.1 Planteamiento del problema.....	4
1.2 Marco teórico.....	6
1.2.1 Reclutamiento de personal .....	8
1.2.1.1 Medio de reclutamiento .....	9
1.2.2 Selección de personal .....	10
1.2.2.1 Bases para la selección de personal .....	10
1.2.3 Inducción .....	11
1.2.3.1 Aspectos que deben contemplarse .....	12
1.2.3.2 Estrategias por utilizar .....	14
1.2.3.3 Ventajas.....	14
1.2.4 Clima organizacional.....	14
1.2.5 Capacitación .....	15
1.2.6 Prestaciones sociales .....	17
1.2.6.1 Factores de origen y crecimiento.....	18
1.2.6.2 Tipos.....	18
1.2.6.3 Ventajas.....	19
1.2.7 Contrato psicológico.....	20

1.2.7.1 Concepto .....	21
1.2.7.2 Expectativas de personas y organizaciones .....	22
1.2.7.3 Relaciones de intercambio .....	23
1.2.8 Lealtad laboral.....	23
1.2.9 Identificación laboral .....	25
1.3 Delimitación .....	26

## **CAPÍTULO II**

### **TÉCNICAS E INSTRUMENTOS**

2.1 MODELO DE INVESTIGACIÓN.....	27
2.2 Técnicas .....	27
2.2.1 Técnicas de muestreo.....	27
2.2.2 Técnicas de recolección de datos.....	27
2.2.2.1 Observación científica.....	28
2.2.2.2 Entrevista no estructurada .....	28
2.2.2.3 Planificación del taller .....	29
2.2.3 Técnicas de análisis de datos .....	29
2.3 Instrumentos.....	29
2.3.1 Cuestionario de identificación .....	29
2.3.2 Esquema del taller .....	30
2.4 Operacionalización de objetivos .....	30



## **CAPÍTULO III**

### **PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

3.1 Características del lugar y de la población .....	32
3.1.1 Características del lugar .....	32
3.1.2 Características de la muestra .....	32
3.2 Presentación y análisis de resultados .....	33
3.2.1 Análisis cuantitativo .....	33
3.2.2 Análisis cualitativo.....	43
3.3 Análisis general .....	45

## **CAPÍTULO IV**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

4.1 Conclusiones .....	47
4.2 Recomendaciones.....	48

## **Bibliografía**

### **Anexos**

Glosario (Anexo No. 1)

Guía de Observación (Anexo No. 2)

Entrevista (Anexo No. 3)

Cuestionario de identificación (Anexo No. 4)

Taller de Información (Anexo No. 5)

## RESUMEN

“Identificación y muestra de lealtad dentro del sector privado, por parte de los colaboradores hacia la empresa”

Autoras: Ana Karina Sofía López Contreras  
María de los Angeles Ramírez Chenal

El propósito de la investigación fue conocer la realidad en el ámbito laboral en la que se desenvuelven los trabajadores de dos empresas multinacionales, así como sus obligaciones, responsabilidades e identificación con la empresa; maximizando las capacidades del colaborador, para así obtener beneficios mutuos entre empleador-empleado; evidenciando que de esta manera se consolida el equipo de trabajo. Se determinó el grado o nivel de identificación del colaborador hacia la empresa para la cual labora; delimitando la influencia psicológica que la empresa llega a tener en el colaborador antes de ingresar en su totalidad, durante y post empleo; conociendo los métodos de integración que utilizan diversas organizaciones para mantener la identificación del colaborador; descubriendo el impacto que tiene la inducción en el proceso de identificación del mismo y por último mostrando a la empresa las herramientas necesarias para la retención, lealtad y satisfacción de sus colaboradores.

Específicamente se decidió trabajar el problema de la identificación entre el empleado y el empleador teniendo como eje problemático a investigar el porqué la identificación se da a largo plazo, formulando las siguientes interrogantes: ¿qué factores influyen en el colaborador para que surja esa identificación?; ¿en qué se basaba el contrato psicológico?, ¿cuál es el impacto que tiene la inducción en el proceso de identificación en el colaborador? y ¿qué herramientas utiliza la empresa para mantener la retención, lealtad y satisfacción en sus colaboradores?, las cuales ayudaron a lograr los objetivos trazados.

Utilizándose las técnicas observación, recolección y análisis de datos; y como instrumentos cuestionario de identificación y entrevista. Se contó con una población total de 50 personas del área administrativa teniendo una muestra no aleatoria en las empresas DHL Global Forwarding y Johnson & Johnson Guatemala, S.A., realizada durante los meses de abril a julio 2014.

Entre los alcances de la investigación se obtuvo conocimiento acerca de la identificación y sentido de pertenencia entre el empleado y la empresa para la cual labora, desde el momento en que la persona busca empleo, ingresa a la empresa y a la vez qué hace la empresa para retener a su personal.

## PRÓLOGO

El presente trabajo tuvo como finalidad dar a conocer el reto que existe en el campo empresarial para la Psicología. Podemos decir que la función del Psicólogo Industrial dentro de las organizaciones ha sido determinante ya que el resultado obtenido en la investigación de campo demuestra que es relevante su puesto, específicamente dentro del departamento de recursos humanos, teniendo que llevar a cabo distintas funciones y un trato directo con el personal.

El tema de la investigación fue seleccionado debido a que años atrás se decía que los colaboradores le eran leales a su organización por el tiempo de antigüedad que llevaban de laborar para la misma. Sin embargo no se contaba con una identificación plena hacia la empresa y no existía como tal una inducción general y/o específica; para involucrar al nuevo empleado y motivarle a servir a la misma y ser leal, dentro y fuera de ella desde el primer día de labores. Actualmente la inducción forma parte de las funciones que desempeña recursos humanos como también beneficios, capacitación, clima organizacional y nóminas, ofreciendo estos servicios al empleado para mantenerlo satisfecho dentro de la organización.

La identificación es una imagen consistente de uno mismo con respecto a conducta, creencias e historia, siendo descrita de distintas formas dependiendo del entorno. A efectos de ésta investigación, la identificación laboral es aquella que se da cuando el colaborador está identificado con la tarea o función y con la entidad para quien labora, resultándole placentero realizar dicha tarea. El motivo principal para la realización de este trabajo fue la formación profesional y culminación de la carrera de Ciencias Psicológicas de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Con ello se estudió, la identificación y lealtad laboral, porque éste ha sido un factor presente dentro de las organizaciones y se encuentra en la actualidad incidiendo en la vida, siendo observable en la conducta de los individuos. En las organizaciones se ha logrado el contrato

psicológico entre el empleado y la empresa, proceso que inicia desde el reclutamiento para luego pasar a la selección y contratación en donde se le explica al empleado salario, prestaciones sociales y funciones, llegando a la inducción, en donde se le brinda la información total de la empresa como: historia, políticas, normas, productos, ubicación, etc. y por último conoce a quienes serán sus compañeros y jefe inmediato, con quienes creará un ambiente laboral. Éste momento es clave en la investigación, donde el nuevo colaborador se cuestiona y decide si todo esto es lo que realmente le gusta para luego influir en la cultura organizacional, o si no se logró identificar del todo con la empresa.

La meta fue identificar los factores que motivan al empleado a laborar en ciertas organizaciones de prestigio y proveer a las empresas de herramientas que puedan serles útiles para la retención y motivación de sus empleados. Se buscó observar el comportamiento del personal nuevo, desde el proceso de R&S donde sobresalen aquellas personas que realmente gustan de la empresa y desean laborar ahí, hasta después de haber sido contratados para ver si se logró romper los prejuicios que traían antes de conocer la empresa y luego de conocerla por medio de la inducción. Como resultado se estableció que no solamente el incentivo monetario es un factor importante para el buen desempeño, existiendo otros factores; así mismo la inducción es un proceso que lleva al empleado a identificarse en poco tiempo con la empresa y compañeros de trabajo.

Una limitante fue el tiempo, debido a que los colaboradores tuvieron actividades establecidas y prioritarias, lo que dificultó realizar el proyecto de campo, otras limitantes fueron el traslape de actividades por lo se realizaron cambios de fecha y actitud de resistencia por parte de algunos colaboradores a participar en el proyecto de investigación, debido a que creyeron que los instrumentos iban a ser mostrados al departamento de recursos humanos.

Autoras: Ana Karina Sofía López Contreras  
María de los Angeles Ramírez Chenal

## CAPÍTULO I

### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y MARCO TEÓRICO

#### 1.1 Planteamiento del problema

La investigación delimitó el interés de conocer en qué nivel y cómo se lograba la identificación de los empleados hacia la empresa para la cual trabajan y esa lealtad que se crea o se impone dentro de la misma. Es una realidad que ha dado mucho de qué hablar, porque anteriormente en las instituciones, organizaciones o empresas, la identificación del empleado con su trabajo no se lograba hasta que se llevaba mucho tiempo de laborar para la misma y después de conocer a todos sus compañeros que estuvieron bajo el cargo del mismo jefe, durante varios años. Actualmente podemos decir que la inducción es el método clave para que el empleado se identifique con la empresa mostrándole la visión, misión, valores, políticas, estructura, entre otras cosas que la caracterizan y así el empleado pueda definir su futuro en ella.

Para determinar cuál es el grado o nivel de identificación del colaborador del sector privado hacia la empresa para la cual labora; se pudo responder las siguientes interrogantes: ¿qué factores influyen en el colaborador para que surja esa identificación?; ¿en qué se basa el contrato psicológico?, ¿cuál es el impacto que tiene la inducción en el proceso de identificación en el colaborador? y ¿qué herramientas utiliza la empresa para mantener la retención, lealtad y satisfacción en sus colaboradores?.

El humanismo es una corriente psicológica comúnmente denominada la tercera fuerza, surgió en los Estados Unidos, alrededor de los años sesenta; ésta corriente denota principalmente los estados alterados de la conciencia. Se ocupa del potencial, los ideales y problemas del hombre. Ayuda a estimular el interés de las personas en sus necesidades psicológicas como afiliación, creatividad, autoexpresión, amor y autoestima. Más que esto se puede denotar como una filosofía de vida en la que el hombre, la humanidad, la naturaleza y el universo

es un todo coherente, armónico y sobre todo perfecto. Podemos mencionar sus dos grandes autores que son Carl Rogers<sup>1</sup> el cual contaba con estudios teológicos y psicopedagógicos, es el fundador de la “terapia centrada en el cliente”. Este autor delimitaba la buena salud mental como la progresión normal de la vida y la enfermedad mental era distorsiones de la tendencia natural del ser humano.

Otro autor, Abraham Maslow<sup>2</sup>, era propiamente un psiquiatra y psicólogo el cual impulsó esta corriente por medio de la teoría que lleva su nombre la cual está representada como la famosa “pirámide de Maslow”. Nos explica que el hombre debe cumplir con sus diferentes niveles de necesidades para poder autorrealizarse, esto sucede satisfaciendo las necesidades más fáciles hasta llegar a las más complejas que es la necesidad de autorrealización. Una de las necesidades casi cúspides es la necesidad de estima, en la cual nos centramos en la investigación, ya que Maslow explica que una persona satisfecha en su nivel de estima es el resultado de sentirse seguro, ser constante y estable en sus relaciones sociales, esto hace que la persona se sienta capaz, consciente, segura y satisfecha de sí misma, tiene capacidad de querer a los demás así como tiene la certeza de ser querido. El no tener este nivel completo repercute en que las personas son inseguras, no se sienten queridas, necesitan llamar la atención y en casos extremos pierde los deseos de la vida lo cual expresa Rogers, es una distorsión de la naturaleza del ser humano como describimos con anterioridad.

Se utilizaron las técnicas de muestreo, observación, recolección y análisis de datos e instrumentos como cuestionario de identificación y entrevista.

La investigación se realizó en dos empresas multinacionales DHL Global Forwarding y Johnson & Johnson Guatemala, S.A., ubicadas en zona 12 y 11 de

---

<sup>1</sup> HOFFMAN, Edward. *Abraham Maslow: Vida y Enseñanzas del creador de la Psicología Humanista*. España: Editorial Kairós, 2009, Pp. 244.

<sup>2</sup> *Ibíd*em, Pp.273.

la Ciudad Capital respectivamente; contando con una población de 50 trabajadores de diversos departamentos, entre las edades de 18 a 50 años, durante los meses de abril a julio 2014.

## 1.2 Marco teórico

Dentro de las organizaciones existen varios temas en los que el departamento de Recursos Humanos trabaja, siendo uno de ellos, la satisfacción laboral, el clima y la cultura organizacional que generan un sentido de pertenencia con la organización e identificación con la misma. Ésta afiliación hace que se dé un proceso de lealtad y que con ello vaya ligado el contrato psicológico el cual surge desde el momento del reclutamiento y selección para iniciar a enraizarse por medio de la inducción, proceso por el cual se inicia una relación cercana con la organización.

