



**SAN IGNACIO DE LOYOLA – ESCUELA ISIL**

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

**“Estrategias para mejorar la motivación laboral en los colaboradores de la empresa Konecta BTO Perú (2023)”**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE

Bachiller en Administración y Dirección de Negocios  
Bachiller en Comunicación Estratégica  
Bachiller en Dirección de Negocios Globales

**PRESENTADO POR:**

Echevarria Cueva, Jimena Lizeth - Comunicación Estratégica

Flores Peña, Kevin André - Dirección de Negocios Globales

Gala Estrada, Brenda Mayeli - Administración y Dirección de Negocios

Gonzalez Briceño, Carlos Brayan - Administración y Dirección de Negocios

**ASESOR:**

Linares Weigl, Jorge Luis

LIMA

2023

## **ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO**

### **ASESOR:**

Linares Weigl, Jorge Luis

### **MIEMBROS DEL JURADO**

Diaz Vasquez, Nataly

Uman Juarez, Steve Jason

Vidal Gutiérrez, David

## **DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD**

Yo, Kevin André Flores Peña Identificado (a) con DNI N° 48552851 perteneciente al Programa de Dirección de Negocios Globales, siendo mi asesor el Sr(a) Jorge Luis Linares Weilg, identificado (a) con DNI N°: 09582184, y cuyo código ORCID es 0000-0003-2570-4701.

Yo, Jimena Lizeth Echevarria Cueva Identificado (a) con DNI N° 74976237 perteneciente al Programa de Comunicación Estratégica, siendo mi asesor el Sr(a) Jorge Luis Linares Weilg, identificado (a) con DNI N°: 09582184, y cuyo código ORCID es 0000-0003-2570-4701.

Yo, Brenda Mayeli Gala Estrada Identificado (a) con DNI N° 72619524 perteneciente al Programa de Administración y Dirección de Negocios , siendo mi asesor el Sr(a) Jorge Luis Linares Weilg, identificado (a) con DNI N°: 09582184, y cuyo código ORCID es 0000-0003-2570- 4701.

Yo, Carlos Brayan Gonzalez Briceño Identificado (a) con DNI N° 77530529 perteneciente al Programa de Administración y Dirección de Negocios, siendo mi asesor el Sr(a) Jorge Luis Linares Weilg, identificado (a) con DNI N°: 09582184, y cuyo código ORCID es 0000-0003-2570- 4701.

### **DECLARAMOS BAJO JURAMENTO QUE:**

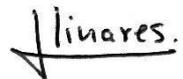
- a) Somos los autores del documento académico titulado “Estrategias para mejorar la motivación laboral en los colaboradores de la empresa Konecta BTO Perú (2023)”
- b) El trabajo de investigación es original y no ha sido difundido en ningún medio académico; por lo tanto, sus resultados son veraces y no es copia de ningún otro.
- c) El trabajo de investigación cumplió con el análisis del sistema TURNITIN, el cual tiene el 13% de similitud. Se ha respetado el uso de las normas internacionales en cuanto a citas y referencias.
- d) Declaramos conocer las consecuencias legales y/o administrativas que puedan derivar si se verifica la falsedad total o parcial de la presente declaración, de acuerdo con lo previsto en el artículo 411 del código penal y el numeral 34.3 del artículo 34 del Texto Único Ordenado de la Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado por Decreto Supremo 004-2019-JUS.

Fecha: \_20\_, \_12\_, \_2023

**Firma de los autores**

<b>Nombres</b>	<b>Apellidos</b>	<b>Dni</b>	<b>Firma</b>
Kevin André	Flores Peña	4855285 1	
Jimena Lizeth	Echevarria Cueva	7497623 7	
Brenda Mayeli	Gala Estrada	7261952 4	
Carlos Brayan	Gonzales Briceño	7753052 9	

**Firma del asesor**

<b>Nombres</b>	<b>Apellidos</b>	<b>Dni</b>	<b>Firma</b>
Jorge Luis	Linares Weilg	09582184	

## **DEDICATORIA**

El siguiente proyecto va dedicado a las personas que estuvieron apoyándome durante el proceso, como lo son nuestros padres, abuelos y demás familiares que siempre nos alientan a seguir adelante. Asimismo, todos aquellos que influyeron en el proceso de creación, la originalidad y crecimiento del tema de investigación.

## **AGRADECIMIENTOS**

Al Mg. Jorge Luis Linares Weilg, director de esta tesis, por su apoyo en la revisión de la investigación, por su orientación y por darnos la confianza de seguir adelante en este proceso de creación. Asimismo, agradecer por ser parte de la validación del instrumento de medición que se está usando en este trabajo.

## ÍNDICE

DEDICATORIA	5
AGRADECIMIENTOS	6
RESUMEN	13
ABSTRACT	14
INTRODUCCIÓN	15
CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL	16
1.1 Título del Proyecto	16
1.2 Área estratégica de desarrollo prioritario	16
1.3 Actividad económica en la que se aplicaría la investigación	16
1.4 Alcance de la solución	17
CAPÍTULO II: DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA	18
2.1 Planteamiento del problema	18
2.1.2 Formulación del problema	19
2.1.3 Objetivos de investigación	20
2.1.4 Justificación de la investigación	21
2.1.5 Limitaciones de la investigación	22
2.1.6 Viabilidad de la investigación	22
CAPÍTULO III: MARCO REFERENCIAL	24
3.1 Antecedentes	24
3.2 Marco teórico	29
CAPÍTULO IV: HIPOTESIS Y VARIABLES	35
4.1 Formulación de hipótesis principales y derivadas	35
CAPÍTULO V: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	36
5.1 Diseño metodológico	36
5.2 Diseño de investigación	36
5.3 Población	37
5.4 Muestra	37
5.5 Técnica de recolección de datos	37
CAPÍTULO VI: DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE INNOVACIÓN	66
6.1 Alcance esperado	66
6.2 Descripción de la propuesta de innovación	66
6.3 Diagnostico situacional	70
6.4 Procedimiento para la propuesta de mejora	71
6.5 Presupuesto	75

CONCLUSIONES	79
RECOMENDACIONES	80
FUENTES DE INFORMACIÓN	81
ANEXOS	87
Anexo 1. Reporte Turnitin	87
Anexo 2. Matriz de operacionalización de variables	88
Anexo 3. Matriz de consistencia	89
Anexo 4. Instrumento de recolección de datos	90
Anexo 5. Encuestas realizadas	92
Anexo 6. Validación de expertos n°1	96
Anexo 7. Validación de expertos n°2	98
Anexo 8. Validación de expertos n°3	99
Anexo 9. Otros	100

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Resultados sobre el género de los encuestados.	38
Tabla 2 Resultados del rango de edades de los encuestados.	39
Tabla 3 Resultados del intervalo de tiempo en el que viene laborando el encuestado en la empresa.	40
Tabla 4 Resultados sobre el puesto actual del encuestado en la empresa	41
Tabla 5 Resultados de la sede en la que el encuestado labora.	42
Tabla 6 Siente satisfacción con las oportunidades de desarrollo personal y profesional que ofrece su trabajo.	43
Tabla 7 Su trabajo le brinda la oportunidad de alcanzar su máximo potencial y crecimiento personal.	44
Tabla 8 Tiene pretensiones de un ascenso en tu puesto de trabajo.	45
Tabla 9 La comunicación efectiva en su entorno laboral contribuye a su motivación para realizar tareas.	46
Tabla 10 La empresa promueve una buena comunicación interna.	47
Tabla 11 La empresa promueve una buena comunicación externa.	48
Tabla 12 Existe comodidad al expresar tus pensamientos y opiniones de manera abierta.	49
Tabla 13 El feedback de sus superiores le motiva a mejorar.	50
Tabla 14 Siente estabilidad en su puesto de trabajo.	51
Tabla 15 Siente confianza al demostrar sus habilidades y aptitudes en su área de trabajo.	52
Tabla 16 Considera que su trabajo es valorado dentro de la empresa.	53
Tabla 17 El sueldo que percibe va acorde a sus conocimientos y contribuciones laborales.	54
Tabla 18 Recibe recompensas adicionales por su desempeño que le motiva a alcanzar objetivos específicos.	55
Tabla 19 Se brinda beneficios corporativos por ser parte de la empresa.	56
Tabla 20 Recibe reconocimientos por sus logros laborales.	57
Tabla 21 Sus superiores reconocen su buen desempeño laboral.	58

Tabla 22 La empresa recompensa el logro de métricas establecidas.	59
Tabla 23 Cuenta con la capacidad de desarrollar las actividades en su área.	60
Tabla 24 Considera que los cursos de capacitación son interesantes y necesarios para el cumplimiento de funciones laborales.	61
Tabla 25 Con que regularidad se dan capacitaciones en la empresa.	62
Tabla 26	75
Cotización para regalo de sorteos	75
Tabla 27 Cotización de las capacitaciones según el número de colaboradores.	75
Tabla 28 Cotización de las realización de premios mensuales	76
Tabla 29 Cotización para grabación del video corporativo	77
Tabla 30	78
Presupuesto total para la implementación de las propuestas innovadoras	78

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Resultados sobre el género de los encuestados	39
Figura 2 Resultados del rango de edades de los encuestados	40
Figura 3 Resultados del intervalo de tiempo en el que viene laborando el encuestado en la empresa	41
Figura 4 Resultados sobre el puesto actual del encuestado en la empresa	42
Figura 5 Resultados de la sede en la que el encuestado labora	43
Figura 6	44
Siente satisfacción con las oportunidades de desarrollo personal y profesional que ofrece su trabajo	44
Figura 7	45
Su trabajo le brinda la oportunidad de alcanzar su máximo potencial y crecimiento personal	45
Figura 8 Tiene pretensiones de un ascenso en tu puesto de trabajo	46
Figura 9	47
La comunicación efectiva en su entorno laboral contribuye a su motivación para realizar tareas	47
Figura 10 La empresa promueve una buena comunicación interna	48
Figura 11 La empresa promueve la buena comunicación externa	49
Figura 12 Existe comodidad al expresar tus pensamientos y opiniones de manera abierta	50
Figura 13 El feedback de sus superiores le motiva a mejorar	51
Figura 14 Siente estabilidad en su puesto de trabajo	52
Figura 15 Siente confianza al demostrar sus habilidades y aptitudes en su área de trabajo.	53
Figura 16 Considera que su trabajo es valorado dentro de la empresa	54
Figura 17 El sueldo que percibe va acorde a sus conocimientos y contribuciones laborales	55
Figura 18	56

Recibe recompensas adicionales por su desempeño que le motiva a alcanzar objetivos específicos	56
Figura 19 Se brinda beneficios corporativos por ser parte de la empresa	57
Figura 20 Recibe reconocimientos por sus logros laborales.	58
Figura 21 Sus superiores reconocen su buen desempeño laboral	59
Figura 22 La empresa recompensa el logro de métricas establecidas	60
Figura 23 Cuenta con la capacidad de desarrollar las actividades en su área	61
Figura 24	62
Considera que los cursos de capacitación son interesantes y necesarios para el cumplimiento de funciones laborales	62
Figura 25 Con que regularidad se dan capacitaciones en la empresa	63
Figura 26 Instrumento de recolección aplicada	100
Figura 27 Instrumento de recolección aplicada	101
Figura 28 Análisis de todas las respuestas de las encuestas a través del aplicativo IBM SPSS Statistics 25.	102
Figura 29 Análisis de cada respuesta de los encuestados a través del aplicativo IBM SPSS Statistics 25	102

## **RESUMEN**

La presente investigación tiene como objetivo plantear estrategias para mejorar la motivación laboral de la empresa Konecta BTO Perú. Para lograr ello, se analizó la situación actual de la motivación de los colaboradores en la empresa y se procedió a un análisis de los datos recolectados por el instrumento de investigación. A partir de esto, se plantearon las estrategias que mejorarían la motivación en las dos dimensiones analizadas: motivación laboral intrínseca y motivación laboral extrínseca.

En lo que respecta a la metodología, esta tuvo un alcance descriptivo cuya fuente de información fueron los colaboradores de la empresa. Esta investigación cuenta con un enfoque cuantitativo, donde el instrumento de investigación aplicado fue una encuesta, la cual se realizó a 100 colaboradores. La finalidad de las encuestas fue reconocer el nivel de motivación que tenían los colaboradores e identificar aspectos que se pueden mejorar en las estrategias posteriores.

Como resultado de la investigación, se identificaron diferentes aspectos a mejorar en la motivación dentro de la empresa como son la autorrealización, autoestima, comunicación, sueldos e incentivos, reconocimiento y capacitación. En base a esto, en la última parte de la presente investigación se plantearon las estrategias que mejorarían mencionados aspectos de la motivación laboral, las conclusiones de la investigación y recomendaciones.

### **Palabras claves:**

Motivación extrínseca, Motivación intrínseca, autorrealización, autoestima, comunicación, sueldos e incentivos, reconocimiento, capacitación.

## **ABSTRACT**

The objective of this research is to propose strategies to improve the work motivation of the company Konecta BTO Perú. To achieve this, the current situation of employee motivation in the company was analyzed and then an analysis of the data collected by the research instrument was carried out. After that, strategies were proposed that would improve motivation in the two dimensions analyzed: intrinsic work motivation and extrinsic work motivation.

Regarding the methodology, it had a descriptive scope whose source of information was the company's collaborators. This research has a qualitative approach, where the research instrument applied was a survey, which was carried out with 100 collaborators. The purpose of the surveys was to recognize the level of motivation that employees had and identify aspects that can be improved in subsequent strategies.

As a result of the research, different aspects are identified to improve motivation within the company, such as self-realization, self-esteem, communication, salaries and incentives, recognition and training.

As a result of the research, different aspects are identified to improve motivation within the company, such as self-realization, self-esteem, communication, salaries and incentives, recognition and training. Based on this, in the last part of this research, the strategies that would improve mentioned aspects of work motivation, the final conclusions of the research and recommendations were proposed.

### **Keywords:**

extrinsic motivation, intrinsic motivation, self-realization., self-esteem, communication, salaries and incentives, recognition, training.

## **INTRODUCCIÓN**

En el ámbito empresarial, se reconoce que los colaboradores son parte fundamental para impulsar la productividad, aumentar la eficiencia y competitividad. De este modo, las organizaciones han comprendido que no solo el salario y otras fuentes de motivación directa tienen impacto en los trabajadores, sino que atender otras necesidades también logra un aumento en la productividad deseada. Con el tiempo, estas necesidades influyen en la forma de actuar y guiar las acciones de cada trabajador, quien en ciertos casos busca mejorar sus resultados en diversas actividades que realizan. Recompensar un buen desempeño suele ser más efectivo que castigar errores, un estímulo positivo por un buen trabajo es crucial para lograr un entendimiento con el colaborador sobre cuáles son los objetivos y metas que desea la empresa. (Ramírez, 2008)

Esta dinámica, que puede parecer sencilla, destaca la importancia fundamental de la motivación en el ámbito laboral. La motivación se vuelve crucial, ya que los trabajadores podrían enfrentar dificultades para afrontar desafíos o adaptarse a cambios, lo cual impactaría directamente en los objetivos que la empresa tiene propuesta.

Es por ello, se resalta la importancia de esta investigación que lleva como título: Estrategias para mejorar la motivación laboral en los colaboradores de la empresa Konecta BTO Perú. El sujeto de estudio es una empresa de servicios de asesoría, outsourcing y tercerización de procesos de negocio con once años de actividad en el mercado peruano. En esta investigación se revisó cómo se encuentra la motivación laboral de los colaboradores y se planteó estrategias con el fin de mejorar esta variable dentro de la organización.

## **CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL**

### **1.1 Título del Proyecto**

Estrategias para mejorar la motivación laboral en los colaboradores de la empresa Konecta BTO Perú (2023).

### **1.2 Área estratégica de desarrollo prioritario**

La línea de investigación que se aplicó en esta tesis tiene como finalidad mejorar el performance de los colaboradores de la empresa Konecta BTO Perú mediante una serie de estrategias planteadas en base a la variable de investigación: motivación laboral. Para ello se realizó un análisis previo de la motivación laboral de los colaboradores de la empresa y a través de la cooperación con los líderes y coordinadores de área, se busca dar el merecido reconocimiento al esfuerzo laboral de los trabajadores y este mismo será medido con base a indicadores, de tal manera que ambos puedan crecer de la mano.

### **1.3 Actividad económica en la que se aplicaría la investigación**

La presente tesis desarrollada beneficiará la actividad económica de la empresa Konecta BTO Perú, ya que lo que se busca es plantear estrategias para mejorar la motivación laboral del colaborador. Esto repercute positivamente en la productividad al lograr una mejor disposición y compromiso del colaborador con la empresa. Además, los resultados obtenidos serán presentados al área de gerencia para que ellos puedan evaluar si las estrategias propuestas pueden aplicarse en la empresa según los resultados que se obtuvieron en la presente investigación.

#### **1.4 Alcance de la solución**

El presente trabajo beneficiará a los trabajadores de la empresa Konecta BTO Perú dentro de sus distintas áreas y puestos comerciales, y de la mano brindará puntos de mejora a la empresa, ubicada en el distrito Lima Av. Nicolás de Piérola 589, Lima 15001. El tiempo para el desarrollo de la investigación tendrá un tiempo estimado de 4 meses, iniciando en agosto de 2023 y culminando en diciembre del mismo año.

## CAPÍTULO II: DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA

### 2.1 Planteamiento del problema

Konecta BTO Perú es una empresa de servicios, la cual ofrece soluciones integrales personalizadas de outsourcing para sus clientes. Esta empresa cuenta con un número importante de colaboradores que forman parte de las distintas labores operacionales de gestión, ventas, recursos humanos y atención al cliente; por lo que llevar seguimiento del estado de la motivación de todos los integrantes puede llegar a ser complicado. En los últimos meses, ocurrieron algunos cambios dentro de la empresa que se evidenciaron en el decrecimiento en las cifras de rendimiento y productividad con respecto al sector de negocio correspondiente.

En *University of Warwick, Wall Street Journal Iopener Institute for People*, mencionó que cuando los miembros de una organización se encuentran satisfechos con el puesto que ejercen dentro de la empresa, son 12% más aplicados y 31% más eficaces. Para que las empresas puedan producir con márgenes positivos, es importante mejorar la motivación laboral, pues ello hace que exista un crecimiento progresivo (Alvarado, 2019).

En una organización, uno de los problemas que usualmente experimentan los trabajadores en centros laborales de servicio y afines, es la repetitiva carga de tareas durante un lapso de tiempo prolongado, la cual produce monotonía y desconfianza para efectuar labores en puestos con mayor responsabilidad. Esto desemboca en que los colaboradores cuentan con poco desarrollo profesional, sienten que no avanzan y no pueden ofrecer más de lo que les gustaría. Así mismo, cuando los superiores no tienen una escucha activa hacia lo que sus colaboradores pueden sentir o pensar, se genera un clima inseguro y de incomodidad que impide el desarrollo fluido de trabajo (Rojas, 2020).

Vega (2022), directora de *Colombian Federation Human Management*, menciona que hay organizaciones que pueden rotar 70% de su población al año, lo que tiene un costo altísimo en productividad y cultura organizacional. *Center for American*

*Progress* estima que estos altos niveles de rotación suponen para las compañías una pérdida económica de hasta 20% del salario anual del trabajador fugado. La rotación del personal viene ligado a la motivación y buena comunicación que tiene el empleado dentro de la empresa. Estos aspectos son relevantes para que se mantenga identificado con la organización en la que labora y sus niveles de desempeño sean positivos en todo momento.

Por lo tanto, existe la necesidad de investigar el nivel de motivación laboral por parte de los colaboradores dentro de Konecta BTO Perú, de esta forma se reconocerá las razones de una posible caída del desempeño y con ello elaborar estrategias acertadas que ayuden mejorar dicho nivel motivacional y permiten revertir la situación de rendimiento en el que se encuentra la empresa, acaparando todas las brechas posibles.

## **2.1.2 Formulación del problema**

### **2.1.2.1 Problema general**

¿Qué estrategias mejoran la motivación laboral en los colaboradores de la empresa Konecta BTO Perú (2023)?

### **2.1.2.2 Problemas específicos**

¿Cuál es el nivel de autorrealización de los colaboradores de la empresa Konecta BTO Perú (2023)?

¿Cuál es el nivel de comunicación de los colaboradores de la empresa Konecta BTO Perú (2023)?

¿Cuál es el nivel de autoestima de los colaboradores de la empresa Konecta BTO Perú (2023)?

¿Cuál es el nivel de sueldos e incentivos de los colaboradores de la empresa Konecta BTO Perú (2023)?

¿Cuál es el nivel de reconocimientos de los colaboradores de la empresa Konecta BTO Perú (2023)?

¿Cuál es el nivel de capacitación de los colaboradores de la empresa Konecta BTO Perú (2023)?

### **2.1.3 Objetivos de investigación**

#### **2.1.3.1 Objetivo general**

Plantear estrategias de mejora para la motivación laboral en los colaboradores de la empresa Konecta BTO Perú (2023).

#### **2.1.3.2 Objetivos específicos**

Plantear estrategias de mejora para incrementar la autorrealización de los colaboradores de la empresa Konecta BTO Perú (2023).

Plantear estrategias de mejora para incrementar la comunicación de los colaboradores de la empresa Konecta BTO Perú (2023).

Plantear estrategias de mejora para incrementar la autoestima de los colaboradores de la empresa Konecta BTO Perú (2023).

Plantear estrategias de mejora para incrementar la motivación en base a los sueldos e incentivos de los colaboradores de la empresa Konecta BTO Perú (2023).

Plantear estrategias de mejora para incrementar el reconocimiento de los colaboradores de la empresa Konecta BTO Perú (2023).

Plantear estrategias de mejora para incrementar la capacitación de los colaboradores de la empresa Konecta BTO Perú (2023).

## **2.1.4 Justificación de la investigación**

### **2.1.4.1 Justificación teórica**

El Proyecto presentado se respalda en una justificación de carácter teórico, sustentada en la existencia de un cuerpo de conocimiento previo. El proyecto aporta nuevas propuestas referente a estrategias que pueden ser usadas en busca de una mejora de motivación laboral que sirvan de ayuda a diferentes empresas que estén en busca de realizar una mejora de motivación laboral a sus colaboradores.

### **2.1.4.2 Justificación metodológica**

Dentro del marco del proyecto "Estrategias para mejorar la motivación laboral en los colaboradores de la empresa Konecta BTO Perú (2023)", las encuestas son útiles para recopilar datos descriptivos de un gran número de personas. Los datos recopilados de las personas ayudan a garantizar una amplia gama de perspectivas de los empleados, lo que puede revelar patrones y tendencias representativas de la fuerza laboral en su conjunto. Además, al incluir preguntas detalladas, podemos obtener información mucho más clara y precisa sobre cómo se sienten los empleados. Las encuestas también facilitan la construcción de perfiles de motivación laboral en diferentes segmentos de la organización, ayudando de esta manera a identificar el área a mejorar específicas (Wardropper et al., 2016).

Además, esta investigación puede servir para el desarrollo de otros proyectos o investigaciones que se relacionen con la misma, de esta forma se proporcionará una base de conocimiento sólida y datos fundamentales para futuras investigaciones y aplicaciones.

### **2.1.4.3 Justificación práctica**

Estas medidas tienen como objetivo fundamental estimular, trabajar e identificar la motivación dentro de la empresa Konecta BTO Perú, asimismo que podamos proponer estrategias con la única finalidad de poder trabajar de manera óptima en base a estas motivaciones que se encuentran

relacionadas a sus necesidades y requerimientos. Luego de ser aplicado el instrumento planteado para este proyecto, se afirma que este puede ser utilizado en el área de *call center* de distintas empresas, así también como para posibles futuras investigaciones que busquen ahondar en investigaciones sobre la motivación laboral.

### **2.1.5 Limitaciones de la investigación**

En Konecta BTO Perú, de la sede de Crillón Av. Nicolás de Piérola 589, Lima 15001, se pueden identificar tres aspectos principales que limitan la investigación.

El tamaño de la muestra empleada en el estudio podría ser limitado, lo que afectaría la representatividad de los resultados. Una muestra pequeña podría restringir la generalización de resultados dentro de la empresa, lo que comprometería la validez externa de los hallazgos.

El estudio se lleva a cabo de manera presencial y directa, por ende, las encuestas a realizar se realizan en campo presencial y se puede dificultar el desarrollo de esta por parte de los encuestados.

Al ser encuestas físicas, podría ocurrir un deterioro del material usado y pérdida de algunas encuestas que contienen las respuestas que se utilizaran para el desarrollo de la investigación.

