



**SAN IGNACIO DE LOYOLA – ESCUELA ISIL**

**TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN**

**"Propuesta de implementación de estrategias audiovisuales de comunicación interna para mejorar el desempeño de los trabajadores de una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024."**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE  
Bachiller en Diseño Estratégico e Innovación**

**PRESENTADO POR**

**Bolo Varela, Lorena Linda - Diseño Estratégico e Innovación**

**ASESOR**

**Quijano Aranibar, Ivan Ernesto**

**LIMA, PERÚ**

**2025**

**ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO**

**ASESOR:**

Quijano Aranibar, Ivan Ernesto

**MIEMBROS DEL JURADO**

Castro Montesinos, Cesar

Ortiz Clarke, Dafne Ivette

Rodriguez Cornejo, Guido Dionicio

**DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD**

Yo, Lorena Linda Bolo Varela identificado(a) con DNI N° 70997246 perteneciente al Programa de Diseño Estratégico e Innovación, siendo mi asesor el Sr. Ivan Ernesto, Quijano Aranibar, identificado(a) con DNI N° 45144294, y cuyo código ORCID es 0000-0003-2264-1186.

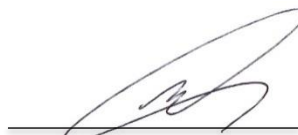
**DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:**

- a) Soy el autor del documento académico titulado “Propuesta de implementación de estrategias audiovisuales de comunicación interna para mejorar el desempeño de los trabajadores de una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024.”.
- b) El proyecto 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 asesor ha revisado minuciosamente el proyecto de investigación, incluyendo las citas a otros autores y las referencias bibliográficas. Este proceso se ha llevado a cabo cumpliendo con las pautas académicas y respetando las normas internacionales.
- d) El proyecto de investigación cumplió con el análisis del sistema TURNITIN, el cual tiene el 10% de similitud.
- e) Declaro 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 y los artículos 14º y 15º de la RVM 049-2022-MINEDU.

Fecha: 22, Julio, 2025



Firma del autor



Firma del asesor

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a Diana, jefa de Alojamiento, por darme la oportunidad de ingresar a Casa Andina, por creer en mi trabajo, en mis habilidades y por apoyarme en situaciones complejas. Gracias por el aprendizaje constante, por los ánimos para continuar. Sin Diana no hubiera podido realizar este trabajo de investigación, porque nunca hubiera conocido lo buena que fui en ese puesto y quizá, tampoco hubiera conocido la capacidad que tengo en mí para resolver problemas complejos.

## AGRADECIMIENTO

Agradezco, principalmente, al profesor Ivan por su dedicación y constancia en mi proyecto. Por las correcciones necesarias que normalmente uno no ve, pero que él como experto sí puede visualizar. Agradezco a mi papá, por instruir en mí la importancia de la educación que, aunque él no tuvo la oportunidad, siempre supo que es el camino para tener éxito en la vida.

Agradezco a mamá, por tanta comprensión, por tantos cuidados, por tanta atención. Por entenderme sin necesidad de explicarle lo que siento, por siempre estar.

Agradezco a mi hermano, mi compañero de teatro, por darme el ejemplo para seguir resistiendo en este largo camino académico y por creer en mí, incluso más que yo.

Agradezco a David por darme la idea de este proyecto, pero también por ser mi apoyo incondicional, por abrazarme en el llanto, por la paciencia que me brinda cada día, por amarme.

Agradezco a Ramona por haber compartido conmigo ocho años y por haber prolongado su partida después de sustentar. Finalmente, agradezco a Sammy por ser mi compañera en mis madrugadas de estudio.

## ÍNDICE TEMÁTICO

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO.....	2
DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD.....	3
DEDICATORIA .....	4
AGRADECIMIENTO .....	5
ÍNDICE TEMÁTICO .....	6
ÍNDICE DE TABLAS .....	10
ÍNDICE DE FIGURAS.....	11
RESUMEN.....	12
ABSTRACT .....	13
INTRODUCCIÓN.....	14
I. INFORMACIÓN GENERAL.....	16
1.1. <i>Título del Proyecto</i> .....	16
1.2. <i>Área estratégica de desarrollo prioritario</i> .....	16
1.3. <i>Actividad económica en la que se aplicaría la innovación o investigación     aplicada</i> .....	16
1.4. <i>Localización o alcance de la solución</i> .....	17
II. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA O INNOVACIÓN.....	19
2.1. <i>Planteamiento del problema</i> .....	19
<b>2.1.1. Problemas de investigación</b> .....	20
2.2. <i>Justificación</i> .....	20
<b>2.2.1. Justificación teórica</b> .....	20
<b>2.2.2. Justificación metodológica</b> .....	21
<b>2.2.3. Justificación práctica</b> .....	22
2.3. <i>Marco referencial</i> .....	22
<b>2.3.1. Antecedentes de investigación</b> .....	22
<b>2.3.2. Marco teórico</b> .....	29

2.3.3. <b>Glosario de términos</b> .....	33
2.4. <i>Resumen ejecutivo</i> .....	35
2.5. <i>Características técnicas o atributos del proyecto</i> .....	35
2.6. <i>Análisis comparativo de atributos, características, mejoras o novedades tecnológicas</i> .....	36
2.7. <i>Objetivo general y específicos: propósito del proyecto</i> .....	37
2.7.1. <b>Objetivo general</b> .....	37
2.7.2. <b>Objetivos específicos</b> .....	37
2.8. <i>Componente del proyecto</i> .....	38
2.9. <i>Resultados generales: componente del proyecto</i> .....	38
2.10. <i>Plan de actividades del proyecto</i> .....	39
2.11. <i>Metodología del proyecto: diseños experimentales, sistemas de registros, técnicas a utilizar, factores y variables a estudiar</i> .....	40
2.11.1. <b>Hipótesis de investigación</b> .....	40
2.11.2. <b>Operacionalización de variables</b> .....	40
2.11.3. <b>Enfoque de investigación</b> .....	41
2.11.4. <b>Tipo de investigación</b> .....	41
2.11.5. <b>Diseño de investigación</b> .....	42
2.11.6. <b>Niveles de investigación</b> .....	42
2.11.7. <b>Población</b> .....	42
2.11.8. <b>Muestreo y muestra</b> .....	42
2.11.9. <b>Técnicas e instrumentos de recolección de datos</b> .....	43
III. ESTIMACIÓN DEL COSTO DEL PROYECTO.....	44
3.1. <i>Estimación de los costos necesarios para la implementación</i> .....	44
IV. RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN .....	46
4.1. <i>Análisis de resultados descriptivos</i> .....	46

<i>Características según el sexo de los trabajadores</i> .....	46
<i>Distribución según el sexo</i> .....	46
<i>Características según el rango de edades</i> .....	47
<i>Distribución según rango de edades</i> .....	47
<i>Consideraciones para guías audiovisuales (Indicador 1)</i> .....	48
<i>Objetivos de producción en tiempo específico (Indicador 2)</i> .....	49
<i>Medir el nivel de comprensión (indicador 3)</i> .....	50
<i>Impacto de los elementos audiovisuales (indicador 4)</i> .....	51
<i>Interés del equipo por los contenidos audiovisuales (indicador 5)</i> .....	53
<i>Incremento del uso de los recursos presentados (indicador 6)</i> .....	54
<i>Frecuencia de capacitaciones (indicador 7)</i> .....	55
<i>Participación de los empleados en las capacitaciones (indicador 8)</i> .....	57
<i>Conexión y objetivos después de la campaña (indicador 9)</i> .....	58
<i>Programas de reconocimiento (indicador 10)</i> .....	60
<i>Cultura de la empresa (indicador 11)</i> .....	61
<i>Desafíos diarios de los trabajadores (indicador 12)</i> .....	63
<i>Apoyo adicional para mantener la motivación (indicador 13)</i> .....	64
<i>Metas laborales (indicador 14)</i> .....	65
<i>Cambios después de la retroalimentación hacia el desempeño de los trabajadores (indicador 15)</i> .....	66
<i>Dimensión 1: Elaboración de guías audiovisuales</i> .....	67
<i>Variable 2: Mejorar el desempeño de los trabajadores</i> .....	74
4.2. <i>Análisis de resultados inferenciales</i> .....	74
V. SUSTENTO DEL MERCADO.....	75
5.1. <i>Alcance esperado del mercado</i> .....	75
5.2. <i>Descripción del mercado objetivo real o potencial del producto o servicio de forma de comercialización innovadora</i> .....	75
5.3. <i>Descripción de la propuesta de innovación o del modelo de negocio</i> .....	77

5.3.1.	<i>Diagnóstico situacional</i> .....	77
5.3.2.	<i>Propuesta de valor</i> .....	78
5.3.3.	<i>Fuentes de ingresos</i> .....	78
5.3.4.	<i>Canales de distribución</i> .....	79
5.3.5.	<i>Estrategia de penetración en el mercado</i> .....	80
5.3.7.	<i>Alianzas</i> .....	82
VI.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	84
6.1.	<i>Conclusiones</i> .....	84
6.1.1.	<i>Conclusión general</i> .....	84
6.1.2.	<i>Conclusiones específicas</i> .....	84
6.2.	<i>Recomendaciones</i> .....	85
6.2.1.	<i>Recomendación general</i> .....	85
6.2.2.	<i>Recomendaciones específicas</i> .....	85
VII.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	87
VIII.	ANEXOS .....	94
8.1.	<i>Informe Turnitin</i> .....	94
8.2.	<i>Reporte de impacto y resultados</i> .....	95
8.3.	<i>Matriz de consistencia</i> .....	96
8.4.	<i>Matriz de operacionalización de variables</i> .....	98
8.5.	<i>Instrumentos de recolección de datos</i> .....	102
8.6.	<i>Validación de expertos si aplica</i> .....	104
8.7.	<i>Otros que se consideren pertinentes</i> .....	105

## ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 01 (Atributos del servicio de la propuesta de estrategias audiovisuales)	35
Tabla 02 (Análisis comparativo de la propuesta de estrategias audiovisuales)	36
Tabla 03 (Niveles y valores de validez)	43
Tabla 04 (Estimación de costos necesarios para el desarrollo de la investigación)	44
Tabla 05 (Características según el sexo de los trabajadores)	46
Tabla 06 (Características según el rango de edades)	47
Tabla 07 (Consideraciones para guías audiovisuales)	48
Tabla 08 (Objetivos de producción en tiempo específico)	49
Tabla 09 (Medir el nivel de comprensión)	50
Tabla 10 (Impacto de los elementos audiovisuales)	51
Tabla 11 (Interés del equipo por los contenidos audiovisuales)	53
Tabla 12 (Incremento del uso de los recursos presentados)	54
Tabla 13 (Frecuencia de capacitaciones)	55
Tabla 14 (Participación de los empleados en las capacitaciones)	57
Tabla 15 (Conexión y objetivos después de la campaña)	58
Tabla 16 (Programas de reconocimiento)	60
Tabla 17 (Cultura de la empresa)	61
Tabla 18 (Desafíos diarios de los trabajadores)	63
Tabla 19 (Apoyo adicional para mantener la motivación)	64
Tabla 20 (Metas laborales)	65
Tabla 21 (Cambios después de la retroalimentación)	66
Tabla 22 (Contexto de mercado)	75
Tabla 23 (Clientes potenciales)	76
Tabla 24 (Análisis FODA de la empresa Casa Andina Hoteles)	77

**ÍNDICE DE FIGURAS**

	Pág.
Figura 01 (Distribución según el sexo)	46
Figura 02 (Distribución según rango de edades)	47
Figura 03 (Dimensión 1: Elaboración de guías audiovisuales)	67
Figura 04 (Dimensión 2: Impacto de elementos audiovisuales)	68
Figura 05 (Variable 1: Estrategias audiovisuales de comunicación interna)	69
Figura 06 (Dimensión 3: Capacitación y desarrollo)	71
Figura 07 (Dimensión 4: Motivación y ambiente laboral)	72
Figura 08 (Dimensión 5: Medición de rendimiento)	73
Figura 09 (Variable 2: Desempeño de los trabajadores)	74

## **RESUMEN**

**Introducción.** En la cadena hotelera del distrito de Miraflores durante el año 2024 se evidencian problemas de comunicación interna, donde los métodos tradicionales son insuficientes para mejorar el desempeño laboral. Se manifiesta que las capacitaciones mediante materiales impresos no transmiten los protocolos complejos, los colaboradores muestran poco compromiso laboral, afectando su motivación y sentido de pertenencia. **Objetivo.** El objetivo general es proponer la implementación de estrategias audiovisuales de comunicación interna para mejorar el desempeño de los trabajadores de una cadena hotelera en el distrito de Miraflores en 2024. **Metodología.** Esta investigación se realizó de tipo aplicada con un enfoque cualitativo, su diseño fue no experimental de corte transversal. El nivel de investigación fue descriptivo, mientras que la técnica usada fue entrevistas y el instrumento para realizar este proyecto fue guía de entrevista. La población definida fue de 30 trabajadores del área de Housekeeping de la empresa Casa Andina Hoteles, sin embargo, la muestra fue no probabilística por conveniencia y se aplicó a 15 empleados. **Resultados.** Los resultados que se esperan obtener de esta propuesta es determinar si la implementación de estrategias audiovisuales de comunicación interna, como guías instruccionales en video, puede mejorar el desempeño laboral del personal en la cadena hotelera del distrito de Miraflores. **Propuesta de implementación.** Esta propuesta incluye el desarrollo de videos instructivos para fomentar la motivación y el sentido de pertenencia del personal mediante las capacitaciones. **Conclusión.** Se concluye que sí es viable la propuesta de implementación de estrategias audiovisuales de comunicación interna para mejorar el desempeño de los trabajadores en una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024. Esto se debe a que la comunicación interna tradicional, es insuficiente para el desempeño laboral. Las estrategias audiovisuales, son más efectivas para la retención de información y el fortalecimiento del compromiso organizacional.

**Palabras claves:** Audiovisual; Capacitación; Comunicación interna; Desempeño laboral; Motivación.

## ABSTRACT

**Introduction.** Internal communication problems are evident in the hotel chain in the Miraflores district during 2024, where traditional methods are insufficient to improve job performance. It is stated that training through printed materials does not transmit complex protocols, and employees show little work commitment, affecting their motivation and sense of belonging. **Objective.** The general objective is to propose the implementation of audiovisual internal communication strategies to improve the performance of employees at a hotel chain in the Miraflores district in 2024. **Methodology.** This research was conducted as an applied approach with a qualitative approach, its design was non-experimental and cross-sectional. The research level was descriptive, while the technique used was interviews and the instrument to carry out this project was an interview guide. The defined population was 30 workers from the Housekeeping area of the Casa Andina Hotels company; however, the sample was non-probabilistic for convenience and was applied to 15 employees. **Results.** The expected results of this proposal are to determine whether the implementation of audiovisual internal communication strategies, such as video instructional guides, can improve the job performance of staff at a hotel chain in the Miraflores district. **Implementation proposal.** This proposal includes the development of instructional videos to foster staff motivation and a sense of belonging through training. **Conclusion.** It is concluded that the implementation of audiovisual internal communication strategies is feasible to improve employee performance at a hotel chain in the Miraflores district in 2024. This is because traditional internal communication is insufficient for job performance. Audiovisual strategies are more effective for retaining information and strengthening organizational commitment.

**Keywords:** Audiovisual; Training; Internal Communication; Job Performance; Motivation.

## **INTRODUCCIÓN**

La presente tesis aborda la "Propuesta de implementación de estrategias audiovisuales de comunicación interna para mejorar el desempeño de los trabajadores de una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024". En un entorno empresarial cada vez más dinámico y competitivo, la comunicación interna se ha vuelto fundamental para el éxito de las empresas, especialmente en sectores de alta interacción como el hotelero. La importancia de este tema radica en la necesidad por optimizar la productividad y el bienestar del personal, siendo necesario reconocer que un equipo motivado y bien capacitado es directamente proporcional a la calidad que se brinda en el servicio y, de tal manera, a la satisfacción del cliente. Es así como, las estrategias audiovisuales, surgen como herramientas necesarias para captar la atención, facilitar la comprensión de algunos mensajes complejos y fomentar la conexión dentro de los equipos de trabajo. El problema que se busca solventar es cómo afecta negativamente una deficiente comunicación interna en el desempeño de los trabajadores, generando desmotivación, falta de compromiso y una disminución en la calidad del servicio. Es por ello, que esta investigación se enfoca en proponer soluciones innovadoras a través de videos instructivos, estrategias audiovisuales, que fortalezcan la comunicación interna y que, consecuentemente, mejoren el rendimiento laboral. Esta propuesta de implementación es importante porque es necesario demostrar que una comunicación interna efectiva está ligada necesariamente a formatos audiovisuales, con los cuales la comprensión de algunos procesos será más entendible y esto permitirá mejorar significativamente la motivación, las participaciones en las capacitaciones, el desempeño de los trabajadores y como resultado habrá un mejor servicio, además de una baja tasa de rotación de personal. Por todo lo mencionado, se pretende proponer la implementación de estrategias audiovisuales de comunicación interna para mejorar el desempeño de los trabajadores de una cadena hotelera del distrito de Miraflores en el año 2024.

Por consiguiente, la presente investigación se ha organizado en cinco capítulos:

En el Capítulo I, se presenta la información general de la investigación, incluyendo la descripción del problema, la justificación, los objetivos y la delimitación del estudio.

En el Capítulo II, se incluye la descripción de la investigación, desarrollando el marco teórico que sustenta la propuesta, los antecedentes y las bases conceptuales de la comunicación interna y las estrategias audiovisuales.

En el Capítulo III, se presenta la metodología de la investigación, detallando el tipo y diseño de estudio, la población y muestra, las técnicas e instrumentos de recolección de datos, y el plan de análisis.

En el Capítulo IV, se incluyen los resultados de la investigación, presentando el análisis de los datos obtenidos y su interpretación en relación con los objetivos planteados.

En el Capítulo V, se presenta la propuesta de implementación de estrategias audiovisuales, detallando el diseño de estas, los contenidos, los canales y los indicadores de evaluación.

Finalmente, se exponen las conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y los anexos, donde se contemplan los instrumentos construidos y validados para cumplir los objetivos propuestos.

## **I. INFORMACIÓN GENERAL**

### **1.1. Título del Proyecto**

El presente proyecto de investigación se titula "Propuesta de implementación de estrategias audiovisuales de comunicación interna para mejorar el desempeño de los trabajadores de una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024".

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

El área estratégica de desarrollo prioritario se enmarca en la línea de investigación "Hábitat y Desarrollo Humano", porque busca comprender y transformar diversos procesos que ocurren al interior de las organizaciones, específicamente en Casa Andina Hoteles. A través del análisis y la intervención en procesos sociales, comunicativos, ergonómicos y relacionales, se pretende optimizar las competencias individuales y colectivas para mejorar el desempeño laboral y el ambiente organizacional.

Esta investigación es aplicada porque se traduce en acciones concretas como entrevistas, desarrollo de guías, capacitaciones y evaluación del rendimiento que buscan resolver problemáticas reales del entorno laboral. Además, es innovadora porque integra herramientas audiovisuales y métodos de medición del desempeño que contribuyen a la modernización y mejora continua de la gestión interna. Así, mi investigación contribuye directamente a moldear un hábitat organizacional más eficiente y saludable, lo cual es el foco central de esta línea de investigación.

### **1.3. Actividad económica en la que se aplicaría la innovación o investigación aplicada**

El presente estudio se desarrolla en el contexto de la actividad económica vinculada al sector de actividades de alojamiento y servicios de comida, dado que Casa Andina Hoteles forma parte del sector terciario al estar basada en la prestación de servicios de alojamiento, atención al cliente, alimentación y hospitalidad. El sector

hotelero es fundamental dentro de la industria del turismo, ya que ofrece infraestructura y servicios esenciales para los visitantes nacionales e internacionales.