Para ésta investigación se tomó en consideración las siguientes investigaciones: “Identificación de los factores que influyen en la permanencia y satisfacción de los colaboradores del área administrativa de una empresa multinacional”<sup>3</sup>, teniendo como objeto de estudio cómo el clima organizacional influye en la permanencia y satisfacción de los colaboradores. La conclusión que tiene relevancia en nuestra investigación es, la permanencia de los colaboradores en la empresa tiende a ser mayor debido a los factores que se denominan con realización personal, promoción, reto del trabajo, relaciones interpersonales y responsabilidades pueden influir en las satisfacción laboral y que los mismos responden a sus necesidades individuales; continuamos con “La satisfacción laboral y su relación con la identificación del empleado de la

---

<sup>3</sup> **HERRERA RODAS, Liliana María & AYALA VILLATORO, María Isabel.** *Identificación de los factores que influyen en la permanencia y satisfacción de los colaboradores del área administrativa de una empresa multinacional.* Tesis inédita. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala, 2010, Pp. 38-39.

empresa eléctrica de Guatemala EEGSA”<sup>4</sup> teniendo como objeto de estudio satisfacción laboral, encaminada a una identificación con la empresa y sus labores. La conclusión que tiene relevancia en nuestra investigación es, los principales factores internos que una empresa promueve para lograr la satisfacción en sus empleados son: un clima laboral adecuado, un espacio cómodo, una directiva positiva y el incentivar la participación en actividades relacionadas con trabajo en equipo que le permita un desenvolvimiento adecuado; y entre los principales factores externos son salarios, prestaciones de ley, prestaciones adicionales y capacitaciones. Y por último está “Los beneficios de la creación de un programa de incentivos laborales”<sup>5</sup> teniendo como objeto de estudio incentivos y recompensas. La conclusión que tiene relevancia en nuestra investigación es, el personal del área administrativa, por poseer un salario más compensatorio con el cual logran cubrir varias necesidades personales y familiares, consideran los incentivos como un beneficio; a los colaboradores de esta área les interesa que la empresa les otorgue incentivos de tipo no económico tales como recreación y asistencia médica, aunque no dejan de ser relevantes los incentivos socioeconómicos.

Dichas investigaciones tienen relación con la nuestra por buscar mostrar lo que motiva al colaborador dentro de la empresa y qué lo hace permanecer en ella, teniendo importancia ésta investigación por mostrar desde otra perspectiva cómo se crea la lealtad hacia la empresa en donde laboran, iniciando con el proceso de la inducción la cual nos lleva a la creación de la identificación laboral y por lo tanto a la retención del personal. Junto a ello se desliga el éxito de la carrera laboral del colaborador y se logra el desarrollo continuo de la cultura organizacional, creando un sentido de pertenencia y de lealtad, el cual permite consumir productos y/o servicios que requieran solamente de la empresa en

---

<sup>4</sup> **RODRÍGUEZ BATRES, Flor de María & NAVAS PINTO, Rocío de los Ángeles.** *La satisfacción laboral y su relación con la identificación del empleado de la empresa eléctrica de Guatemala EEGSA.* Tesis inédita. Guatemala; 2013, Pp. 53-55.

<sup>5</sup> **YAC DE LA CRUZ, Marlin Amany.** *Los beneficios de la creación de un programa de incentivos laborales.* Tesis inédita. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala; 2013, Pp. 45-48.



donde laboran, que cuiden la imagen y realicen a la vez publicidad a favor. Para ésta investigación tomamos en consideración la siguiente información.

### 1.2.1 Reclutamiento de personal

Chiavenato (2009) nos menciona que “las organizaciones seleccionan a las personas que desean tener como colaboradores y las personas escogen a las organizaciones donde quieren trabajar y aplicar sus esfuerzos y competencias”,<sup>6</sup> pero esto depende de diversos factores, con lo que se debe de iniciar un proceso de divulgación/de comunicación en donde se dan a conocer las plazas vacantes que se encuentran dentro de la organización, siendo éste el papel del reclutamiento.

El reclutamiento “es un conjunto de técnicas y procedimientos que se proponen atraer candidatos potencialmente calificados y capaces para ocupar puestos dentro de la organización”.<sup>7</sup> Éste parte de las necesidades presentes y futuras que se encuentran en la organización para poder atraer candidatos de los cuales se pueda seleccionar a quien cumpla con el perfil que requiere la plaza vacante, es importante mencionar que el proceso de reclutamiento comienza con la emisión de la requisición de empleo/de personal, enviada regularmente por el jefe inmediato de la posición.

El reclutamiento requiere una cuidadosa planeación que responde a las siguientes preguntas: ¿qué personal es el que necesita la organización?, ¿qué ofrece el mercadeo de recursos humanos? y ¿qué técnicas de reclutamiento se deben emplear?. A estas preguntas corresponden las siguientes etapas del proceso de reclutamiento:

- a. Investigación interna de las necesidades.
- b. Investigación externa del mercadeo.

---

<sup>6</sup> **CHIAVENATO, Idalberto.** *Gestión del Talento Humano.* Tercera Edición. México: Editorial McGraw Hill, 2009, Pp. 106.

<sup>7</sup> **CHIAVENATO, Idalberto.** *Administración de Recursos Humanos, El Capital Humano de las Organizaciones.* Novena Edición. México: Editorial McGraw Hill, 2011, Pp. 128.

- c. Definición de las técnicas de reclutamiento.
- d. Elección de pruebas que evaluarán las competencias técnicas y personales del candidato.

#### **1.2.1.1. Medios de reclutamiento**

El reclutamiento es un proceso que varía de acuerdo con la organización. Las fuentes de reclutamiento son las áreas del mercadeo de recursos humanos, exploradas por los mecanismos de reclutamiento. Estas fuentes de reclutamiento son diversas y cada vez mayores.

El departamento de RRHH es el que elige los medios de reclutamiento ya sea externo, interno o mixto. El reclutamiento externo se dirige a candidatos, reales o potenciales, disponibles o empleados en otras empresas; su consecuencia es una entrada de recursos humanos. El reclutamiento interno se dirige a candidatos, reales o potenciales, empleado sólo en la propia empresa; su consecuencia es el procesamiento interno de recursos humanos.<sup>8</sup> Entre las ventajas que se presentan en el reclutamiento externo se pueden mencionar: renovar y enriquecer los recursos humanos de la organización, aumentar el capital intelectual, llevar “sangre” y experiencia fresca a la organización, renovar la cultura organizacional, enriquecer con nuevas aspiraciones y aprovechar las inversiones en capacitación y desarrollo de personal de otras empresas o de los mismos candidatos. Mientras que las ventajas que se pueden mencionar del reclutamiento interno son: es más económico, presenta un índice de seguridad, incentiva la permanencia de los trabajadores y su fidelidad a la organización, fuente de motivación, ideal para situaciones estables y de poco cambio en el contexto, probabilidad de mejor selección, inversión en capacitación y desarrolla un espíritu de competencia entre los colaboradores. Se puede tomar en cuenta también que el reclutamiento interno puede ser más rápido.

---

<sup>8</sup> CHIAVENATO, Idalberto. Ob. Cit, Pp.180.

## **1.2.2 Selección de personal**

La selección del personal es el paso que sigue al reclutamiento, por lo que se considera una de las dos fases de un mismo proceso que tiene como fin, el generar ingreso de recurso humano a la organización. La selección del personal es un filtro, que permite ingresar a la organización a algunas personas que cuenten, con características idóneas.

La selección según Chiavenato (2011) es “una actividad de oposición, de elección, de escoger y decidir, de clasificación, de filtrar la entrada y por tanto, de restringirla. Busca entre los candidatos reclutados a los más adecuados para los puestos disponibles con la intención de mantener o aumentar la eficiencia y el desempeño del personal, así como la eficacia de las organizaciones”.<sup>9</sup> La tarea básica es escoger, entre los candidatos reclutados, a los que tengan más probabilidades de adecuarse al puesto y desempeñarlo bien, a los que tengan probabilidad de adecuarse al perfil del candidato y a los que se identifiquen con la organización o tengan valores que vayan de la mano con la misma, etc.

La selección pretende solucionar dos problemas básicos:

1. Adecuación de la persona al trabajo.
2. Eficiencia y eficacia de la persona en el puesto.

Se debe de recordar que no siempre el puesto es el elemento básico de partida para elegir a los candidatos sino muchas veces se evalúan aptitudes, habilidades, competencias y áreas de mejora para elegir a los aspirantes.

### **1.2.2.1 Bases para la selección de personal**

Siendo la selección un proceso de elección, éste debe de tener un estándar o criterio de validez el cual se obtiene de los requisitos del puesto vacante. Para obtener información sobre el puesto podemos utilizar la descripción y análisis del

---

<sup>9</sup> CHIAVENATO, Idalberto. Ob. Cit, Pp.144.

mismo, aplicación de la técnica de los índices críticos<sup>10</sup> (habilidades y comportamiento que debe tener la persona que ocupe el puesto), requisición del personal, análisis de puestos en el mercado, hipótesis de trabajo y competencias individuales requeridas. Las técnicas a utilizar pueden ser; entrevistas (técnica de selección más común en las empresas), pruebas o exámenes de conocimiento o capacidad, exámenes psicométricos, exámenes de personalidad y técnicas de simulación.

### **1.2.3 Inducción**

Una vez que se ha reclutado con éxito y seleccionado a los empleados, el siguiente paso es inducirlos y capacitarlos. Como podrá verse, tanto la inducción como capacitación son factores importantes en la motivación de la persona que labora.

El propósito de la inducción es presentar al nuevo empleado a la organización y viceversa y ayudarles a familiarizarse e integrarse entre sí.<sup>11</sup>

En otras palabras, se orientará al trabajador para que comprenda como debe realizar su trabajo, para que pueda asumir el rol que le corresponde dentro del grupo y para crear en él una actitud favorable hacia la organización.

La guía que se le brinde en el trascurso de este periodo será determinante para un eficaz desempeño futuro del cargo.

Al hacer que el nuevo empleado se sienta como “de la familia” puede incrementar el compromiso de la persona con la organización y en ese sentido podría fortalecer la moral, reducir la rotación de personal y producir un desempeño superior al que podría ocurrir en su ausencia.

---

<sup>10</sup> **CHIAVENATO, Idalberto.** Ob. Cit, Pp.148-149.

<sup>11</sup> **DESSLER, Gary.** *Administración de Personal.* Cuarta Edición. México: Editorial Prentice Hall, 1991. Pp. 260.

La inducción es un componente del proceso de socialización que utiliza la empresa con sus nuevos miembros, un proceso continuo que involucra el inculcar en todos los empleados las actitudes, estándares, valores y patrones de conducta prevalecientes que espera la organización y sus departamentos. Si se maneja adecuadamente, la inducción inicial puede ayudar a reducir el nerviosismo de los primeros días, así como el shock de la realidad que la persona podría experimentar.

Los programas de inducción van desde breves introducciones informales hasta programas formales y extensos. En el segundo caso, generalmente se proporciona al empleado un manual o materiales impresos que cubren cuestiones tales como horarios, revisiones de desempeño, ingreso en la nómina, y vacaciones; así como un recorrido por las instalaciones.<sup>12</sup>

El manejo de la inducción y las actividades de la misma, generalmente se dividen entre el supervisor del nuevo empleado y el departamento de personal.

#### **1.2.3.1 Aspectos que deben contemplarse**

Los elementos que se llevan a cabo durante la orientación general de la empresa son:

- Perspectiva de la organización breve historia, qué hace la organización (productos/servicios), dónde (sucursales), cómo lo hace (naturaleza de las operaciones) y estructura (organigrama).
- Políticas y procedimientos: horarios de trabajo, vacaciones, días de feriados, quejas, gafetes de identificación, uniformes, permisos de ausencia (enfermedad, educativos, maternidad etc.), promoción, transferencias y capacitación.
- Compensación: nivel de pago, tiempo extra, pago por días de feriados, cuándo y cómo se paga.

---

<sup>12</sup> DESSLER, Gary. Ob. Cit, Pp. 264.

- Prestaciones: seguro, retiro, unión de crédito, descuentos a empleados, sistema de sugerencias y actividades recreativas.
- Información de seguridad: políticas y procedimientos relevantes, protección contra incendios, instalaciones de primeros auxilios, comité de seguridad.
- Instalaciones físicas: diseño de plantas y oficinas, entrada de empleados, estacionamientos, cafetería, etc.

Los elementos que se llevan a cabo durante la orientación departamental específica:

- Funciones del departamento: objetivos, actividades y estructura junto con la descripción de la forma en que las actividades del departamento se relacionan con las que otros departamentos y la compañía en general.
- Responsabilidades del puesto: explicación detallada de sus responsabilidades (proporcionarle una copia de la descripción del mismo) y la manera en que el puesto se relaciona con las actividades del departamento, de la empresa o si trata con proveedores.
- Políticas y procedimientos: las que corresponden únicamente al departamento.
- Recorrido por el departamento: familiarización completa con las instalaciones incluyendo los armarios, equipo, salidas de emergencia, cuarto de suministros.
- Presentación a los empleados del departamento.<sup>13</sup>

Se considera que una de las principales razones por las que las personas cambian de trabajo se debe a que no se sienten bienvenidas ni se perciben como parte de la organización, o se dan cuenta de que el trabajo no era lo que esperaban.