### **2.1.6 Viabilidad de la investigación**

En la implementación del proyecto, se ha aprovechado diversos recursos, incluyendo tesis, encuestas y artículos que han enriquecido y respaldado el desarrollo del tema abordado. Es relevante señalar que, aunque se han registrado costos adicionales durante la ejecución de esta investigación, estos han sido mínimos y se limitan a los gastos asociados con las copias físicas requeridas para la realización de las encuestas.

El instrumento principal de la investigación ha sido la aplicación de encuestas, las cuales fueron obtenidas de manera física. Este enfoque permitió construir una base de datos sólida y representativa de la realidad del tema estudiado.

Cabe resaltar que la viabilidad de llevar a cabo este trabajo se vio facilitada por la ubicación estratégica del centro de labores en una zona accesible. Esta proximidad permite una interacción efectiva con los trabajadores de la empresa, posibilitando una recolección de datos más directa.

La finalidad principal del trabajo es poder proponer estrategias de mejora a base de motivación laboral para los colaboradores en los aspectos más deficientes encontrados en la encuesta.

## CAPÍTULO III: MARCO REFERENCIAL

### 3.1 Antecedentes

#### 3.1.1 Antecedentes nacionales

Ramirez (2019) en su investigación titulada “Estrategias de motivación laboral para fortalecer el clima organizacional de los colaboradores en la Empresa Hermes Transportes Blindados S.A. Chiclayo – 2018” plantea estrategias de motivación laboral para fortalecer el clima organizacional. En primera instancia se desarrolló un test, luego según los resultados se aplicaron estrategias, y para saber si esto funcionaría se volvió a realizar un test. El resultado que obtuvo después de la implementación antes mencionada concluyó en que se vieron mejorados muchos indicadores como satisfacción en su puesto de trabajo, oportunidad que le ofrece la empresa, la comunicación y el reconocimiento a su buen desempeño.

Zamaqueta (2022) en su investigación titulada “Motivación extrínseca y el rendimiento laboral del personal civil de una brigada militar del norte de Perú” tomó como situación problemática el rendimiento de la Brigada Militar de la zona norte del Perú, se les evaluó, el propósito final de este proyecto fue hallar el tipo de relación de motivación extrínseca con el rendimiento dentro de la institución. La investigación aplicó un cuestionario que contaba con 13 ítems de la primera variable y 10 ítems de la segunda variable a un total de 34 trabajadores civiles, obteniendo coeficientes de confiabilidad altamente satisfactorios. El estudio concluye que, en la brigada militar del norte del Perú, la motivación que viene desde afuera (incentivos externos) no tiene un impacto importante con respecto al cómo se trabaja dentro del lugar.

Guerra (2021) para su investigación “Influencia de la motivación extrínseca en el desempeño laboral de los colaboradores de una empresa multiservicios de terminación de edificios” busca hallar la correlación respecto a la motivación extrínseca e influencia en desempeño laboral. Esto se hace con la intención de cambiar las normas establecidas por la dirección y hacerlas más adaptables a los

programas de motivación, de forma que incluyan en los indicadores y repercutan así en el desempeño de los empleados. Para el instrumento de medición se usó un cuestionario que consta de 20 ítems. En mencionada investigación concluyeron que la motivación extrínseca influye a la segunda variable ya que esto generaba el cambio en su perspectiva de ver la empresa, de modo que su comportamiento y actitud se ve influenciado de forma positiva su productividad laboral.

Aponte (2020) en su investigación de título “La investigación se realizó con la finalidad de poder identificar la correlación entre la motivación extrínseca y la productividad” aplicó un cuestionario que fue aplicado a 80 colaboradores, el cuestionario en cuestión contaba con 25 ítems. Al final de la recolección de datos dieron por resultado que efectivamente sus dos variables tienen relación entre sí de forma dependiente, ya que si la motivación extrínseca se encontraba en un nivel alto la productividad aumentaría.

Ortiz (2022) en su investigación de título “Influencia de la motivación extrínseca en la productividad de la empresa manufacturas Brala Puente Piedra, 2022”, se buscó determinar cómo influye el incentivo externo en la productividad. Se utilizó el siguiente enfoque metodológico: nivel causal, transversal, diseño no experimental, aplicado, enfoque cuantitativo y técnica deductiva basada en hipótesis. El tamaño de la muestra estaba constituido por un total de 60 trabajadores. Se aplicó un cuestionario, donde según los resultados que se analizaron. Con esto queda más claro que la variable que se estudió, es decir, la motivación extrínseca, es muy significativa en la mejora de la motivación laboral. Por lo tanto, podemos concluir que la motivación extrínseca es parte importante del aumento de motivación que desemboca en una mejora de productividad en beneficio de la empresa.

### **3.1.2 Antecedentes internacionales**

Breen (2019) en el ámbito empresarial, la motivación laboral es un factor clave para el éxito de las empresas. Como señala el autor en su libro "Trabajo significativo y libertad", la autorrealización es importante para los trabajadores por varias razones. En primer lugar, puede conducir a una mayor satisfacción laboral. Los trabajadores que se sienten realizados en su trabajo son más propensos a estar motivados, comprometidos y productivos. En segundo lugar, la autorrealización puede tener un impacto positivo en la salud y el bienestar de los

trabajadores. Los trabajadores que se sienten realizados en su trabajo son más propensos a tener una mejor salud mental y física, y a vivir más felices. Por último, la autorrealización puede tener un impacto positivo en la sociedad en general. Los trabajadores que se sienten realizados en su trabajo son más propensos a ser ciudadanos comprometidos, a participar en la comunidad y a contribuir al bien común.

Nagyová et al. (2017) en el siguiente trabajo resaltan la relevancia crucial de la motivación laboral en el contexto empresarial contemporáneo. Destacan que la comunicación efectiva desempeña un papel determinante en esta dinámica. Esta perspectiva subraya la necesidad imperante de comprender el impacto directo que tiene la comunicación en el compromiso y la motivación de los empleados. En esencia, enfatizan que una comunicación clara, abierta y efectiva en el entorno laboral es un factor esencial para impulsar la motivación y el compromiso de los colaboradores

Huang et al. (2023) en el proyecto titulado “Going beyond the role: How employees' perception of corporate social responsibility fuels proactive customer service performance. Journal of Retailing and Consumer Services” señala que otro factor clave es la autoestima de los empleados que puede influir en su desempeño proactivo, los autores encontraron que la autoestima basada en la organización no tiene un efecto directo en el desempeño proactivo orientado al servicio al cliente. Sin embargo, otros estados motivacionales como la obligación sentida y el sentido de significado experimentado sí mediaron positivamente la relación entre la percepción de responsabilidad social corporativa de los empleados y su desempeño proactivo. Según Huang y colaboradores, esto sugiere que más que solo aumentar la autoestima, las empresas deben enfocarse en fomentar un sentido de reciprocidad y propósito en sus empleados a través de iniciativas de RSE. Cuando los trabajadores sienten que sus contribuciones son valiosas y significativas, y que la empresa se preocupa por ellos, estarán más motivados para exceder sus roles prescritos y brindar un servicio proactivo a los clientes.

Méda (2022) en el siguiente trabajo se señala que existe una falta de correlación entre la utilidad social de ciertos trabajos y su reconocimiento, en particular en términos salariales. Asimismo, se cuestiona las bases tradicionales del sistema retributivo y plantea la necesidad de reconsiderar la jerarquía salarial para hacerla más justa y que tenga en cuenta la utilidad social o el valor creado para la

sociedad. En ese sentido, un mejor reconocimiento de ciertos trabajos a través de mejores salarios e incentivos impactaría positivamente en la motivación y el compromiso de esos trabajadores con su labor, lo cual tendría beneficios tanto para las personas como para las organizaciones y la sociedad en general.

Akafo y Boateng (2015) en el proyecto titulado “Impact of Reward and Recognition on Job Satisfaction and Motivation” algunos estudios han demostrado que el reconocimiento por parte de los supervisores puede incrementar significativamente los niveles de motivación de los trabajadores (Danish y Usman, 2010). El reconocimiento percibido por los empleados se relaciona positivamente con su motivación laboral. Es decir, a mayor reconocimiento por parte de los jefes, mayor será la motivación de los trabajadores. Esta relación se sustentaría en estudios previos como el de Akafo y Boateng quienes encontraron en una muestra de empresas de Ghana, que el reconocimiento tuvo un impacto positivo en la satisfacción laboral y motivación de los empleados.

Gitman et al. (2007) en el presente proyecto que lleva por título “Administración de recursos humanos. Pearson Educación” indica que la capacitación tiene un impacto positivo en la motivación laboral. Los trabajadores que reciben capacitaciones se sienten más preparados para su trabajo, lo que les genera una mayor confianza en sí mismos y en sus habilidades. Esto a su vez, los lleva a sentirse más satisfechos con su trabajo y a tener una mayor predisposición a realizarlo. Por lo tanto, las capacitaciones pueden ser una herramienta eficaz para mejorar la motivación laboral. Sin embargo, es importante que las capacitaciones estén bien diseñadas y adaptadas a las necesidades de los trabajadores. De esta forma, se garantizará que los trabajadores realmente se beneficien de ellas y que su motivación laboral aumente.

Salas (2022) en la tesis titulada “La motivación laboral y productividad de los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga, año 2020 “ como parte de su tesis para obtener licenciamiento investigaron realizaron un proyecto donde lo que buscan es saber la motivación laboral de los colaboradores que residen en la Universidad Nacional San Luis Gonzaga, para ello empleó una encuesta a 266 personas y en base a este resultado confirmaron que las variables usadas en la encuesta tienen una influencia directa y relevante en la productividad de la empresa a base de una encuesta. Es decir, esto sustenta la conexión directa que hay entre motivación y rendimiento.

Montalvo y Vega (2023) en la investigación titulada “La motivación laboral en los colaboradores del área comercial de una empresa de telecomunicaciones en Sincelejo, Sucre” se centró en evaluar la motivación dentro de la empresa, esto se realizó con el instrumento de investigación que usaron para obtener datos fue una encuesta, que consta de dos indicadores: extrínsecos e intrínsecos y de esta forma poder hallar el nivel de correlación. El resultado de esta encuesta indica que la motivación intrínseca se encuentra negativamente, indicando que el punto de mejora es con respecto a incentivos económicos. Asimismo, se enfatizó en la parte de fomentar un buen clima laboral, además poder plantear estrategias de mejora para la motivación tanto de forma extrínseca como intrínseca, además enfatiza en la parte de promover la igualdad de salarios entre colaboradores.

Guerrero y Carrillo (2023) en la tesis titulada “Motivación extrínseca y su relación con el rendimiento del talento humano” se enfoca en entender cómo la “motivación extrínseca” puede verse afectada la segunda variable “desempeño” de los colaboradores que forman parte del Gobierno Provincial de Tungurahua. La tesis se basa en encuestas realizadas a los empleados y se utilizó un análisis estadístico para ver si la motivación extrínseca, es decir, recompensas externas como el dinero, está relacionada con el rendimiento laboral. Los resultados mostraron que, aunque los empleados encuentran satisfacción en su trabajo y no están particularmente motivados por recompensas económicas, la motivación extrínseca tiene un efecto positivo en su rendimiento de los colaboradores. Además, se encontró que la comunicación fluida y la falta de castigo o amonestación también contribuyen a un buen desempeño. En resumen, este estudio demuestra que la motivación extrínseca influye de forma relevante en el rendimiento de los trabajadores en el Gobierno Provincial de Tungurahua, a pesar de que no sea su principal fuente de motivación.

Candelo y Hervás (2022) en la presente tesis titulada “El estudio de los elementos de Motivación del Personal y la Productividad de la empresa bananera “Buenos Aires” del cantón Valencia” tiene como finalidad hallar cómo la motivación de los trabajadores y la productividad se relacionan dentro de la compañía de “Buenos Aires”. La motivación laboral es relevante en cada empresa, ya que va más allá de los incentivos tradicionales y esto puede que influya en la productividad de los colaboradores empleados de la empresa. Por otro lado, Productividad se refiere a la eficiencia del colaborador al realizar la función asignada, y es esencial para evaluar el desempeño. Se recopilaron datos a través de entrevistas y encuestas

de confidencialidad, este instrumento fue firmado en base a su validado. A través de este trabajo se plantearon estrategias como capacitaciones e incentivos, ante esto se pudo evidenciar que mediante la implementación se mejora la productividad.

Dominguez y Lopez (2016) en la siguiente tesis titulada “La motivación extrínseca y su incidencia en el desempeño laboral de los trabajadores de bodega del Departamento de Distribución de Ferretería Espinoza S.A. de la ciudad de Guayaquil del presente año” se trabajó con la empresa Ferretería Espinoza S.A.S para analizar si la motivación que viene de fuera, es decir, la que proviene de factores externos, afecta la forma en que los trabajadores en el área de Distribución en Guayaquil desempeñan sus labores. Esto se hizo mediante un enfoque que combinó números y cualidades, y tuvo lugar dentro del contexto de la empresa con su autorización. En este proyecto, se incluyó a todos los trabajadores del área de Distribución, que sumaron un total de 18 trabajadores, todos hombres. La investigación siguió un diseño a lo largo del tiempo y tuvo como objetivo principal describir y explicar cómo interactúan dos o más factores o variables en este contexto laboral. Para este trabajo se aplicó una encuesta que constaba de 10 preguntas a los trabajadores, con el propósito de entender cómo la motivación externa. La información obtenida mostró que la ME tiene un impacto en el DL de los trabajadores, como la falta de pausas, la falta de trabajo en equipo y la presión en el trabajo.

## **3.2 Marco teórico**

### **Motivación**

De acuerdo con la Real Academia Española, el significado de la palabra motivar hace referencia a “dar causa o motivo para algo, dar o explicar la razón o motivo que se ha tenido para hacer algo, dar o explicar la razón o motivo que se ha tenido para hacer algo, estimular a alguien o despertar su interés”. A través de este significado podemos decir que motivación es la acción de dar motivo para que alguien ponga interés en realizar alguna actividad (RAE, 2022).

Para Martínez (2020) la motivación es lo que permite a las personas obtener energía para continuar con el logro de algún objetivo, ya sea por el lado profesional

y en el día a día, en general, de un ser humano. Por lo tanto, se debe estimular positivamente a los equipos de trabajo con el fin de alcanzar conductas que consigan los propósitos marcados para completar un proyecto o meta de manera satisfactoria. Asimismo, se corrobora que la motivación es causa de la estimulación por parte de un individuo con la finalidad de conseguir sus objetivos y qué mejor que teniendo los recursos disponibles para facilitar la tarea.

Ramírez et al. (2008), definen que la motivación se define como un atributo de la psicología que ayuda con el incremento de responsabilidades del ser humano; un procedimiento que energiza y sostiene la conducta en dirección a la consecución de metas previstas. Aunque es posible que los patrones de conducta evolucionen, (requerimientos personales, normas culturales y aptitudes personales) el procedimiento es idéntico para todos los seres humanos: la conducta se propiciada (origen interno o externo, resultado de la genética y del entorno); la conducta se motiva, a través de impulsos, anhelos, requerimientos o inclinaciones; y esta conducta se orientada en dirección a una meta específica. Se confirma que son inexistentes las personas iguales. La gente es única pues poseen diferentes exigencias, deseos, posturas, responsabilidades, niveles de conocimiento y habilidades. De esta manera, concluyó que la motivación para todos no abarca el mismo incentivo, muchos prefieren un reconocimiento y otros una motivación monetaria o relacionada a este, por eso es importante con quien se trabaja y el tipo de motivación que influye más en esa persona. Es necesario comprender la complejidad y unicidad de las personas.

## **Tipos de motivación**

### **Motivación extrínseca**

Se define la motivación extrínseca como la relación de los impulsos motivacionales de la persona y el lugar de donde provienen, que en este caso ocurren fuera del entorno de su actividad o del individuo en sí. Por ende, podemos entender que un factor motivacional son las recompensas monetarias o no monetarias por parte de terceros. La motivación extrínseca no está sustentada en el gusto de ejecutar los pasos que requiere cumplir la labor que estamos haciendo o estamos por cumplir, sino en una retribución que no está relacionada directamente con dicha labor a cumplir (García, 2015).

La motivación extrínseca como externa a la persona y se suele dar por un supervisor o gerente. Además, estos premios o bonificaciones pueden ser material como el sueldo económico, o inmaterial como reconocimiento y promoción de puesto. Un colaborador impulsado extrínsecamente trabajará en una tarea que no le interese necesariamente, lo realizará solo por el hecho de saber obtendrá un beneficio extra. La motivación extrínseca se inclina a la idea de que es correcto persuadir el interés de la persona por lograr una meta para conseguir un premio, para alcanzar este grado de entendimiento es importante saber el trasfondo del porque laboran los colaboradores y que es lo que intentan satisfacer (Vantage, 2023).

### **Motivación Intrínseca**

Para este factor menciona que el incentivo nace dentro de la persona en vez de que sea una recompensa del exterior. Se relaciona a la aspiración de ser la mejor versión de uno mismo y aumento de capacidades personales, y con la satisfacción de finalizar sus labores adecuadamente, esto posibilita al trabajador encontrarse en un estado de concentración y emoción terminando dicha actividad. El deseo de toda persona es el poder crecer y superarse, dentro de un trabajo este puede ser un factor importante, por ende, se disponen a realizar su mejor esfuerzo y sobresalir para su autorrealización (García, 2015).

El incremento de motivación en los trabajadores se da de forma mucho más intensa en los que son estimulados intrínsecamente en comparación a los extrínsecos. Motivar internamente a los trabajadores implica que ellos deben llegar a su mejor performance laboral cuando se les brinda libertad y responsabilidad por las actividades que realiza dentro de la empresa. Todo esto deriva a que se forme una cultura de confianza de equipo, que aumenta la satisfacción por la labor cumplida dentro de la empresa (Vantage, 2023).

Con los conceptos dados podemos deducir que la motivación intrínseca, es el deseo personal de cada individuo por cumplir con la meta u objetivo dado, pero no para satisfacer a otros, si no para encontrar la autorrealización y felicidad con uno mismo.

### **Autorrealización**

Logrando el equilibrio entre los deseos tanto así de la realidad se logra la autorrealización, sintiendo liberación, motivación, valoración en reconocer el esfuerzo, este proceso complejo consiste y va más allá de los impulsos básicos, se desarrollan al máximo todas las virtudes, de modo que se visualizan los proyectos de vida. Un elemento emocional sólido en la gestión de las habilidades hace que genere la autorrealización del colaborador. Como método viable, una empresa por lo general busca conservar y retener a sus más talentosos colaboradores, quienes son los que cuentan con las más altas probabilidades de tener las oportunidades de cambiar de puesto de empleo. Así pues, en la práctica de fidelización del trabajador es valioso y conveniente hacer partícipe al colaborador, haciéndolo sentir protagonista del óptimo desarrollo de la empresa, así como también parte de sus éxitos. Ya que la compensación por la tarea desempeñada no es únicamente económica, se involucra también el realizar un propósito o planificación que involucra a la empresa: el colaborador sentirá que no es tan satisfecho y cómodo como en su lugar de trabajo (Arguedas, 2019).

### **Comunicación**

La comunicación es un procedimiento que posibilita a los integrantes de una entidad intercambiar información, conocimientos y experiencias. Es un recurso que proporciona notables beneficios a las empresas al impulsar la eficiencia, la rivalidad y el logro en el ámbito empresarial. La administración de la comunicación interna desempeña un papel esencial en el desarrollo de una empresa, dado que los miembros del equipo o colaboradores son un componente fundamental para su éxito. La comunicación implica la transmisión de mensajes entre los diferentes públicos internos de la organización, utilizando diversos canales y redes de comunicación, y fomentando la retroalimentación y los flujos de información (Ramírez et al., 2017).

La comunicación desempeña un rol importante en las empresas, ya que su gestión adecuada genera un impacto en el éxito general de la empresa. La comunicación conecta la empresa como un sistema con su entorno, lo que implica que la adaptación constante es clave para alcanzar el éxito. Además, capacitar a líderes en coaching es esencial para guiar y apoyar al personal, lo que a su vez les permite avanzar en sus carreras y colaborar en la consecución de las metas de la organización. La correcta comunicación también influye en la inducción, lo que beneficia tanto a los empleados como a la organización y sus clientes (Folis, 2021)

### **Autoestima**

La definición de autoestima se basa en la manifestación de una idea, figura y opinión que percibimos de nosotros mismo, asimismo esto puede verse diferenciados en dos variables que es el cómo nosotros nos vemos y cómo creemos que las personas nos ven (Gomez,1981).

Existen indicadores importantes para lograr una autoestima, entre ellos está el tener la aceptación de individuos que son importantes para uno mismo. Asimismo, también los factores como alcanzar un logro o alcanzar objetivos y metas (Coopersmith, 1967).

### **Sueldos e incentivos**

Los incentivos laborales son los reconocimientos entregados por parte de la empresa y esto se da a la culminación de metas u objetivos propuestos por los más altos cargos, donde estas se hayan dado de la manera más óptima y correcta. Existen así dos tipos de incentivos, los incentivos monetarios y los no monetarios, ambas en busca compensar y crear buenas emociones en sus colaboradores con relación a la empresa. Los incentivos proporcionan beneficios significativos tanto para el empleado, así como también para la empresa. Suma al bienestar y satisfacción laboral, adicionalmente, brinda la oportunidad de retener a los mejores talentos (Sierra, 2016).

El salario o también conocido como “sueldo” son los pagos que recibe un trabajador periódicamente por las prestaciones de su servicio, esta remuneración se da por parte de una empresa. Así también como parte del derecho laboral, el salario no solo considera el trabajo ejecutado por el colaborador, sino también las vacaciones, fines de semana, días festivos, etc. (Chavez, s.f).

### **Reconocimiento**

La motivación y su correlación con el reconocimiento laboral enfocado en una empresa del sector hotelero de la ciudad de Durango, México. *Hitos de Ciencias Económico Administrativas*, 28(82), 294-314. Según los autores, el reconocimiento laboral se refiere a la valoración y apreciación que se le da a un

trabajador por su desempeño y contribución en la organización, ya sea por parte de sus superiores o por mérito propio. Este reconocimiento puede ser público o privado, individual o colectivo, y puede ser material o símbolo económico (Herrera-Reyes, Figueroa-González y Villarreal-Solís, 2022).

### **Capacitaciones**

La capacitación es un medio efectivo para optimizar el rendimiento de los colaboradores, este proceso le permite a la empresa realizar cambios internos sin necesidad de disminuir la productividad y en el cual se refleje de manera uniforme dichos cambios a ejecutar. Este concepto está muy asociado a la inversión pues para que se haga efectiva se debe hacer un gasto económico y de tiempo. Además, esta preparación no debe ser tomada en cuenta como una carga ni para la empresa ni para el trabajador pues al mediano-largo plazo ambos terminaran beneficiados económicamente, y quien asista a dichas capacitaciones obtendrá nuevos conocimientos que le servirán para el crecimiento de su carrera como técnico o profesional (Cota y Rivera, 2017).

El capital humano debe ser considerado con más valor en las empresas pues son parte clave del funcionamiento de esta. Se debería destinar recursos para proporcionarles opciones de potenciar sus habilidades y capacidades con el objetivo de aumentar la productividad en las áreas a la que pertenezcan dichos colaboradores y generar un clima de motivación laboral dentro de los grupos de trabajo en la organización. No es suficiente con poseer recursos, es imperativo saber cómo utilizarlos estratégicamente para sacarles provecho al máximo y a la vez que los miembros de la empresa estén convencidos de que los objetivos y metas que se propongan se pueden lograr. Estos conceptos son aplicables para empresas de producción y venta de bienes o servicios (Torre y Montaña, 2019).

## CAPÍTULO IV: HIPOTESIS Y VARIABLES

### 4.1 Formulación de hipótesis principales y derivadas

#### 4.1.1 Hipótesis principal

Las estrategias mejoran la motivación laboral en los colaboradores de la empresa Konecta BTO Perú (2023).

#### 4.1.2 Hipótesis derivadas

La autorrealización de los colaboradores de la empresa Konecta BTO Perú (2023) tendrá un crecimiento en base a las estrategias planteadas.

La comunicación de los colaboradores de la empresa Konecta BTO Perú (2023) mejorará en base a las estrategias planteadas.

La autoestima de los colaboradores de la empresa Konecta BTO Perú (2023) mejorará en base a las estrategias planteadas.