En los últimos años, luego del impacto del COVID-19, el sector hotelero ha experimentado cambios significativos en sus prácticas de gestión y protocolos operativos. La pandemia provocó cierres temporales, pérdida de empleo y una disminución drástica en la ocupación hotelera. Al respecto, De Marzo Sánchez (2020) analizó el impacto del COVID-19 en los servicios de un hotel 5 estrellas en Miraflores. Asimismo, Castro Marotta y Cebreros Salazar (2020) investigaron los cambios en la gestión y las estrategias de reactivación en la industria hotelera de Lima. En respuesta, muchos establecimientos, como Casa Andina, comenzaron a incorporar tecnologías sin contacto, reforzar medidas de bioseguridad y diversificar sus servicios. Córdova (2021) examinó los efectos del COVID-19 en la gestión de alimentos y bebidas y las medidas de reactivación. De igual manera, estudios como el de Daries et al. (2021) destacan la evolución del turismo en Perú y las recomendaciones postpandemia.

Por tanto, el presente estudio sobre la "Propuesta de implementación de estrategias audiovisuales de comunicación interna para mejorar el desempeño de los trabajadores de una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024" se alinea dentro de este sector; por lo que es necesario abordarlo en la realidad peruana, del distrito de Miraflores.

#### **1.4. Localización o alcance de la solución**

El presente proyecto plantea la propuesta de implementación de estrategias audiovisuales de comunicación interna con el objetivo de mejorar el desempeño de los trabajadores y optimizar los procesos de comunicación interna, donde los métodos tradicionales basados en manuales escritos y correos electrónicos resultan insuficientes para optimizar el desempeño laboral del personal. Se aplicará en una cadena hotelera del distrito de Miraflores que actualmente presenta problemáticas significativas en sus procesos de comunicación interna, tales como capacitaciones ineficaces con materiales impresos, bajo compromiso laboral con los mensajes institucionales y la ausencia de

**Propuesta de implementación de estrategias audiovisuales de Comunicación interna para mejorar el desempeño de los trabajadores de una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024.**



mecanismos sistemáticos para medir el impacto de la comunicación en los indicadores de productividad. La intervención está dirigida a los trabajadores de una cadena hotelera del distrito de Miraflores, específicamente a 15 empleados de las áreas de alojamiento y housekeeping de la cadena hotelera Casa Andina en Miraflores. Esta propuesta tiene un alcance local, ya que se circunscribe al ámbito urbano de Miraflores durante el año 2024.

Se espera con ello mejorar tangiblemente el desempeño laboral, incrementar las capacitaciones de manera positiva, aumentar la productividad de sus equipos y mejorar la satisfacción laboral de sus empleados, creando así un ambiente de trabajo más positivo y eficiente. Además, las instrucciones visuales reducirán errores al hacer los procesos más comprensibles, y la comunicación emocional mejorará el clima laboral.

## **II. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA O INNOVACIÓN**

### **2.1. Planteamiento del problema**

En la cadena hotelera del distrito de Miraflores durante el año 2024, se evidencia una problemática significativa en los procesos de comunicación interna, donde los métodos tradicionales basados en manuales escritos y correos electrónicos resultan insuficientes para optimizar el desempeño laboral del personal. Esta situación se manifiesta en tres aspectos críticos. Primero, las capacitaciones mediante materiales impresos no logran transmitir efectivamente los protocolos complejos del servicio hotelero, especialmente en áreas operativas como housekeeping. Segundo, los colaboradores muestran poco compromiso laboral con los mensajes institucionales, afectando su motivación y sentido de pertenencia. Por último, no existen mecanismos sistemáticos para medir cómo la comunicación impacta en los indicadores de productividad.

Las consecuencias de esta problemática son notables, ya que se expresan elevados índices de rotación del personal, errores recurrentes dentro del servicio y costos adicionales derivados de la necesidad de reentrenamiento constante.

Por todo lo mencionado, frente a este escenario surge la necesidad de evaluar la viabilidad de implementar estrategias audiovisuales de comunicación interna (guías instruccionales en videos, campañas motivacionales multimedia) como alternativas para superar estas limitaciones. Por tanto, la propuesta se sustenta en evidencia internacional que demuestra la mayor efectividad de los formatos audiovisuales para la retención de información (Arriola Prieto, 2020) y el fortalecimiento del compromiso organizacional (Mishra et al., 2014). Sin embargo, se carece de estudios aplicados al contexto específico de hoteles de alto estándar en Miraflores, lo que justifica la presente investigación para determinar si estas soluciones pueden mejorar tangiblemente el desempeño laboral en este entorno particular.

### **2.1.1. Problemas de investigación**

**Problema general.** ¿Es viable la propuesta de implementación de estrategias audiovisuales de comunicación interna para mejorar el desempeño de los trabajadores en una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024?

**Problemas específicos.** Los principales problemas específicos son:

¿Es viable una propuesta para implementar la elaboración de guías audiovisuales para mejorar el desempeño de los trabajadores en una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024?

¿Es viable una propuesta para implementar el efecto de los elementos audiovisuales para mejorar el desempeño de los trabajadores en una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024?

¿Es viable una propuesta para implementar capacitación y desarrollo para mejorar el desempeño de los trabajadores en una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024?

¿Es viable una propuesta para implementar la motivación y el ambiente laboral para mejorar el desempeño de los trabajadores en una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024?

¿Es viable una propuesta para implementar la medición de rendimiento para mejorar el desempeño de los trabajadores en una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024?

## **2.2. Justificación**

### **2.2.1. Justificación teórica**

Esta investigación se sustenta en aportes teóricos clave sobre comunicación interna audiovisual y su impacto en el desempeño laboral, particularmente en el sector hotelero. Mishra et al. (2014) destacan que usar herramientas audiovisuales, como videos interactivos, han incrementado hasta un 30% el compromiso laboral de los

trabajadores, al verse reflejado en una comunicación clara y motivadora. Hablando concretamente sobre el sector hotelero, Ruiz Villalobos (2021) halló una similitud moderada entre los factores psicosociales en el trabajo y el estrés laboral, siendo necesario desarrollar una comunicación interna eficaz para reducir la rotación del personal, mientras que según Arriola Prieto (2020) hablando en el ámbito educativo, usar herramientas como medios audiovisuales tiene un impacto altamente positivo en el rendimiento académico, viendo reflejado esto en la facilidad del diálogo, en la expresión y en la participación activa.

Además, Elezme Martin (2022) explica que los recursos educativos, incluyendo las herramientas audiovisuales, son esenciales en el proceso de enseñanza-aprendizaje, ya que ayudan a fortalecer el aprendizaje de los estudiantes y permite una planificación educativa más efectiva. Por lo tanto, implementar videos instructivos, es decir; estrategias audiovisuales en el ámbito hotelero, servirán para desarrollar las capacitaciones de manera positiva, ya que estas teorías respaldan la necesidad de estudiar cómo estas estrategias pueden mejorar el desempeño en hoteles de Miraflores, un distrito que cuenta con altos estándares de servicio.

### **2.2.2. Justificación metodológica**

Para la presente investigación se emplea un enfoque cualitativo y aplicado con un diseño no experimental de corte transversal, ya que se busca comprender en profundidad la viabilidad y el efecto de las estrategias audiovisuales de comunicación interna en el desempeño de los trabajadores. Asimismo, se construyó y validó una guía de entrevista, esta se ha aplicado por medio de una entrevista semiestructurada a 15 empleados de las áreas de alojamiento y housekeeping de la cadena hotelera Casa Andina en Miraflores. Esto servirá para poder analizar la percepción sobre las guías audiovisuales y su utilidad en la capacitación y motivación laboral. Por ello, Arriola Prieto (2020), señala que los resultados de esta investigación permitirán determinar la

viabilidad de implementar estrategias audiovisuales e identificar cómo estas herramientas impactan en puntos claves como capacitación, motivación y clima laboral.

### **2.2.3. Justificación práctica**

La propuesta de implementación de estrategias audiovisuales en la cadena hotelera de Miraflores engloba algunos problemas concretos que han sido identificados en el sector. En inicio, Mejía et al. (2019) identificaron factores relacionados al estrés laboral en algunos trabajadores de seis países de Latinoamérica, enfatizando en la importancia de una comunicación interna efectiva para aminorar estos factores. Asimismo, Marcos Ramos y Moreno Méndez (2020) señalaron que el uso de herramientas audiovisuales en el aula puede ser eficaces para comprender mejor algunos conceptos y para fomentar el aprendizaje independiente. Entonces, esta propuesta de investigación propone soluciones eficaces como guías audiovisuales, videos instructivos, para mejorar la comunicación interna de los trabajadores en los hoteles. Estas herramientas ayudarán a explicar los procesos de trabajo de manera más clara y visual, evitando errores comunes en los equipos de trabajo.

Por todo lo mencionado, los resultados de esta investigación ofrecerán a los gerentes hoteleros un modelo concreto y replicable que podrán implementar para aumentar la productividad de sus equipos, además podrán mejorar la satisfacción laboral de sus empleados y des esta manera se creará un ambiente de trabajo más positivo y eficiente. En tanto, esta propuesta es importante porque las instrucciones visuales reducen errores al hacer los procesos más comprensibles, además, la comunicación emocional mejora el clima laboral y, por último, los gerentes contarán con herramientas listas para aplicar inmediatamente en sus establecimientos.

## **2.3. Marco referencial**

### **2.3.1. Antecedentes de investigación**

**Antecedentes nacionales.** A continuación, se exhiben los antecedentes nacionales más significativos para la presente investigación:

En el contexto nacional, algunos investigadores han desarrollado la relación que hay entre las estrategias audiovisuales de comunicación interna y entre el desempeño laboral en el sector hotelero.