---

<sup>13</sup>DESSLER, Gary. Ob. Cit, Pp. 266.

### **1.2.3.2 Estrategias por utilizar**

Para llevar a cabo una adecuada inducción, el instructor puede recurrir a diversas estrategias, siempre considerando el tamaño de la organización y disponibilidad de recursos para tal fin.

- a) Entrevista con el nuevo empleado para explicarle detalles del puesto, entre otras cosas.
- b) Visita explicada a las instalaciones, esto le permitirá ubicarse físicamente, conocer los diversos lugares e instancias a las que tendrá que acudir en ocasiones.
- c) Entrega de una manual de bienvenida, en el cual incluya información básica y recomendaciones importantes a la persona de nuevo ingreso.
- d) Reunión general de la persona encargada con su personal a cargo.<sup>14</sup>

### **1.2.3.3 Ventajas**

1. Facilita la integración del personal a la organización.
2. Reduce el tiempo que normalmente tarda el trabajador en conocer las características de la organización y sus labores.
3. Proporciona a los trabajadores una visión general sobre los productos o servicios de la organización y les permite conocer la forma en que su labor encaja dentro de ésta.
4. Facilita la aplicación de métodos de capacitación que se pueden emplear después de la inducción.<sup>15</sup>

### **1.2.4 Clima organizacional**

Podemos decir que el clima organizacional es el vínculo entre la persona y ambiente de trabajo. Es el carácter interno de una organización en la cual las

---

<sup>14</sup> **GARCÍA LIZANO, Nidia, ET AL.** *La administración escolar para el cambio y el mejoramiento de las instituciones educativas*. Primera Edición. San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 2002. Pp. 424.

<sup>15</sup> *Ibíd.*, Pp. 376.

cogniciones y las conductas influyen en la empresa, así como en el desarrollo y evolución de la misma, que actúan sobre la conducta de los individuos.

Uno de los elementos claves que afectan al clima organizacional son las relaciones interpersonales que se tiene tanto de jefes con trabajadores como entre trabajadores una misma área o distintas. Otros elementos podrían ser las distintas formas de pensar de cada persona, los diferentes puestos, las personalidades y situaciones psicológicas de cada trabajador, por ejemplo, lo que les sucedió en el día o algún asunto familiar; la comunicación buena o mala y los conflictos que puedan surgir mientras se trabaja, por ejemplo la diferencia de salarios.

Éste se construye día a día, es observable y medible, por lo que se necesita colaboración de cada uno de los miembros de la organización con voluntad, esfuerzo, perseverancia, unidad y comprensión para mantener un buen clima organizacional para poder lograr un desempeño adecuado del personal y alcanzar los resultados deseados.

### **1.2.5 Capacitación**

Al hablar de capacitación debe de pensarse en modelos de educación, a través de los cuales es necesario iniciar a forjar una cultura de identidad empresarial basada en los valores de la misma. Debemos de recordar que las personas son los únicos elementos capaces de dirigirse y desarrollarse por sí mismas, es por ello que tienen una enorme aptitud para el crecimiento.

Se puede considerar que capacitación, es un medio para desarrollar la fuerza de trabajo de las organizaciones,<sup>16</sup> pero también como consideran y opinan otros autores la capacitación sirve para un debido desempeño del puesto; asimismo extienden el concepto a un nivel intelectual por medio de la educación general.

---

<sup>16</sup> **YODER, Dale.** *Personnel Management and Industrial Relations.* Nueva York: Editorial Prentice Hall, 1956. Pp. 552.



La capacitación es una herramienta fundamental dentro de las organizaciones, es un proceso educativo de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, por medio del cual las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y destrezas e involucran sus actitudes conformando así sus propias competencias orientadas en función de objetivos definidos. La capacitación permite y genera mejoras a nivel de producción y de clima laboral dentro de las organizaciones.

Podemos mencionar otra definición de capacitación la cual nos dice que “es la experiencia aprendida que produce un cambio permanente en un individuo y que mejora su capacidad para desempeñar un trabajo. La capacitación implica un cambio de habilidades, de conocimientos, de actitudes o de comportamientos. Esto significa cambiar aquello que los empleados conocen, su forma de trabajar, sus actitudes ante su trabajo o sus interacciones con los colegas o el supervisor.”<sup>17</sup>

Según el National Industrial Conference Board de Estados Unidos, “la finalidad de la capacitación es ayudar a los empleados de todos los niveles a alcanzar los objetivos de la empresa al proporcionarles la posibilidad de adquirir el conocimiento, la práctica y la conducta requeridos por ella”.

El contenido de la capacitación abarca cuatro formas de cambio de la conducta.

#### **“LAS CUATRO ETAPAS DEL PROCESO DE CAPACITACIÓN”.**<sup>18</sup>

<b>Transmisión de información</b>	Aumento del conocimiento de las personas. Información sobre la empresa, sus clientes, sus productos y servicios, políticas, etc.
-----------------------------------	--

---

<sup>17</sup> **ROBBINS, Stephen P., ET AL.** *Fundamentos de Administración*. Traducido por Pilar Mascaró Sacristán. Tercera Edición. México: Editorial Pearson Prentice Hall, 2002. Pp. 196.

<sup>18</sup> **CHIAVENATO, Idalberto.** *Gestión del Talento Humano*. Tercera Edición. México: Editorial McGraw Hill, 2009, Pp. 376.

<b>Desarrollo de habilidades</b>	Habilitar a las personas para la realización y la operación de las tareas, manejo de equipo, máquinas y herramientas.
<b>Desarrollo de actitudes</b>	Desarrollo o modificación de conducta.
<b>Desarrollo de conceptos</b>	Elevar el nivel de abstracción. Desarrollo de ideas y conceptos para ayudar a las personas a pensar en términos globales y estratégicos

La capacitación dentro de las organizaciones puede dividirse en dos opciones que contienen diversas actividades de capacitación cada uno.

- Capacitaciones técnicas (tareas específicas).
- Capacitaciones en el área de administración o relaciones humanas (buscan mejorar el clima organizacional, aumentar la motivación y generar trabajo en equipo).

### **1.2.6 Prestaciones sociales**

Uno de los costos más importantes de las organizaciones industriales y sobre todo de las de servicios, es la remuneración, directa o indirecta, que pagan a sus empleados de todos los niveles. En este caso, la remuneración directa (el salario), es proporcional al puesto ocupado, mientras que la remuneración indirecta (prestaciones y seguridad social), es común para todos los empleados, independientemente de su puesto.

Las prestaciones sociales son las facilidades, comodidades, ventajas y servicios que las empresas ofrecen a sus empleados con el objeto de ahorrarles esfuerzos y preocupaciones. Suelen financiarse total o parcialmente por la organización, pero casi nunca se pagan directamente por los trabajadores. No obstante, son medios indispensables para mantener a la fuerza de trabajo dentro de un nivel óptimo de productividad y satisfacción.

Sus elementos más importantes son: gastos médicos, seguro de vida, alimentación, transporte seguridad social privada, etc.

#### **1.2.6.1 Factores de origen y crecimiento**

- Actitudes y expectativas de las personas en cuanto a las prestaciones laborales.
- Demandas de los sindicatos.
- Legislación laboral y de seguridad social impuesta por el gobierno.
- Competencia entre las organizaciones en la lucha por atraer y retener a personas talentosas.
- Controles salariales ejercidos indirectamente por el mercado en razón de la competencia de los precios de productos o servicios.

Al principio, los planes de seguridad y prestaciones sociales se inclinaban a un planteamiento paternalista y limitado, que se justificaba debido a la preocupación por retener a la mano de obra y disminuir la rotación de personal. Hoy en día, además de su aspecto competitivo en el mercado de trabajo, tienen el propósito de preservar las condiciones físicas y mentales de los empleados.<sup>19</sup>

#### **1.2.6.2 Tipos**

Las prestaciones pueden clasificarse de acuerdo a su exigencia por ley o por generosidad del empleador y/o productividad del empleado; algunas otras que benefician únicamente al empleado y otras que incluyen a su familia.

- Prestaciones legales: son las que el empleador debe otorgar por disposición de ley o acuerdo entre sindicatos, por ejemplo, el aguinaldo, las vacaciones, jubilación, ayuda para enfermedad o maternidad y horas extras.

---

<sup>19</sup> **CHIAVENATO, Idalberto.** *Administración de Recursos Humanos, El Capital Humano de las Organizaciones.* Novena Edición. México: Editorial McGraw Hill, 2011, Pp. 271.

- Prestaciones adicionales: son las que la empresa brinda por buen desempeño o generosidad, no son exigidas, por ejemplo, seguro de vida, parqueo, sucursal bancaria dentro de la institución, alimentos, transporte, préstamos, horario flexible, gastos médicos y ayuda para vivienda.

De éstas se derivan las prestaciones que aplican tanto al empleado como a la familia en condiciones de seguridad como planes dentales y seguro de vida familiar y por otro lado condiciones de descanso y diversión e higiene mental como un club, actividades deportivas, excursiones o parques recreativos.

### 1.2.6.3 Ventajas

Según Chiavenato, existen ventajas no sólo para el empleado, sino también para la organización:<sup>20</sup>

<b>VENTAJAS</b>	
<b>PARA LA ORGANIZACIÓN</b>	<b>PARA EL EMPLEADO</b>
• Elevan la moral de los empleados	• Ofrecen ventajas que no se pueden evaluar en dinero
• Disminuyen la rotación y el ausentismo	• Ofrecen ayuda para resolver problemas personales
• Elevan la lealtad del empleado hacia la empresa	• Aumentan la satisfacción en el trabajo
• Aumentan el bienestar del empleado	• Contribuyen al desarrollo personal y al bienestar individual
• Facilitan el reclutamiento y la retención del personal	• Ofrecen medios para mejorar las relaciones sociales entre los empleados
• Aumentan la productividad y disminuye el costo unitario del trabajo	• Reducen sentimientos de inseguridad
• Muestran las directrices y los propósitos de la empresa hacia lo empleados	• Ofrecen oportunidades adicionales para asegurar el estatus social
• Disminuyen los disturbios y quejas	• Mejoran las relaciones con la empresa

<sup>20</sup> CHIAVENATO, Idalberto. Ob. Cit. Pp. 271.

- Promueven relaciones públicas con la comunidad
- Reducen las causas de insatisfacción

### 1.2.7 Contrato psicológico

La interacción psicológica entre empleado y organización es más que nada un proceso de reciprocidad:<sup>21</sup> la organización hace ciertas cosas por y para los participantes, como remunerarlos y darles seguridad y estatus; a su vez el participante responde con trabajo y el desempeño de sus tareas. La organización espera que el empleado obedezca a su autoridad y, por su parte, el empleado espera que la organización se comporte correctamente con él y actúe con justicia. Las dos partes de la interacción se orientan por directrices que definen lo correcto - equitativo y lo que no lo es.<sup>22</sup> Algunos psicólogos se refieren a una “norma de reciprocidad”,<sup>23</sup> y otros, a un “contrato psicológico”.

Todo contrato representa dos aspectos fundamentales:<sup>24</sup>

1. El contrato formal y escrito es un acuerdo en relación con el puesto por ocupar, contenido del trabajo, horario, salario, etcétera.
2. El contrato psicológico es una expectativa de lo que harán y ganaran la organización y el individuo con esa nueva relación.

Podemos decir pues, que el contrato psicológico se establece mediante una relación entre el empleado y la organización que no tiene una formalidad de manera escrita, sino más bien como menciona Chiavenato<sup>25</sup> “es un compromiso tácito entre individuo y organización respecto de una vasta gama de derechos, privilegios y obligaciones consagrados por el uso y la costumbre, respetado y

<sup>21</sup> **BAKER, Frank, ET AL.** *Industrial Organizations and Health*. Editorial Routledge, 2001. Pp. 10.

<sup>22</sup> **JAQUES, Elliott.** *Equitable Payment*. Nueva York, 1961.

<sup>23</sup> **GOULDNER, Alvin W.** The norm of Reciprocity: A Preliminary Statement. *American Sociological Review*, Vol. 25, No. 2, 1960. Pp. 169.

<sup>24</sup> **SCHEIN, Edgar H.** *Consultoría de procedimientos: seu papel no desenvolvimento organizacional*. Sao Paulo, 1972, Pp. 89.

<sup>25</sup> **CHIAVENATO, Idalberto.** *Administración de Recursos Humanos, El Capital Humano de las Organizaciones*. Novena Edición. México: Editorial McGraw Hill, 2011, Pp. 68.

observado por ambas partes”. El contrato psicológico es un elemento importante en toda relación de trabajo que influye en el comportamiento de ambas partes y se encuentra presente entre personas, grupos de personas y organizaciones.

### 1.2.7.1 Concepto

Según la Real Academia Española un contrato es “pacto o convenio, oral o escrito, entre partes que se obligan sobre materia o cosa determinada, y a cuyo cumplimiento puede ser compelidas. Documento que recoge las condiciones de este convenio.”<sup>26</sup> Un contrato es pues, un acuerdo o una expectativa que las personas tienen consigo mismas o con otros que se convierte en el medio para la creación e intercambio de valores o de recursos entre las personas. Cada persona presenta sus propios contratos que rigen sus relaciones interpersonales como intrapersonales adaptándose a diversas situaciones.<sup>27</sup>

El concepto de contrato surge en la psicología de grupo. De acuerdo con algunos autores, la vida como un todo es una serie de acuerdos y pactos (contratos) que las personas mantienen consigo mismas y con los demás.