Los sueldos e incentivos de los colaboradores de la empresa Konecta BTO Perú (2023) mejorará en base a las estrategias planteadas.

Los reconocimientos de los colaboradores de la empresa Konecta BTO Perú (2023) mejorarán en base a las estrategias planteadas.

Las capacitaciones de los colaboradores de la empresa Konecta BTO Perú (2023) mejorará en base a las estrategias planteadas.

## CAPÍTULO V: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

### 5.1 Diseño metodológico

#### 5.1.1 Tipo

El estudio corresponde a una investigación aplicada porque se tiene como objetivo plantear estrategias para mejorar la basado en las situaciones ya analizadas.

#### 5.1.2 Enfoque

El enfoque de este estudio es cuantitativo, ya que se realizó un análisis estadístico de los resultados, donde se comprendió y familiarizarse con las experiencias de los empleados de los centros de llamadas que trabajan en el sector.

#### 5.1.3 Nivel

Presenta un nivel descriptivo-explicativo ya que se tiene como finalidad usar el resultado de la investigación para identificar el problema en la motivación y en base a ello proponer posibles soluciones.

### 5.2 Diseño de investigación

Para la presente investigación fue trabajada con un tipo de estudio no experimental de corte transversal ya que se realizó el estudio en un momento determinado dio inicio el 3 de noviembre y concluyó el 7 de noviembre con la finalidad de recolectar información para nuestro proyecto de investigación.

### 5.3 Población

La población total de trabajadores que se tomó en cuenta para el estudio es de 1649, está conformada por personas entre agentes y coordinadores pertenecientes a la empresa Konecta BTO Perú.

#### **5.4 Muestra**

La muestra que se eligió está conformada por 100 colaboradores dentro de un rango de 18 - 65 años de edad, de la empresa Konecta BTO Perú sede de Crillón. El método de muestreo fue no probabilístico por conveniencia.

#### **5.5 Técnica de recolección de datos**

Para el presente trabajo, se utilizó la encuesta como instrumento de medición para la motivación laboral.

El instrumento consta de 20 preguntas divididas en 2 dimensiones:

- Motivación Intrínseca: ( 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11)
- Motivación Extrínseca: ( 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20)

Dentro de cada dimensión, se agruparán 3 indicadores: autorrealización, comunicación, autoestima, sueldos e incentivos, reconocimiento y capacitaciones.

Así mismo se aplicará una escala de Likert de un puntaje de 1 al 5. en línea donde: 1 (nunca), 2 (casi nunca), 3 (a veces), 4 (casi siempre) y 5 (siempre).

Además, se considerará un método de clasificación los puntajes de los encuestados y tener una distribución más clara a la hora de realizar las conclusiones:

Niveles de motivación: Alto (76-100); Medio (48-75) y Bajo (20-47)

Motivación por dimensión intrínseca: Alto (55-37); Medio (36-19) y Bajo (18 - 11)

Motivación por dimensión extrínseca: Alto (45-31); Medio (30-16) y Bajo (15-9)

#### **5.7 Técnicas estadísticas de procesamiento de la información**

Para analizar los resultados de la encuesta, se empleó la herramienta IBM SPSS Statistics 25. La estructura de la información se organizó en dos hojas tipo Excel. En la primera hoja, se dispusieron las preguntas junto con los rangos de puntaje, utilizando una escala de valoración del 1 al 5, donde 5 representa “siempre”, 4 “casi siempre”, 3 “a veces”, 2 “casi nunca” y 1 “nunca”. Las preguntas se colocaron en la parte izquierda de las filas, y los rangos de valoración se asignaron a las columnas correspondientes.

En la segunda hoja, se ingresan los resultados de la encuesta utilizando valores numéricos representativos. Cada participante se ubicó en la parte izquierda de las filas, y en las columnas se registraron las respuestas para cada pregunta. Por ejemplo, si la respuesta fue “casi nunca”, se asignó el número 2 a la celda correspondiente.

La aplicación, al trabajar con estos valores, generó resultados mediante estadísticas descriptivas de frecuencia. Se crearon cuadros de frecuencia para cada pregunta, y se visualizaron los resultados a través de gráficos de barras, proporcionando una representación visual de la distribución de las respuestas. Este enfoque permitió obtener un análisis detallado y sistemático de los datos recopilados en la encuesta.

## **5.8 Resultados**

### **5.8.1 Análisis descriptivo**

**Tabla 1**

*Resultados sobre el género de los encuestados.*

Género	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	58	58%
Masculino	42	42%
Total	100	100%

**Figura 1**

*Resultados sobre el género de los encuestados*



El presente cuadro está relacionado con los datos de género de los encuestados. Se observa que de los 100 encuestados, las mujeres superan por un mínimo margen (58%) a los hombres (42%). Para la empresa ambos géneros son considerados aptos para desarrollarse en las actividades laborales que se realizan.

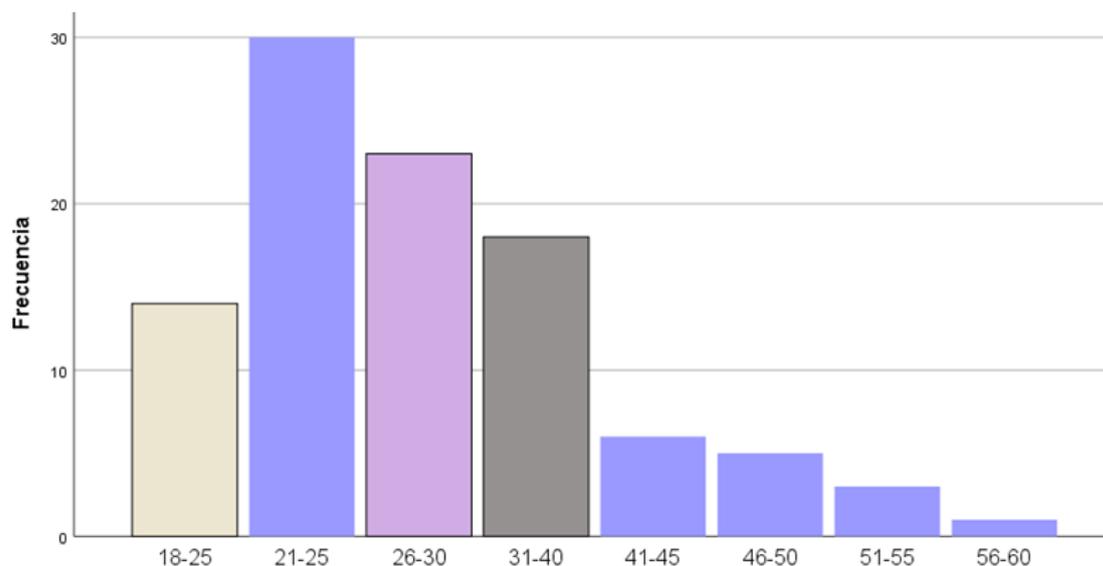
**Tabla 2**

*Resultados del rango de edades de los encuestados.*

Rango de edades	Frecuencia	Porcentaje
18-25	14	14%
21-25	30	30%
26-30	23	23%
31-40	18	18%
41-45	6	6%
46-50	5	5%
51-55	3	3%
56-60	1	1%
Total	100	100%

**Figura 2**

*Resultados del rango de edades de los encuestados*



En este cuadro vemos información sobre la edad del encuestado. Se estableció un rango de edades para hacer práctico la distribución de los datos. El rango 21 a 25 años de edad es el que alcanzó el mayor número de respuestas (30%), seguido del rango 26 a 30 años (23%). Por otro lado, el rango de 56 a 60 años fue el que menos cantidad de respuesta tuvo con (1%) seguido del rango de 51 a 55 años (3%). Se puede suponer que la empresa se inclina más en contar con colaboradores jóvenes.

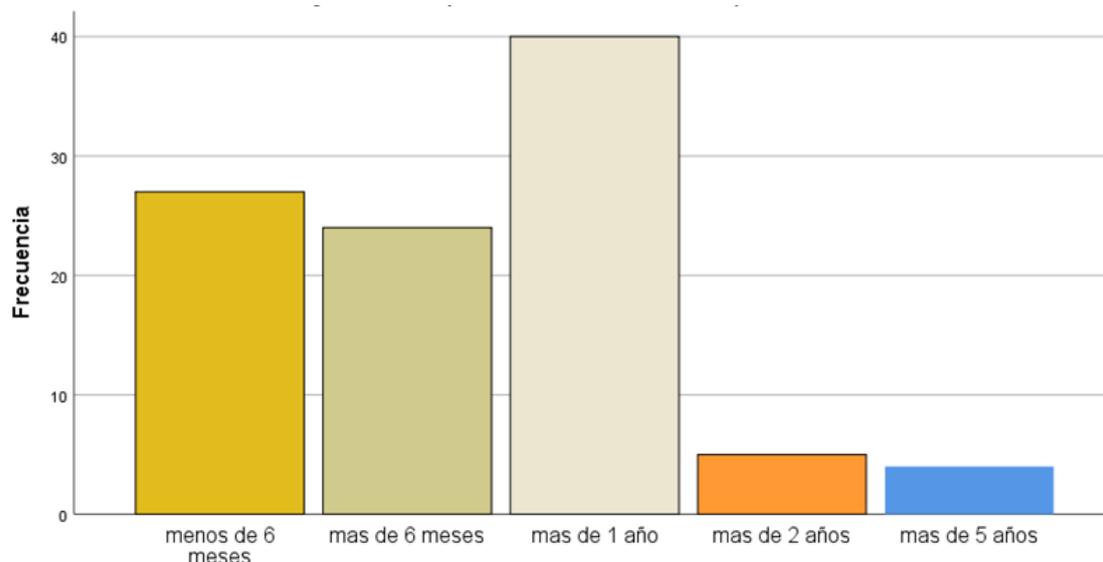
**Tabla 3**

*Resultados del intervalo de tiempo en el que viene laborando el encuestado en la empresa.*

Intervalo de tiempo	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 6 meses	27	27%
Más de 6 meses	24	24%
Más de 1 año	40	40%
Más de 2 años	5	5%
Más de 5 años	4	4%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**Figura 3**

*Resultados del intervalo de tiempo en el que viene laborando el encuestado en la empresa*



Para el presente cuadro la información tratada es sobre la edad del encuestado. Se estableció un rango de edades para hacer práctico la distribución de los datos. El rango 21 a 25 años de edad es el que alcanzo el mayor número de respuestas (30%), seguido del rango 26 a 30 años (23%). Por otro lado, el rango de 56 a 60 años fue el que menos cantidad de respuesta tuvo con (1%) seguido del rango de 51 a 55 años (3%). Se puede suponer que la empresa se inclina más en contar con colaboradores jóvenes.

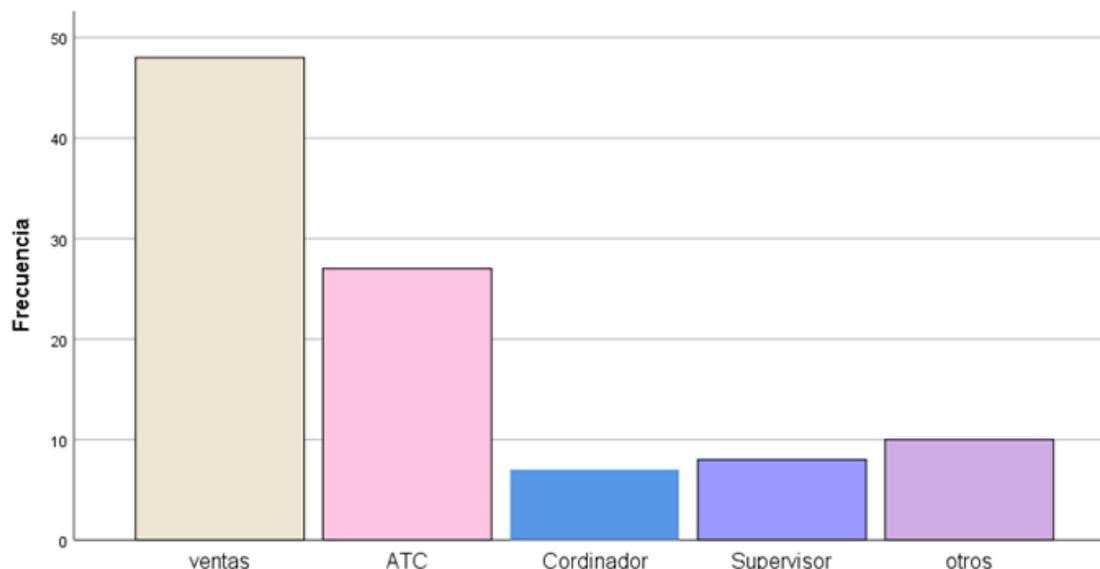
**Tabla 4**

*Resultados sobre el puesto actual del encuestado en la empresa*

Puestos en la empresa	Frecuencia	Porcentaje
Ventas	48	48%
ATC	27	27%
Coordinador	7	7%
Supervisor	8	8%
Otros	10	10%
Total	100	100%

**Figura 4**

*Resultados sobre el puesto actual del encuestado en la empresa*



El cuadro presente está relacionado con el cargo o puesto actual del encuestado en la empresa. Se observa que casi la mitad de la muestra forma parte de puestos de ventas (48%), seguido de atención al cliente (27%). El menor número de respuestas está en el cargo de coordinador (7%).

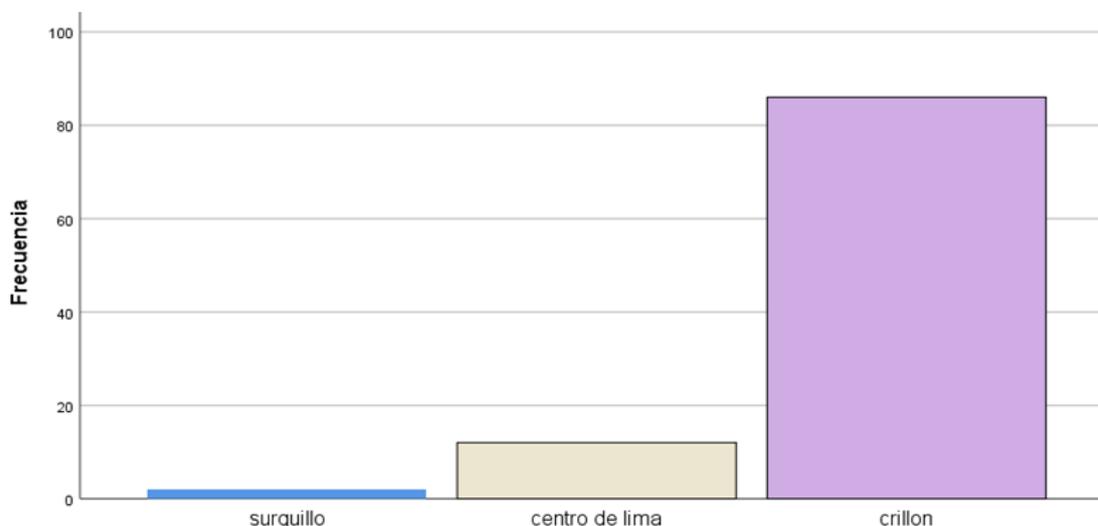
**Tabla 5**

*Resultados de la sede en la que el encuestado labora.*

Sede	Frecuencia	Porcentaje
Surquillo	2	2%
Centro de Lima	12	12%
Crillón	86	86%
Total	100	100%

**Figura 5**

*Resultados de la sede en la que el encuestado labora*



En este presente cuadro tenemos al lugar (sede) en donde el encuestado se encuentra laborando actualmente. Se denota que de los 100 encuestados, el 86% pertenecen a la sede ubicada en el ex hotel Crillon, el 12% en el centro de Lima y el 2% en surquillo.

**Tabla 6**

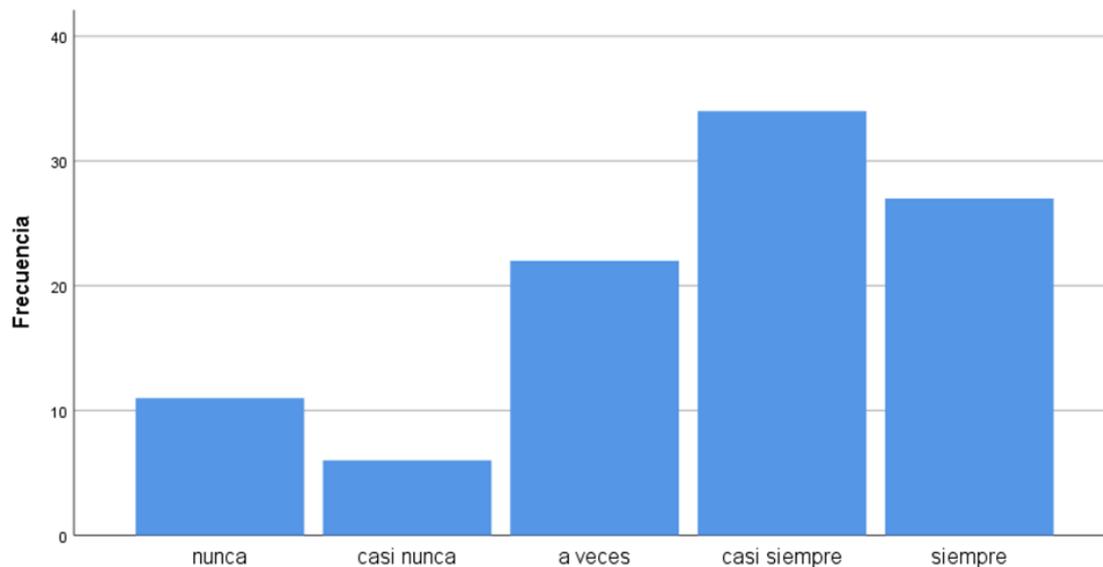
*Siente satisfacción con las oportunidades de desarrollo personal y profesional que ofrece su trabajo.*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	11	11%
Casi nunca	6	6%
A veces	22	22%
Casi siempre	34	34%
Siempre	27	27%
Total	100	100%

En el cuadro actual se observa que, de los 100 encuestados, la mayoría de colaboradores se encuentran satisfechos con el desarrollo laboral que se ofrece en la empresa (51%). Mientras que el 16% no están de acuerdo con las oportunidades que se les ha dado en su tiempo laborando.

**Figura 6**

*Siente satisfacción con las oportunidades de desarrollo personal y profesional que ofrece su trabajo*



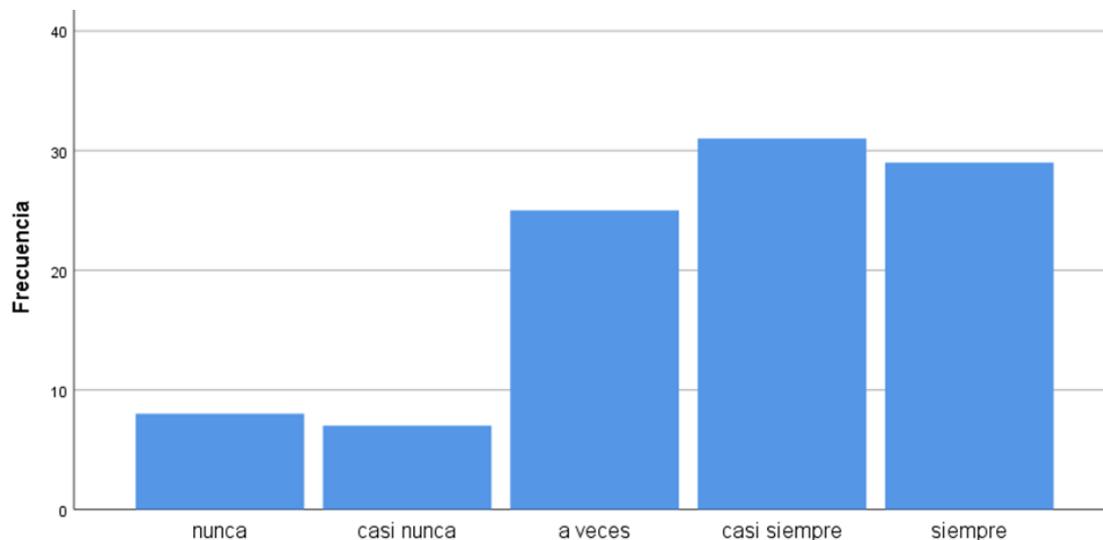
**Tabla 7**

*Su trabajo le brinda la oportunidad de alcanzar su máximo potencial y crecimiento personal.*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	8	8%
Casi nunca	7	7%
A veces	25	25%
Casi siempre	31	31%
Siempre	29	29%
Total	100	100%

**Figura 7**

*Su trabajo le brinda la oportunidad de alcanzar su máximo potencial y crecimiento personal*



Para el presente actual se denota que, de los 100 encuestados, la mayoría de colaboradores siente que su trabajo lo potencia y le permite crecer en lo personal (67%). Por otro lado, el 19% no están de acuerdo con las oportunidades de crecimiento personal que su trabajo en la empresa le pueda brindar.

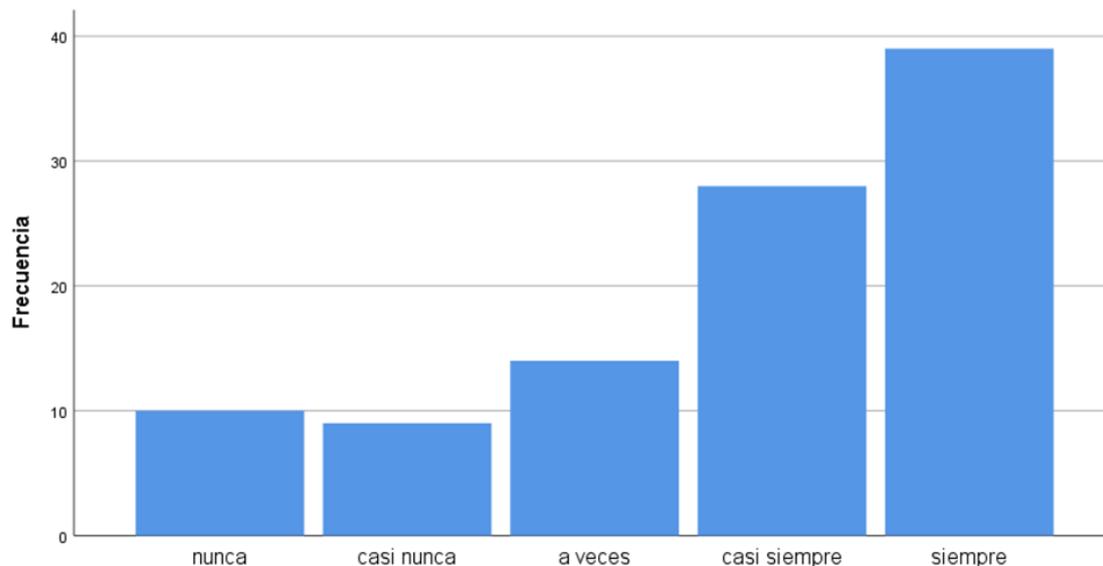
**Tabla 8**

*Tiene pretensiones de un ascenso en tu puesto de trabajo.*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	10	10%
Casi nunca	9	9%
A veces	14	14%
Casi siempre	28	28%
Siempre	39	39%
Total	100	100%

**Figura 8**

*Tiene pretensiones de un ascenso en tu puesto de trabajo*



En el cuadro actual se observa que, de los 100 encuestados, gran parte de colaboradores tiene pretensiones de ascenso (70%). Por otro lado, el 11% consideran que un ascenso está lejos de sus posibilidades.