Aiquipa Figueroa y Estrella Barria (2023) de la Universidad San Ignacio de Loyola (USIL), Perú, realizaron la siguiente investigación titulada "La importancia de la comunicación organizacional interna y el benchmarking para los trabajadores de los hoteles de 4 y 5 estrellas, Miraflores 2023", esta investigación tuvo como objetivo principal establecer la relación entre la comunicación organizacional interna y el benchmarking en el contexto de los hoteles de lujo de Miraflores. Para ello, las investigadoras acogieron un enfoque cualitativo con diseño fenomenológico, basado en entrevistas que realizaron a 10 expertos del sector hotelero con mucha experiencia. Estos resultados, demostraron que existe una cercana relación entre la comunicación organizacional interna y el benchmarking en estas empresas hoteleras. Por un lado, el benchmarking se usa a nivel profesional, permitiendo evaluar estrategias para conseguir ventajas en el mercado, y a nivel interno, se facilita la distribución efectiva de información mediante canales adecuados. Asimismo, esto permite que las organizaciones hoteleras puedan identificar e implementar las estrategias más adecuadas, según sean las condiciones del mercado y sus necesidades organizacionales. Las conclusiones del trabajo destacan que tanto la comunicación organizacional interna como el benchmarking son elementos conectados y necesarios para el éxito en el sector hotelero. Estas herramientas no solo favorecen la mejora continua de los procesos internos, sino que también fortalecen la competitividad de los hoteles. Como recomendación principal, el estudio sugiere a las empresas hoteleras implementar estrategias semejantes que abarquen tanto el ámbito interno como el profesional, asegurando así una dirección integral para su desarrollo organizacional.

Flores Hilario y Romero Tamara (2024) realizaron un estudio titulado "Comunicación Interna y Desempeño Laboral del Personal de una Empresa

Distribuidora de Productos Tecnológicos, Lima Metropolitana, 2024", fue presentado en la Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad de San Martín de Porres, en Lima, Perú. La investigación tuvo como objetivo principal determinar la relación entre la comunicación interna y el desempeño laboral del personal en una empresa distribuidora de productos tecnológicos, con objetivos específicos enfocados en analizar cómo las dimensiones de la comunicación, intrapersonal, interpersonal e institucional, influyen en dicho desempeño. La metodología empleada fue de enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental-transversal y un nivel descriptivo-correlacional. La población estudiada incluyó 185 colaboradores de la empresa, de los cuales se seleccionó una muestra de 125 empleados mediante muestreo probabilístico. Se utilizaron dos cuestionarios validados por expertos para medir las variables: comunicación interna (con un Alfa de Cronbach de 0.904) y desempeño laboral (con un Alfa de Cronbach de 0.820). Los datos recolectados fueron analizados con el software SPSS Statistics 25, aplicando pruebas de normalidad y el coeficiente de correlación de Spearman para evaluar las relaciones entre las variables. Los resultados revelaron una relación positiva y alta entre la comunicación interna y el desempeño laboral ( $Rho = 0.714$ ,  $p = 0.000$ ). Además, se encontraron correlaciones significativas entre las dimensiones de la comunicación intrapersonal ( $Rho = 0.640$ ), interpersonal ( $Rho = 0.543$ ) e institucional ( $Rho = 0.490$ ) con el desempeño laboral. Un 82% de los encuestados percibió un nivel alto de comunicación interna en la empresa, mientras que el 78% reportó un alto desempeño en sus labores. En conclusión, el estudio demostró que una comunicación interna efectiva contribuye significativamente a mejorar el desempeño laboral, favoreciendo la motivación, el clima organizacional y la eficiencia en las tareas.

Del Aguila Ruiz (2021) en su tesis titulada "La comunicación interna y su incidencia en la calidad de servicio al cliente en la empresa hotelera 'Royal' - Tingo María 2020" como requisito para optar el título de Licenciada en Administración de Empresas en la Universidad de Huánuco, Facultad de Ciencias Empresariales, Perú. El estudio

tuvo como objetivo general determinar cómo incide la comunicación interna en la calidad de servicio al cliente en el hotel Royal durante 2020, con objetivos específicos de analizar el impacto de la comunicación descendente, evaluar la influencia de la comunicación ascendente y examinar el efecto de la comunicación horizontal en la calidad del servicio. La investigación empleó una metodología aplicada con enfoque cuantitativo y diseño no experimental transversal, utilizando encuestas mediante cuestionarios a una muestra de 11 colaboradores (población completa) y 366 huéspedes seleccionados de una población de 7,813, procesando los datos con SPSS para análisis estadístico descriptivo e inferencial incluyendo correlación de Pearson. Los resultados mostraron que el 54.5% de colaboradores calificó la comunicación interna como buena y 45.5% como regular, mientras que el 96.4% de huéspedes evaluó la calidad de servicio como buena y solo 3.6% como regular, encontrándose una correlación positiva y alta entre ambas variables ( $r_{xy}=0.645$ ), siendo especialmente fuerte para comunicación descendente ( $r_{xy}=0.784$ ) y moderada para ascendente ( $r_{xy}=0.481$ ) y horizontal ( $r_{xy}=0.535$ ). Las conclusiones determinaron que la comunicación interna incide significativamente en la calidad del servicio, destacando la comunicación descendente como la más influyente, por lo que se recomienda fortalecer los canales comunicacionales, capacitar al personal e implementar sistemas de evaluación continua para mejorar la experiencia del cliente en el sector hotelero, validando así la hipótesis principal del estudio.

Barreto Huaitan (2023) realizó el trabajo de investigación titulado "Marketing interno y motivación laboral en el Hotel Oro Verde, 2023", en la Universidad de Huánuco, Facultad de Ciencias Empresariales, Perú, tuvo como objetivo general determinar de qué manera el marketing interno se relaciona con la motivación laboral en dicho hotel. Los objetivos específicos incluyeron analizar la relación entre la satisfacción del colaborador y la motivación laboral, evaluar el vínculo entre la retención del personal y la motivación, y examinar cómo la comunicación interna influye en la motivación laboral. La metodología empleada fue de enfoque cuantitativo, con un nivel descriptivo-

correlacional y un diseño no experimental transversal. La población estudiada consistió en 20 colaboradores del Hotel Oro Verde, utilizando encuestas con cuestionarios basados en la escala Likert para la recolección de datos, los cuales fueron analizados mediante estadística descriptiva y la prueba de correlación de Spearman. Los resultados mostraron que, en cuanto al marketing interno, el 50% de los trabajadores estuvieron de acuerdo con los incentivos salariales recibidos, mientras que el 70% se mostró completamente satisfecho con las condiciones de trabajo seguras. En comunicación interna, el 50% confirmó recibir retroalimentación sobre sus actividades. Respecto a la motivación laboral, el 50% consideró óptimas sus relaciones interpersonales (afiliación), el 70% manifestó interés en mantener el control en su área (poder), y el 80% disfrutó alcanzar las metas propuestas (logro). La correlación entre marketing interno y motivación laboral fue positiva y moderada ( $\rho = 0.645$ ,  $p = 0.002$ ), confirmando una relación significativa. Asimismo, se concluye que el marketing interno contribuye significativamente en la motivación laboral, destacando la satisfacción, retención y comunicación interna como factores claves. Se recomendó mejorar las estrategias de marketing interno para corregir el clima organizacional y así promover relaciones interpersonales sólidas, además de optimizar los canales de comunicación.

Por todo lo mencionado, estos antecedentes nacionales manifiestan consistentemente que la implementación de estrategias audiovisuales en la comunicación interna genera beneficios perceptibles en el desempeño laboral, tanto en aspectos operativos como en el clima organizacional.

**Antecedentes internacionales.** A continuación, se presentan los antecedentes internacionales más importantes para la investigación:

Chepchumba, (2022) realizó su estudio en la Universidad de Nairobi, Kenia, titulado “An Analysis of Internal Communication Practices in the Hospitality Industry: A Case of Five Star Hotels in Nairobi County” y tuvo como objetivo principal estudiar las prácticas de comunicación interna en hoteles cinco estrellas del condado de Nairobi,

además de evaluar su impacto en las operaciones hoteleras. La investigación empleó un enfoque mixto, es decir; cualitativo-cuantitativo, con un diseño descriptivo, combinando entrevistas semiestructuradas a gerentes de hoteles con cuestionarios estandarizados que fueron aplicados a trabajadores de los departamentos de recepción y alimentos/bebidas. Asimismo, los resultados señalaron que una comunicación interna efectiva genera múltiples beneficios: Se registró un 82% de mejora en satisfacción laboral del personal, un 35% de incremento en productividad y un 28% de aumento en indicadores de desempeño. También, a nivel organizacional, se registró un 40% de mejora en satisfacción del cliente y un 25% de crecimiento en rentabilidad operacional. El estudio logró identificar que los departamentos donde las intervenciones en comunicación interna tienen mayor impacto son los de recepción y alimentos/bebidas. Finalmente, el estudio concluye destacando la comunicación interna como una herramienta efectiva, ya que es un factor estratégico clave para optimizar el clima laboral, incrementar la eficiencia operacional y mejorar la experiencia del cliente. Asimismo, como recomendaciones prácticas, Chepchumba sugiere que es viable implementar sistemas de comunicación vertical y horizontal, además de capacitar a gerentes en estrategias comunicacionales y también poder establecer canales de retroalimentación permanente. Estos descubrimientos sirven como valiosas lecciones aplicables al sector hotelero en diversos contextos geográficos.

Čuić Tanković et al. (2022) escribieron el artículo "Internal Communication and Employee Satisfaction in Hospitality". El estudio, realizado en la Universidad de Rijeka y la Universidad de Split, Croacia, tuvo como objetivo estudiar la influencia de la comunicación interna en la satisfacción del empleado en la industria de la hospitalidad, específicamente desde los puntos de vista de la comunicación con superiores y colegas. La metodología empleada fue la recolección de datos a través de encuestas en dos hoteles con la misma calificación de calidad y la misma cadena hotelera. Los resultados del estudio indican que ambas formas de comunicación, tanto con superiores como con colegas, influyen positivamente en la satisfacción laboral de los empleados, basado en

el método PLS-SEM. En conclusión, el estudio destaca la importancia de la comunicación interna efectiva para la satisfacción de los empleados en el sector de la hospitalidad.

Vives Gómez (2020) realizó el trabajo de grado "Estrategia de Comunicación Digital para un Hotel con una Larga Trayectoria en el Sector Hotelero: Park Hotel" en la Pontificia Universidad Javeriana, Colombia. El objetivo principal de esta investigación fue desarrollar una estrategia de comunicación digital para el Park Hotel, buscando mayor visibilidad y fortaleciendo su presencia en el entorno digital, para poder convertir a la marca en una opción atractiva para los usuarios que buscan hospedarse en la ciudad de Santa Marta. La metodología que se utilizó incluyó una revisión documental y un estudio etnográfico digital. Se realizó un análisis del Park Hotel y de sus competidores cercanos, así como de los comentarios de los huéspedes en plataformas digitales. Los resultados del trabajo presentan una estrategia de comunicación digital diseñada para el Park Hotel, basada en el análisis del entorno digital y las necesidades del mercado. Finalmente, al concluir con este estudio se propone que la implementación de una estrategia de comunicación digital como herramienta para reactivar y poder reinventar la relación, además de la comunicación del Park Hotel con sus clientes es necesaria, ya que se hará con el fin de mantener su eficacia y reforzar su participación en el mercado.