El contrato constituye un medio para la creación e intercambio de valores entre las personas. Toda organización puede verse en términos de grupos de personas ocupadas en el intercambio de sus recursos con base en ciertas expectativas. Esos recursos se modifican continuamente, y sin duda no se limitan a recursos materiales, sino que comprenden ideas, sentimientos, habilidades y valores.

En el intercambio de recursos se celebran contratos psicológicos entre personas y sistemas, personas y grupos, sistemas y subsistemas, en los que prevalece un sentimiento de reciprocidad: cada uno evalúa lo que ofrece y lo que

---

<sup>26</sup> **CONTRATO** [En línea.] Real Academia Española, Diccionario de la lengua española, 2001. [Citado: 09 de marzo de 2014], disponible en: <http://lema.rae.es/drae/srv/search?id=1CJ1jdCghDXX2aSEj9vi>

<sup>27</sup> **CHIAVENATO, Idalberto.** *Gestión del Talento Humano*. Tercera Edición. México: Editorial McGraw Hill, 2009, Pp. 186.

recibe a cambio. En ese continuo intercambio de recursos, si desaparece o disminuye el sentimiento de reciprocidad, el sistema se modifica.<sup>28</sup>

Las personas forman una organización o ingresan en alguna porque esperan que su participación satisfaga ciertas necesidades personales. Para lograr esa satisfacción, las personas están dispuestas a incurrir en ciertos costos o inversiones propias (esfuerzos) en la organización con la esperanza de que la satisfacción de sus necesidades sea superior al costo; las satisfacciones esperadas y los costos se evalúan mediante su propio sistema de valores.

### 1.2.7.2 “Expectativas de personas y organizaciones”<sup>29</sup>

<b>Lo que las personas esperan de la organización:</b>	<b>Lo que la organización espera de las personas:</b>
Un excelente lugar de trabajo.	Enfocarse en la misión organizacional.
Oportunidad de crecimiento, educación y carrera.	Enfocarse en la visión del futuro de la organización.
Reconocimiento y recompensas: salario, beneficios e incentivos.	Enfocarse en el cliente interno o externo.
Libertad y autonomía.	Enfocarse en las metas y resultados.
Apoyo: liderazgo renovador.	Enfocarse en la mejoría y el desarrollo continuos.
Capacidad de empleo y de ocupación.	Enfocarse en el trabajo participativo en equipo.
Camaradería y compañerismo.	Compromiso y dedicación.
Calidad de vida en el trabajo.	Talento, habilidad y competencia.
Participación en las decisiones.	Aprendizaje constante y crecimiento profesional.

<sup>28</sup> CHIAVENATO, Idalberto. *Íbidem*, Pp. 192.

<sup>29</sup> CHIAVENATO, Idalberto. *Comportamento organizacional: A dinâmica de sucesso das organizações*. Rio de Janeiro, 2006. Pp. 26.

Distracción, alegría y satisfacción.

Ética y responsabilidad social.

### 1.2.7.3 Relaciones de intercambio

Existe un constante intercambio de recursos materiales y no materiales como lo son las ideas, valores, sentimientos, habilidades, ideologías, etc., por parte de las personas dentro de las sociedades estableciendo contratos psicológicos, en donde prevalece el sentimiento de reciprocidad evaluando lo que se ofrece y recibe.

“En este intercambio de recursos, si desaparece o disminuye el sentimiento de reciprocidad, el sistema se modifica”.<sup>30</sup>

“El objetivo fundamental de toda organización es atender sus propias necesidades y, al mismo tiempo, las de la sociedad mediante la producción de bienes y servicios por los cuales recibe un pago”.<sup>31</sup> Un individuo entra en una organización cuando espera que sus satisfacciones personales sean superiores a sus propios esfuerzos. Si cree que sus esfuerzos personales son superiores a las satisfacciones, estará propenso a salir de la organización, al mismo tiempo, la organización espera que la contribución de cada individuo sea superior al costo de tenerlo dentro de la misma.

### 1.2.8 Lealtad laboral

“La palabra lealtad significa fidelidad, franqueza, nobleza, honradez, sinceridad y rectitud”.<sup>32</sup>

Lealtad significa “fortalecer y respetar” los vínculos que libremente se han adquirido. En las empresas hay un vínculo contractual con los empleados del

<sup>30</sup> **CHIAVENATO, Idalberto.** *Administración de Recursos Humanos, El Capital Humano de las Organizaciones.* Novena Edición. México: Editorial McGraw Hill, 2011, Pp. 69.

<sup>31</sup> **HICKS, Herbert G. ET AL.** *The Management of Organizations.* Nueva York: Editorial McGraw Hill, 1976. Pp. 5-6.

<sup>32</sup> **LEALTAD.** *Lealtad, Honestidad y Fidelidad ante todo...* [En línea.] Blogspot, 2009 [Citado: 27 de marzo de 2014], disponible en: <http://nenanavarro.blogspot.com/2009/03/lealtad.html>.



cual se podría decir que la empresa “compra” rentabilidad y los empleados venden “esfuerzo”. Esto determina derechos y obligaciones, y cuando se mantiene un equilibrio se tiende a tener a personas/colaboradores leales. A continuación se enlistan factores que se fortalecen con la creación del vínculo entre empleador y empleado (organización / colaborador):<sup>33</sup>

- Fortalecer el vínculo, es hacer que las personas no se sientan ajenas en la organización, sino que se sienta importantes y respetadas. Esperaría el colaborador que se cumpla con todo lo que se promete –bueno o malo- que aprenda, y de parte de la organización se esperaría un compromiso.
- Fortalecer el vínculo, es respetar la individualidad de la persona, saber que tiene inteligencia y que por eso tiene ideas y puede ser creativa. Además que estas ideas se valoran y ponderan.
- Observar al jefe “caminar sobre lo que dice”, evidenciando que existe una coherencia e integridad.
- Que el jefe comparta información, porque sabe que sus colaboradores difícilmente lo seguirán ciegamente, si no se les dice que se espera de ellos y hacia donde se les quiere llevar.
- El compartir sentimientos: es importante que el jefe admita sus preocupaciones y sus miedos. Recordemos que los sentimientos son tan importantes como los hechos en una relación. Si no se está de acuerdo con alguien o algo hay que hacerlos notar. Cuando algo nos apasiona hay que hacerlo sentir.
- No esconder las malas noticias, se dice que éstas corren más rápido que las buenas, lo que significa que en cualquier momento a nuestro alrededor se pueden llegar a enterar de la toma de decisión buena o mala.

---

<sup>33</sup> **LEALTAD.** *Mandos medios y Lealtad en la empresa.* [En línea.] SICAP [Citado: 25 de marzo de 2014], disponible en:  
[http://sicap-instituto.com/index.php/es/?option=com\\_content&view=article&id=180:soberbia-y-empresa&catid=44:empresa&Itemid=59](http://sicap-instituto.com/index.php/es/?option=com_content&view=article&id=180:soberbia-y-empresa&catid=44:empresa&Itemid=59)

Cuando las cosas salen mal o hay malos augurios hay que decirlos. Jamás se consigue lealtad cuando se trata a los empleados como niños tratando de “protegerlos” de la verdad.

En el mercado laboral actual, es necesario mantener los puntos elementales para promover la lealtad:

- Demostrar aprecio por el esfuerzo realizado por los empleados.
- Comentar sobre la importancia de cada una de las funciones que realiza cada colaborador.
- Compartir ideas y objetivos entre empresa y empleados.
- Dar a conocer los temas de interés de la empresa y su entorno.

### **1.2.9 Identificación laboral**

Es el sentimiento de pertenencia del empleado con la empresa para la cual labora. Podríamos decir que esta identificación inicia desde el proceso de reclutamiento y selección, donde el reclutador busca a la persona que se adapte mejor a la empresa, en cuanto a valores y características. Luego de ser contratado, el momento clave es la inducción; al darle a conocer la empresa (políticas, normas, ubicación física, a qué se dedica, puesto de trabajo, compañeros, responsabilidades, etc.) el candidato analizará si realmente le gusta o no la empresa, si se identifica con todo lo anterior y se ve mucho tiempo laborando en la misma; si le será leal en caso de que se exista la empresa competencia; si está dispuesto a dar todo de sí para defender a la empresa o para representarla dentro y fuera de ella, si está comprometido con su jefe y/o compañeros de trabajo para trabajar en equipo.

Este sentimiento puede irse desarrollando con el pasar del tiempo, sin embargo también influyen en la decisión, la capacitación que le permite ampliar sus conocimientos o mejorar su método de trabajo y que éste se sienta motivado y por otro lado, las prestaciones sociales que brindan beneficios al empleado.

### **1.3 Delimitación**

Este proceso de investigación inició en abril del año 2014 y se puso en acción en el mes de julio del mismo año. Se contó con una población de 50 empleados del área administrativa en el rango de edad entre 18 a 50 años de edad, a quienes se les aplicó cuestionario de identidad y entrevista. Entre la población se encontraban ambos sexos, siendo 27 mujeres y 23 hombres.

Los lugares donde se realizó la investigación fue DHL Global Forwarding y Johnson & Johnson Guatemala, S.A., ubicadas en la zona 12 y 11 de la Ciudad Capital, respectivamente.

## **CAPÍTULO II**

### **TÉCNICAS E INSTRUMENTOS**

#### **2.1 Modelo de Investigación**

La investigación se trabajó con un modelo cuantitativo en donde se utilizó un análisis descriptivo estadístico en base a datos recolectados con instrumentos estructurados que permitieron los resultados específicos.

En ésta investigación se permitió utilizar técnicas de muestreo e instrumentos como observación, cuestionario de identificación y entrevista, pudiendo recolectar información de los sujetos estudiados para luego proceder a un análisis e interpretación de los resultados.

#### **2.2 Técnicas**

##### **2.2.1 Técnicas de muestreo:**

El proyecto de investigación se llevó a cabo con el personal del área administrativa de empresas multinacionales DHL Global Forwarding y Johnson & Johnson Guatemala, S.A., ubicadas en zona 12 y 11 de la Ciudad Capital, respectivamente.

Se trabajó con una población de 50 adultos de ambos sexos, y se considera que la muestra fue de tipo no aleatoria.

##### **2.2.2 Técnicas de recolección de datos:**

La aplicación de los instrumentos fue realizada de manera individual en los lugares de trabajo, en donde anteriormente se les había informado que participarían en la investigación.

### **2.2.2.1 Observación científica:**

Se realizó una observación libre, la cual permitió realizar un reconocimiento del lugar y evidenciar el comportamiento de los colaboradores dentro de la organización, conociendo su clima laboral y las relaciones que se tienen entre compañeros de labores y jefes de departamento de las organizaciones. (Ver Anexo No. 2)

### **2.2.2.2 Entrevista no estructurada:**

Se realizó con el fin de obtener información para poder determinar si el colaborador conoce lo que la empresa le brinda y cuál es su rol en la misma. Fue aplicada a 20 personas escogidas al azar, siendo una muestra aleatoria. Se realizó de manera personal con cada uno de los colaboradores y el tiempo a ejecutar dicha entrevista fue máximo 15 minutos. Con la población se tuvo una conversación, buscando conocer qué les identifica con la empresa en donde laboran y los factores que hacen que se logre tal identificación, adquiriendo así comentarios y opiniones. (Ver Anexo No. 3)

La entrevista fue creada por: Ana Karina Sofía López Contreras y María de los Angeles Ramírez Chenal, en el año 2014. El objetivo de estudio es delimitar la influencia psicológica que la empresa llega a tener en el colaborador durante el pre-, durante y post empleo. La entrevista, posee seis preguntas en donde se le cuestiona al colaborador si sabe las funciones propias de su puesto, prestaciones sociales que posee, cómo aplica la lealtad hacia la empresa y si la inducción ha sido clave para su identificación con la misma. La población que puede utilizar dicha entrevista son hombres y mujeres mayores de edad (18 años en adelante), consta de 2 páginas y el material a utilizar son: hojas de papel bond, un lápiz número dos o lapicero de tinta negra y/o azul.

### **2.2.2.3 Planificación del taller:**

Se realizó con el fin de presentar la información a utilizar de parte de la empresa y para determinar qué información se extraería de la misma por medio del colaborador con respecto a temas de inducción, clima organizacional, beneficios sociales, etc. (Ver Anexo No. 5)

El taller de información fue creado por: Ana Karina Sofía López Contreras y María de los Angeles Ramírez Chenal, en el año 2014. El objetivo de estudio es determinar el grado o nivel de identificación del colaborador hacia la empresa para la cual labora por medio de la investigación. El taller posee ésta información: nombre de la investigación, fecha de realización, presentación, introducción, objetivos, temas tratados (reclutamiento y selección, inducción, clima organizacional, capacitación, prestaciones sociales contrato psicológico, lealtad laboral e identificación laboral), planificación de actividades, metodología y recursos. La población que puede utilizar dicho taller de información son hombres y mujeres mayores de edad (18 años en adelante), consta de 4 páginas y el material a utilizar son: hojas de papel bond.