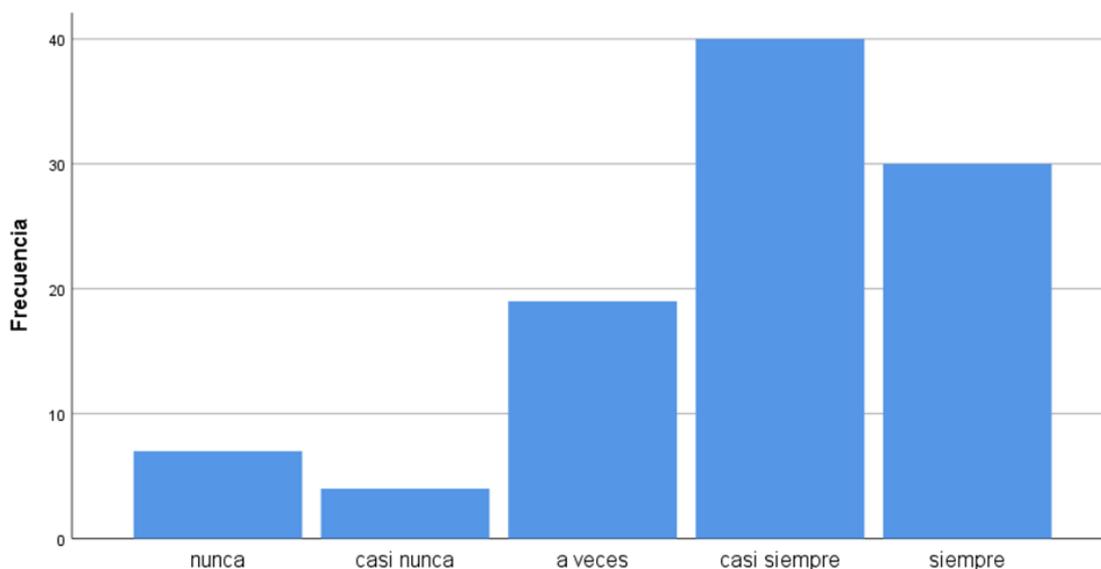
**Tabla 9**

*La comunicación efectiva en su entorno laboral contribuye a su motivación para realizar tareas.*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	10	10%
Casi nunca	9	9%
A veces	14	14%
Casi siempre	28	28%
Siempre	39	39%
Total	100	100%

**Figura 9**

*La comunicación efectiva en su entorno laboral contribuye a su motivación para realizar tareas*



Para el presente actual, de los 100 encuestados, la mayoría de colaboradores considera que la comunicación dentro de la empresa es efectiva y contribuye a motivarlos (67%). Por otro lado, el 15% sienten que la comunicación no se desarrolla adecuadamente.

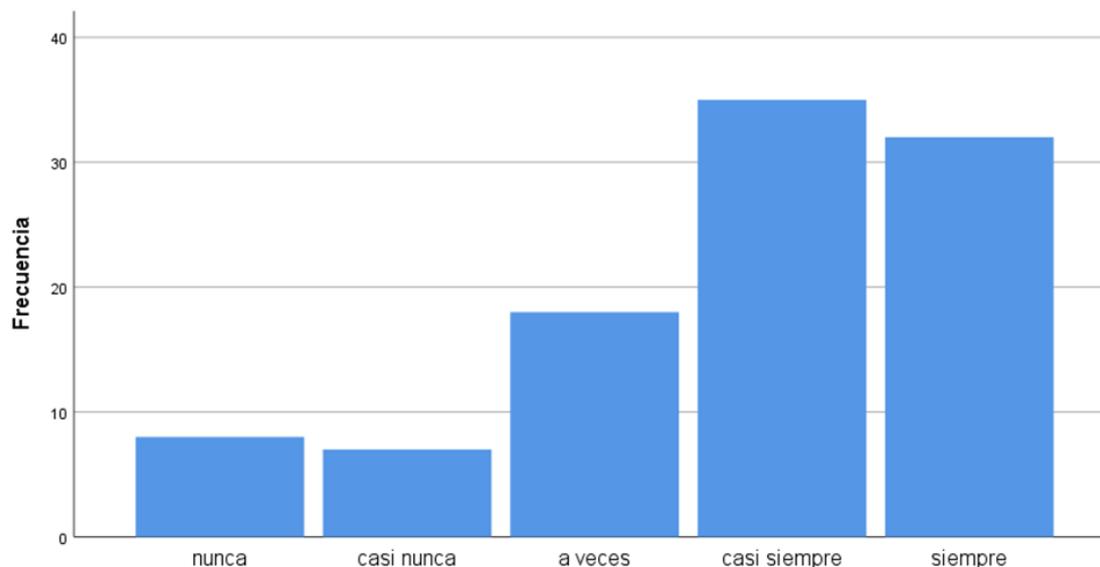
**Tabla 10**

*La empresa promueve una buena comunicación interna.*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	8	8%
Casi nunca	7	7%
A veces	18	18%
Casi siempre	35	35%
Siempre	32	32%
Total	100	100%

**Figura 10**

*La empresa promueve una buena comunicación interna*



En este cuadro actual se observa que, de los 100 encuestados, la mayoría de colaboradores considera que existe una adecuada comunicación interna en la empresa (63%). Por otro parte, el 16% sienten que la comunicación interna no se desarrolla adecuadamente.

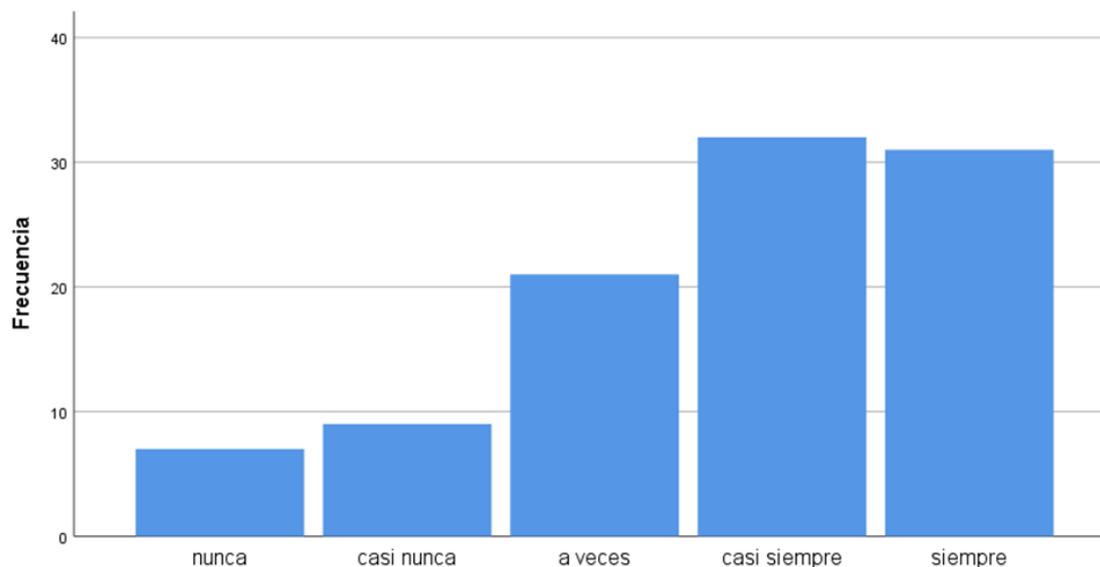
**Tabla 11**

*La empresa promueve una buena comunicación externa.*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	7	7%
Casi nunca	9	9%
A veces	21	21%
Casi siempre	32	32%
Siempre	31	31%
Total	100	100%

**Figura 11**

*La empresa promueve la buena comunicación externa*



En el presente cuadro trabajado se denota que, de los 100 encuestados, la mayoría de colaboradores considera que existe una adecuada comunicación externa en la empresa (63%). Por otro parte, el 15% sienten que la comunicación interna no se desarrolla adecuadamente

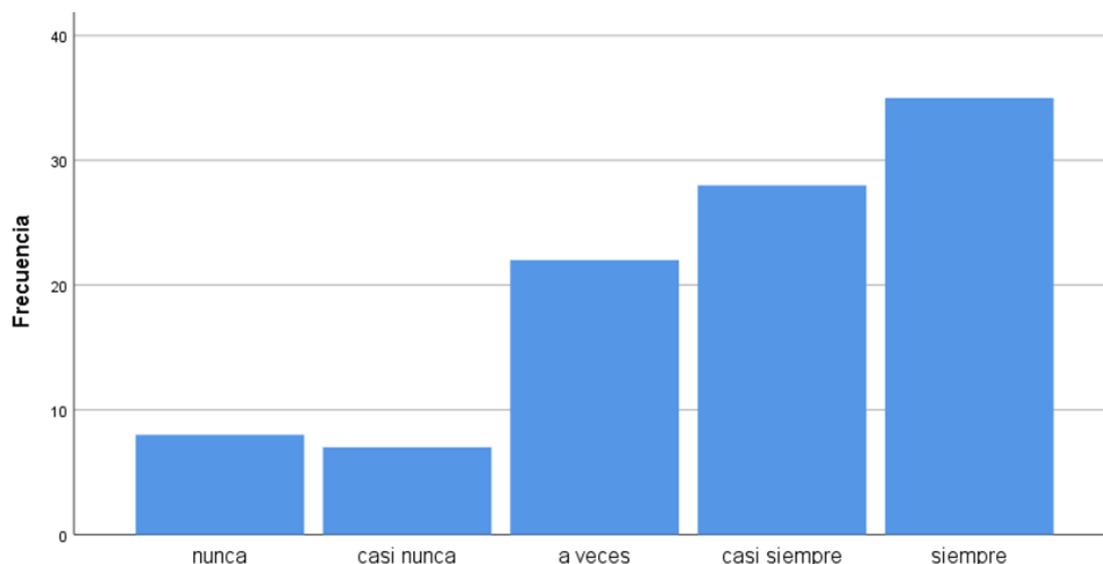
**Tabla 12**

*Existe comodidad al expresar tus pensamientos y opiniones de manera abierta.*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	7	7%
Casi nunca	9	9%
A veces	21	21%
Casi siempre	32	32%
Siempre	31	31%
Total	100	100%

**Figura 12**

*Existe comodidad al expresar tus pensamientos y opiniones de manera abierta*



En el presente cuadro medimos la comodidad existente por parte de los colaboradores al expresar sus pensamientos y opiniones de manera abierta. Como resultado un 35% siempre y 28% casi siempre, reflejando esto como la mayoría de encuestados están de acuerdo con dicha afirmación sobre la comodidad existente en la empresa. Por el contrario, tenemos al 8% con nunca y 7% con casi nunca, quienes se muestran en contra de esta afirmación y con un 22% considera que a veces se da esta comodidad al expresarse.

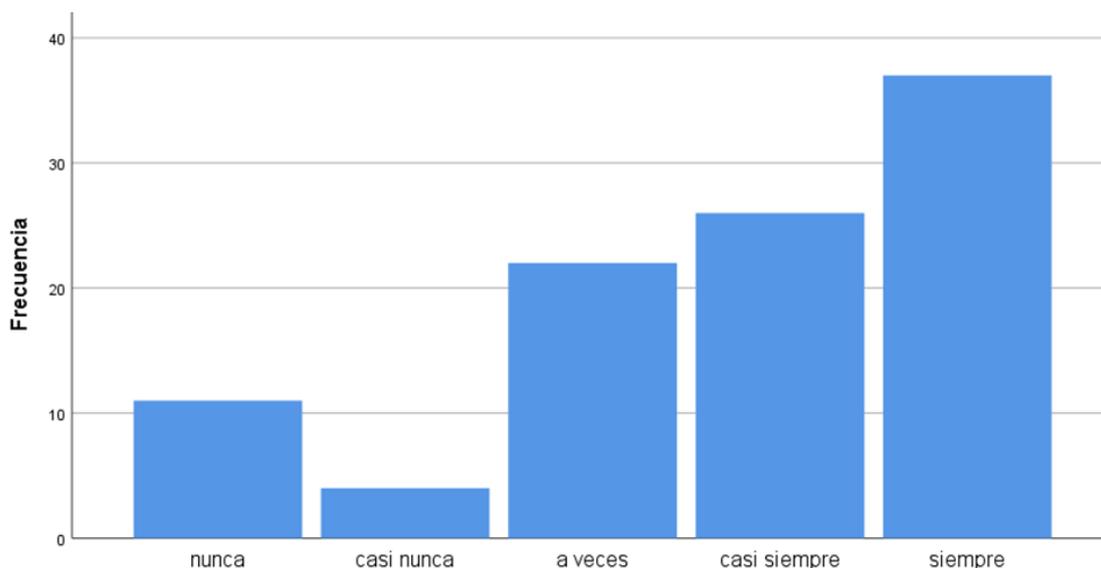
**Tabla 13**

*El feedback de sus superiores le motiva a mejorar.*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	11	11%
Casi nunca	4	4%
A veces	22	22%
Casi siempre	26	26%
Siempre	37	37%
Total	100	100%

**Figura 13**

*El feedback de sus superiores le motiva a mejorar*



En este cuadro medimos la frecuencia sobre qué tanto, el feedback de los superiores, motiva a mejorar a los colaboradores. Como resultados obtenidos, tenemos al 37% con siempre y un 26% con casi siempre, representando esto a la mayoría de colaboradores quienes afirman que el feedback si tiene un impacto positivo. Por el contrario, un 11% con nunca y un 4% con casi nunca se encuentra en contra de esta afirmación. Un 22% se encuentra no se muestra ni a favor ni en contra.

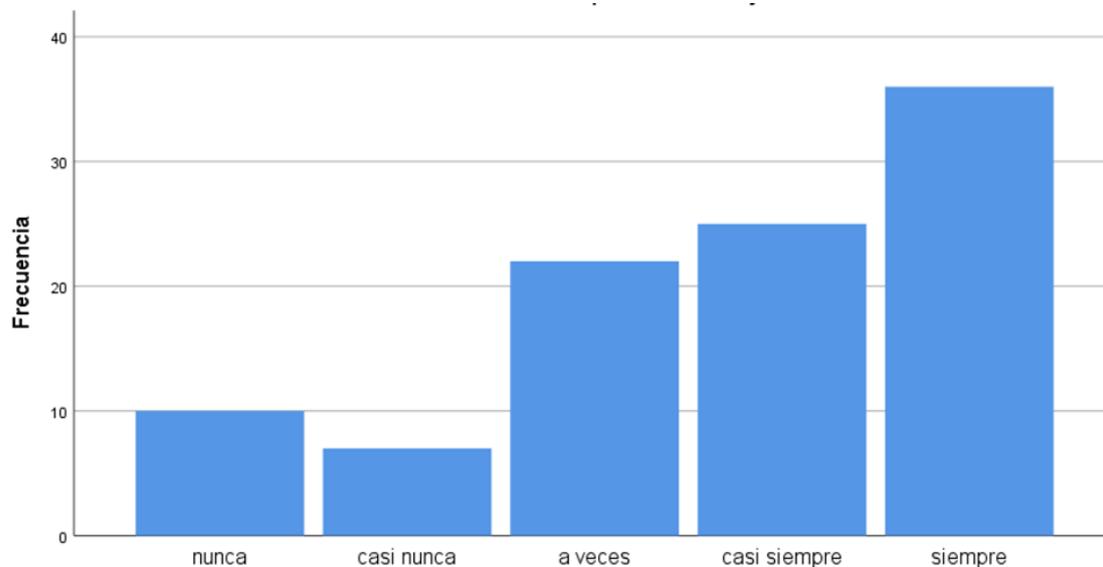
**Tabla 14**

*Siente estabilidad en su puesto de trabajo.*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	10	10%
Casi nunca	7	7%
A veces	22	22%
Casi siempre	25	25%
Siempre	36	36%
Total	100	100%

**Figura 14**

*Siente estabilidad en su puesto de trabajo*



En este cuadro se evaluó qué tan estables se sienten los colaboradores en sus puestos de trabajo. Un 36% con “siempre” y un 25 “casi siempre” lo que demuestra que, en su mayoría los colaboradores se encuentran de acuerdo con esta afirmación. Por el contrario, un 10% relacionada a “nunca” y 7% “casi nunca” se muestran de desacuerdo con aquella información. Para finalizar tenemos un 22% que se muestran neutros, sin preferencia o inclinación para alguna.

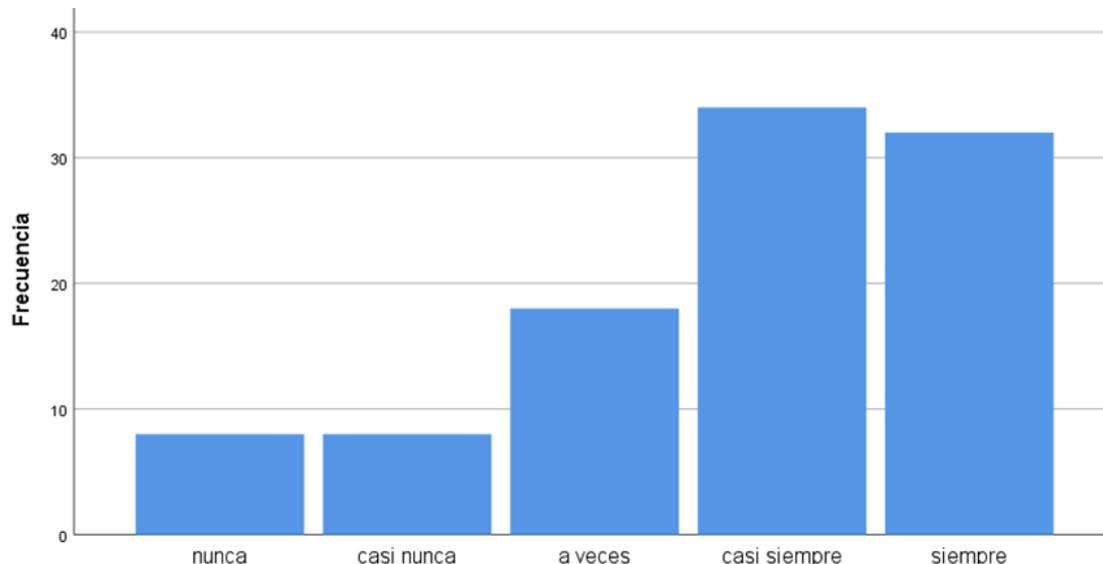
**Tabla 15**

*Siente confianza al demostrar sus habilidades y aptitudes en su área de trabajo.*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	8	8%
Casi nunca	8	8%
A veces	18	18%
Casi siempre	34	34%
Siempre	32	32%
Total	100	100%

**Figura 15**

*Siente confianza al demostrar sus habilidades y aptitudes en su área de trabajo.*



Para este cuadro se evaluó la confianza que sienten los colaboradores al mostrar sus habilidades y aptitudes en su área de trabajo. Como resultados óptimos a un 34% con casi siempre y un 32% con siempre, quienes se muestran conformes con esta afirmación, dando a entender que la mayoría de trabajadores si sienten confianza al demostrar sus habilidades y aptitudes. Por otro lado, un 8% con nunca y casi nunca, aseguran que la afirmación no es cierta, finalmente, por el lado neutro, tenemos 18% con a veces.

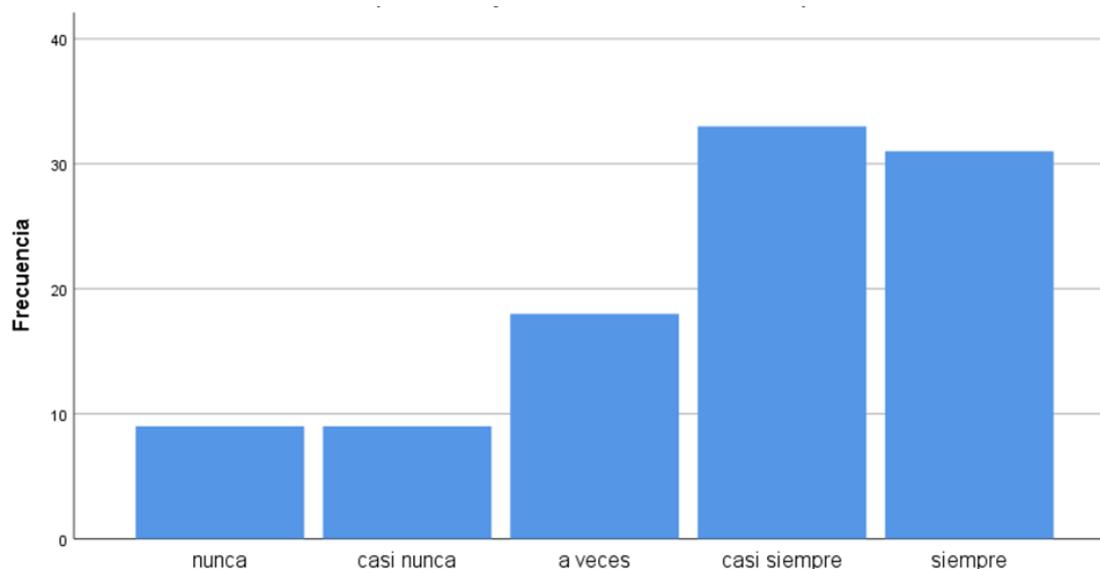
**Tabla 16**

*Considera que su trabajo es valorado dentro de la empresa.*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	9	9%
Casi nunca	9	9%
A veces	18	18%
Casi siempre	33	33%
Siempre	31	31%
Total	100	100%

**Figura 16**

*Considera que su trabajo es valorado dentro de la empresa*



Para el presente cuadro, se estudió que tan valorados se sienten los colaboradores dentro de la empresa. La mayoría tuvo una respuesta positiva, el 33% con casi siempre y 31% con siempre se muestran conformes con esta afirmación. Por el contrario, con nunca y casi nunca se obtuvo el 9% quienes no están de acuerdo con la afirmación. Y como término medio, con un 18% están aquellos que consideran que a veces son valorados dentro de la empresa.

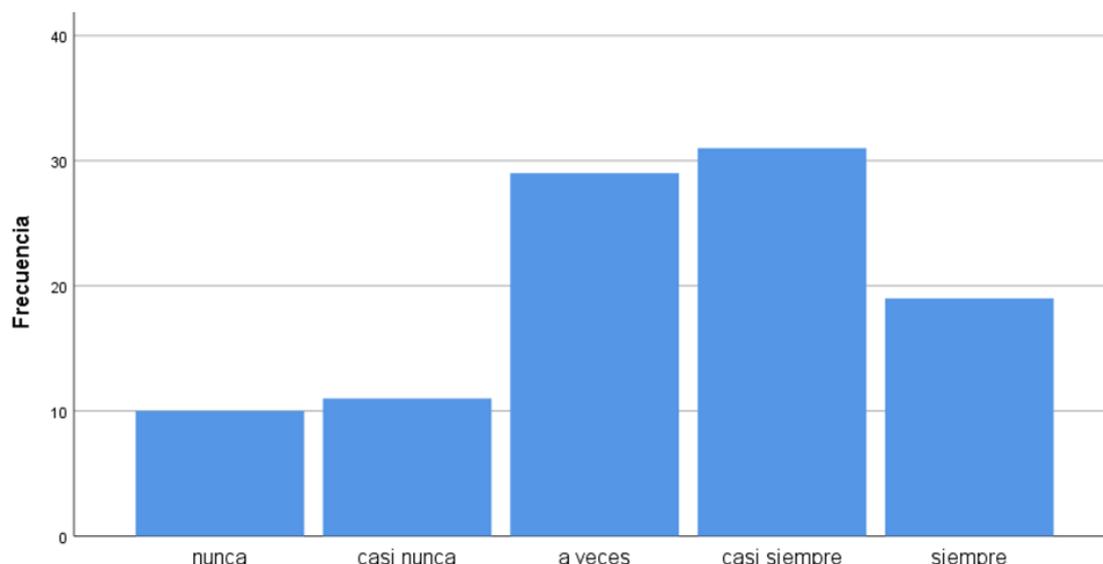
**Tabla 17**

*El sueldo que percibe va acorde a sus conocimientos y contribuciones laborales.*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	10	10%
Casi nunca	11	11%
A veces	29	29%
Casi siempre	31	31%
Siempre	19	19%
Total	100	100%

**Figura 17**

*El sueldo que percibe va acorde a sus conocimientos y contribuciones laborales*



Para este cuadro se buscó evaluar si el sueldo que perciben los colaboradores va acorde a sus conocimientos y contribuciones laborales. Con un 31% con “casi siempre”, se entiende que la mayoría se encuentra parcialmente de acuerdo con esta afirmación. Por otro lado, el 29% con “a veces”, no se encuentran en su totalidad conforme con esta afirmación. Con un “siempre” tenemos al 19%, con “casi nunca” tenemos al 11% y “nunca” al 10%.