Bencomo Valdés et al. (2022) en su artículo titulado "Aspectos teóricos sobre la comunicación interna en organizaciones turísticas". El estudio se realizó en la Universidad de la Habana, Facultad de Turismo, Cuba; Universidad Técnica de Babahoyo, Babahoyo, Ecuador; y Visionario Digital, Ambato, Ecuador. El objetivo de la investigación es describir los aspectos teóricos sobre la comunicación interna en organizaciones turísticas. La metodología empleada aplicó métodos del nivel teórico, que permitieron determinar los antecedentes históricos y sistematizar los referentes en cuanto a estrategias de comunicación interna, tomando como referencia las

organizaciones turísticas en Cuba. Los resultados muestran un procedimiento de acciones estratégicas para la comunicación interna. Asimismo, se concluye el estudio con la determinación de que los fundamentos teóricos metodológicos sostienen la comunicación y la estrategia de comunicación. Se piensa la comunicación de una organización como un pilar necesario para su desarrollo y se testifica que esta es efectiva cuando es planificada con un enfoque estratégico y coherente a las características de las organizaciones turísticas.

Por todo lo mencionado, estos antecedentes internacionales refuerzan significativamente la viabilidad de la propuesta, indicando que las estrategias audiovisuales no solo optimizan la retención de información y el compromiso laboral, sino que también minorizan problemas críticos como la rotación del personal, especialmente en contextos hoteleros.

### **2.3.2. Marco teórico**

**Variable 1.** Implementación de estrategias audiovisuales de comunicación interna

La implementación de estrategias audiovisuales de comunicación interna hace referencia al uso de videos, animaciones, podcasts y otros formatos multimedia para compartir información y conectar con los trabajadores dentro de una organización (Costa-Sánchez & Martínez Costa, 2018).

**Comunicación interna en las organizaciones.** La comunicación interna es un punto importante para toda organización, ya que admite instaurar vínculos efectivos entre los distintos niveles jerárquicos y operativos. Según los autores Suárez y Delgado (2012), esta comunicación interna hace posible la integración del personal con los objetivos organizacionales, desarrollando una cultura sólida y brindando el beneficio de pertenencia.

Por este motivo, una buena estrategia de comunicación interna no solo transmite información, sino que también contribuye a generar un clima laboral más colaborativo, motivador y orientado al logro de resultados de los trabajadores.

Asimismo, el uso de las herramientas tecnológicas ha incrementado las posibilidades de la comunicación interna, especialmente en empresas con estructuras complejas o dispersas geográficamente. De esta manera, se puede aprovechar los medios digitales, ya que se logrará llegar con mensajes claros, oportunos y relevantes a toda la plantilla de trabajadores, facilitando la formación estratégica y la retroalimentación constante. Por eso, al adoptar prácticas comunicacionales efectivas se convierte en un factor clave para la mejora del rendimiento organizacional y del compromiso del personal.

***Estrategias audiovisuales en comunicación interna.*** Las estrategias audiovisuales están generando protagonismo en la comunicación interna de las empresas, esto se debe a que están facilitando la transmisión de información compleja a una información más clara y persuasiva. Bonett, (2023) considera que usar videos instructivos, cápsulas multimedia o presentaciones animadas permiten una mejor atención y una mayor retención por parte de los empleados de la empresa, de esta manera se combinan elementos visuales atractivos y elementos auditivos de manera conjunta.

Además, estas herramientas audiovisuales benefician la accesibilidad y coherencia del mensaje. Según el mismo estudio de Bonett (2023) un plan de comunicación interna que está bien estructurado debe incluir cronogramas y canales digitales que aseguran que la información llegue en tiempos oportunos, evitando malentendidos y reforzando la identidad organizacional. En general, en cadenas hoteleras, se emplean formatos audiovisuales para estandarizar capacitaciones o protocolos, esto garantiza que todo el personal reciba el mismo contenido, sin sesgos ni lapsos informativos.

Finalmente, la planificación y evaluación previa son importantes. También indica que antes de diseñar cápsulas o videos, se debe realizar un diagnóstico de necesidades, se debe seleccionar el canal adecuado y luego se tiene que medir el impacto en comprensión y en satisfacción. Esto permite ajustar el plan comunicacional y también permite maximizar su efecto en el desempeño laboral de los trabajadores (Bonett, 2023).

***Implementación de herramientas audiovisuales en entornos laborales.*** La implementación de herramientas audiovisuales en empresas ha demostrado ser una destreza eficaz para mejorar el flujo de información y para la formación continua de los trabajadores. Según Mundaca Retuerto y Mundaca Retuerto (2021), las organizaciones que aprueban medios digitales interactivos pueden mejorar procesos como la inducción de personal, la capacitación técnica y la divulgación de políticas internas. Estas herramientas no solo ahorran tiempo y recursos, sino que también brindan la posibilidad de una evaluación continua del aprendizaje mediante formatos audiovisuales interactivos.

Por eso, en el sector hotelero, donde el personal debe adaptarse a protocolos dinámicos de atención al cliente y servicio, los medios audiovisuales permiten replicar situaciones reales a través de simulaciones o casos prácticos en video. Esto facilita que los trabajadores entiendan mejor las expectativas de la empresa y que puedan desarrollar mejores habilidades específicas sin necesidad de recurrir a largos manuales escritos. La posibilidad de repetir, pausar o revisar el contenido tantas veces como se necesite establece una ventaja clave frente a métodos tradicionales.

Mundaca Retuerto y Mundaca Retuerto (2021), argumentan que, al integrar efectivamente las herramientas audiovisuales, requieren un diagnóstico previo de las necesidades comunicacionales, así como también es necesario una evaluación constante del impacto de estas estrategias. Solo de esta manera se puede garantizar que su implementación responda realmente a los objetivos institucionales y contribuya a la mejora del desempeño laboral.

**Variable 2.** Desempeño de los trabajadores

El desempeño de los trabajadores se refiere a la calidad de servicio y a la eficiencia con la que los trabajadores cumplen sus tareas y responsabilidades, contribuyendo con los objetivos de la empresa (Chiavenato, 2000).

***Desempeño laboral en las organizaciones.*** El desempeño laboral expresa cómo un trabajador realiza correctamente sus responsabilidades organizacionales, incluyendo no solo los resultados sino también la calidad, eficacia y actitud. Según Valle (2019) indica que esta variable cuenta con múltiples dimensiones como la calidad de trabajo, el esfuerzo, la comunicación y el liderazgo, lo que le da un carácter integral.

Desde ese enfoque, el desempeño laboral no es solo un indicador de productividad, sino también es una combinación de cómo se debe hacer el trabajo, qué conocimientos se aplican y cómo se interactúa con el entorno. Estas dimensiones conectadas permiten una visión más completa del trabajador, considerando tanto aspectos técnicos como conductuales.

***Factores que influyen en desempeño de los trabajadores.*** Diversos factores internos y externos pueden influenciar en el nivel de desempeño de un trabajador. Entre ellos se encuentran la motivación, la claridad de funciones, la carga laboral, el ambiente de trabajo y la formación continua. Estudios peruanos, como el de Chaca y Contreras (2022), demuestran que el bajo desempeño de los trabajadores está asociado a la falta de competencias socioemocionales, como la comunicación asertiva o el trabajo en equipo.

El mismo estudio de Chaca y Contreras (2022), concluye que una adecuada capacitación en habilidades blandas incide directamente en el compromiso organizacional y la productividad. Es decir, el desempeño laboral no se mejora solamente desde lo técnico, sino fortaleciendo aspectos conductuales como la empatía, la proactividad o la responsabilidad.

Además, los líderes de cada área deben tener en cuenta que un entorno de trabajo agradable es donde se promueve la confianza, la colaboración y el reconocimiento, de esta manera se potencia el desempeño individual y grupal. Por ello, no solo es importante evaluar, sino también intervenir con acciones didácticas y motivacionales que generen un impacto duradero en el clima organizacional.

***Evaluación del desempeño y mejora continua.*** La evaluación del desempeño es un proceso sistemático que permite medir el nivel de rendimiento del personal de manera objetiva y apoyar la toma de decisiones estratégicas en la gestión de recursos humanos. Espinal y Vidal (2021) desarrollaron un sistema de evaluación del desempeño para el personal administrativo, en donde se enfatiza la importancia de contar con perfiles de puesto, diccionarios de competencias y formatos estandarizados para medir tanto resultados como habilidades interpersonales.

Este sistema combina indicadores cuantitativos como cumplimiento de metas, con cualitativos como trabajo en equipo, comunicación y proactividad para ofrecer una visión integral del trabajador. Estos criterios permiten visibilizar con mayor precisión las brechas de desempeño y diseñar planes de mejora continua, alineados a las necesidades de las empresas.

Espinal y Vidal (2021) concluyen que el desarrollo de esta evaluación de manera regular, con instrumentos confiables y acompañada de retroalimentación constante, mejora la productividad, fortalece el compromiso laboral y optimiza los procesos de formación interna.

### **2.3.3. Glosario de términos**

**Cadena hotelera.** Es el conjunto de establecimientos de alojamiento gestionados bajo una misma marca, con estándares operativos y políticas compartidas para garantizar una experiencia uniforme y eficiente a los huéspedes (Cayllahua Meza, 2021).

**Clima organizacional.** Percepción colectiva de los trabajadores sobre las condiciones emocionales, estructurales y relacionales del entorno laboral, factores que condicionan su satisfacción, compromiso y productividad (Arce, 2017).

**Comunicación ascendente.** Flujo de información desde los niveles operativos o empleados hacia la dirección, que facilita la retroalimentación, detección de problemas y participación del personal (Calva Robles, 2021).