### **2.2.3 Técnicas de análisis de datos:**

Teniendo en cuenta los resultados de los cuestionarios y las entrevistas se procedió a ordenarlos, clasificarlos, tabularlos y describirlos por medio de gráficas, tablas de contenido y análisis de estadística descriptiva.

## **2.3 Instrumentos**

### **2.3.1 Cuestionario de identificación:**

El cuestionario fue estructurado de acuerdo al tema que se investigó, con 10 preguntas cerradas. El objetivo fue conocer el grado de afiliación que tiene el colaborador con la empresa y si la inducción ha influido en ésta identificación. (Ver anexo No. 4)

El cuestionario fue creado por: Ana Karina Sofía López Contreras y María de los Angeles Ramírez Chenal, en el año 2014. Las preguntas se relacionan con el tiempo que tiene de laborar el colaborador en la empresa, si está de acuerdo con su salario, prestaciones sociales, ambiente laboral, qué lo motiva a permanecer en la empresa y cómo la inducción influye en la identificación. La población que puede utilizar dicho instrumento son hombres y mujeres mayores de edad (18 años en adelante), consta de 2 páginas y el material a utilizar son: hojas de papel bond, un lápiz número dos o lapicero de tinta negra y/o azul.

### **2.3.2 Esquema del taller:**

El taller de información se realizó con el fin de dar a conocer el tema de investigación y temas que se involucran en el mismo como: reclutamiento y selección, capacitación, prestaciones sociales y contrato psicológico. En donde se evaluó las oportunidades de interacción que se tendrían con el personal de las organizaciones. (Ver Anexo No. 5)

### **2.3 Operacionalización de objetivos**

<b>OBJETIVOS</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>TÉCNICAS O INSTRUMENTOS</b>
Determinar el grado o nivel de identificación del colaborador hacia la empresa para la cual labora.	Identificación del colaborador	Entrevista  Observación
Delimitar la influencia psicológica que la empresa llega a tener en el colaborador durante el pre-, durante y post-	Influencia psicológica	Cuestionario  Entrevista

empleo.		
Conocer los métodos de integración que utilizan diversas organizaciones para mantener la identificación del colaborador.	Identificación del colaborador  Métodos de integración	Entrevista  Observación de Inducción / Capacitación
Descubrir el impacto que tiene la inducción en el proceso de identificación del colaborador.	Identificación del Colaborador  Inducción	Entrevista
Mostrar a la empresa las herramientas necesarias para la retención, lealtad y satisfacción de sus empleados.	Retención, lealtad y satisfacción del empleado	Observación / Entrevista  Cuestionario



## **CAPÍTULO III**

### **PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

#### **3.1 Características del lugar y de la población**

##### **3.1.1 Características del lugar**

La investigación se llevó a cabo en dos empresas multinacionales en el mes de julio del año 2014. La primera empresa es DHL Global Forwarding, ubicada en la 46 calle 24-30 zona 12; el giro de la empresa es logística en importaciones y exportaciones.

Cuentan con parqueo dentro de las instalaciones para puestos administrativos y fuera de la empresa para personal nuevo, proveedores y visitas, además de cafetería, jardín, baños y salones para capacitaciones y reuniones. Las oficinas tienen buena iluminación y ventilación, el mobiliario y equipo se encuentra en buen estado.

La segunda empresa es Johnson & Johnson Guatemala, S.A., ubicada en 27 avenida 5 – 90 zona 11, Plaza Vía Majadas of. 201 segundo nivel, el giro de la empresa es la fabricación de dispositivos médicos, productos farmacéuticos, de aseo personal, perfumes y productos de bebé.

Cuenta con parqueo dentro de las instalaciones, además de cafetería, salón de protagonistas, baños y salones para capacitaciones y reuniones. Las oficinas tienen buena iluminación y ventilación, son amplias y el mobiliario, equipo y demás herramientas se encuentran en buen estado.

##### **3.1.2 Características de la muestra**

La investigación se llevó a cabo con una muestra de 25 colaboradores de cada empresa, en un rango de 18 a 50 años de edad, siendo en total la población de 50 personas de ambos sexos, a las cuales se les aplicó el cuestionario de identificación y a 20 de ellos se les realizó la entrevista.

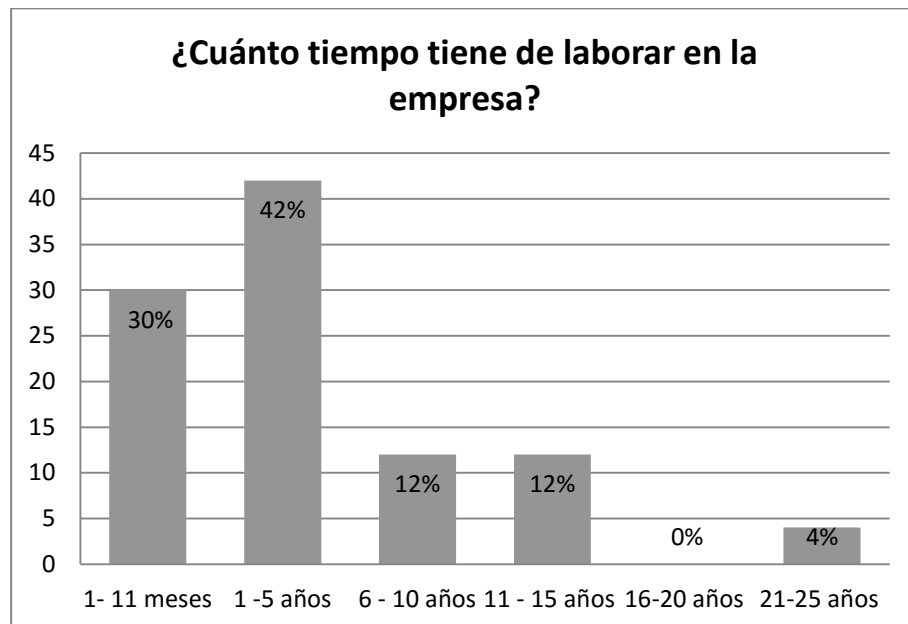
Todos los colaboradores de la muestra tienen puestos administrativos, teniendo una escolaridad mínima de diversificado.

### 3.2 Presentación y análisis de resultados

#### 3.2.1 Análisis Cuantitativo

A continuación se describen los resultados obtenidos en el cuestionario de identificación.

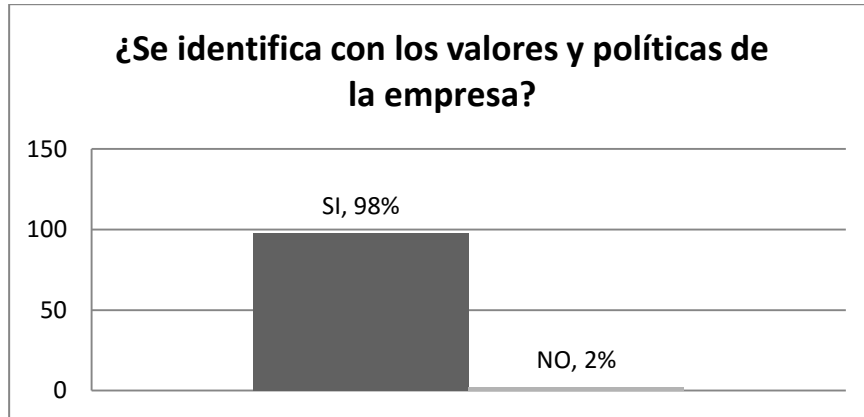
Gráfica #1



Fuente: Cuestionario realizado a empleados de DHL y Johnson & Johnson, año 2014

Descripción: como se puede apreciar en los datos anteriores, el 42% de la población total de colaboradores tiene de 1 a 5 años de haber ingresado a la empresa, 30 % de 1 a 11 meses, 12% de 6 a 15 años, 4% tiene de 21 a 25 años laborados en las empresas y el 0% de 16 a 20 años.

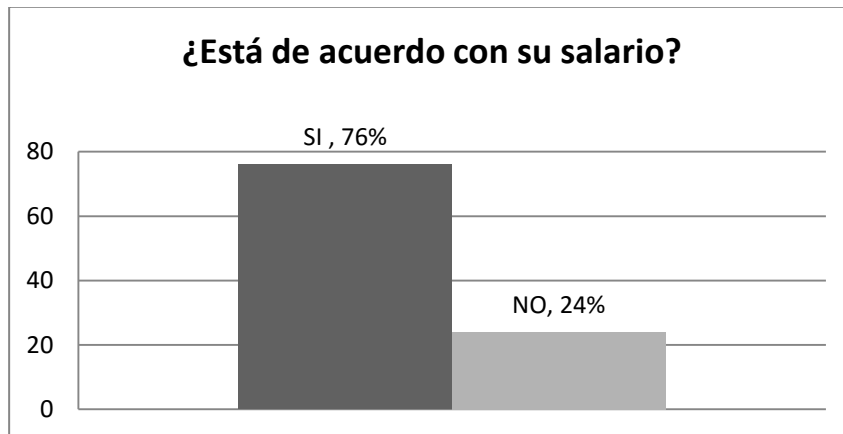
Gráfica #2



Fuente: Cuestionario realizado a empleados de DHL y Johnson & Johnson, año 2014

Descripción: 98% de la población se identifica con los valores y políticas de la empresa y un 2% no lo hacen.

Gráfica #3



Fuente: Cuestionario realizado a empleados de DHL y Johnson & Johnson, año 2014

Descripción: el 76% de la población está de acuerdo con el salario que devenga y el 24% no lo está.

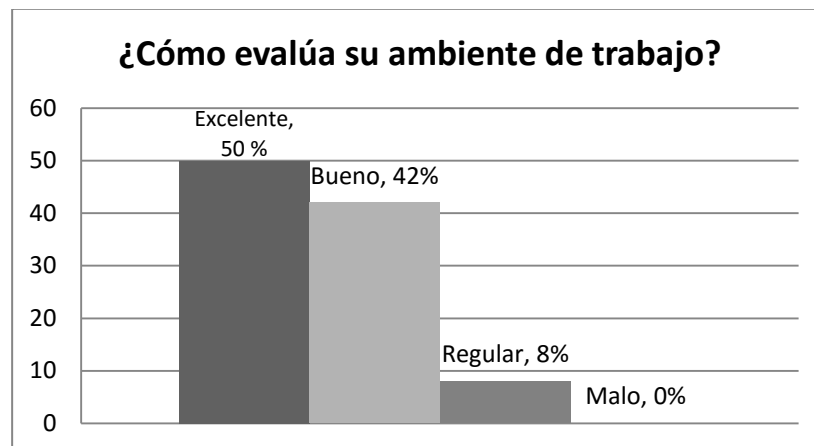
Gráfica #4



Fuente: Cuestionario realizado a empleados de DHL y Johnson & Johnson, año 2014

Descripción: al 94% le gustan las prestaciones que ofrece la empresa y al 6% no le parecen.

Gráfica #5



Fuente: Cuestionario realizado a empleados de DHL y Johnson & Johnson, año 2014

Descripción: el 50% de la población considera que el ambiente de trabajo es excelente, el 42% piensa que es bueno y el 8% que es regular. Un 0% piensa que el ambiente laboral es malo en su empresa.

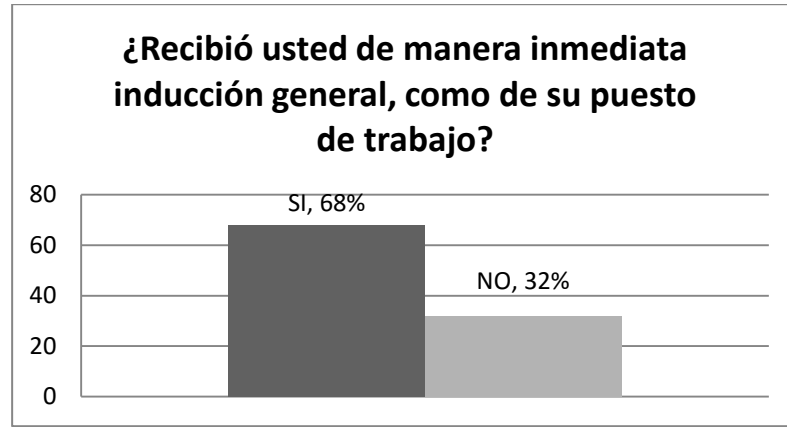
Gráfica #6



Fuente: Cuestionario realizado a empleados de DHL y Johnson & Johnson, año 2014

Descripción: la principal razón que motiva a los colaboradores a laborar en la organización es por ser una empresa de prestigio contando con un 21%, el 16% es por tener un crecimiento personal y por contar con un buen ambiente laboral, el 13% por la experiencia que se adquiere, el 12% por la familia, el 8% por las prestaciones que se brindan, el 6% por la cercanía al hogar y por el horario de trabajo y un 2% por otros motivos.