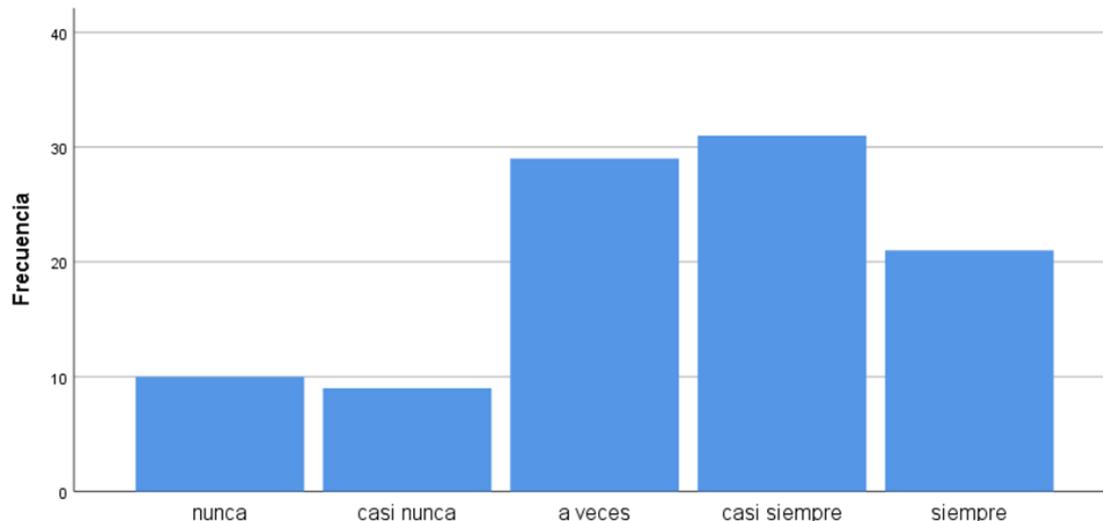
**Tabla 18**

*Recibe recompensas adicionales por su desempeño que le motiva a alcanzar objetivos específicos.*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	10	10%
Casi nunca	9	9%
A veces	29	29%
Casi siempre	31	31%
Siempre	21	21%
Total	100	100%

**Figura 18**

*Recibe recompensas adicionales por su desempeño que le motiva a alcanzar objetivos específicos*



Para el presente cuadro, se estudió si los colaboradores reciben recompensas adicionales que puedan motivarlos a alcanzar los objetivos. Con un 31% afirman que “casi siempre” perciben estas recompensas, por lo que se infiere que son la mayoría quienes sí están de acuerdo con esta afirmación. Un 29% con “a veces”, con lo que se entiende que otra gran parte no se encuentra del todo conforme con esta afirmación. El 21% con “siempre” y “nunca” 10% y “casi nunca” 9%.

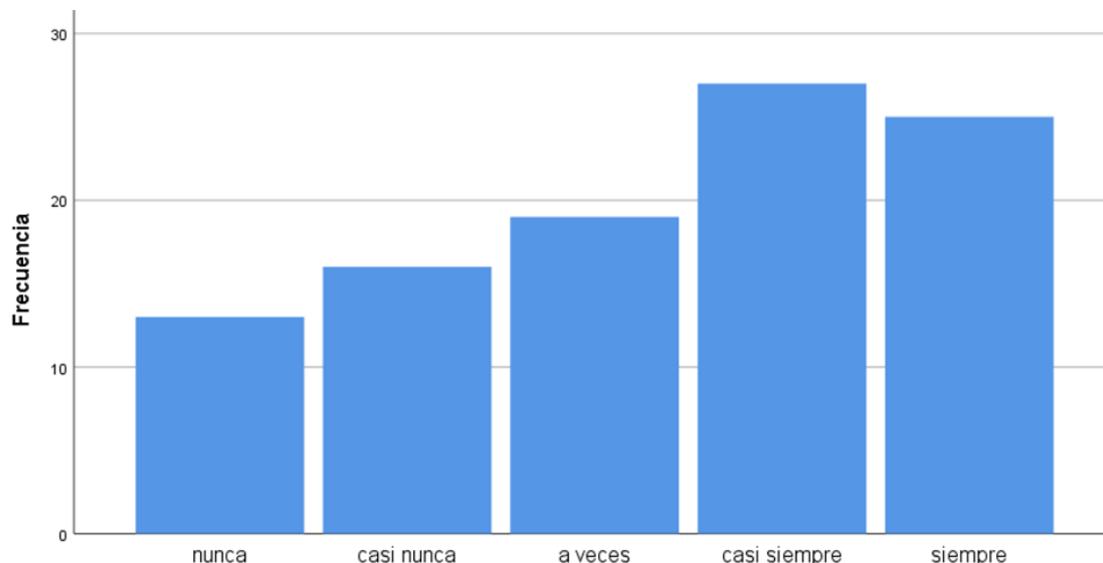
**Tabla 19**

*Se brinda beneficios corporativos por ser parte de la empresa.*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	13	13%
Casi nunca	16	16%
A veces	19	19%
Casi siempre	27	27%
Siempre	25	25%
Total	100	100%

**Figura 19**

*Se brinda beneficios corporativos por ser parte de la empresa*



En este cuadro se estudió si se brinda beneficios corporativos por parte de la empresa hacia los colaboradores, como resultado se obtuvo a 27% con “casi siempre”. Un 25% con “siempre”, y esto nos muestra que, en su mayoría los colaboradores están de acuerdo con esta afirmación. Con un 19% “a veces” siendo esto una minoría y finalmente, 13% “nunca” y 16% “casi nunca”.

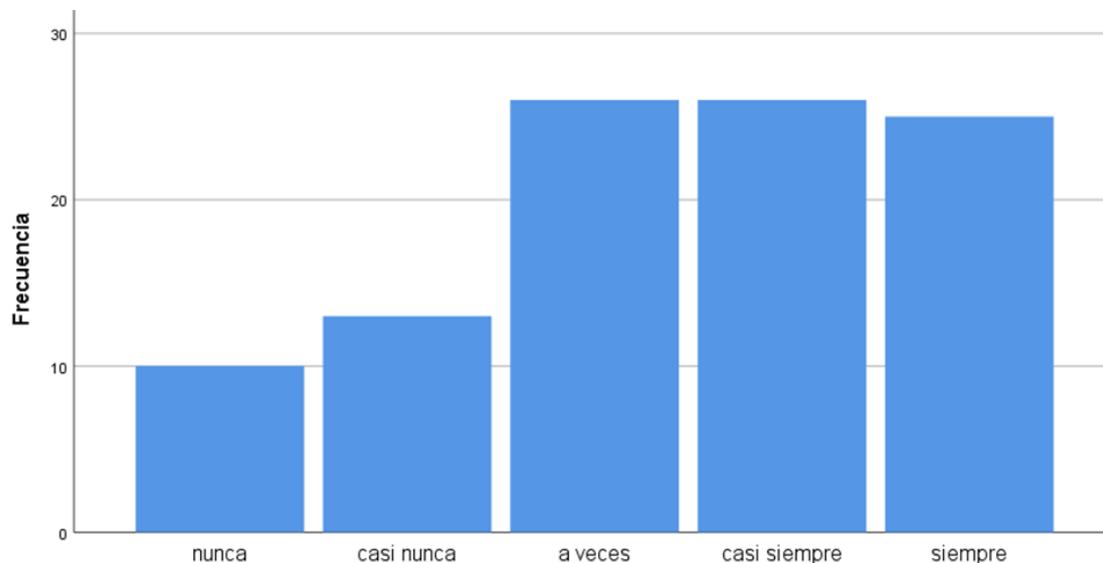
**Tabla 20**

*Recibe reconocimientos por sus logros laborales.*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	10	10%
Casi nunca	13	13%
A veces	26	26%
Casi siempre	26	26%
Siempre	25	25%
Total	100	100%

**Figura 20**

*Recibe reconocimientos por sus logros laborales.*



La tabla muestra el porcentaje de empleados que reciben reconocimiento por sus logros laborales. La mayoría de las personas parece recibir reconocimiento por sus logros laborales, ya sea a veces, casi siempre o siempre, con solo un pequeño porcentaje que informa que nunca o casi nunca recibe reconocimiento. Los datos también muestran que aproximadamente el 52% de las personas (suma de "a veces" y "casi siempre") reciben reconocimiento con cierta regularidad en su trabajo.

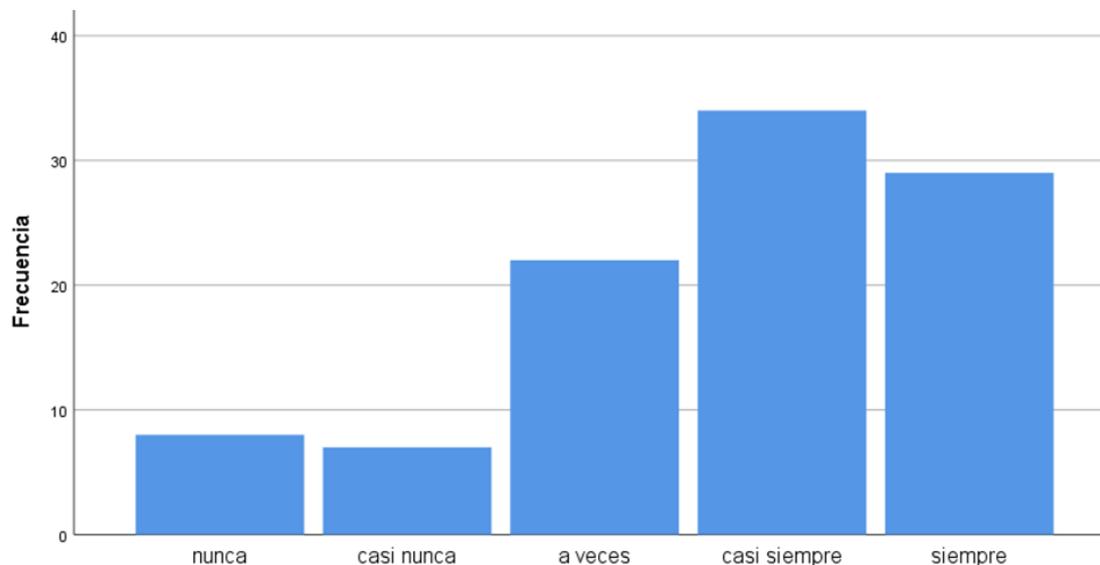
**Tabla 21**

*Sus superiores reconocen su buen desempeño laboral.*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	8	8%
Casi nunca	7	7%
A veces	22	22%
Casi siempre	34	34%
Siempre	29	29%
Total	100	100%

**Figura 21**

*Sus superiores reconocen su buen desempeño laboral*



La tabla muestra la frecuencia con la que los superiores reconocen el buen desempeño laboral de sus empleados. La mayoría de las personas parece recibir algún grado de reconocimiento por su buen desempeño laboral por parte de sus superiores, ya sea casi siempre o siempre, mientras que un porcentaje relativamente pequeño informa que nunca o casi nunca recibe este tipo de reconocimiento. Los datos también muestran que aproximadamente el 63% de las personas (suma de "casi siempre" y "siempre") siente que sus superiores reconocen su buen desempeño laboral de manera regular.

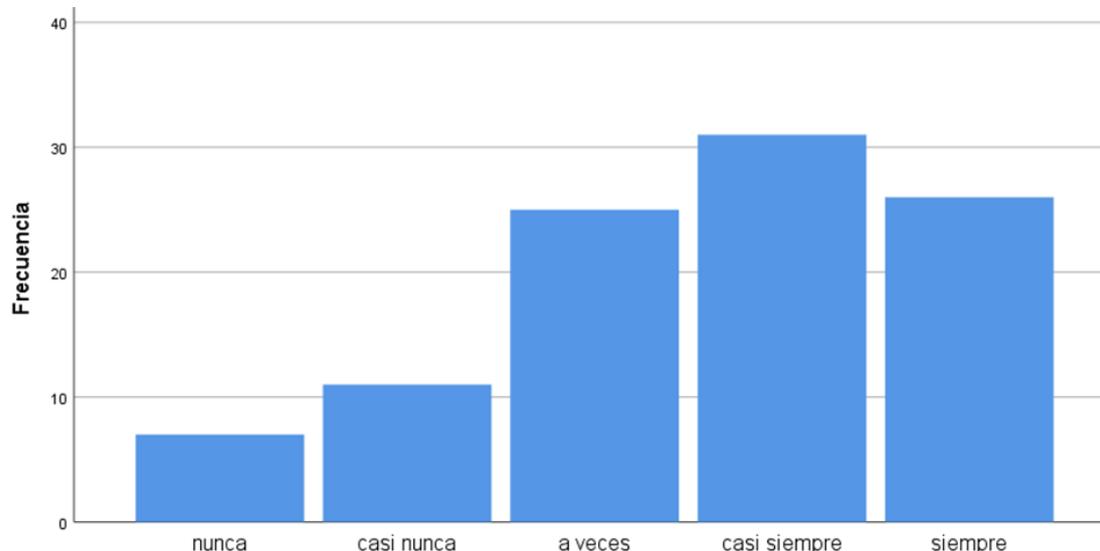
**Tabla 22**

*La empresa recompensa el logro de métricas establecidas.*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	7	7%
Casi nunca	11	11%
A veces	25	25%
Casi siempre	31	31%
Siempre	26	26%
Total	100	100%

**Figura 22**

*La empresa recompensa el logro de métricas establecidas*



La tabla muestra el porcentaje de empleados que reciben recompensas por el logro de métricas establecidas por la empresa. Las respuestas indican que la mayoría de las personas siente que la empresa recompensa el logro de métricas establecidas, ya sea casi siempre o siempre, con un porcentaje relativamente pequeño que informa que nunca o casi nunca recibe recompensas por el logro de métricas. Los datos también muestran que aproximadamente el 57% de las personas (suma de "casi siempre" y "siempre") percibe que la empresa recompensa el logro de métricas establecidas de manera regular.

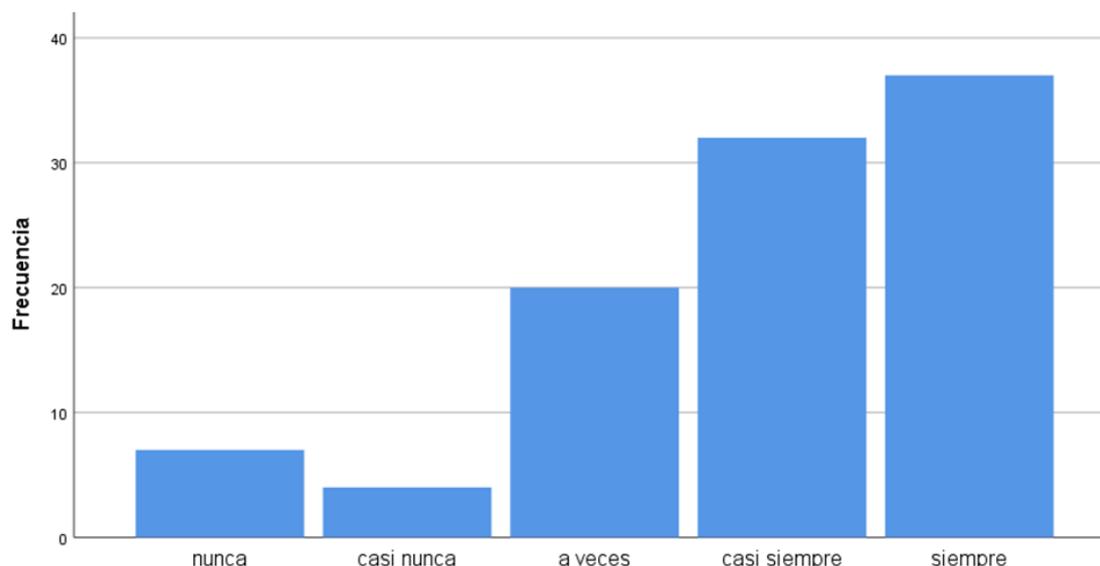
**Tabla 23**

*Cuenta con la capacidad de desarrollar las actividades en su área.*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	8	8%
Casi nunca	6	6%
A veces	18	18%
Casi siempre	25	25%
Siempre	43	43%
Total	100	100%

**Figura 23**

*Cuenta con la capacidad de desarrollar las actividades en su área*



La tabla muestra el porcentaje de empleados que reciben recompensas por el logro de metas establecidas por la empresa. La mayoría de las personas siente que cuenta con la capacidad para desarrollar actividades en su área, ya sea casi siempre o siempre. Un porcentaje relativamente pequeño informa que nunca o casi nunca cuenta con esa capacidad. Los datos también muestran que aproximadamente el 68% de las personas (suma de "casi siempre" y "siempre") siente que siempre cuenta con la capacidad para desarrollar actividades en su área de manera regular.

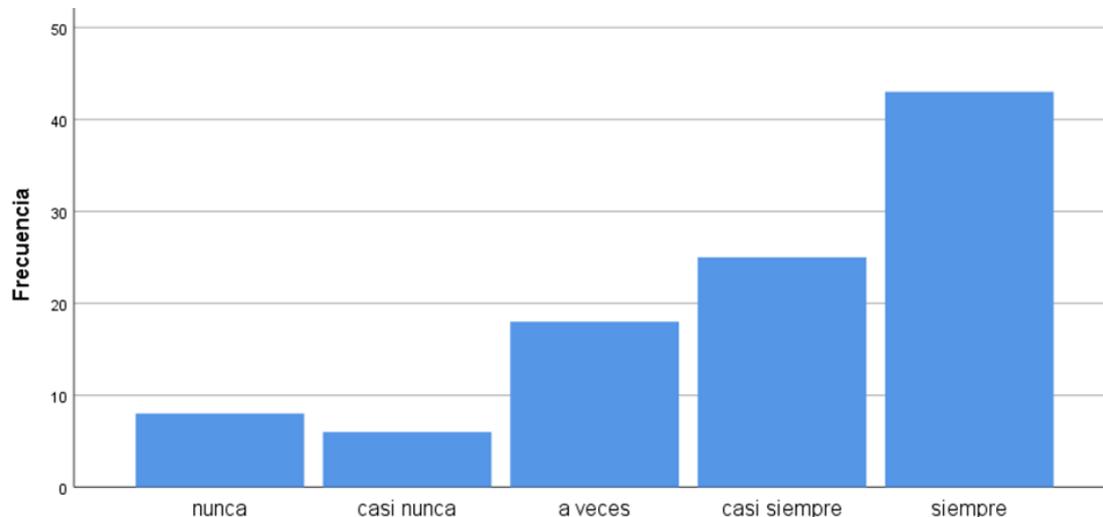
**Tabla 24**

*Considera que los cursos de capacitación son interesantes y necesarios para el cumplimiento de funciones laborales.*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	8	8%
Casi nunca	6	6%
A veces	18	18%
Casi siempre	25	25%
Siempre	43	43%
Total	100	100%

**Figura 24**

*Considera que los cursos de capacitación son interesantes y necesarios para el cumplimiento de funciones laborales*



La tabla muestra la opinión de los empleados sobre la importancia de los cursos de capacitación para el cumplimiento de sus funciones laborales. La tabla muestra que la mayoría de los empleados consideran que los cursos de capacitación son importantes o muy importantes para el cumplimiento de sus funciones laborales. Solo un porcentaje relativamente pequeño informa que nunca o casi nunca considera esto. Los datos también muestran que aproximadamente el 68% de las personas (suma de "casi siempre" y "siempre") valora positivamente la importancia de los cursos de capacitación para sus funciones laborales.

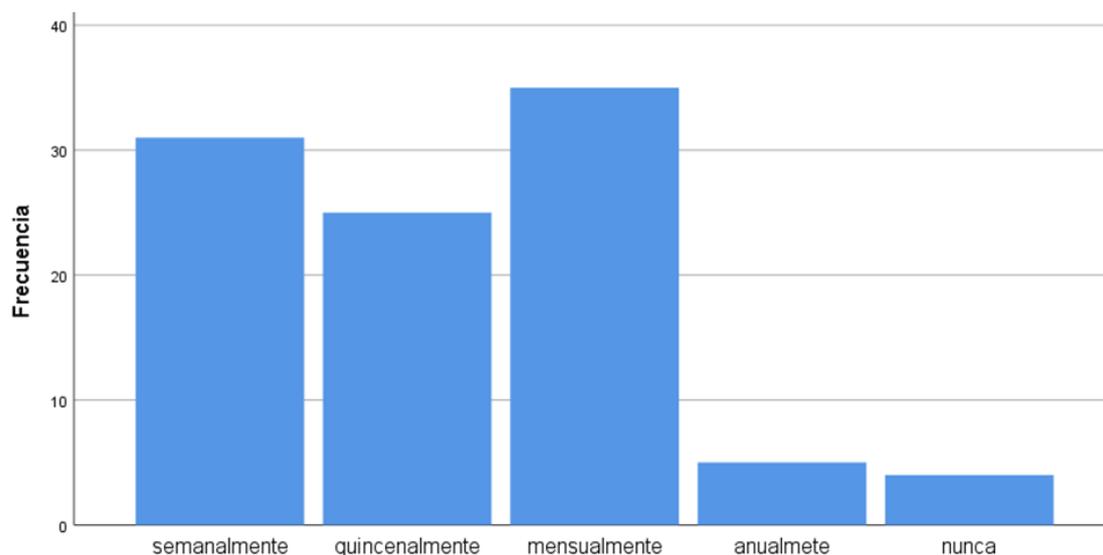
**Tabla 25**

*Con que regularidad se dan capacitaciones en la empresa.*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	8	8%
Casi nunca	6	6%
A veces	18	18%
Casi siempre	25	25%
Siempre	43	43%
Total	100	100%

**Figura 25**

*Con que regularidad se dan capacitaciones en la empresa*



La tabla muestra que la frecuencia con la que se dan capacitaciones en la empresa es principalmente semanal, quincenal o mensual. El 31% de los empleados reciben capacitación semanalmente, el 25% la reciben quincenalmente y el 35% la reciben mensualmente. Solo un pequeño porcentaje de personas indica que las capacitaciones son anuales, y un número aún menor informa que nunca se ofrecen capacitaciones en la empresa. Estos resultados sugieren que la empresa está comprometida con el desarrollo profesional de sus empleados.

### 5.8.1.1 Análisis ligados a las hipótesis

#### **Autorrealización**

De la totalidad de personas encuestadas, un 48% de la población indica que el nivel de autorrealización por parte de la empresa se encuentra en un nivel bajo y medio. Es por este resultado, que se puede afirmar que existe una brecha para realizar mejoras en este indicador. Esta apreciación se acomoda con la hipótesis expuesta, donde se indica que la implementación de estrategias de mejora permitirá que haya un crecimiento en la autorrealización de los colaboradores de la empresa Konecta BTO Perú, fortaleciendo la relación entre ambas partes.

### **Comunicación**

De la totalidad de personas que fueron encuestados, el 69% de población indica que el nivel de comunicación que existe dentro de la empresa, se encuentra en un nivel medio alto. Con este resultado obtenido se puede determinar que si existe un espacio para poder aplicar mejoras a este indicador. Por consiguiente, se afirma que la hipótesis previamente establecida se ajusta a nueva observación, donde en base a las estrategias planteadas se busca mejorar el indicador de comunicación.

### **Autoestima**

De la totalidad de personas que han sido encuestadas dentro de la empresa, el 65% de la población señala que el nivel de autoestima que se mantiene dentro de la empresa Konecta BTO Perú, está en un nivel medio alto. Por consiguiente, es posible afirmar que, con el resultado logrado, se mantiene un espacio para poder llevar a cabo estrategias que busquen la mejoría de este indicador. La presente observación obtenida se alinea a la hipótesis ya expuesta anteriormente, donde se resalta las implantaciones de estrategias de mejora para el indicador de autoestima dentro de la empresa, teniendo así ambas partes expuestas fortalecidas.

### **Sueldos e incentivos**

De la totalidad de personas encuestadas, un 48% de la población señala que el nivel del indicador sueldos e incentivos por parte de la empresa se encuentra en un nivel bajo y medio. Es por este resultado, que se puede afirmar que existe una brecha para realizar mejoras en este indicador. Esta apreciación se acomoda con la hipótesis expuesta, donde se menciona que la implementación de estrategias permitirá que haya una mejoría en el indicador de sueldos e incentivos de los colaboradores de la empresa Konecta BTO Perú, afianzando la relación entre ambas partes

### **Reconocimiento**

De la totalidad de personas encuestadas, un 42% de la población indica que el nivel de reconocimiento por parte de la empresa se encuentra en un nivel bajo y medio. A la luz de este resultado, podemos afirmar que existe espacio para realizar mejoras en este indicador. Esta observación se alinea con nuestra hipótesis, donde indicamos que la implementación de estrategias de mejora permitirá que la empresa brinde un mayor reconocimiento a sus colaboradores, fortaleciendo así la relación entre ambas partes.

### **Capacitaciones**

De los 100 colaboradores encuestados, el 43% de los encuestados calificaron el indicador de capacitación en un nivel bajo y medio. Por lo tanto, podemos decir que nuestras hipótesis donde indicamos que las capacitaciones de los colaboradores se verán mejoradas ya que la propuesta es establecer un tiempo determinado para las capacitaciones continuas.