**Comunicación descendente.** Proceso mediante el cual la dirección transmite información a los colaboradores, incluyendo objetivos, procedimientos y normas, con el fin de asegurar alineación y coherencia organizacional (Calva Robles, 2021).

**Comunicación interna.** Intercambio sistemático de información, tanto formal como informal, entre los miembros de una organización, con el propósito de fortalecer la cultura corporativa, mejorar el ambiente laboral y elevar el desempeño (López Ruiz, s.f.).

**Comunicación horizontal.** Intercambio de mensajes entre trabajadores del mismo nivel jerárquico o entre áreas de la organización, que favorece la coordinación, solución conjunta de problemas y cohesión funcional (Calva Robles, 2021).

**Cultura organizacional.** Conjunto de valores, creencias y normas compartidas en una organización que guía los comportamientos aceptables, la toma de decisiones y los modos de relacionarse entre los miembros (Velásquez et al., 2022)

**Desempeño laboral.** Nivel de eficacia y eficiencia con que un trabajador realiza sus responsabilidades, alcanzando estándares de calidad, puntualidad y productividad en sus tareas (Flores & Felicitas, 2020).

**Estrategia audiovisual.** Plan estructurado para utilizar herramientas como videos, infografías y presentaciones multimedia en la comunicación interna, con el objetivo de hacer los mensajes más claros, atractivos y memorables (Quesada Peralta, 2022).

**Feedback.** Proceso de entrega recíproca de observaciones sobre el desempeño, que permite reforzar comportamientos efectivos y ajustar oportunidades de mejora, impulsando el desarrollo profesional (Santa Cruz Becerra, 2024).

## 2.4. Resumen ejecutivo

**Título:** Propuesta de implementación de estrategias audiovisuales de comunicación interna para mejorar el desempeño de los trabajadores de una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024. **Procedencia:** Tesis de bachiller por San Ignacio de Loyola – Escuela ISIL. **Objetivo:** Se busca conocer si es viable la propuesta de implementación de estrategias audiovisuales de comunicación interna para mejorar el desempeño de los trabajadores en una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024.

**Metodología:** Esta investigación es de tipo aplicada porque se traduce en acciones concretas como entrevistas, desarrollo de guías, capacitaciones y evaluación del rendimiento que buscan resolver problemáticas reales del entorno laboral. **Resultados:** Los resultados que se esperan obtener de esta propuesta se centran en determinar si la implementación de estrategias audiovisuales de comunicación interna, como guías instruccionales en video y campañas motivacionales multimedia, puede mejorar tangiblemente el desempeño laboral del personal en la cadena hotelera del distrito de Miraflores. **Conclusión:** La investigación busca determinar si las herramientas audiovisuales pueden ser la clave para optimizar la comunicación y el rendimiento del personal en este entorno hotelero.

## 2.5. Características técnicas o atributos del proyecto

**Tabla 01**

*Atributos del servicio de la propuesta estrategias audiovisuales*

Atributos	Descripción
¿Es físico o virtual?	Es virtual y presencial, ya que los videos instructivos se brindarán por medio de la intranet de la empresa. Sin embargo, las capacitaciones se darán de manera presencial para poder solventar dudas.

¿Qué tan costoso es?	Tiene un costo medio, ya que hay un pago previo por la intranet de la empresa, el mantenimiento y la creación de los videos instructivos.
¿Qué tan complejo es?	No es complejo, ya que la interfaz de la intranet es intuitiva y el acceso a los videos instructivos es rápido.
¿Es gratuito, pagado, rentado o tiene un mecanismo de suscripción?	Para los trabajadores es gratuito, sin embargo, la empresa pagaría mensualmente por la intranet y por la creación de los videos instructivos sería un pago único.
¿Cómo llega al cliente?	Llega mediante correo electrónico, anunciando el acceso a la intranet y explicando como visualizar los videos.
¿Brinda un servicio de posventa?	Después de implementar los videos instructivos, se realizará una actualización semestral de los mismos para mantener los procesos al día.

Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:** La Tabla 01 describe los atributos clave de un servicio, detallando la virtualidad, utilizando la intranet de la empresa como plataforma principal para los videos instructivos, complementado con capacitaciones presenciales para resolver dudas. En cuanto a su aspecto económico, el costo recae en la empresa por el uso de la intranet y la producción de los videos, siendo el acceso completamente gratuito para los trabajadores. La facilidad de uso es un punto clave, ya que la interfaz de la intranet es intuitiva y el acceso a los videos es rápido y sencillo. Los trabajadores son notificados por correo electrónico para acceder a los videos a través de la intranet. Finalmente, el proyecto incluye un servicio de posventa, asegurando la actualización semestral de los videos para mantener la información relevante y actualizada.

## 2.6. Análisis comparativo de atributos, características, mejoras o novedades tecnológicas

**Tabla 02**

*Análisis comparativo de la propuesta de estrategias audiovisuales*

<b>Características</b>	<b>Propuesta estrategias audiovisuales de comunicación interna</b>	<b>Nerd Video Studio</b>
<b>Enfoque principal</b>	Optimización del desempeño y estandarización operativa del personal hotelero.	Edición de video general, incluyendo instructivos para empresas.
<b>Equipo interno</b>	Equipo profesional, dedicado y ágil, potenciando herramientas internas y talento colaborativo.	Equipo profesional con software y hardware de edición avanzados, especialistas en postproducción.

<b>Tiempo de producción</b>	Ciclos de producción eficientes y adaptables al ritmo organizacional.	Eficiencia en tiempos de entrega definidos por proyecto y complejidad
<b>Costo</b>	Salario si se contrata personal. Costo continuo de mantenimiento y actualización.	Costo por proyecto, basado en horas de edición, complejidad, número de revisiones, etc.
<b>Mantenimiento y actualización</b>	Control interno sobre la actualización y modificación del contenido de los videos.	Dependencia de la agencia para futuras ediciones o actualizaciones, generando costos adicionales.

Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:** La Tabla 02 compara dos enfoques para la producción audiovisual: una Propuesta de Estrategias audiovisuales de comunicación interna y los servicios de Nerd Video Studio. Se analizan características como el enfoque principal de cada uno, los equipos y recursos internos que utilizan, el tiempo de producción, los costos asociados y la forma en que se maneja el mantenimiento y la actualización del contenido. La propuesta interna se centra en la mejora del desempeño de los trabajadores de una cadena hotelera con recursos básicos y control directo, mientras que Nerd Video Studio ofrece edición de video profesional para empresas con un equipo especializado y costos por proyecto, implicando una dependencia externa para futuras actualizaciones.

## **2.7. Objetivo general y específicos: propósito del proyecto**

### **2.7.1. Objetivo general**

Conocer si es viable la propuesta de implementación de estrategias audiovisuales de comunicación interna para mejorar el desempeño de los trabajadores en una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024.

### **2.7.2. Objetivos específicos**

Conocer si es viable la propuesta de la elaboración de guías audiovisuales para mejorar el desempeño de los trabajadores en una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024.

Conocer si es viable la propuesta del efecto de los elementos audiovisuales para mejorar el desempeño de los trabajadores en una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024.

Conocer si es viable la propuesta de capacitación y desarrollo para mejorar el desempeño de los trabajadores en una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024.

Conocer si es viable la propuesta de motivación y del ambiente laboral para mejorar el desempeño de los trabajadores en una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024.

Conocer si es viable la propuesta de medición de rendimiento para mejorar el desempeño de los trabajadores en una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024.

## **2.8. Componente del proyecto**

El desarrollo de la propuesta de implementación de estrategias audiovisuales de comunicación interna se estructura en diversos componentes interrelacionados, cada uno con actividades específicas para la creación de la solución integral. Esto incluye el desarrollo de guiones y la producción de videos instructivos, lo cual abarca desde la conceptualización de los contenidos hasta la edición final de los materiales audiovisuales. Además, se contempla el diseño de métricas para evaluar la percepción y el impacto de las estrategias audiovisuales en la comunicación interna, permitiendo una medición objetiva de su efectividad. Fundamentalmente, se realizará un análisis comparativo de indicadores de desempeño de los trabajadores antes y después de la implementación de estas estrategias, para cuantificar la mejora en su rendimiento laboral. Finalmente, se procederá al diseño de un plan de mejora continua, el cual se basará directamente en los resultados obtenidos de la evaluación y el análisis de impacto, asegurando la optimización constante de la propuesta.

## **2.9. Resultados generales: componente del proyecto**

Los resultados generales que se obtienen al llevar a cabo las actividades de todos los componentes del proyecto son diversos y contribuyen directamente a los objetivos

de la tesis. En primer lugar, se obtendrá un plan de estrategias audiovisuales de comunicación interna diseñado y adaptado específicamente a las necesidades y particularidades de la cadena hotelera. Asimismo, se generarán materiales audiovisuales de comunicación interna producidos y listos para su difusión, específicamente los videos instructivos servirán como herramientas de capacitación. La implementación resultará en canales de difusión de comunicación audiovisual interna funcionales, principalmente a través de la intranet de la empresa, asegurando el acceso y la distribución efectiva del contenido. Un resultado clave es una propuesta de mejora del desempeño laboral de los trabajadores sustentada en la implementación efectiva de estas estrategias audiovisuales. Por último, se entregará un informe de evaluación del impacto de las estrategias audiovisuales en la comunicación interna y en el desempeño general de los trabajadores de la cadena hotelera.

### 2.10. Plan de actividades del proyecto

N°	Actividades	2025															
		ABR				MAY				JUN				JUL			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del resumen e introducción.	■															
2	Desarrollo del problema, objetivos e hipótesis de investigación.	■	■														
3	Redacción de la justificación de la investigación			■													
4	Desarrollo de los antecedentes de investigación, marco teórico y glosario de términos.				■												
5	Desarrollo de la metodología.					■											
6	Identificar las herramientas de recolección de datos.						■	■									
7	Descripción del público objetivo (población y muestra).								■								
8	Desarrollar el procesamiento y análisis de las herramientas de recolección.									■	■						
9											■						

	Elaboración del diagnóstico situacional.																			
10	Elaboración del sustento de mercado.																			
11	Redacción de las conclusiones y recomendaciones.																			
12	Sustentación ante un jurado externo.																			