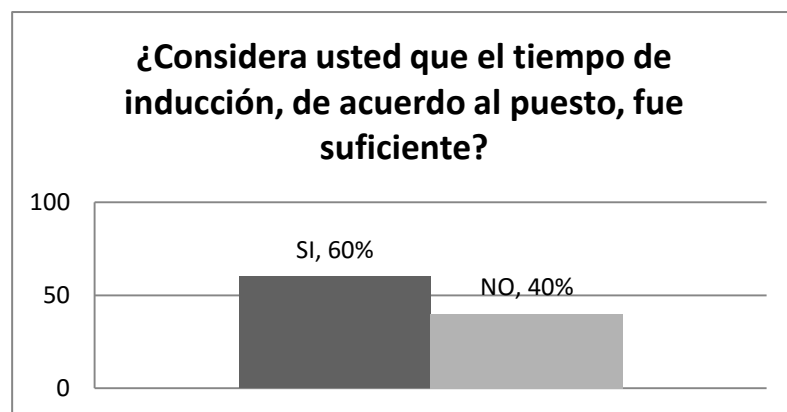
Gráfica #7



Fuente: Cuestionario realizado a empleados de DHL y Johnson & Johnson, año 2014

Descripción: el 68% de la población recibió inducción de manera inmediata al momento de iniciar a laborar en las empresas y el 32% restante no recibió inducción o no fue de una manera inmediata.

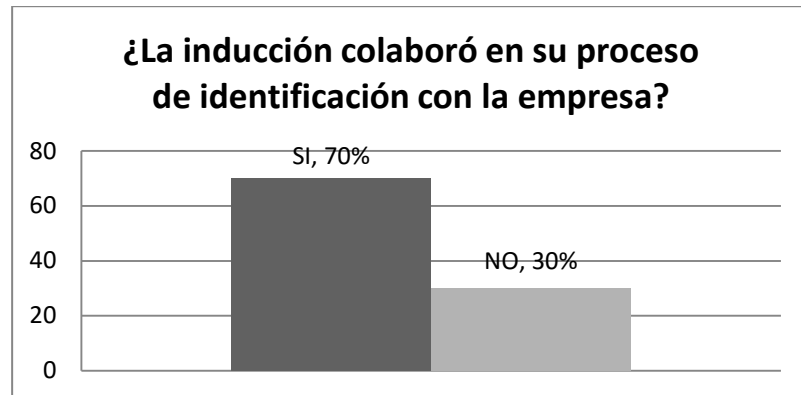
Gráfica #8



Fuente: Cuestionario realizado a empleados de DHL y Johnson & Johnson, año 2014

Descripción: el 60% de la población considera que la inducción que recibió fue suficiente para iniciar a realizar sus labores, y el 40% piensa que no fue suficiente.

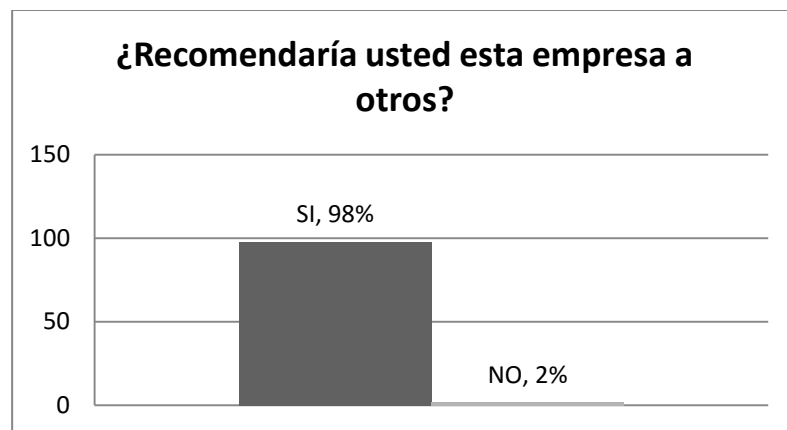
Gráfica #9



Fuente: Cuestionario realizado a empleados de DHL y Johnson & Johnson, año 2014

Descripción: el 70% de la población considera que la inducción les ayudo a identificarse con la empresa y el 30% considera que no.

Gráfica #10



Fuente: Cuestionario realizado a empleados de DHL y Johnson & Johnson, año 2014

Descripción: el 98% de la población recomendaría a otras personas a la empresa en donde actualmente laboran, mientras que el 2% no lo haría.

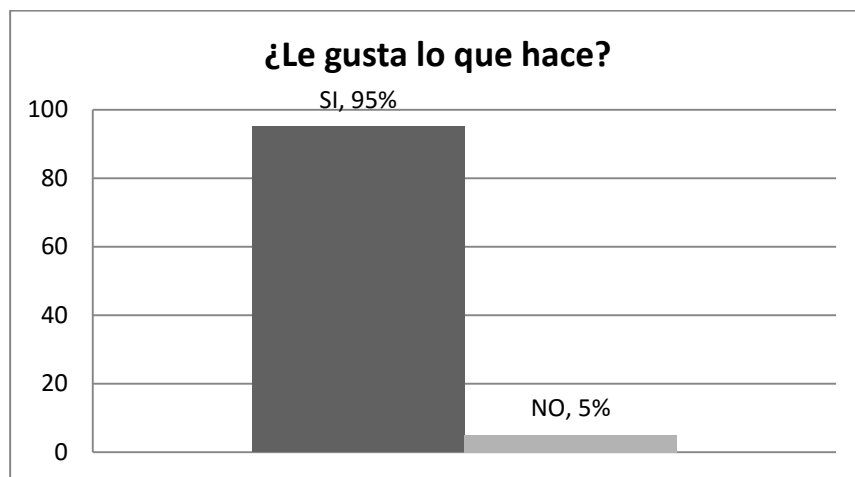
A continuación se describen los resultados obtenidos en la entrevista.

Pregunta no. 1

¿Qué actividades tiene a su cargo?

Durante todas las entrevistas se obtuvieron distintas respuestas con respecto a las actividades que realiza cada colaborador, debido a que ninguno desempeña las mismas funciones porque tienen diferentes puestos, aun si se encuentran en el mismo departamento. Todos los puestos evaluados en la entrevista son administrativos y corresponden a departamentos como finanzas, contabilidad, mercadeo, IT (technology intelligence), ventas, importaciones, entro otros.

Gráfica #11

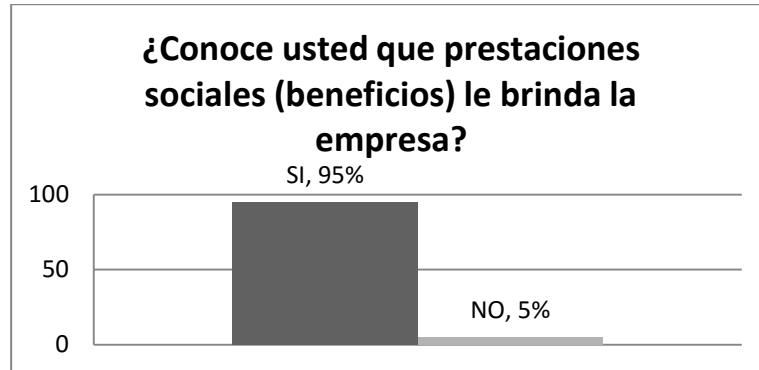


Fuente: Entrevista realizado a empleados de DHL y Johnson & Johnson, año 2014

Descripción: al 95% de la población le gusta lo que hace en su puesto de trabajo, mientras que el 5% restante no le gusta, por lo que puede que no tenga una buena productividad y se sienta insatisfecho al realizar su trabajo.



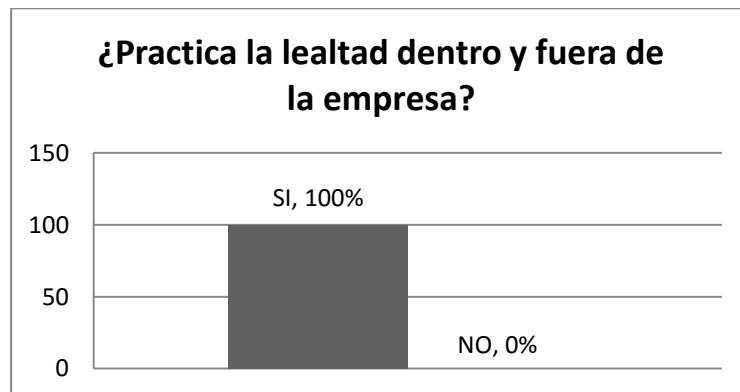
Gráfica #12



Fuente: Entrevista realizado a empleados de DHL y Johnson & Johnson, año 2014

Descripción: el 95% de la población conoce las prestaciones que le da la empresa y de las cuales tiene derecho a utilizar y el 5% restante no saben cuáles son las prestaciones que tienen como colaboradores.

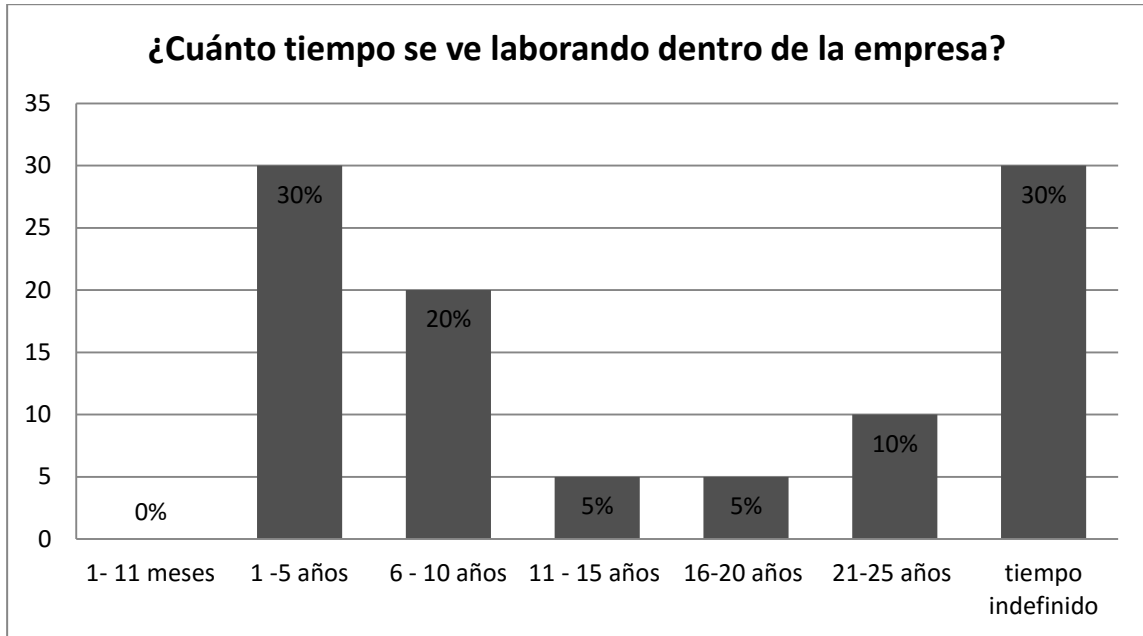
Gráfica #13



Fuente: Entrevista realizado a empleados de DHL y Johnson & Johnson, año 2014

Descripción: el 100% de la población practica la lealtad hacia la empresa desde el momento en que consumen los productos de la empresa hasta el no llegar a develar información confidencial.

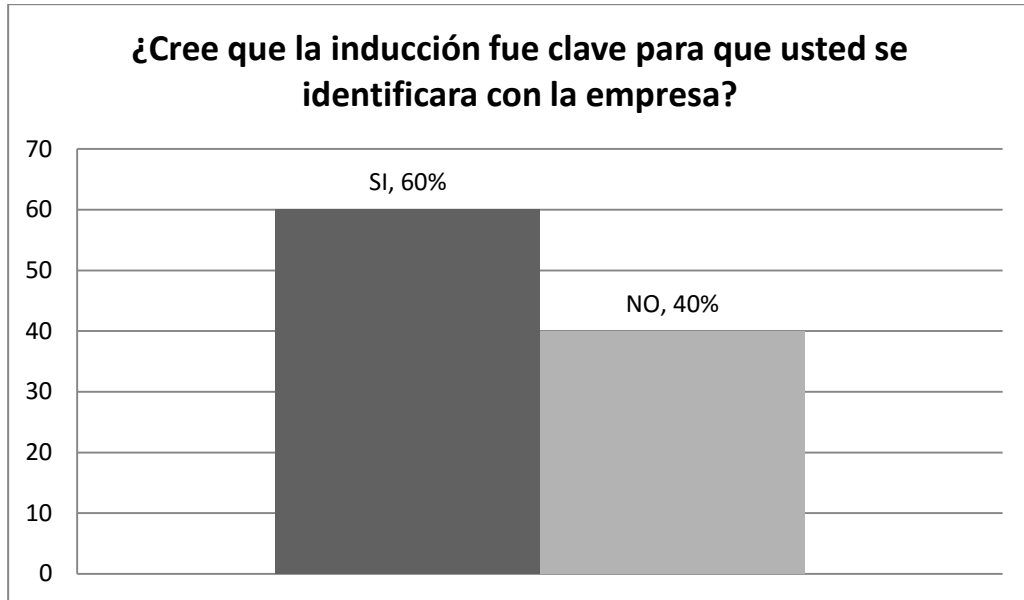
Gráfica #14



Fuente: Entrevista realizado a empleados de DHL y Johnson & Johnson, año 2014

Descripción: el 30% de la población se ve laborando de 1 a 5 años dentro de la empresa en donde se encuentra así como también durante un tiempo indefinido, el 20% piensa que estará de 6 a 10 años más y un 5% considera que estará de 11 a 20 años dentro de la misma. Ninguno considera que se retirará de la empresa dentro de unos meses a un año.