## CAPÍTULO VI: DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE INNOVACIÓN

### 6.1 Alcance esperado

A través de nuestro trabajo, se busca elevar la motivación laboral dentro de Konecta, proponiendo estrategias específicas para cada indicador clave. Se reconoce que la motivación abarca diversos aspectos, y entre los indicadores identificados se encuentran la comunicación, autorrealización, autoestima, incentivos, reconocimiento y capacitaciones. La mejora en estos aspectos tiene como objetivo principal crear un entorno laboral donde los colaboradores se sientan cómodos y puedan identificarse plenamente con la empresa. Se espera que, al fortalecer estos aspectos, los empleados puedan ofrecer su mejor desempeño y aumentar su productividad de manera significativa.

### 6.2 Descripción de la propuesta de innovación

A continuación, se presentará la descripción de las propuestas planteadas en variable a la motivación laboral que está basada en dos dimensiones: motivación intrínseca y extrínseca, las cuales a su vez fueron distribuidas en los indicadores: autorrealización, autoestima, comunicación, sueldos e incentivos, reconocimientos y capacitaciones.

#### **Motivación intrínseca:**

#### **Autorrealización:**

Según Nieto & Ruz (2016), los autores proponen una serie de prácticas para promover la autorrealización de los integrantes del equipo dentro del entorno laboral. Estas estrategias incluyen la reciprocidad, donde se fomenta el apoyo mutuo, la lealtad y el respeto; el reconocimiento individual por labores destacadas, incentivando el crecimiento personal y profesional; el fomento del aprendizaje propio, la pertenencia al grupo para fortalecer la cohesión y la solidaridad; la autonomía en métodos de trabajo y toma de decisiones; la promoción de relaciones interpersonales colaborativas y una base de confianza, junto con una comunicación abierta y accesible para todos los miembros del equipo. En

resumen, el objetivo es crear un ambiente propicio para el desarrollo personal, el crecimiento de habilidades, la cooperación y relaciones interpersonales saludables entre los integrantes del equipo.

Por lo cual, se propone que la empresa debe dar preferencias/prioridad a los mismos colaboradores. Primero debe abrir convocatorias a nivel interno de la empresa, al abrir las convocatorias todos los colaboradores pueden participar para obtener cargos mayores con más beneficios. Pasarán por un proceso de selección que se basan en pruebas que miden las capacidades y conocimientos del puesto en el que se encuentran los colaboradores, estos pueden primero cuestionarios sobre sus puestos; luego de pasar esta evaluación seguirá las entrevistas personales para medir el desenvolvimiento de la persona. El tercer paso sería la evaluación de conocimientos técnicos requeridos para aplicar al puesto que se desea postular.

#### **Autoestima:**

Con respecto a Kim & Beehr. (2022), la autoestima en el ámbito laboral se refiere a cómo los empleados evalúan su propia valía en relación con la organización donde trabajan. Esta evaluación se basa en cómo perciben la calidad de las relaciones laborales, su satisfacción en el trabajo y si ven la organización como un lugar que les permite alcanzar sus metas personales. Los autores sugieren que proporcionar a los empleados recursos laborales, como autonomía, apoyo social y retroalimentación, puede elevar su autoestima en el ámbito laboral. Además, sentir apoyo y reconocimiento por parte de colegas y supervisores puede mejorar la autoestima de los empleados en el contexto laboral. Por último, recibir retroalimentación precisa y constructiva ayuda a los empleados a tener una visión más clara de sí mismos y su desempeño, lo que a su vez puede aumentar su autoestima en el trabajo.

Por consiguiente, se propone que, para aumentar la autoestima de los colaboradores de la empresa, se realizará quincenalmente reuniones en una sala de conferencias dentro de las instalaciones de Konecta BTO Perú donde se resalta la importancia, el apoyo y contribución que ellos brindan a la empresa con el fin de que cada uno sienta confianza en ellos mismo, esto se dará a través de charlas o videos corporativos donde los participantes sean los mismos colaboradores y gerencia.

#### **Comunicación:**

Charry (2017), en su estudio titulado “La gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en el sector público”; señala que mejorar la comunicación implica implementar diversas estrategias fundamentales. En primer lugar, cultivar la práctica de la escucha activa es esencial; esto implica dedicar una atención plena al interlocutor para comprender sus ideas y perspectivas sin prejuicios. La claridad en la expresión se vuelve crucial, abogando por mensajes directos y concisos que minimicen malentendidos. Fomentar la empatía a través de la comprensión de las emociones y puntos de vista del otro, así como considerar el lenguaje corporal como complemento significativo al discurso verbal, fortalece la conexión en la comunicación. Además, la retroalimentación constructiva y el fomento de un entorno abierto para expresar opiniones y sentimientos se vuelven pilares para un intercambio de ideas fructífero. La flexibilidad en los estilos de comunicación y el uso de preguntas abiertas incentivan la participación y el entendimiento en diferentes ámbitos. Finalmente, la adopción de la comunicación no violenta permite abordar conflictos y discrepancias con respeto, enfocándose en expresar necesidades y emociones sin generar confrontaciones.

Por ello, se propone realizar reuniones con jefes de campañas, supervisores, representantes del cliente (empresa a la que se presta servicio) y colaboradores, donde se brinde feedbacks con respecto a las metas esperadas y alcanzadas; y se brinde propuestas de mejora antes las falencias encontradas. El propósito de esta propuesta es fomentar la confianza entre los colaboradores, permitiéndoles expresar abiertamente su satisfacción laboral. Se busca obtener retroalimentación detallada y enfocada en la excelencia en diversas campañas comerciales. El objetivo final es mejorar la calidad de la comunicación entre todos los colaboradores de cada campaña como ventas, atención al cliente y retención, lo que contribuirá a potenciar la experiencia general en cada una de las campañas

**Motivación Extrínseca:****Sueldos e incentivos:**

Según Dávila et al., (2022) encontró una correlación positiva entre los incentivos laborales y tres dimensiones clave: resultados, cumplimiento de tareas y efectividad. La investigación concluyó que a medida que aumentan los incentivos laborales, mejora el desempeño organizacional. Este hallazgo se alinea con la idea de que los trabajadores motivados y satisfechos tienden a ser más

productivos y comprometidos con sus tareas. Es importante para las empresas consideren los incentivos económicos para fomentar un ambiente laboral favorable y así impulsar el rendimiento de los empleados.

Por ello, se propone buscar acuerdos con los líderes de las campañas para implementar sorteos dirigidos a colaboradores que alcancen ciertas metas específicas. Estos sorteos estarán relacionados con los productos o servicios de las empresas asociadas a las campañas en las que participan los colaboradores. Por ejemplo, si Konecta está llevando a cabo una campaña para Entel, una compañía de telecomunicaciones, podrían negociar premios como tres meses de servicio de internet ilimitado para el teléfono móvil del colaborador ganador. Es fundamental destacar que la participación en el sorteo estará limitada a los 5 colaboradores con mayor productividad. Esto se plantea como una recompensa significativa hacia aquellos que han demostrado un compromiso excepcional y un esfuerzo destacado en sus labores.

**Capacitaciones:**

Según Reyes (2021) afirma que, en un entorno tan competitivo, las empresas deben invertir en el entrenamiento constante de su fuerza de ventas. Esto las ayuda a diferenciarse, entender mejor a los clientes y adaptarse a los cambios. El autor propone realizar mentorías en la empresa, asignar un mentor por cada vendedor nuevo, para guiarle en sus funciones y resolver dudas de manera personalizada. Las estrategias del autor apuntan a capacitaciones centradas en la práctica real, con feedback personalizado, potenciando la colaboración y el aprender haciendo.

Por ende, como propuesta se cree que el primer paso esencial implica identificar las necesidades de capacitación dentro de la empresa, reconociendo las diferencias en habilidades y conocimientos entre los colaboradores. Es crucial que la planificación de estas capacitaciones esté alineada con los objetivos de la empresa. Para llevar a cabo estas sesiones formativas, se contratará a especialistas externos según el rubro de cada campaña que lo requiera, ellos proporcionarán charlas y talleres orientados a mejorar habilidades y destrezas para un rendimiento óptimo, estas capacitaciones serán dada de forma quincenal. Por ejemplo, si el objetivo es aumentar las ventas en diversas campañas de outsourcing, se requerirá personal con habilidades no solo en ventas y atracción de clientes, sino también en gestión y toma de decisiones.

Esto es esencial, ya que los colaboradores, en muchos casos, deben resolver consultas y problemas de forma independiente, sin depender constantemente de supervisores para que el tiempo de respuesta sea más corto y el cliente se sienta satisfecho con el servicio que se brinda.

**Reconocimientos:**

Según Thwin et al., (2023) las recompensas extrínsecas, como el salario base, bonificaciones, ascensos y comisiones, inciden positivamente en la satisfacción laboral de los empleados. Se enfatiza especialmente que el salario base está fuertemente correlacionado con esta satisfacción. Las recompensas intrínsecas, como el reconocimiento y la valoración, también muestran una correlación positiva con la satisfacción laboral, destacándose la valoración como el segundo factor más influyente tras el salario base. En general, se concluye que un sistema de recompensas eficaz, que abarque tanto las recompensas extrínsecas como las intrínsecas, resulta fundamental para aumentar la motivación y la satisfacción de los empleados. Asimismo, se subraya la importancia de fomentar una cultura diaria de aprecio y reconocimiento.

Por ello, a partir del primer día de cada mes, se organizará una reunión especial para compartir con todos los colaboradores. Durante este encuentro, se resaltará y premiará al colaborador más productivo del mes anterior. Este reconocimiento no solo celebra un rendimiento excepcional, sino que también resalta la importancia de cada miembro en el éxito colectivo de la empresa. Cada colaborador distinguido recibirá un certificado en reconocimiento a su dedicación y contribución significativa. El propósito de esta propuesta es que cada colaborador se sienta valorado y apreciado por su esfuerzo, involucrando no solo a sus superiores, sino a todo el equipo. Es crucial señalar que esta reunión estará reservada exclusivamente para los miembros de la campaña. Esto implica que no se llevará a cabo una única reunión que involucre a la totalidad de la sede; en cambio, cada campaña se encargará de organizar su propia reunión para su equipo respectivo, asegurando la participación de todos los miembros de la campaña.

**6.3 Diagnostico situacional**

Según las respuestas recopiladas de las entrevistas a los trabajadores de Konecta BTO Perú, parte de los colaboradores muestran cierta insatisfacción con el desarrollo laboral ofrecido por la empresa. Sin embargo, existen

indicadores que mantienen un margen positivo como son la autoestima y comunicación, en donde la mayoría de los colaboradores se sienten cómodos expresando sus opiniones y perciben la retroalimentación positiva que motiva mejoras en su desempeño. En cuanto al indicador de reconocimiento se denota un margen para mejorar este aspecto. Además, se aprecia un compromiso regular en los indicadores autorrealización y capacitación, lo cual evidencia una preocupación de parte de los colaboradores por desarrollo profesional dentro de la empresa.

En consecuencia, la implementación de estrategias para mejorar la motivación laboral en Konecta BTO Perú puede ser esencial para abordar estas áreas de mejora. El enfoque en oportunidades internas a través de convocatorias y procesos de selección basados en pruebas permitiría un crecimiento y desarrollo más significativo de los colaboradores. Las reuniones quincenales, resaltando la contribución de los empleados, fomentarían un ambiente positivo y una conexión más sólida entre equipos y gerencia. Además, las interacciones regulares con líderes de campañas y supervisores facilitarían un feedback constructivo, promoviendo una cultura de comunicación abierta y transparente.

## **6.4 Procedimiento para la propuesta de mejora**

### **6.4.1 Desarrollo del proyecto de innovación**

A continuación, se presentará a detalle el procedimiento a seguir para cada estrategia planteada. Esto se dará en función a la variable de motivación laboral que está basada en dos dimensiones: motivación intrínseca y extrínseca, las cuales a su vez fueron distribuidas en los indicadores: autorrealización, autoestima, comunicación, sueldos e incentivos, reconocimientos y capacitaciones.

#### **Autorrealización**

En los primeros días se planificará como se realizará las convocatorias, requerimientos y metodología de evaluaciones para que los colaboradores puedan aplicar a obtener cargos mayores a los que se encuentran en ese momento.

Luego, en un plazo de una semana, se abrirán las convocatorias y se realizarán la evaluación por medio de cuestionarios para los colaboradores que apliquen al ascenso de puesto, este cuestionario contará con treinta preguntas (entre preguntas abiertas y cerradas) y la nota aprobatoria para pasar a la siguiente instancia es de veinticinco preguntas respondidas correctamente. Cabe mencionar que estas evaluaciones y pruebas se realizarán después del horario laboral normal dentro de las instalaciones de la empresa.

Pasada esa semana, en los siguientes tres días se realizarán las entrevistas personales para los colaboradores que lograron pasar la primera prueba de cuestionarios. Estas tendrán una duración de media hora aproximadamente y se realizarán en horas posteriores del horario normal de trabajo y en las instalaciones de la empresa.

Finalmente, en los siguientes dos días posteriores de realizadas las entrevistas se pasará a evaluar a los colaboradores en conocimientos técnicos requeridos para aplicar al puesto que desean postular. Estas evaluaciones tendrán una duración de dos horas aproximadamente, serán en presencia de tres jefes de área y el coordinador general del área del puesto al que se aplican.

### **Comunicación**

Esta acción será tomada por parte interna del equipo con la participación de jefes de campañas, supervisores, representantes del cliente (empresa a la que se presta servicio) y colaboradores, donde se tiene previsto que las reuniones a establecerse se lleven a cabo dentro de las mismas instalaciones de la empresa Konecta BTO Perú.

El tiempo aproximado por cada reunión será de aproximadamente dos horas donde se podrán ofrecer los feedbacks y actualizaciones para un correcto manejo de información por parte de todo el equipo

Para esto previamente se tiene que haber definido y revisado los temas a tratar y hacer énfasis por parte de los jefes de campañas y representantes del cliente, para que posteriormente esta información ya con puntos claros y concisos puedan ser compartidos con los supervisores y colaboradores (agentes).

### **Autoestima**

Para la realización de los videos corporativos, se hará uso de las mismas instalaciones de la empresa Konecta BTO Perú, esto se dará en diferentes áreas con la participación de los mismos colaboradores, ya sean agentes, supervisores, o jefes.

Cabe mencionar que se realizaran convocatorias para que voluntariamente los agentes que quieran formar parte del video tengan la oportunidad de ser partícipes del mismo, esto se dará por un periodo de una semana donde se recolectara las postulaciones

El tiempo de preparación del video será de dos semanas, la primera semana será para la creación del contenido, así como preparación del guion técnico. La siguiente semana será para la edición y posteo del video.

Para la grabación del video corporativo se contará con personal contratado especialmente para que realice esta función, así mismo los equipo a usarse serán alquilados también. La grabación se tiene que dar en dos días.

### **Sueldos e incentivos**

Los sorteos se llevarán a cabo en las respectivas posiciones de gestión de cada individuo y no requerirán un espacio específico. Es importante destacar que, en este sorteo, aquellos con mayores ventas tendrán más posibilidades de ganar. Los tickets para participar se asignan en función de la cantidad de ventas realizadas por cada persona. Este enfoque garantiza una distribución justa de oportunidades, incentivando y reconociendo el desempeño destacado en términos de ventas.

### **Reconocimiento**

El lugar de encuentro será la misma área de cada posición de gestión, donde se fomentará la interacción y se brindará reconocimiento entre los miembros del equipo. Estas reuniones se llevarán a cabo el primer día de cada mes y tendrán una duración de treinta minutos dentro del horario establecido. Este espacio se

utilizará para celebrar eventos y compartir los logros de los colaboradores.

### **Capacitaciones**

En los primeros tres días se debe determinar con precisión las necesidades de capacitación según las brechas de capacidades y conocimientos entre colaboradores. La primera acción a realizar es la identificación del tipo de capacitaciones que ellos necesitan; no todos se encuentran al mismo nivel de capacidades y conocimientos, es por ello que no se les puede brindar la misma capacitación a todos. De esta forma, se reduciría la brecha que pueda haber entre los colaboradores para lograr cierta igualdad y en los días posteriores se pueda agilizar capacitaciones a nivel general dentro de la empresa.

Luego de esto se elaborará una planificación de capacitaciones de acuerdo a las necesidades de la empresa. En los siguientes cuatro días luego de enfocar las capacitaciones según los objetivos y metas que tenga la organización, se realizará las cotizaciones y coordinaciones con los proveedores de refrigerios y el especialista que se encargará de dictar la capacitación. Así mismo se planificará y adecuarán las instalaciones dentro de la empresa para que quede todo listo con tiempo de anticipación. Empezando la segunda semana de la planificación se les comunicará a los colaboradores el horario y días en los que se realizará las capacitaciones para que ellos puedan tomar precauciones y no crucen actividades que les dificulte asistir.

En los días que se realicen las capacitaciones, los colaboradores contarán con un tiempo de receso después de terminado el horario laboral que les corresponda para que puedan despejarse y usar los servicios higiénicos con el fin de que puedan atender las capacitaciones con la atención necesaria y sin interrupciones de por medio.

En los siguientes dos días pasados las capacitaciones, se evaluará y pondrán a prueba a los colaboradores sobre los conocimientos aprendidos y de esta manera poder llegar a acuerdos de permanencia. La empresa podría ofrecer el pago total de un curso o especialización extra de la materia que se desee al colaborador con mejor desempeño en un periodo determinado como muestra de reconocimiento al esfuerzo y compromiso con la empresa. Solo se beneficiaría un trabajador (el

mejor de su área) y una vez entregado el reconocimiento, el ganador deberá apoyar al resto de sus compañeros en los siguientes procesos de capacitación.

## 6.5 Presupuesto

### Motivación Extrínseca:

#### Sueldos e incentivos

Premios para Sorteos:

Productos o servicios: Monto mínimo de regalo sería de 300 soles

**Tabla 26**

*Cotización para regalo de sorteos*

Material	Unidad	Costo
Producto o servicio	1	300
	30	9,000
Total S/.		9,000

### Capacitaciones:

**Tabla 27**

*Cotización de las capacitaciones según el número de colaboradores.*

	Costo unitario S/.	Costo por hora S/.	Total
Colaboradores	-	-	1,649
Refrigerios	5	-	8,245
Especialista	-	40	120
Total S/.		-	8,365

El análisis de la cotización fue compuesto por: costos referenciales de refrigerios y el especialista que dictará la capacitación.

Se seleccionó un proveedor para atender los refrigerios en packs personales para los colaboradores. Se establecieron opciones de refrigerio de acuerdo al

contenido: Opción 1, Un mini sándwich, bocadito dulce y una bebida; Opción 2, Una empanada, bocadito y una bebida.

En lo que respecta a la contratación de especialista para las capacitaciones se consideró fuentes como anuncios en *LinkedIn*, *Xertica* y anuncios online de terceros independientes que ofrecen servicios de capacitación. Por último, no se consideró el costo de instalaciones para realizar las capacitaciones pues Konecta BTO Perú cuenta con áreas donde se pueden realizar estas sin ningún problema.

**Reconocimiento:**

Premios Mensuales:

Certificados de regalo:

En una sede hay aproximadamente treinta campañas, por cada campaña se hará el reconocimiento a los tres primeros lugares de productividad. Es decir, en treinta campañas se necesitaran noventa certificados.

**Tabla 28**

*Cotización de las realización de premios mensuales*

Materiales	Costo unitario S/.	Unidades	Total
Certificado	3	90	270
Bocadito 1	1.50	1,649	2,473.5
Bocadito 2	1.50	1,649	2,473.5
Delivery Bocaditos			15
Gaseosa 3 litros	12	33	996
Delivery Gaseosa			15
<b>Total S/.</b>			<b>6,243</b>

**Motivación Intrínseca:**

**Autorrealización:**

En el aspecto presupuestal de la autorrealización no se necesitará de cotización de algún tipo de servicio tercerizado y productos extras. Se realizarán evaluaciones y entrevistas que van a ser realizadas por los jefes y coordinadores de los colaboradores que deseen aplicar para llegar a subir a un cargo más importante dentro de la empresa. El costo que se aplica en esta propuesta sería el tiempo que se utilizaría para realizar estas pruebas y entrevistas dentro de los horarios de trabajo que cada colaborador tiene.

**Autoestima:**

Para la realización de videos corporativos se hará uso de alquiler de equipo de grabación, siendo un servicio tercerizado.

**Tabla 29**

*Cotización para grabación del video corporativo*

Material	Tiempo	Costo S/.
Modificador Parabólico (85cm)	Todo el día	40
Cámara 360	Todo el día	100
Micrófono de condensador	Todo el día	50
Movilidad	Dos trayectos	60
Total S/.		250

Para la edición del video se hará uso del equipo interno de la empresa (RR.HH) por lo que no se estima ningún presupuesto pendiente.

**Comunicación:**

Para esta estrategia no se hará uso de servicios tercerizados, por lo que el presupuesto no será necesario. La acción tomada será por parte interna de la empresa.

### Presupuesto Total

En el siguiente cuadro se presenta el presupuesto anual, detallado por meses.

**Tabla 30**

*Presupuesto total para la implementación de las propuestas innovadoras*

<b>Total de Presupuesto</b>					
	<b>Sueldos e incentivos</b>	<b>Capacitación</b>	<b>Reconocimiento</b>	<b>Autoestima</b>	<b>Total por mes</b>
Enero	9,000.00	8,365.00	6,243.00	250.00	23,858.00
Febrero	9,000.00	8,365.00	6,243.00	250.00	23,858.00
Marzo	9,000.00	8,365.00	6,243.00	250.00	23,858.00
Abril	9,000.00	8,365.00	6,243.00	250.00	23,858.00
Mayo	9,000.00	8,365.00	6,243.00	250.00	23,858.00
Junio	9,000.00	8,365.00	6,243.00	250.00	23,858.00
Julio	9,000.00	8,365.00	6,243.00	250.00	23,858.00
Agosto	9,000.00	8,365.00	6,243.00	250.00	23,858.00
Setiembre	9,000.00	8,365.00	6,243.00	250.00	23,858.00
Octubre	9,000.00	8,365.00	6,243.00	250.00	23,858.00
Noviembre	9,000.00	8,365.00	6,243.00	250.00	23,858.00
Diciembre	9,000.00	8,365.00	6,243.00	250.00	23,858.00
<b>Total por año</b>	<b>108,000.00</b>	<b>100,380.00</b>	<b>74,916.00</b>	<b>3,000.00</b>	<b>286,296.00</b>

## **CONCLUSIONES**

En base a los resultados del estudio, los indicadores de comunicación y autoestima obtuvieron los puntajes más altos en la encuesta realizada, con más del 65% de los encuestados ubicándolos en un nivel medio-alto. Si bien los resultados son relativamente positivos, aún existe espacio para mejorar en estos aspectos a través de las estrategias propuestas. Las propuestas como reuniones periódicas de retroalimentación y charlas de refuerzo positivo pueden potenciar aún más estos puntos fuertes, profundizando la confianza y cohesión interna.

Los indicadores con menor valoración fueron autorrealización, sueldos e incentivos, reconocimiento y capacitaciones, con porcentajes que van entre 42-48% de encuestados situándolos en niveles bajos y medios. Estos resultados respaldan las hipótesis planteadas sobre el impacto positivo que tendrían las estrategias propuestas en mejorar estos aspectos deficientes dentro de la empresa. Elevar los niveles de autorrealización personal, compensación e incentivos, reconocimiento por el trabajo y oportunidades de capacitación contribuiría a una mayor satisfacción y productividad de los colaboradores, así como al fortalecimiento del vínculo con la organización.

En base a los hallazgos del estudio inicial, las estrategias planteadas se alinean con el propósito general de mejorar la motivación laboral en los colaboradores de la empresa Konecta BTO Perú. Los resultados del estudio y estrategias propuestas serán puestos a disposición de la empresa. Los gerentes y coordinadores deberán analizar y ver pertinente si implementaran dichas estrategias y si estas tendrían un efecto positivo tanto a nivel personal de cada colaborador como a nivel organizacional en su conjunto.

## **RECOMENDACIONES**

La pronta implementación de las estrategias propuestas permitiría cumplir directamente con el objetivo general de mejorar la motivación laboral y con los objetivos específicos vinculados a cada indicador, potenciando aquellos mejor evaluados y reforzando los más deficitarios.