**2.11. Metodología del proyecto: diseños experimentales, sistemas de registros, técnicas a utilizar, factores y variables a estudiar**

**2.11.1. Hipótesis de investigación**

La presente investigación no requiere hipótesis por el diseño empleado.

**2.11.2. Operacionalización de variables**

**Variable 1: Estrategias audiovisuales de comunicación interna**

**Definición conceptual**

Chiavenato (2009) define la comunicación como un elemento vital en el comportamiento organizacional, cumpliendo funciones de control, motivación, expresión de emociones e información dentro de la empresa. Sin embargo, Sayago (2009) define la comunicación interna como las actividades realizadas dentro de una organización para mantener buenas relaciones entre sus miembros, con el objetivo de proveer comunicación, unión y motivación para alcanzar las metas establecidas. Asimismo, Ruiz de Alba Robledo (2013) destaca que la comunicación interna es un factor fundamental para mejorar el compromiso organizacional de los empleados en las empresas hoteleras, ya que influye positivamente en el clima comunicacional y en la conexión con los aspectos humanos de la empresa. Por tanto, los recursos audiovisuales son un conjunto de herramientas que facilitan y aceleran el proceso de aprendizaje dentro de las áreas laborales siendo comunicado de manera interna por diferentes medios accesibles.

### **Definición operacional**

La variable implementación de estrategias audiovisuales de comunicación interna tiene dos dimensiones. La elaboración de guías audiovisuales (ítems 1-3) y el diseño de campañas de motivación (ítems 4-6).

## **Variable 2: Mejorar el desempeño de los trabajadores**

### **Definición conceptual**

Según Chiavenato (2009) el desempeño laboral es el comportamiento del trabajador en la búsqueda de objetivos fijados para alcanzar las metas mediante las estrategias establecidas, y así obtener el desempeño de las habilidades que tiene cada colaborador. Por otro lado, Valderrama (2020) menciona que la motivación del trabajador es un factor fundamental que influye directamente en su desempeño laboral y en el cumplimiento de los objetivos organizacionales, siendo la supervisión y el acompañamiento factores clave para el éxito.

### **Definición operacional**

La variable mejorar el desempeño de los trabajadores tiene tres dimensiones, como Capacitación y desarrollo (ítems 7- 9), Motivación y Ambiente Laboral (ítems 10-12) y Medición de Rendimiento (ítems 13- 15). Para medir esta variable, se realizarán autoevaluaciones a los mismos trabajadores y también se brindarán pruebas de desempeño laboral por parte de los compañeros de cada área.

#### **2.11.3. Enfoque de investigación**

La presente investigación es Cualitativa, dado que busca comprender el significado de nuestro objeto de estudio como es el caso de estrategias audiovisuales de comunicación interna y la mejora del desempeño de los trabajadores. Asimismo, la investigación cualitativa se caracteriza por estudiar la realidad en su contexto natural y cómo sucede, extrayendo e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas involucradas (Creswell & Creswell, 2023).

#### **2.11.4. Tipo de investigación**

La investigación es de tipo aplicada, ya que según Ñaupas et al. (2023) tiene un rol activo, dado que responde a necesidades y problemas detectados en el sector hotelero respecto a la mejora del desempeño de los trabajadores mediante capacitaciones, motivaciones dentro del ambiente laboral y mediciones del rendimiento.

#### **2.11.5. Diseño de investigación**

El diseño de investigación es No experimental de corte transversal, porque no se busca manipular las variables en estudio y los datos son recolectado en un solo período de estudio (Hernández & Mendoza, 2023), específicamente en el año 2024.

#### **2.11.6. Niveles de investigación**

El nivel de estudio es Descriptivo porque se recolectó datos por medio de instrumentos como la guía de entrevista con el fin de describir las variables Implementación de estrategias audiovisuales de comunicación interna y desempeño de los trabajadores con el fin de detallar sus características, rasgos, dimensiones, propiedades y aspectos como menciona Ñaupas et al. (2023).

#### **2.11.7. Población**

Según López (2004), en el ámbito de la investigación, la *población* se define como el conjunto total de personas u objetos sobre los cuales se pretende obtener información en un estudio. Por lo tanto, la población está compuesta por 30 empleados del área de Alojamiento de la empresa Casa Andina Hoteles del sector turismo del distrito de Miraflores, durante el año 2024.

#### **2.11.8. Muestreo y muestra**

La muestra del estudio es de tipo no probabilístico, ya que la selección y el número de participantes se determinarán según los criterios establecidos por el investigador (Ñaupas Paitán et al. ,2023). Asimismo, se empleará el tipo por conveniencia porque el número de participantes seleccionados son por criterio de fácil acceso para el proyecto (Ñaupas Paitán et al., 2023). Por lo tanto, la muestra de estudio está conformada por 15

empleados de dos subáreas Mantenimiento y Housekeeping dentro del área de Alojamiento del sector turístico del distrito de Miraflores, 2024.

### **2.11.9. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

**Técnicas de recolección de datos.** La técnica utilizada para este proyecto fue de entrevista, aplicada hacia 15 empleados del área Housekeeping de una cadena hotelera del distrito de Miraflores.

**Instrumentos de recolección de datos.** El instrumento que se utilizó para la recolección de datos fue por medio de guía de entrevistas.

#### **2.11.10. Validez y confiabilidad**

**Validez del instrumento.** Se aplicó la validez por juicio de expertos, es decir se recurrió a la opinión de un especialista en metodología de la investigación para evaluar el cuestionario con base en criterios como claridad, subjetividad, actualidad, organización, suficiencia, intencionalidad, consistencia, coherencia, metodología y pertinencia, ver Anexo 5. Los resultados del juicio de expertos han sido comparados con los valores y niveles de la validez, ver Tabla 03.

**Tabla 03**  
*Niveles y valores de validez*

<b>Niveles</b>	<b>Valores</b>
Excelente	81-100%
Muy bueno	61-80%
Bueno	41-60%
Regular	21-40%
Deficiente	0-20%

Fuente: Elaboración propia.

Por consiguiente, el instrumento para medir Implementación de estrategias audiovisuales de comunicación interna y mejorar el desempeño de los trabajadores tiene un nivel de validez bueno, dado que el valor obtenido es de 51%, ver Anexo 5.

### III. ESTIMACIÓN DEL COSTO DEL PROYECTO

#### 3.1. Estimación de los costos necesarios para la implementación

Tabla 04

*Estimación de costos necesarios para el desarrollo de la investigación*

Categoría General de Gasto	Descripción	Cantidad/ Meses	Costo Unitario (S/)	Monto Estimado (S/)
<b>Bienes</b>	- Trípode para celular	1	S/ 80.00	S/ 80.00
	- Micrófono Lavalier para celular	1	S/ 150.00	S/ 150.00
	- Kit de iluminación básico (aro de luz LED)	1	S/ 100.00	S/ 100.00
	- Memoria externa/Disco duro (para almacenar grabaciones)	1	S/ 250.00	S/ 250.00
<b>Servicios Iniciales</b>	- Adquisición/Mejora de Servicio de Internet (para acceso a plataforma)	6 meses	S/ 350.00	S/ 2,100.00
	<b>Implementación de Plataforma de Video Interna/Intranet:</b>			
	- Configuración inicial y personalización de la plataforma	1 (proyecto)	S/ 1,500.00	S/ 1,500.00
	- Creación de estructura, permisos y bibliotecas de videos	1 (proyecto)	S/ 800.00	S/ 800.00
	- Licenciamiento de Plataforma (para 30 usuarios, 6 meses)	6 meses	S/ 30.00 (por usuario/mes)	S/ 5,400.00
	<b>Diseñador Gráfico/Editor de Video Freelance:</b>			
	- Diseño de plantillas y gráficos para videos	1 (proyecto)	S/ 800.00	S/ 800.00
	- Edición de videos instructivos (5 videos iniciales)	5 (videos)	S/ 250.00	S/ 1,250.00
<b>Servicios Futuros (6 meses)</b>	<b>Mantenimiento Técnico y Soporte de Plataforma</b>	6 meses	S/ 200.00	S/ 1,200.00

<b>Actualización de Videos (Diseñador/Editor Freelance):</b>				
	- Edición de actualización de 2 videos existentes	2 (videos)	S/ 200.00	S/ 400.00
<hr/>				
<b>Costos Administrativos</b>	- Comunicación interna y difusión (materiales impresos, emails)	3 meses	S/ 50.00	S/ 150.00
<hr/>				
<b>RESUMEN</b>				
	Bienes			S/ 580.00
	Servicios iniciales			S/ 11,850.00
	Servicios futuros			S/ 1,600.00
	Costos administrativos			S/ 150.00
<b>TOTAL</b>				<b>S/ 14,180.00</b>

Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:** Se observa en la Tabla 04 que el costo total estimado para la implementación integral de las estrategias audiovisuales de comunicación interna, asumiendo la necesidad de adquirir un servicio de internet y de implementar una plataforma de video interna/intranet desde cero para 30 usuarios, con una proyección de mantenimiento durante los primeros seis meses, asciende a S/ 14,180.00. Este monto considera la adquisición de equipos básicos de grabación, una inversión fundamental en el servicio de internet necesario para el streaming, la configuración inicial y el licenciamiento recurrente de una plataforma de video interna/intranet para los 30 usuarios, la contratación de un diseñador gráfico/editor de video freelance para la producción inicial y futuras actualizaciones de videos, y los costos administrativos asociados a la difusión interna. Este presupuesto representa una solución completa que abarca la infraestructura de conectividad, la plataforma tecnológica para alojar los videos y la producción de contenido audiovisual.

#### IV. RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN

##### 4.1. Análisis de resultados descriptivos

###### Información demográfica

En inicio, se parte de un análisis descriptivo, a partir de la información sociodemográfica recolectada gracias a la aplicación del instrumento XYZ. Para ello, se utilizará la distribución de frecuencias (f). Por tanto, se precisa la variable sexo y rango de edades.