Gráfica #15



Fuente: Entrevista realizado a empleados de DHL y Johnson & Johnson, año 2014

Descripción: el 60% de la población considera que la inducción fue clave para su proceso de identificación y el 40% de la misma considera que no lo fue, debido a varias circunstancias como, el no recibir inducción.

### **3.2.2 Análisis Cualitativo**

Se trabajó con una población total de 50 personas en donde el sexo femenino predominó, de manera que fue mayor al masculino tanto en el cuestionario de identidad como en la entrevista. Esto evidenció que la participación de las mujeres en el ámbito laboral va en aumento, posicionándose cada vez más en puestos relevantes del mercado como por ejemplo: supervisión o gerencias, dejando atrás la idea de la brecha salarial, que se origina por el pensamiento que el empleador cree que la mujer rinde menos, lo cual no tiene ningún fundamento y solamente dirige la visión al desarrollo de un empoderamiento por parte de la mujer.

Por medio de los instrumentos aplicados se evidenció que los colaboradores se sienten a gusto dentro de las empresas en donde laboran, identificándose con los valores y políticas de la misma, así como con los servicios que brinda. Parte de la investigación nos permitió observar la cultura que existe en las organizaciones en donde valoran el buen ambiente laboral que se tiene y la atención que se les presta, lo cual da como resultado un buen desempeño de sus funciones teniendo rendimiento, motivación, satisfacción y expectativas a cumplir.

Dentro de la empresa mantienen una buena relación los compañeros y jefes, así como personal externo subcontratado (outsourcing), en donde no solamente conversan sobre asuntos de sus funciones laborales sino también personales; interesándose por gustos de comida, deportes, accesorios, autos, libros, y demás, construyendo así relaciones interpersonales.

Se observó que algunos colaboradores mostraban tensión, por momentos no se relacionaban con los demás y expresaban mantener presión laboral. Así mismo, pocos colaboradores se encuentran en desacuerdo con su salario, la mayoría está consiente que la empresa les brinda un salario acorde a las funciones que desempeña.

Como parte de una retribución económica se contempla además del salario, los beneficios que las empresas brindan a sus colaboradores, como por ejemplo el parqueo, o contar con un horario flexible que les permite tener en balanza su vida personal y laboral, en sí tener una calidad de vida. Esto es valorado por parte de los colaboradores debido a que pueden aprovechar ese tiempo para compartir con su familia o amigos, continuar sus estudios en la universidad o en otras instituciones, realizar algún deporte o cualquier otro tipo de actividad fuera de la rutina. Otro de los incentivos es el lugar de trabajo que cuentan con un espacio cómodo, ventilación apropiada, buena iluminación, un módulo por persona y herramientas necesarias para desempeñar sus labores. El tener espacios abiertos no dificulta las relaciones entre compañeros y permite que todos se involucren en actividades dentro de la empresa, teniendo una participación activa.

Parte de la identificación tiene relación con la inducción general a la empresa y también con la inducción específica al puesto. En la inducción general se conoce el giro del negocio, qué hace a nivel social, sus metas, objetivos, estrategias, productos, operaciones y otros aspectos que motivan al colaborador a querer seguir perteneciendo a dicha organización. En la inducción específica al puesto, se ven las funciones que el nuevo colaborador tendrá a su cargo, pero más allá de eso se va creando y fortalecimiento un vínculo entre organización y colaborador, el cual busca establecer el sentido de pertenencia que lleve a éste a ser leal a la empresa, no revelando información confidencial, siguiendo procesos y programas ya estipulados, respetando y reproduciendo los valores de la empresa, consumiendo sus productos y promocionándolos (explicando los beneficios que se tienen al consumir dichos productos). Esto forma una identificación de parte del colaborador hacia la organización, que lo hace sentirse orgulloso al pertenecer y representar a la misma.

Por otra parte el sentirse identificado, genera una relación de afinidad entre los colaboradores, estableciendo relaciones interpersonales con personas afines, construyendo así el ambiente laboral.

Se puede decir que lo que afianza la relación entre la organización y el colaborador, no solamente es el factor económico o sea el salario que devengan si no, el contar con un buen ambiente laboral, valores, políticas, visión y estrategias con las que vivan, cumplan y trabajen día a día.

### **3.3 Análisis general**

Una vez realizada la investigación se demuestra que la inducción general de la empresa es un factor primordial, conveniente para generar un sentido de afiliación de parte del empleado hacia la misma.

A través de la inducción la empresa le da la bienvenida al nuevo colaborador, lo involucra en la organización, brindando un tiempo de calidad a ésta; conteniendo material de apoyo y estándares de calidad compartidos. Dentro de las anécdotas o comentarios que se pudieron recabar, se mencionó el cuidado de la imagen de los productos que vende la empresa, realizan una supervisión respecto a imagen en los camiones de distribución, colocación, fecha de vencimiento, posición en la estantería, espacio de promoción, precio o simplemente hablando del producto con otras personas. Ésta acción la realizan al identificarse con la empresa, vivir los principios o valores que se enseñan en la inducción y que buscan generar un sentimiento de pertenencia a la institución.

El hecho de ser una empresa innovadora, comprometida con sus clientes, proveedores, comunidad y colaboradores; que brinda una carrera laboral así como un buen ambiente en donde es parte de los planes de acción, permitir que los empleados se sientan empoderados. Una parte importante que afianza ésta

relación, es que cada colaborador sin importar sus funciones dentro de la empresa logre mantener un balance de vida.

Como teoría que se adaptó a la investigación por ocuparse de la persona y del potencial a desarrollar se tomó en cuenta la humanista de Abraham Maslow, a través de la pirámide de necesidades involucra lo fisiológico, la seguridad, los aspectos sociales o afiliación, la estima o reconocimiento y la autorrealización, porque la persona que satisface dichas necesidades tiene como resultado un sentido de seguridad, constancia y estabilidad social, que le ayudará a mantener buenas relaciones afectivas.

La identificación y lealtad laboral invitan al colaborador a estar dispuesto, a dar lo mejor de él, para poder mejorar su método de trabajo, ampliar sus conocimientos, ser capacitado y sentirse motivado, pero a la vez exige que la empresa cumpla con lo que se compromete, brinde respeto, que sus líderes inspiren confianza y que éstos den el ejemplo.

Por último se encontró un crecimiento significativo de la presencia de la mujer en el sector laboral y en puestos directivos en donde adopta un liderazgo de tipo democrático que estimula la participación, comparte el poder y procura incrementar la autoestima de sus seguidores. Características que el mercado demanda así como orden, pensamiento estratégico, dinamismo, extroversión, etc., que hacen ver a la mujer como multitask no solo en el área laboral sino en otras áreas.

## CAPÍTULO IV

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 4.1 Conclusiones

- La identificación y lealtad laboral no se impone, se logra mediante la motivación que la empresa brinda al trabajador por medio del buen clima laboral, adecuado salario, ubicándolo en un área donde pueda desarrollar todo su potencial, ofreciéndole formación profesional y prestaciones sociales.
- Los factores que influyen en el colaborador para que logre una identificación con la empresa son: el prestigio que tiene, los productos o servicios que brindan, la experiencia personal y profesional que adquieren, el buen ambiente laboral que le ofrece su área, las prestaciones sociales y la inducción general y específica.
- El contrato psicológico es esa relación de compromiso de ambas partes, colaborador-organización. El colaborador representa a la empresa dentro y fuera de la misma y se desarrolla de la mejor manera para llevar a la empresa al éxito; y la organización busca mantener motivado y satisfecho en cuanto a sus necesidades al colaborador, para que exista una relación ganar-ganar.
- La inducción tiene un alto impacto en el proceso de identificación en el colaborador, porque es en ese momento donde se le da a conocer la visión, misión, políticas, normas, ambiente de trabajo, productos, prestaciones, salario e instalaciones de la empresa y el colaborador define si es lo que desea para su futuro y si satisface sus aspiraciones.
- Las prestaciones sociales son la herramienta más importante que utilizan las empresas para retener a sus colaboradores y mantenerlos satisfechos, pues son vistas como ventajas que no son brindadas por otras organizaciones por ejemplo el parqueo, almuerzo, seguro de vida, celular corporativo, entre otros, generando en los colaboradores un sentido de



lealtad, valorando lo que tienen y logrando un buen desempeño como respuesta.

#### **4.2 Recomendaciones**

- Que la empresa haga sentir valioso al trabajador desde el momento en el que lo recluta y mantenerlo satisfecho en cuanto a necesidades, para que el mismo pueda sentirse parte importante de la empresa y quiera serle leal dentro y fuera de ella, desde el primer día.
- Continuar con las actividades de integración, programa de inducción, capacitación, compensación y beneficios u otro proyecto que logre gestionar un contrato psicológico con el colaborador, para mantener una constante influencia en ellos y se afiance la identificación laboral.
- Fortalecer el contrato psicológico, a través de los líderes de áreas administrativas involucrándose con los trabajadores, brindando apoyo y estando abiertos a sugerencias para mantener un óptimo clima laboral que motive a realizar las actividades diarias.
- Que el proceso de inducción sea de manera inmediata, para lograr la identificación que se propone y sea dinámico para que el nuevo empleado se sienta motivado a dar la milla extra a la empresa.
- Que no sea únicamente las prestaciones sociales lo que motive al colaborador a sentirse bien dentro de la empresa, sino también una empresa que aprecie su trabajo, unos compañeros con los que pueda llevar una buena relación y un jefe que le pueda brindar confianza y comunicación efectiva.
- Que en la Escuela de Ciencias Psicológicas los coordinadores y docentes propongan a los estudiantes próximos a cerrar pensum, a optar por realizar investigaciones en la línea de ésta problemática y temas de interés en el sector empresarial como: el empoderamiento de la mujer o clima organizacional, para ampliar el conocimiento y comprender la

realidad laboral de Guatemala dentro del sector privado o bien del sector público.

## BIBLIOGRAFÍA

AGUILAR, Alfonso Siliceo. *Capacitación y Desarrollo de Personal*. Cuarta Edición. México: Editorial Limusa, S.A., 2004. Pp. 251. ISBN: 968-18-6386-0.

BAYER, Frank, ET AL. *Industrial Organizations and Health*. Editorial Routledge, 2001. Pp. 373.

CHIAVENATO, Idalberto. *Administración de Recursos Humanos, El Capital Humano de las Organizaciones*. Novena Edición. México: Editorial McGraw Hill, 2011, Pp. 421. ISBN: 9701061047.

CHIAVENATO, Idalberto. *Gestao de pessoas: o novo papel dos recursos nas organizacoes*. Rio de Janeiro, 2008. Pp. 295.

CHIAVENATO, Idalberto. *Gestión del Talento Humano*. Traducido por Pilar Mascaró Sacristán. Tercera Edición. México: Editorial McGraw Hill, 2009, Pp. 586. ISBN: 978-970-10-7340-7.

DESSLER, Gary. *Administración de Personal*. Cuarta Edición. México: Prentice Hall, 1991, Pp. 728. ISBN: 968-444-488-5.

GARCÍA LIZANO, Nidia, ET AL. *La administración escolar para el cambio y el mejoramiento de las instituciones educativas*. Primera Edición. San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 2002. Pp. 629. ISBN: 9977-67-657-7.

GOULDNER, Alvin W. The norm of reciprocity: A Preliminary Statement, *American Sociological Review*, Vol. 25, No. 2, 1960. Pp. 178.

HERRERA RODAS, Liliana María & AYALA VILLATORO, María Isabel. *Identificación de los factores que influyen en la permanencia y satisfacción de los colaboradores del área administrativa de una empresa multinacional*. Tesis

Inédita. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala; 2010, Pp. 47. ISBN: 4701070676.

HICKS, Herbert G. ET AL. *The Management of Organizations*. Nueva York: Editorial McGraw Hill, 1976, Pp. 602. ISBN: 0070287210.

HOFFMAN, Edward. *Abraham Maslow: Vida y Enseñanzas del creador de la Psicología Humanista*. Traducido por David González Raga. España: Editorial Kairos, 2009. Pp. 461. ISBN: 978-84-7245-702-7

JAUQUES, Elliott. *Equitable Payment*. Nueva York, 1961. Pp. 382.