Llevar a cabo mediciones periódicas utilizando una encuesta similar a la empleada, para monitorear la evolución de los indicadores de motivación en el tiempo. Los estudios continuos permitirán detectar nuevas áreas de mejora y reforzar las estrategias funcionales.

Asegurar el apoyo, recursos y supervisión de gerencias y directivos para una exitosa implementación de estas propuestas. El liderazgo genuinamente comprometido con el bienestar y desarrollo de los colaboradores es indispensable para materializar los cambios deseados.

Basándonos en la relevancia y los significativos hallazgos de este estudio, se recomienda extender esta investigación hacia otras provincias del país. La ampliación de este análisis a diversas provincias peruanas permitirá una comprensión más profunda de cómo estas estrategias pueden manifestarse en entornos diversos. Se pretende adaptar las prácticas exitosas identificadas en Konecta BTO Perú a las particularidades específicas de cada región, reconociendo la importancia de ajustar estas estrategias para abordar las diferencias culturales y contextuales presentes. El objetivo principal de esta ampliación de investigación es descubrir nuevas prácticas exitosas en diferentes áreas del Perú, con el fin de evaluar su influencia en la motivación laboral. Esta iniciativa busca en última instancia proporcionar estrategias más precisas y efectivas que se ajusten a la diversidad de entornos laborales del país.

## FUENTES DE INFORMACIÓN

Alvarado, L.T. (2019). *Motivación laboral en trabajadores del Área Administrativa de una Empresa Pública, del distrito de San Juan de Miraflores* [Tesis de pregrado, Universidad Inca Garcilaso de la Vega]. Repositorio Institucional - Universidad Inca Garcilaso de la Vega. [http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/4087/008594\\_Trab\\_Suf\\_Prof\\_Alvarado%20Coloma%20Leslie.pdf?sequence=2](http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/4087/008594_Trab_Suf_Prof_Alvarado%20Coloma%20Leslie.pdf?sequence=2)

Aponte, D. (2020). *La motivación extrínseca y productividad laboral de la empresa Publimax Servicios Generales E.I.R.L, Chorrillos, 2020* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional - Universidad César Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/59656>

Arrizabalaga, B. (2 de mayo de 2017). Cómo calcular la productividad de los empleados. Arrizabal Agauriarte. <https://arrizabalagauriarte.com/indicadores-productividad-calcular-la-productividad-los-empleados/>

Arguedas, I. (2019) Autorrealización en personas adultas jóvenes: fuentes y estrategias para su construcción. *Revista de Educación y Desarrollo*, 51. 9-18. [https://www.cucs.udg.mx/revistas/edu\\_desarrollo/anteriores/51/51\\_Arguedas.pdf](https://www.cucs.udg.mx/revistas/edu_desarrollo/anteriores/51/51_Arguedas.pdf)

Breen, K. (2019). Meaningful work and freedom: Self-realization, autonomy, and non-domination in work, S. R. G. Brenninkmeijer & C. E. M. Lange. *The Oxford Handbook of Meaningful Work*, 51-73. [DOI: 10.1093/oxfordhb/9780198788232.013.3](https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780198788232.013.3)

Candelo, A. (2022). *El estudio de los elementos de Motivación del Personal y la Productividad de la empresa bananera “Buenos Aires” del cantón Valencia* [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Cotopaxi]. Repositorio Institucional - Universidad Técnica de Cotopaxi. <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/9133>

Charry Condor, H. O. (2018). La gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en el sector público. *Comunicación*, 9.(1), 25-34. [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S221971682018000100003&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S221971682018000100003&lng=es&tlng=es)

Cota, J. (2017). La capacitación como herramienta efectiva para mejorar el desempeño de los empleados. *Técnica Administrativa - ISSN: 1666-1680*. 16 (2). <http://www.cyta.com.ar/ta1602/v16n2a3.htm>

Dávila, R. C., Corzo, E. C. A., Quispe, J. F. P., & Diaz, D. Z. (2022). Incentivos laborales y desempeño organizacional en trabajadores de una empresa peruana. *Revista Universidad y Sociedad*, 14(1), 576-583.: [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S221836202022000100576&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S221836202022000100576&lng=es&tlng=es)

De la Torre, M. & Montaña, F. (2019). *La importancia de la capacitación para un mejor desempeño en las funciones de los trabajadores administrativos y operativos de una institución educativa. Caso: Centro Universitario de la Costa Sur. Avances de la Innovación y el Emprendimiento Social en México* (1ª ed., Vol. 1, pp. 312-322). Universidad Tecnológica Metropolitana. [https://www.researchgate.net/profile/Jesus-Garcia-Rojas/publication/337800470\\_Libro\\_Avances\\_de\\_la\\_Innovacion\\_y\\_el\\_Emprendimiento\\_Social\\_en\\_Mexico\\_el\\_beneficio\\_de\\_la\\_tecnologia\\_mediante\\_una\\_ap\\_p\\_didactica\\_para\\_educacion\\_especial/links/5dea8e834585159aa46889b4/Libro-Avances-de-la-Innovacion-y-el-Emprendimiento-Social-en-Mexico-el-beneficio-de-la-](https://www.researchgate.net/profile/Jesus-Garcia-Rojas/publication/337800470_Libro_Avances_de_la_Innovacion_y_el_Emprendimiento_Social_en_Mexico_el_beneficio_de_la_tecnologia_mediante_una_ap_p_didactica_para_educacion_especial/links/5dea8e834585159aa46889b4/Libro-Avances-de-la-Innovacion-y-el-Emprendimiento-Social-en-Mexico-el-beneficio-de-la-)

Domínguez, I. & Lopez, C. (2016). *La motivación extrínseca y su incidencia en el desempeño laboral de los trabajadores de bodega del Departamento de Distribución de Ferretería Espinoza S.A. de la ciudad de Guayaquil del presente año* [Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil]. Repositorio Institucional - Universidad de Guayaquil. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/reduq/26337>

Folis, C.(2021). *La importancia de la comunicación interna en la empresa A. J.& J. A. Redolfi, emitida por líderes coach* [Tesis de pregrado, Universidad Siglo 21]. Repositorio Institucional - Universidad Siglo 21. <https://repositorio.21.edu.ar/bitstream/handle/ues21/23353/TFG%20%20-%20Celina%20Folis.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Gallardo, E. Espluga, M. Triadó, X. (2004). *¿Qué debemos saber sobre la motivación laboral? Una aproximación a un modelo de proceso motivacional en las organizaciones.* (3er ed., Vol. 2, pp. 20-29). Universidad Politécnica de Catalunya. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2483106>

García J (2015) *Tipos de Motivación: Las 8 fuentes motivacionales, explicamos las distintas teorías que abordan los tipos de Motivación. Psicología y Mente.* <https://psicologiaymente.com/psicologia/tipos-de-motivacion>

Gitman, L. J., McDaniel, C. D., & Mascaró, J. (2007). *Administración de recursos humanos.* Pearson Educación. [https://www.researchgate.net/profile/Jesus-Garcia-Rojas/publication/337800470\\_Libro\\_Avances\\_de\\_la\\_Innovacion\\_y\\_el\\_Emprendimiento\\_Social\\_en\\_Mexico\\_el\\_beneficio\\_de\\_la\\_tecnologia\\_mediante\\_una\\_ap\\_p\\_didactica\\_para\\_educacion\\_especial/links/5dea8e834585159aa46889b4/Libro](https://www.researchgate.net/profile/Jesus-Garcia-Rojas/publication/337800470_Libro_Avances_de_la_Innovacion_y_el_Emprendimiento_Social_en_Mexico_el_beneficio_de_la_tecnologia_mediante_una_ap_p_didactica_para_educacion_especial/links/5dea8e834585159aa46889b4/Libro)

[-Avances-de-la-Innovacion-y-el-Emprendimiento-Social-en-Mexico-el-beneficio-de-la-](#)

Gonzales, N. & Lopez, A. (2001). *La Motivación* (1ª ed., Vol.1 pp. 15-31). Universidad de autonomía del estado de México.

Guerra, P.M. (2021). *Influencia de la motivación extrínseca en el desempeño laboral de los colaboradores de una empresa multiservicios de terminación de edificios* [Tesis de pregrado, Universidad Ricardo Palma]. Repositorio Institucional - Universidad Ricardo Palma <https://repositorio.urp.edu.pe/handle/20.500.14138/3974>

Guerrero, A. & Carrillo, E. (2023). *Motivación extrínseca y su relación con el rendimiento del talento humano* [Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil]. Repositorio Institucional - Universidad de Guayaquil. <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/37078>

Herrera, D. Z., Figueroa, E. G., & Villarreal, F. M. (2022). La motivación y su correlación con el reconocimiento laboral enfocado en una empresa del sector hotelero de la ciudad de Durango, México. *Hitos de Ciencias Económico Administrativas*, 28(82), 294-314. <https://revistas.ujat.mx/index.php/hitos/article/view/5273/3905>

Huang, M., Geng, S., Yang, W., Law, K. M. Y., & He, Y. (2023). Going beyond the role: How employees' perception of corporate social responsibility fuels proactive customer service performance. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 76. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103565>

Kim, M. & Beehr, T. A. (2022). The role of organization-based self-esteem and job resources in promoting employees' job crafting behaviors. *The International Journal of Human Resource Management*, 33(19), 3822-3849. <https://doi.org/10.1080/09585192.2021.1934711>

Master de la Cámara de Comercio de Málaga (28 de noviembre de 2019). Seis criterios para definir el nivel de calidad de un producto o servicio. *MBA Malaga*. <https://www.master-malaga.com/empresas/criterios-nivel-calidad-producto/>

Méda, D. (2022). Trabajo y reconocimiento a través del prisma de la utilidad social: ¿Qué base para el reconocimiento de los trabajadores esenciales? *Vuelo*, 64.(1-2). <https://doi.org/10.4000/sdt.40638>

Mohd Zin, M. L., Ibrahim, H., Aman-Ullah, A., & Ibrahim, N. (2023). Transformational leadership, job enrichment and recognition as predictors of job satisfaction in non-profit organizations. *Nankai Business Review International*, 14(2), 338-351. <https://doi.org/10.1108/NBRI-01-2022-0010>

Montalvo, E. & Vega, J. (2023). *La Motivación Laboral en los colaboradores del área comercial de una empresa de telecomunicaciones en Sincelejo, Sucre* [Tesis de pregrado, Corporación Unificada Nacional de Educación Superior]. <https://repositorio.cun.edu.co/handle/cun/4023>

Nagyová, L., Košičiarová, I., & Sedliaková, M. (2017). Corporate communication as one of the basic attributes of corporate identity - Case study of chocolate Milka. *Communication Today*, 8(1), 86-102. [ISSN 1338130X](https://doi.org/10.13381/30X).

Nieto, A. M. & Ruz, F. de A. (2016). Development of the project team: Self-actualization of the members of the team. *Universidad Politécnica de Cartagena*. <https://www.aepro.com/files/congresos/2016cartagena/01019.4532.pdf>

Ortiz Muños, J.E. (2022). *Influencia de la motivación extrínseca en la productividad de la empresa manufacturas Brala Puente Piedra, 2022* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional - Universidad César Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/110680>

Oyarvide, H. P., Reyes, E. F., & Montaña, M. R. (2017). La comunicación interna como herramienta indispensable de la administración de empresas. *Cien.*, 3(4), 296-309. [DOI: 10.23857/dc.v3i4.687](https://doi.org/10.23857/dc.v3i4.687)

Ramirez, K. (2019). *Estrategias de motivación laboral para fortalecer el clima organizacional de los colaboradores en la Empresa Hermes Transportes Blindados S.A. Chiclayo – 2018* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio institucional - Universidad César Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/38708>

Ramirez, R., Abreu, J., & Badii, M. (2008) La motivación laboral, factor fundamental para el logro de objetivos organizacionales: Caso empresa manufacturera de tubería de acero. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 3(1), 143-185. <http://www.spentamexico.org/v3-n1/3%281%29%20143-185.pdf>

Red de conocimientos electorales ACE (6 de septiembre de 2022). *Asignación de Responsabilidades*. Proyecto ACE. <https://aceproject.org/main/espanol/po/pob02b.htm>

Reyes, M. (2021). La importancia de la capacitación del personal para el éxito organizacional. *Revista de Gestión y Desarrollo*, 10(1), 1-10. [DOI:10.1225/21-01](https://doi.org/10.1225/21-01).

Rojas, E.I. (2020). *Motivación y desempeño laboral en los colaboradores en la empresa "El Aguila" S.R.L.* [Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio Institucional - Universidad Señor de Sipán. Repositorio Institucional

- Universidad Señor de Sipán.  
<https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/7107>

Ruiz, M. y Sandoval, M. (2021). *Motivación extrínseca y rendimiento laboral en la Empresa Pesquera Corporación Ketty S.A.C. Sechura 2021* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional - Universidad César Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/84911>

Salas, A.J. (2022). *La Motivación Laboral y productividad de los trabajadores administrativos de la universidad nacional San Luis Gonzaga, año 2020* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional San Luis Gonzaga]. Repositorio Institucional - Universidad Nacional San Luis Gonzaga. <https://hdl.handle.net/20.500.13028/4268>

Sierra, E. (2016). Análisis de las ventajas y desventajas de las estrategias de incentivos, compensación y beneficios y su impacto en las organizaciones. *Universidad Militar Nueva Granada*, 20-23. <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/15608/SierraRodriguezEfrain2016.pdf>

Sum, M.I. (2015). *Motivación y Desempeño Laboral Estudio realizado con el personal administrativo de una empresa de alimentos de la zona 1 de Quetzaltenango* [Tesis de pregrado, Universidad Rafael Landívar]. Repositorio Institucional - Universidad Rafael Landívar. <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2015/05/43/Sum-Monica.pdf>

Thwin, N. P. Z., Bhaumik, A., & Janarthanan, M. (2023). A study of the impression of rewards and recognition on employee job satisfaction: A case study of Myanmar Zarlayatha Distribution Company. *Proceedings on Engineering Sciences*, 5.(2), 341-354. [DOI: 10.24874/PES05.02.017](https://doi.org/10.24874/PES05.02.017)

Vantage Circle (27 de abril de 2023). *Tipos de motivación laboral ¡Aumenta la productividad de tu empresa!* <https://blog.vantagecircle.com/es/tipos-de-motivacion/>

Velasquez, V. S. (2021). *Relación de la motivación laboral con el desempeño laboral de los colaboradores del área de administración en una institución del Estado, sede Callao – 2021* [Tesis de pregrado, Universidad de Lima]. Repositorio Institucional- Universidad de Lima. [https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/16198/Velasquez\\_Relacion-motivacion-desempeño-laboral-area-administracion-sede-Callao.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/16198/Velasquez_Relacion-motivacion-desempeño-laboral-area-administracion-sede-Callao.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Wardropper, C., Dayer, A., Goebel, M., & Martin, V. (2021). Conducting conservation social science surveys online. *Conservation Biology* 2021, 35(1) 1650–1658. <https://conbio.onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/cobi.13747>

Zepeda, W. (2018). *Motivación y productividad laboral en el Banco de la Nación de Chachapoyas, 2018* [Tesis de pregrado, Universidad Alas Peruanas]. Repositorio Institucional - Universidad Alas Peruanas. <https://repositorio.uap.edu.pe/handle/20.500.12990/8583>

Zumaeta, E.Y. (2022). *Motivación extrínseca y el rendimiento laboral del personal civil de una brigada militar del norte de Perú* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional - Universidad César Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/93947>

## ANEXOS

### Anexo 1. Reporte Turnitin

Similarity Report	13% Overall Similarity
	JIMENA LIZETH ECHEVARRIA CUEVA
PAPER NAME	
AUTHOR	
EP4_Estrategias para mejorar la motivación laboral en los colaboradores de la empresa Konecta BTO Perú - Terminado.docx	
WORD COUNT	CHARACTER COUNT
17282 Words	95915 Characters
PAGE COUNT	FILE SIZE
104 Pages	2.4MB
SUBMISSION DATE	REPORT DATE
Dec 7, 2023 12:05 AM GMT-5	Dec 7, 2023 12:07 AM GMT-5
<p>The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.          12% Internet database 2% Publications database Crossref database Crossref Posted Content database 9% Submitted Works database</p>	
<p>Excluded from Similarity Report</p> <p>Bibliographic material Quoted material</p> <p>Firma de los autores:</p> <p>Gala Estrada, Brenda Mayeli </p> <p>Gonzales Briceño, Carlos Brayan </p> <p>Echevarria Cueva, Jimena Lizeth </p> <p>Flores Peña, Kevin André </p> <p>Firma del asesor: Linares Weilg, Jorge Luis </p>	

Anexo 2. Matriz de operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN	ITEMS	ESCALA				
Motivación Laboral	Según Delgado M. La motivación laboral radica cuando una persona ejecuta una actividad o función que conlleva a materializar ciertos objetivos o metas que tenga con el fin de cumplir con la necesidad o cumplir con lo encomendado.	Motivación Intrínseca	Autorealización	Escala de Likert donde 1 (nunca), 2 (casi nunca), 3 (a veces), 4 (casi siempre) y 5 (siempre); pregunta de opción múltiple: Semanalmente/Quincenalmente /Mensualmente /Anualmente /Nunca	1	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
			Comunicación		2					
			Autoestima		3					
		Motivación Extrínseca	Sueldo e incentivos		4					
			Reconocimiento		5					
					6					
					7					
		Capacitaciones			8					
					9					
					10					
				11						
					12					
					13					
					14					
					15					
					16					
					17					
					18					
					19					
					20	semanalmente	Quincenalmente	mensualmente	anualmente	nunca

**Anexo 3. Matriz de consistencia**

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS
<p>Problema general:</p> <p>¿Qué estrategias mejoran la motivación laboral en los colaboradores de la empresa Konecta BTO PERÚ (2023)?</p> <p>Problemas específicos:</p> <p>¿Cuál es el nivel de autorrealización de los colaboradores de la empresa Konecta BTO PERÚ (2023)?</p> <p>¿Cuál es el nivel de comunicación de los colaboradores de la empresa Konecta BTO PERÚ (2023)?</p> <p>¿Cuál es el nivel de autoestima de los colaboradores de la empresa Konecta BTO PERÚ (2023)?</p> <p>¿Cuál es el nivel de sueldos e incentivos de los colaboradores de la empresa Konecta BTO PERÚ (2023)?</p> <p>¿Cuál es el nivel de reconocimientos de los colaboradores de la empresa Konecta BTO PERÚ (2023)?</p> <p>¿Cuál es el nivel de capacitación de los colaboradores de la empresa Konecta BTO PERÚ (2023)?</p>	<p>Objetivo General:</p> <p>Plantear estrategias de mejora para la motivación laboral en los colaboradores de la empresa KONECTA BTO PERÚ (2023)</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>Plantear estrategias de mejora para incrementar la autorrealización de los colaboradores de la empresa Konecta BTO PERÚ (2023)</p> <p>Plantear estrategias de mejora para incrementar la comunicación de los colaboradores de la empresa Konecta BTO PERÚ (2023)</p> <p>Plantear estrategias de mejora para incrementar la autoestima de los colaboradores de la empresa Konecta BTO PERÚ (2023)</p> <p>Plantear estrategias de mejora para incrementar la autoestima de los colaboradores de la empresa Konecta BTO PERÚ (2023)</p> <p>Plantear estrategias de mejora para incrementar la sueldos e incentivos de los colaboradores de la empresa Konecta BTO PERÚ (2023)</p> <p>Plantear estrategias de mejora para incrementar el reconocimiento de los colaboradores de la empresa Konecta BTO PERÚ (2023)</p> <p>Plantear estrategias de mejora para incrementar la capacitación de los colaboradores de la empresa Konecta BTO PERÚ (2023)</p>	<p>Hipótesis General:</p> <p>Las estrategias mejoran la motivación laboral en los colaboradores de la empresa Konecta BTO PERÚ (2023)</p> <p>Hipótesis específicas:</p> <p>La autorrealización de los colaboradores de la empresa Konecta BTO PERÚ (2023) tendrá un crecimiento en base a las estrategias planteadas.</p> <p>El nivel de comunicación de los colaboradores de la empresa Konecta BTO PERÚ (2023) mejorará en base a las estrategias planteadas.</p> <p>La autoestima de los colaboradores de la empresa Konecta BTO PERÚ (2023) mejorará en base a las estrategias planteadas.</p> <p>Los sueldos e incentivos de los colaboradores de la empresa Konecta BTO PERÚ (2023) mejorarán en base a las estrategias planteadas.</p> <p>Los reconocimientos de los colaboradores de la empresa Konecta BTO PERÚ (2023) mejorarán en base a las estrategias planteadas.</p> <p>Las capacitaciones de los colaboradores de la empresa Konecta BTO PERÚ (2023) mejorará en base a las estrategias planteadas</p>

#### Anexo 4. Instrumento de recolección de datos

##### INTRUMENTO DE INVESTIGACION:

Estrategias para mejorar la motivación laboral en los colaboradores de la empresa Konecta BTO PERÚ (2023)

Estimados de antemano se les agradece por su participación de nuestra investigación titulada Estrategias para mejorar la motivación laboral en los colaboradores de la empresa Konecta BTO PERÚ (2023).

Somos estudiantes del Instituto San Ignacio de Loyola cursantes del grado de bachiller y en calidad de estudiantes estamos realizando un Proyecto de Investigación de la percepción sobre la motivación laboral dentro de la empresa Konecta con el fin de poder detectar puntos de mejora y proponer estrategias para resolver los problemas.

Es importante destacar que el objetivo principal de esta investigación es aprender sobre la motivación laboral en la empresa Konecta BTO PERÚ (2023)

La encuesta es de uso exclusivamente académico de la información proporcionada y se mantendrá la confidencialidad de cada participante, si está de acuerdo continuar con la encuesta.

Nombre y apellido \*

.....

Genero \*

1. Femenino
2. Masculino

Edad \*

10. 18-20
11. 21-25
12. 26 -30
13. 31-40
14. 41-45
15. 46-50
16. 51-55
17. 56-60
18. 61-65

¿Cuánto tiempo viene laborando en la Empresa?

- Mas de 6 meses
- Menos de 6 Meses
- Mas de 1 año
- Mas de 2 años
- Mas de 5 años

¿En qué sede labora? \*

- Surquillo
- Centro de Lima
- Crillon

¿Cuál es su cargo o puesto actual en la empresa?