ROBBINS, Stephen P., ET AL. *Fundamentos de Administración*. Traducido por Pilar Mascaró Sacristán. Tercera Edición. México: Editorial Pearson Prentice Hall, 2002. Pp. 552. ISBN: 970-26-0323-4.

RODRÍGUEZ BATRES, Flor de María & NAVAS PINTO, Rocío de los Ángeles; *La satisfacción laboral y su relación con la identificación del empleado de la empresa eléctrica de Guatemala EEGSA*. Tesis inédita. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala; 2013, Pp. 58. ISBN: 4701089748.

SCHEIN, Edgar H. *Consultoría de procedimientos: seu papel no desenvolvimento organizacional*. Sao Paulo, 1972, Pp. 210. ISBN: 0201644134.

YAC DE LA CRUZ, Marlin Amany. *Los beneficios de la creación de un programa de incentivos laborales*. Tesis inédita. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala, 2013, Pp. 50. ISBN: 4701088520.

YODER, Dale; *Personnel Management and Industrial Relations*. Nueva York: Editorial Prentice Hall, 1956. Pp. 848. ISBN: 0136591930

## E-GRAFÍA

CHIARI, Carlos A. *IDENTIDAD* [En línea.] Revista Esfinge, Identidad y Autoestima - ¿Qué es la Identidad?, 2003. [Citado: 11 de marzo de 2014], disponible en:

[http://es.wikipedia.org/wiki/Identificaci%C3%B3n\\_\(psicolog%C3%ADa\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Identificaci%C3%B3n_(psicolog%C3%ADa)).

CONTRATO [En línea.] Real Academia Española, Diccionario de la lengua española, 2001. [Citado: 09 de marzo de 2014], disponible en:

<http://lema.rae.es/drae/srv/search?id=1CJ1jdCghDXX2aSEj9vi>

LEALTAD. *Mandos medios y Lealtad en la empresa.* [En línea.] SICAP [Citado: 25 de marzo de 2014], disponible en:

[http://sicap-instituto.com/index.php/es/?option=com\\_content&view=article&id=180:soberbia-y-empresa&catid=44:empresa&Itemid=59](http://sicap-instituto.com/index.php/es/?option=com_content&view=article&id=180:soberbia-y-empresa&catid=44:empresa&Itemid=59)

# **ANEXOS**

**(Anexo No. 1)**

**GLOSARIO**

1. **Ambiente:** conjunto de valores naturales, sociales y culturales existentes en un lugar y en un momento determinado, que influye en la vida del ser humano.
2. **Bonificación:** cantidad de dinero que se añade al sueldo o se descuenta de un precio.
3. **Compensación:** modo de extinguir total o parcialmente obligaciones vencidas, dineradas o de cosas fungibles, entre las personas que son recíprocamente acreedoras y deudoras.
4. **Comunicación:** proceso mediante el cual se puede transmitir información de una entidad a otra, compartiendo un mismo repertorio de signos y reglas semióticas.
5. **Contrato Psicológico:** es una adición al acuerdo económico que cubre los salarios, las horas de trabajo y sus condiciones. Define las condiciones de compromiso psicológico del empleado con el sistema.
6. **Desarrollo Organizacional:** Instrumento para el cambio en busca del logro de una mayor eficiencia organizacional.
7. **Desempeño:** manera de como alguien o algo trabaja, juzgado por su efectividad.
8. **Eficacia:** capacidad de alcanzar el efecto que espera o se desea tras la realización de una acción.
9. **Eficiencia:** cumplir con un objetivo con el mínimo de recursos disponibles y tiempo.
10. **Incentivo:** premio o gratificación económica que se le ofrece o entrega a una persona para que trabaje más o consiga un mejor resultado en una acción o actividad.
11. **Productividad:** incremento o disminución de los rendimientos finales en función de los factores productivos.
12. **Recompensa:** compensación, remuneración o premio.



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Centro Universitario Metropolitano –CUM-  
Escuela de Ciencias Psicológicas  
Centro de Investigaciones en Psicología –  
CIEPs – “Mayra Gutiérrez”

**(Anexo No. 2)**

**GUÍA DE OBSERVACIÓN**

A continuación debes llenar todos los datos que se solicitan, para poder obtener una amplia información sobre la institución y conocer a través de gestos, ademanes o comentarios la percepción que tienen los colaboradores de la empresa en donde laboran.

<b>A EVALUAR:</b>	<b>MUY BUENO</b>	<b>BUENO</b>	<b>REGULAR</b>	<b>DEFICIENTE</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
¿Cómo es la bienvenida a la empresa (reacción de la recepcionista)?					
¿Cómo es la ergonomía de la empresa?					
¿Cómo ha tomado el personal las instrucciones para poder realizar el proceso de investigación?					
¿Cómo se percibe el clima organizacional?					





Universidad de San Carlos de Guatemala  
Centro Universitario Metropolitano –CUM-  
Escuela de Ciencias Psicológicas  
Centro de Investigaciones en Psicología –  
CIEPs – “Mayra Gutiérrez”

¿Se ha tenido alguna limitante?					
¿Cómo es el trato entre compañeros?					
¿Las instalaciones muestran coherencia con las funciones que se desempeñan en el lugar?					
¿Cómo es la relación entre niveles jerárquicos?					
Si se han realizado comentarios con respecto a lo que se estudia ¿Han sido positivos?					
¿Conocen la terminología que se les ha hablado en la entrevista y lo que han respondido en el cuestionario?					



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Centro Universitario Metropolitano –CUM-  
Escuela de Ciencias Psicológicas  
Centro de Investigaciones en Psicología –  
CIEPs – “Mayra Gutiérrez”

(Anexo No. 3)

## Entrevista

**Puesto:** \_\_\_\_\_ **Género:** \_\_\_\_\_ **Edad:** \_\_\_\_\_

**Tiempo de laborar en la empresa:** \_\_\_\_\_

1. ¿Qué actividades tiene a su cargo?

2. ¿Le gusta lo que hace? SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_  
¿Por qué?

3. ¿Conoce usted qué prestaciones sociales (beneficios) le brinda la empresa? ¿Cuáles son?



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Centro Universitario Metropolitano –CUM-  
Escuela de Ciencias Psicológicas  
Centro de Investigaciones en Psicología –  
CIEPs – “Mayra Gutiérrez”

4. ¿Cómo practica la lealtad dentro y fuera de la empresa?

5. ¿Cuánto tiempo se ve laborando dentro de la empresa?

6. ¿Cree que la inducción fue clave para que usted se identificara con la empresa? ¿Por qué?



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Centro Universitario Metropolitano –CUM-  
Escuela de Ciencias Psicológicas  
Centro de Investigaciones en Psicología –  
CIEPs – “Mayra Gutiérrez”

(Anexo No. 4)

## Cuestionario de Identificación

**Puesto:** \_\_\_\_\_ **Género:** \_\_\_\_\_ **Edad:** \_\_\_\_\_

Instrucciones: Responda las siguientes preguntas de la manera más honesta posible.

1. ¿Cuánto tiempo tiene de laborar en la empresa? \_\_\_\_\_
  
2. ¿Se identifica con los valores y políticas de la empresa?  
 Si  
 No
  
3. ¿Está de acuerdo con su salario?  
 Si  
 No
  
4. ¿Le gustan las prestaciones sociales que la empresa le brinda?  
 Si  
 No
  
5. ¿Cómo evalúa su ambiente de trabajo?  
 Excelente  
 Bueno  
 Regular  
 Malo



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Centro Universitario Metropolitano –CUM-  
Escuela de Ciencias Psicológicas  
Centro de Investigaciones en Psicología –  
CIEPs – “Mayra Gutiérrez”

6. ¿Qué lo motiva a laborar en la empresa?
- Familia
  - Experiencia
  - Empresa de prestigio
  - Prestaciones
  - Cercanía de su hogar
  - Crecimiento personal
  - Buen ambiente laboral
  - Horario de trabajo
  - Otro \_\_\_\_\_
7. Al ingresar a la empresa ¿recibió usted de manera inmediata inducción general, como de su puesto de trabajo?
- Si
  - No
8. ¿Considera usted que el tiempo de inducción, de acuerdo al puesto, fue suficiente?
- Si
  - No
9. ¿La inducción colaboró en su proceso de identificación con la empresa?
- Si
  - No
10. ¿Recomendaría usted esta empresa a otras? SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_  
¿Por qué?



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Centro Universitario Metropolitano –CUM-  
Escuela de Ciencias Psicológicas  
Centro de Investigaciones en Psicología –  
CIEPs – “Mayra Gutiérrez”

**(Anexo No. 5)**

## **TALLER DE INFORMACIÓN**

Nombre de la investigación: Identificación y muestra de lealtad dentro del sector privado, por parte de los colaboradores hacia la empresa.

Fecha de Realización: Guatemala, julio de 2014.

Presentación:

Una de las misiones que generalmente tienen las empresas es mejorar la calidad del trabajo y poder alcanzar los objetivos trazados, favoreciendo la formación de talentos que aporten al negocio y lo hagan sustentable, con lo que se influye en el sentido de pertenencia y productividad. Los colaboradores comprometidos se centran en su tarea y están dispuestos a incrementar su contribución.

Introducción:

El propósito de la investigación fue conocer la realidad en el ámbito laboral en la que se desenvuelven los trabajadores de dos empresas multinacionales, así como sus obligaciones, responsabilidades e identificación con la empresa; maximizando las capacidades del colaborador, para así obtener beneficios mutuos entre empleador-empleado; evidenciando que de esta manera se consolida el equipo de trabajo. Al conocer los factores que hacen que el colaborador tenga un sentido de pertenencia se obtiene resultados con respecto a la eficiencia, la productividad, la motivación, el desarrollo del potencial y la autorrealización.

Se describen los procesos que generan en el colaborador una afinidad con la empresa y sus compañeros de trabajo, qué capacitaciones y prestaciones sociales se le brindan, cómo se genera el contrato psicológico y a la vez la lealtad e identificación laboral.



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Centro Universitario Metropolitano –CUM-  
Escuela de Ciencias Psicológicas  
Centro de Investigaciones en Psicología –  
CIEPs – “Mayra Gutiérrez”

### Objetivos:

- General:
  - Determinar el grado o nivel de identificación del colaborador hacia la empresa para la cual labora.
  
- Específicos:
  - Delimitar la influencia psicológica que la empresa llega a tener en el colaborador durante el pre-, durante y post- empleo.
  - Conocer los métodos de integración que utilizan diversas organizaciones para mantener la identificación del colaborador.
  - Descubrir el impacto que tiene la inducción en el proceso de identificación del colaborador.
  - Mostrar a la empresa las herramientas necesarias para la retención, lealtad y satisfacción de sus empleados.

### Temas tratados:

- Reclutamiento y Selección.
  - Medio de reclutamiento.
- Selección de personal.
  - Bases para la selección de personal.
- Inducción.
  - Aspectos que deben de contemplarse.
  - Estrategias por utilizar.
  - Ventajas.
- Clima organizacional.
- Capacitación.
- Prestaciones sociales.
  - Factores de origen y crecimiento.



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Centro Universitario Metropolitano –CUM-  
Escuela de Ciencias Psicológicas  
Centro de Investigaciones en Psicología –  
CIEPs – “Mayra Gutiérrez”

- Tipos.
- Ventajas.
- Contrato psicológico.
  - Concepto.
  - Expectativas de personas y organizaciones.
  - Relaciones de intercambio.
- Lealtad laboral.
- Identificación laboral.

#### Planificación de actividades:

- Presentación de la investigación al Departamento de Recursos Humanos.
- Presentación de las estudiantes a los colaboradores de la empresa.
- Observación institucional y del personal.
- Realización de cuestionario de identificación.
- Resolución de preguntas.
- Realización de entrevistas.
- Resolución de preguntas.
- Despedida y agradecimiento de parte de las estudiantes hacia la empresa.

#### Metodología:

##### Actividad 1: realización de cuestionario de identificación

- Se entrega un lapicero y un cuestionario a cada colaborador escogido de forma aleatoria, el cual consta de 10 preguntas cerradas. Teniendo como fin conocer el grado de afiliación que tiene el colaborador con la empresa y si la inducción ha influido en ésta identificación.  
Se resuelven dudas y recogen los cuestionarios.





Universidad de San Carlos de Guatemala  
Centro Universitario Metropolitano –CUM-  
Escuela de Ciencias Psicológicas  
Centro de Investigaciones en Psicología –  
CIEPs – “Mayra Gutiérrez”

## Actividad 2: realización de la entrevista.

- Se realiza la entrevista escogiendo al azar a 20 colaboradores. Se realiza de manera personal durante un máximo de 15 minutos, iniciando a establecer el rapport para luego obtener información que pueda determinar si el colaborador conoce lo que la empresa le brinda y cuál es su rol en la misma.

### Recursos:

- Institucionales:
  - Salón de usos múltiples
  - Oficinas
- Humanos:
  - Evaluadoras
  - 50 colaboradores del área administrativa
- Materiales:
  - Hojas del cuestionario de identificación
  - Hojas de entrevista
  - Hojas en blanco
  - Sobres de papel manila
  - Folders
  - Lapiceros de tinta negra y/o azul