- Ventas
- ATC
- Coordinador
- Supervisor
- Otros

**CUESTIONARIO**

5	4	3	2	1
Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca

Nº	ÍTEMS	1	2	3	4	5
	<b>VARIABLE: Motivación Laboral</b>					
	<b>DIMENSION: Motivación Intrínseca</b>					
	<b>Indicador: Autorrealización</b>					
1	¿Se siente satisfecho con las oportunidades de desarrollo personal y profesional ofrece su trabajo?					
2	Siente que su trabajo actual le brinda la oportunidad de alcanzar su máximo potencial y crecimiento personal					
3	Tiene pretensiones de un ascenso en tu puesto de trabajo					
	<b>Indicador: Comunicación</b>					
4	La comunicación efectiva en su entorno laboral contribuye a su motivación para realizar sus tareas					
5	La empresa promueve una buena comunicación interna					
6	La empresa promueve una buena comunicación externa					
7	Existe comodidad al expresar tus pensamientos y opiniones de manera abierta					
8	¿El feedback de sus superiores le motiva a mejorar?					
	<b>Indicador: Autoestima</b>					
9	Siente estabilidad en su puesto de trabajo					
10	Siente confianza al demostrar sus habilidades y aptitudes en su área de trabajo					
11	Considera que su trabajo es valorado dentro de la empresa					
	<b>DIMENSION: Motivación extrínseca</b>					
	<b>Indicador: Sueldo e incentivos</b>					
12	El sueldo que percibe va acorde a sus conocimientos y contribuciones laborales.					
13	Recibe recompensas adicionales por su desempeño, como bonos o comisiones, motivan a alcanzar objetivos específicos					
14	Se brinda beneficios corporativos por ser parte de la empresa					
	<b>Indicador: Reconocimiento</b>					
15	Recibe reconocimiento por sus logros laborales					
16	Sus superiores reconocen su buen desempeño laboral					
17	La empresa recompensa el logro de métricas establecidas					
	<b>Indicador: Capacitaciones</b>					
18	Cuenta con la capacidad de desarrollar las actividades en su área					
19	Considera que los cursos de capacitación son interesantes y necesarios para el cumplimiento de funciones laborales					

20. ¿Con que frecuencia se dan capacitaciones en la empresa? \*

- Semanalmente
- Quincenalmente
- Mensualmente
- Anualmente
- Nunca

Anexo 5. Encuestas realizadas

**CUESTIONARIO**

5	4	3	2	1
Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca

Nº	ITEMS	1	2	3	4	5
<b>VARIABLE: Motivación Laboral</b>						
<b>DIMENSION: Motivación Intrínseca</b>						
<b>Indicador: Autorrealización</b>						
1	¿Se siente satisfecho con las oportunidades de desarrollo personal y profesional ofrece su trabajo?				X	
2	Siente que su trabajo actual le brinda la oportunidad de alcanzar su máximo potencial y crecimiento personal					X
3	Tiene pretensiones de un ascenso en tu puesto de trabajo					X
<b>Indicador: Comunicación</b>						
4	La comunicación efectiva en su entorno laboral contribuye a su motivación para realizar sus tareas					X
5	La empresa promueve una buena comunicación interna					X
6	La empresa promueve una buena comunicación externa					X
7	Existe comodidad al expresar tus pensamientos y opiniones de manera abierta					X
8	¿El feedback de sus superiores le motiva a mejorar?			X		
<b>Indicador: Autoestima</b>						
9	Siente estabilidad en su puesto de trabajo		X			
10	Siente confianza al demostrar sus habilidades y aptitudes en su área de trabajo					X
11	Considera que su trabajo es valorado dentro de la empresa				X	
<b>DIMENSION: Motivación extrínseca</b>						
<b>Indicador: Sueldo e incentivos</b>						
12	El sueldo que percibe va acorde a sus conocimientos y contribuciones laborales.				X	
13	Recibe recompensas adicionales por su desempeño, como bonos o comisiones, motivan a alcanzar objetivos específicos					X
14	Se brinda beneficios corporativos por ser parte de la empresa					X
<b>Indicador: Reconocimiento</b>						
15	Recibe reconocimiento por sus logros laborales					X
16	Sus superiores reconocen su buen desempeño laboral					X
17	La empresa recompensa el logro de métricas establecidas			X		
<b>Indicador: Capacitaciones</b>						
18	Cuenta con la capacidad de desarrollar las actividades en su área				X	
19	Considera que los cursos de capacitación son interesantes y necesarios para el cumplimiento de funciones laborales					X

20. ¿Con que frecuencia se dan capacitaciones en la empresa? \*

- Semanalmente
- Quincenalmente
- Mensualmente
- Anualmente
- Nunca

**CUESTIONARIO**

5	4	3	2	1
Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca

Nº	ÍTEMS	1	2	3	4	5
	<b>VARIABLE: Motivación Laboral</b>					
	<b>DIMENSION: Motivación Intrínseca</b>					
	<b>Indicador: Autorrealización</b>					
1	¿Se siente satisfecho con las oportunidades de desarrollo personal y profesional ofrece su trabajo?		X			
2	Siente que su trabajo actual le brinda la oportunidad de alcanzar su máximo potencial y crecimiento personal		X			
3	Tiene pretensiones de un ascenso en tu puesto de trabajo	X				
	<b>Indicador: Comunicación</b>					
4	La comunicación efectiva en su entorno laboral contribuye a su motivación para realizar sus tareas		X			
5	La empresa promueve una buena comunicación interna		X			
6	La empresa promueve una buena comunicación externa		X			
7	Existe comodidad al expresar tus pensamientos y opiniones de manera abierta		X			
8	¿El feedback de sus superiores le motiva a mejorar?	X				
	<b>Indicador: Autoestima</b>					
9	Siente estabilidad en su puesto de trabajo	X				
10	Siente confianza al demostrar sus habilidades y aptitudes en su área de trabajo	X	X			
11	Considera que su trabajo es valorado dentro de la empresa	X				
	<b>DIMENSION: Motivación extrínseca</b>					
	<b>Indicador: Sueldo e incentivos</b>					
12	El sueldo que percibe va acorde a sus conocimientos y contribuciones laborales.				X	
13	Recibe recompensas adicionales por su desempeño, como bonos o comisiones, motivan a alcanzar objetivos específicos	X				
14	Se brinda beneficios corporativos por ser parte de la empresa	X	X			
	<b>Indicador: Reconocimiento</b>					
15	Recibe reconocimiento por sus logros laborales		X			
16	Sus superiores reconocen su buen desempeño laboral		X			
17	La empresa recompensa el logro de métricas establecidas		X			
	<b>Indicador: Capacitaciones</b>					
18	Cuenta con la capacidad de desarrollar las actividades en su área	X				
19	Considera que los cursos de capacitación son interesantes y necesarios para el cumplimiento de funciones laborales	X				

20. ¿Con que frecuencia se dan capacitaciones en la empresa? \*

- Semanalmente
- Quincenalmente
- Mensualmente
- Anualmente
- Nunca

**INTRUMENTO DE INVESTIGACION:**

Estrategias para mejorar la motivación laboral en los colaboradores de la empresa Konecta BTO PERÚ (2023)  
 Estimados de antemano se les agradece por su participación de nuestra investigación titulada Estrategias para mejorar la motivación laboral en los colaboradores de la empresa Konecta BTO PERÚ (2023).

Somos estudiantes del Instituto San Ignacio de Loyola cursantes del grado de bachiller y en calidad de estudiantes estamos realizando un Proyecto de Investigación de la percepción sobre la motivación laboral dentro de la empresa Konecta con el fin de poder detectar puntos de mejora y proponer estrategias para resolver los problemas.

Es importante destacar que el objetivo principal de esta investigación es aprender sobre la motivación laboral en la empresa Konecta BTO PERÚ (2023)

La encuesta es de uso exclusivamente académico de la información proporcionada y se mantendrá la confidencialidad de cada participante, si está de acuerdo continuar con la encuesta.

Nombre y apellido \*

Magda Ferrero

Genero \*

- Femenino
- 2. Masculino

Edad \*

- 10. 18-20
- 11. 21-25
- 12. 26-30
- 13. 31-40
- 14. 41-45
- 15. 46-50
- 16. 51-55
- 17. 56-60
- 18. 61-65

¿Cuánto tiempo viene laborando en la Empresa?

- Mas de 6 meses
- Menos de 6 Meses
- Mas de 1 año
- Mas de 2 años
- Mas de 5 años

¿En qué sede labora? \*

- Surquillo
- Centro de Lima
- Miraflores

¿Cuál es su cargo o puesto actual en la empresa?

- Ventas
- ATC
- Coordinador
- Supervisor
- Otros

CUESTIONARIO						
5	4	3	2	1		
Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca		
Nº	ITEMS	1	2	3	4	5
	<b>VARIABLE: Motivación Laboral</b>					
	<b>DIMENSION: Motivación Intrínseca</b>					
	<b>Indicador: Autorrealización</b>					
1	¿Se siente satisfecho con las oportunidades de desarrollo personal y profesional ofrece su trabajo?			X		
2	Siente que su trabajo actual le brinda la oportunidad de alcanzar su máximo potencial y crecimiento personal			X		
3	Tiene pretensiones de un ascenso en tu puesto de trabajo					X
	<b>Indicador: Comunicación</b>					
4	La comunicación efectiva en su entorno laboral contribuye a su motivación para realizar sus tareas					X
5	La empresa promueve una buena comunicación interna					X
6	La empresa promueve una buena comunicación externa					X
7	Existe comodidad al expresar tus pensamientos y opiniones de manera abierta					X
8	¿El feedback de sus superiores le motiva a mejorar?					X
	<b>Indicador: Autoestima</b>					
9	Siente estabilidad en su puesto de trabajo					X
10	Siente confianza al demostrar sus habilidades y aptitudes en su área de trabajo					X
11	Considera que su trabajo es valorado dentro de la empresa			X		
	<b>DIMENSION: Motivación extrínseca</b>					
	<b>Indicador: Sueldo e Incentivos</b>					
12	El sueldo que percibe va acorde a sus conocimientos y contribuciones laborales.			X		
13	Recibe recompensas adicionales por su desempeño, como bonos o comisiones, motivan a alcanzar objetivos específicos			X		
14	Se brinda beneficios corporativos por ser parte de la empresa	X				
	<b>Indicador: Reconocimiento</b>					
15	Recibe reconocimiento por sus logros laborales	X				
16	Sus superiores reconocen su buen desempeño laboral				X	
17	La empresa recompensa el logro de métricas establecidas			X		
	<b>Indicador: Capacitaciones</b>					
18	Cuenta con la capacidad de desarrollar las actividades en su área					X
19	Considera que los cursos de capacitación son interesantes y necesarios para el cumplimiento de funciones laborales		X			

20. ¿Con que frecuencia se dan capacitaciones en la empresa? \*

- Semanalmente
- Quincenalmente
- Mensualmente
- Anualmente
- Nunca

## **Anexo 6. Validación de expertos n°1**

Para la validación del presente instrumento se contactó con tres expertos, quienes cuentan con conocimientos en campos de elaboración, evaluación de trabajos de investigación y se encuentran laborando como docentes en diferentes instituciones de estudio superior, que verifiquen el cumplimiento de los criterios planteados los cuales son: claridad, suficiencia, coherencia y pertinencia. En primera instancia, se envió el documento a través de correo electrónico a cada experto con el formato de validación y el instrumento de investigación. A continuación, los expertos, hicieron llegar algunas sugerencias para que el instrumento sea presentado en óptimas condiciones. Por último, los expertos enviaron las validaciones completadas con sus datos respectivos y la aprobación correspondiente.

**INSTITUTO SAN IGNACIO DE LOYOLA**

Informe sobre el Juicio de Experto de Instrumento de Medición

**I. DATOS GENERALES:**

- I.1 APELLIDO Y NOMBRE DEL EXPERTO: Gabriel Adolfo Gabriel
- I.2 INSTITUCION DONDE LABORA: UPC
- I.3 MOTIVO DE EVALUACIÓN : Para aprobar el instrumento
- I.4 AUTORES DE INSTRUMENTO: BRENDA GALA, JIMENA ECHEVARRIA, BRAYAN GONZALEZ Y KEVIN FLORES
- I.5 **ASPECTOS DE VALIDACIÓN:**

CRITERIOS	INDICADORES	INACEPTABLE	MEDIANAMENTE ACEPTABLE	ACEPTABLE
CLARIDAD	Esta formulado en un lenguaje apropiado y entendible.			X
SUFICIENCIA	Comprende aspectos cualitativos y cuantitativos			X
COHERENCIA	Existe coherencia entre la investigación, variable y dimensiones e indicadores con los ITEMS.			X
PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre componente de la investigación e instrumento de medición.			X

**II. OPINION DE APLICABILIDAD**

- a) El instrumento cumple con los requisitos para su aplicación
- b) El instrumento no cumple con los requisitos para su aplicación



**III. VALORACION FINAL**

Fecha: 21 de Octubre del 2022

Adolfo Bouillon S.

Firma de Experto  
DNI:40700069

Anexo 7. Validación de expertos n°2

**INSTITUTO SAN IGNACIO DE LOYOLA**

Informe sobre el Juicio de Experto de Instrumento de Medición

**I. DATOS GENERALES:**

- I.1 APELLIDO Y NOMBRE DEL EXPERTO: Ricra Mayorca Juan Manuel.....
- I.2 INSTITUCION DONDE LABORA: .....USMP...- Docente de investigación.....
- I.3 MOTIVO DE EVALUACIÓN: Validación.....
- I.4 AUTORES DE INSTRUMENTO: BRENDA GALA, JIMENA ECHEVARRIA, BRAYAN GONZALEZ Y KEVIN FLORES.
- I.5 ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	INACEPTABLE	MEDIANAMENTE ACEPTABLE	ACEPTABLE
CLARIDAD	Esta formulado en un lenguaje apropiado y entendible.			X
SUFICIENCIA	Comprende aspectos cualitativos y cuantitativos			X
COHERENCIA	Existe coherencia entre la investigación, variable y dimensiones e indicadores con los ITEMS.			X
PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre componente de la investigación e instrumento de medición.			X

**II. OPINION DE APLICABILIDAD**

- a) El instrumento cumple con los requisitos para su aplicación
- b) El instrumento no cumple con los requisitos para su aplicación

X

**III. VALORACION FINAL**

Fecha: .....13... de .....OCTUBRE.....2023



Firma de Experto  
DNI:41266866

Anexo 8. Validación de expertos n°3

**INSTITUTO SAN IGNACIO DE LOYOLA**

Informe sobre el Juicio de Experto de Instrumento de Medición

**I. DATOS GENERALES:**

- I.1 APELLIDO Y NOMBRE DEL EXPERTO: ESPINOZA RÚA, CELES ALONSO
- I.2 INSTITUCION DONDE LABORA: ISIL
- I.3 MOTIVO DE EVALUACIÓN: Validación de instrumentos-Taller de investigación aplicada y de innovación
- I.4 AUTORES DE INSTRUMENTO: BRENDA GALA, JIMENA ECHEVARRIA, BRAYAN GONZALEZ Y KEVIN FLORES.

CRITERIOS	INDICADORES	INACEPTABLE	MEDIANAMENTE ACEPTABLE	ACEPTABLE
CLARIDAD	Esta formulado en un lenguaje apropiado y entendible.			X
SUFICIENCIA	Comprende aspectos cualitativos y cuantitativos			X
COHERENCIA	Existe coherencia entre la investigación, variable y dimensiones e indicadores con los ITEMS.			X
PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre componente de la investigación e instrumento de medición.			X

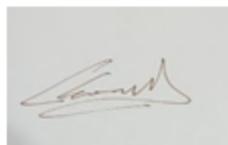
**I.5 ASPECTOS DE VALIDACIÓN:**

**II. OPINION DE APLICABILIDAD**

- a) El instrumento cumple con los requisitos para su aplicación
- b) El instrumento no cumple con los requisitos para su aplicación

**III. VALORACION FINAL**

Fecha: 29 de octubre del 2023



Firma de Experto DNI: 42750231

Anexo 9. Otros

Figura 26

*Instrumento de recolección aplicada*

**INTRUMENTO DE INVESTIGACION:**

Estrategias para mejorar la motivación laboral en los colaboradores de la empresa Konecta BTO PERÚ (2023)  
 Estimados de antemano se les agradece por su participación de nuestra investigación titulada Estrategias para mejorar la motivación laboral en los colaboradores de la empresa Konecta BTO PERÚ (2023).  
 Somos estudiantes del Instituto San Ignacio de Loyola cursantes del grado de bachiller y en calidad de estudiantes estamos realizando un Proyecto de Investigación de la percepción sobre la motivación laboral dentro de la empresa Konecta con el fin de poder detectar puntos de mejora y proponer estrategias para resolver los problemas.

Es importante destacar que el objetivo principal de esta investigación es aprender sobre la motivación laboral en la empresa Konecta BTO PERÚ (2023)  
 La encuesta es de uso exclusivamente académico de la información proporcionada y se mantendrá la confidencialidad de cada participante, si está de acuerdo continuar con la encuesta.

Nombre y apellido \*

-----

Genero \*

1. Femenino  
 2. Masculino

Edad \*

10. 18-20  
 11. 21-25  
 12. 26 -30  
 13. 31-40  
 14. 41-45  
 15. 46-50  
 16. 51-55  
 17. 56-60  
 18. 61-65

¿Cuánto tiempo viene laborando en la Empresa?

Mas de 6 meses  
 Menos de 6 Meses  
 Mas de 1 año  
 Mas de 2 años  
 Mas de 5 años

¿En qué sede labora? \*

- Surquillo  
 - Centro de Lima  
 - Crillón

¿Cuál es su cargo o puesto actual en la empresa?

Ventas  
 ATC  
 Coordinador  
 Supervisor  
 Otros

Figura 27

Instrumento de recolección aplicada

CUESTIONARIO						
5	4	3	2	1		
Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca		
Nº	ITEMS	1	2	3	4	5
	<b>VARIABLE: Motivación Laboral</b>					
	<b>DIMENSION: Motivación Intrínseca</b>					
	<b>Indicador: Autorrealización</b>					
1	¿Se siente satisfecho con las oportunidades de desarrollo personal y profesional ofrece su trabajo?					
2	Siente que su trabajo actual le brinda la oportunidad de alcanzar su máximo potencial y crecimiento personal					
3	Tiene pretensiones de un ascenso en tu puesto de trabajo					
	<b>Indicador: Comunicación</b>					
4	La comunicación efectiva en su entorno laboral contribuye a su motivación para realizar sus tareas					
5	La empresa promueve una buena comunicación interna					
6	La empresa promueve una buena comunicación externa					
7	Existe comodidad al expresar tus pensamientos y opiniones de manera abierta					
8	¿El feedback de sus superiores le motiva a mejorar?					
	<b>Indicador: Autoestima</b>					
9	Siente estabilidad en su puesto de trabajo					
10	Siente confianza al demostrar sus habilidades y aptitudes en su área de trabajo					
11	Considera que su trabajo es valorado dentro de la empresa					
	<b>DIMENSION: Motivación extrínseca</b>					
	<b>Indicador: Sueldo e incentivos</b>					
12	El sueldo que percibe va acorde a sus conocimientos y contribuciones laborales.					
13	Recibe recompensas adicionales por su desempeño, como bonos o comisiones, motivan a alcanzar objetivos específicos					
14	Se brinda beneficios corporativos por ser parte de la empresa					
	<b>Indicador: Reconocimiento</b>					
15	Recibe reconocimiento por sus logros laborales					
16	Sus superiores reconocen su buen desempeño laboral					
17	La empresa recompensa el logro de métricas establecidas					
	<b>Indicador: Capacitaciones</b>					
18	Cuenta con la capacidad de desarrollar las actividades en su área					
19	Considera que los cursos de capacitación son interesantes y necesarios para el cumplimiento de funciones laborales					

20. ¿Con que frecuencia se dan capacitaciones en la empresa? \*

- Semanalmente
- Quincenalmente
- Mensualmente
- Anualmente
- Nunca

**Figura 28**

Análisis de todas las respuestas de las encuestas a través del aplicativo IBM SPSS Statistics 25.

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	D1	Númérico	8	3	Genero	{1,000, FE...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
2	D2	Númérico	8	2	Edad	{1,00, 18-25...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
3	D3	Númérico	8	2	¿Cuánto tiempo...	{1,00, meno...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
4	D4	Númérico	7	2	¿Cual es su ca...	{1,00, venta...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
5	D5	Númérico	8	2	¿En que sede l...	{1,00, surqu...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
6	P1	Númérico	8	2	¿Se siente sati...	{1,00, nunc...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
7	P2	Númérico	8	2	Siente que su t...	{1,00, nunc...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
8	P3	Númérico	8	2	Tiene pretensio...	{1,00, nunc...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
9	P4	Númérico	8	2	La comunicació...	{1,00, nunc...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
10	P5	Númérico	8	2	La empresa pro...	{1,00, nunc...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
11	P6	Númérico	8	2	La empresa pro...	{1,00, nunc...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
12	P7	Númérico	8	2	Existe comodid...	{1,00, nunc...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
13	P8	Númérico	8	2	El feedback de ...	{1,00, nunc...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
14	P9	Númérico	8	2	Siente estableid...	{1,00, nunc...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
15	P10	Númérico	8	2	Siente confianz...	{1,00, nunc...	Ninguno	7	Derecha	Ordinal	Entrada
16	P11	Númérico	8	2	Considera que ...	{1,00, nunc...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
17	P12	Númérico	8	2	El sueldo que p...	{1,00, nunc...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
18	P13	Númérico	8	2	Recibe recomp...	{1,00, nunc...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
19	P14	Númérico	8	2	Se brinda benef...	{1,00, nunc...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
20	P15	Númérico	8	2	Recibe recono...	{1,00, nunc...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
21	P16	Númérico	8	2	Sus superiores ...	{1,00, nunc...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
22	P17	Númérico	8	2	La empresa rec...	{1,00, nunc...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
23	P18	Númérico	8	2	Cuenta con la c...	{1,00, nunc...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
24	P19	Númérico	8	2	Considera que l...	{1,00, nunc...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada

**Figura 29**

Análisis de cada respuesta de los encuestados a través del aplicativo IBM SPSS Statistics 25

	D1	D2	D3	D4	D5	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10
1	1,000	2,00	1,00	2,00	3,00	4,00	3,00	2,00	4,00	4,00	4,00	3,00	5,00	4,00	4,00
2	1,000	4,00	1,00	2,00	3,00	5,00	5,00	5,00	4,00	4,00	4,00	4,00	5,00	5,00	5,00
3	1,000	4,00	3,00	4,00	3,00	4,00	4,00	5,00	3,00	4,00	4,00	5,00	3,00	4,00	4,00
4	1,000	2,00	1,00	2,00	3,00	2,00	4,00	2,00	4,00	4,00	3,00	3,00	4,00	4,00	4,00
5	1,000	2,00	1,00	2,00	2,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	3,00	5,00	5,00
6	2,000	2,00	1,00	2,00	3,00	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	4,00	4,00	3,00	3,00	3,00
7	1,000	2,00	1,00	2,00	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	5,00	3,00	4,00	4,00
8	2,000	3,00	2,00	4,00	3,00	4,00	5,00	5,00	4,00	5,00	4,00	3,00	4,00	5,00	4,00
9	1,000	1,00	1,00	5,00	3,00	3,00	3,00	3,00	4,00	3,00	3,00	3,00	5,00	3,00	3,00
10	2,000	2,00	1,00	2,00	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	5,00	5,00	5,00
11	2,000	2,00	2,00	5,00	2,00	1,00	1,00	4,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00
12	1,000	2,00	1,00	2,00	3,00	5,00	5,00	5,00	4,00	4,00	4,00	4,00	5,00	4,00	4,00
13	2,000	2,00	1,00	2,00	3,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	4,00	3,00	5,00
14	1,000	2,00	1,00	2,00	3,00	3,00	4,00	4,00	5,00	3,00	3,00	4,00	5,00	4,00	4,00
15	1,000	3,00	1,00	3,00	3,00	1,00	3,00	1,00	1,00	1,00	1,00	3,00	1,00	2,00	2,00
16	1,000	2,00	2,00	5,00	3,00	5,00	5,00	3,00	2,00	4,00	3,00	1,00	3,00	3,00	2,00
17	2,000	3,00	2,00	3,00	3,00	4,00	5,00	5,00	4,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	4,00
18	1,000	3,00	5,00	5,00	3,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
19	2,000	1,00	5,00	3,00	2,00	5,00	5,00	4,00	4,00	3,00	4,00	4,00	3,00	4,00	4,00
20	1,000	3,00	5,00	3,00	3,00	4,00	5,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
21	2,000	5,00	5,00	4,00	3,00	4,00	4,00	5,00	4,00	4,00	3,00	5,00	5,00	5,00	5,00
22	2,000	2,00	2,00	2,00	3,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
23	1,000	1,00	2,00	2,00	3,00	4,00	3,00	4,00	3,00	4,00	4,00	2,00	3,00	4,00	3,00

## Referencia de Tesis

La recolección de datos que aplicaremos será a través de encuestas, nuestro equipo de trabajo optó por tomar referencias de una tesis ya aprobada titulada RELACIÓN DE LA MOTIVACIÓN LABORAL CON EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS COLABORADORES DEL ÁREA DE ADMINISTRACIÓN EN UNA INSTITUCIÓN DEL ESTADO, SEDE CALLAO – 2021 que realizó Valeria Sabrina Velásquez Mendoza de la Universidad de Lima, Para optar el Título Profesional de Administración.

Tomando en cuenta esta referencia decidimos adaptarla a nuestro trabajo como instrumento de la investigación.

### CUESTIONARIO

#### **Relación de la motivación laboral con el desempeño laboral de los colaboradores del área de administración en una institución del Estado**

Estimado señor(a):

Le agradezco anticipadamente por su colaboración para el trabajo de investigación titulado “Relación de la motivación laboral con el desempeño laboral de los colaboradores del área de administración en una institución del Estado, sede Callao – 2021”. Soy bachiller de la carrera de Administración de la Universidad de Lima que está realizando su tesis.

Responda las alternativas de respuesta según corresponda. Marque con una “X” la alternativa de respuesta que se adecue a su criterio.

El cuestionario es anónimo y las respuestas serán tratadas de manera confidencial. Además, el tiempo estimado para resolver la encuesta es de 10 minutos.

1. ¿En qué sede labora?

- Callao  
 Otro (finalizar encuesta)

2. Área a la que pertenece

- Administración  
 Otro (finalizar encuesta)

3. ¿Cuál es la posición jerárquica que ocupa dentro del Área de Finanzas?

- Intendente  
 Jefe de oficina  
 Especialista  
 Oficial  
 Practicante