**Tabla 05**

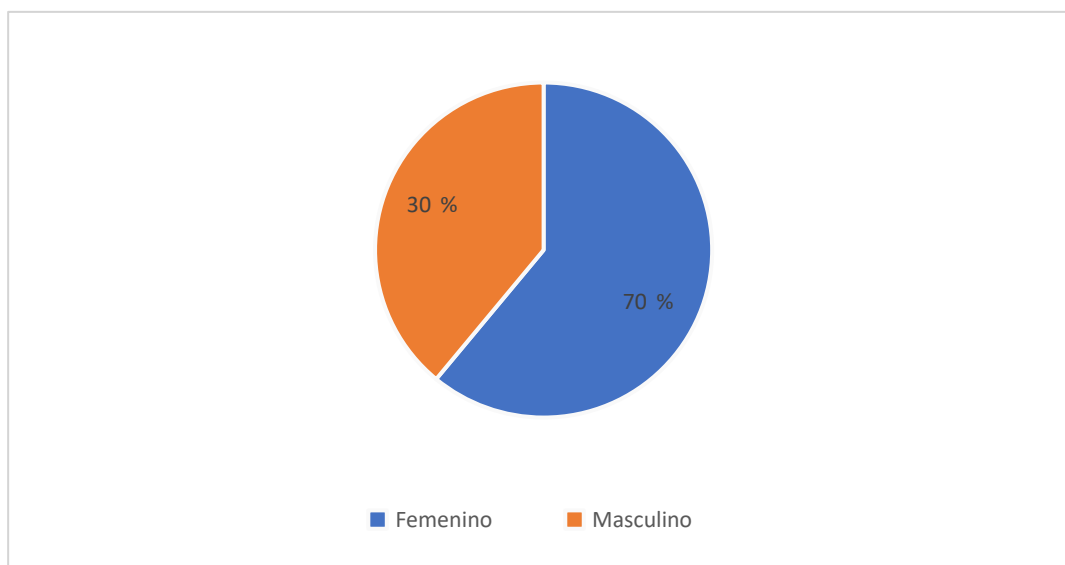
*Características según el sexo de los trabajadores*

Sexo	f	%
Femenino	9	70%
Masculino	6	30%
Total	n=15	100%

Fuente: Elaboración propia.

**Figura 01**

*Distribución según el sexo*



Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:** Se observa en la tabla 05 y en la figura 01 que el 30% de participantes corresponde al sexo masculino; mientras el 70% constituye el sexo femenino. Por tanto, la mayoría de los participantes de la muestra de estudio son mujeres.

**Tabla 06**

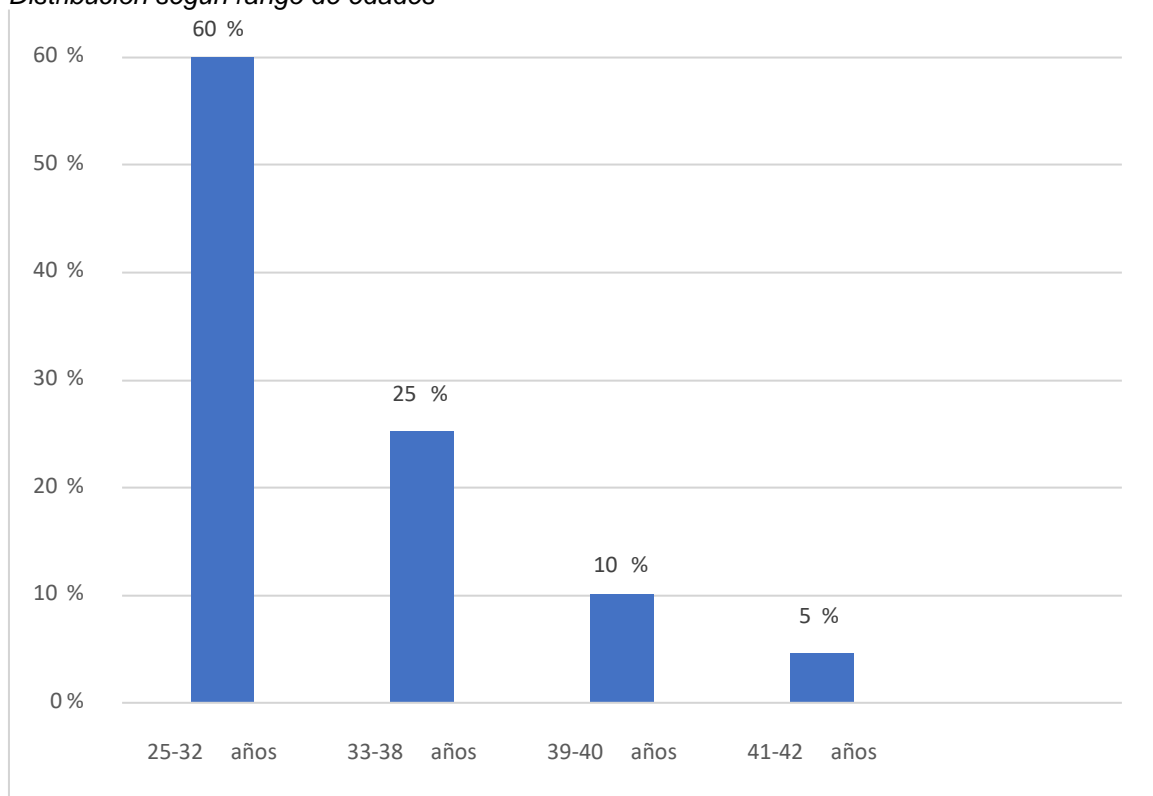
*Características según el rango de edades*

<b>Edades</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
25-32	8	60%
33-38	4	25%
39-40	2	10%
41-42	1	5%
<b>Total</b>	<b>n=15</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia.

**Figura 02**

*Distribución según rango de edades*



Fuente: Elaboración propia

**Interpretación:** En la Tabla 06 y en la Figura 02, se aprecia que, según el rango de edades, la mayoría de los empleados de dos subáreas Mantenimiento y Housekeeping, dentro del área de Alojamiento de la empresa Casa Andina Premium Miraflores, tienen entre 25 a 32 años; mientras la minoría, tiene entre 41 a 42 años.

**Análisis de datos de cualitativos**

**Pregunta 1:** ¿Qué necesitas considerar para hacer accesibles las guías audiovisuales? ¿Por qué?

**Tabla 07**

*Consideraciones para guías audiovisuales (Indicador 1)*

<b>Códigos a posteriori</b>	<b>Citas de entrevista</b>
Consideración	Porque la inclusión es clave. [E1-1] Ya que así es más fácil para todos comprender las instrucciones. [E2- 1] Porque en el hotel trabajamos con personas de diferentes nacionalidades. [E3-1] Fáciles de seguir para captar la atención de todos. [E4-1] Hay que considerar incluir audio descriptivo [E7-1] Porque facilitan la comprensión de las tareas. [E10-1]
Necesidades del equipo	Para que las personas con problemas auditivos puedan entenderlas [E1-1] Las guías audiovisuales deben estar accesibles en dispositivos móviles, ya que los usamos constantemente en el trabajo [E6-1] Porque a veces entender solo con teoría no es suficiente. [E5-1]
Entendimiento de procedimiento	Considero importante usar un lenguaje claro y directo, ya que así es más fácil para todos comprender las instrucciones. [E2- 1] Pienso que es esencial que las guías sean breves pero completas [E8-1] Porque facilitan la comprensión de las tareas [E10-1] Porque es más fácil buscar información cuando la necesitamos. [E11-1] Creo que deben permitir la interacción [E15-1]
Elementos audiovisuales	Considero importante usar un lenguaje claro y directo [E2- 1] Las guías deben estar disponibles en varios idiomas[E3-1] Es necesario que las guías sean visualmente atractivas [E4-1] Deben incluir ejemplos prácticos [E5-1] Incluir audio descriptivo [E7-1] Sería ideal que las guías incluyan gráficos y diagramas [E10-1] Las guías audiovisuales deben ser probadas antes de implementarlas [E13-1]
Comunicación en el equipo	porque así nadie queda excluido. [E7-1] para evitar confusiones durante la ejecución de las tareas. [E12-1]
Accesibilidad	Las guías audiovisuales deben estar accesibles en dispositivos móviles [E6-1] Pienso que es esencial que las guías sean breves pero completas, porque no siempre tenemos mucho tiempo para revisarlas. [E8-1] Para estar alineadas con los nuevos procedimientos o estándares del hotel. [E9-1] Considero que deben estar organizadas por temas específicos [E11-1] Deben tener una estructura paso a paso [E12-1] Es importante que estén disponibles en un formato descargable [E14-1] Porque a veces surgen dudas específicas. [E15-1]
Desafíos	ya que los usamos constantemente en el trabajo. [E6-1] porque no siempre tenemos mucho tiempo para revisarlas. [E8-1]
Tiempo establecido	Las guías deben actualizarse con frecuencia [E9-1]
Frecuencia de las capacitaciones	Para poder consultarlas sin conexión a internet. [E14-1]

Calidad del servicio	para asegurarnos de que realmente sean útiles. [E13-1] Las guías deben actualizarse con frecuencia para estar alineadas con los nuevos procedimientos o estándares del hotel. [E9-1]
----------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Elaboración propia.

**Pregunta 2:** ¿Cuáles son los objetivos para la producción de guías en un tiempo específico?

**Tabla 08**

*Objetivos de producción en tiempo específico (Indicador 2)*

<b>Códigos a posteriori</b>	<b>Citas de entrevista</b>
Tiempo establecido	El objetivo principal es completar las guías dentro del tiempo establecido [E1-2] Planeamos cumplir con los tiempos acordados para evitar afectar el flujo de trabajo [E10-2] y listas en el tiempo dado, [E11-2] El objetivo es cumplir con el cronograma de producción[E13-2] en el tiempo estipulado [E14-2] y estén terminadas dentro del plazo para evitar interrupciones en el trabajo. [E15-2] respetando el plazo asignado para evitar atrasos en nuestras operaciones. [E3-2] Nos enfocamos en crear guías que cubran todos los detalles necesarios sin exceder el tiempo previsto[E6-2] Nuestro objetivo es maximizar el impacto de las guías en el menor tiempo posible[E8-2]
Implementar procedimientos	para que podamos implementar los nuevos procedimientos sin retrasos. [E1-2] Planeamos cumplir con los tiempos acordados para evitar afectar el flujo de trabajo y garantizar la actualización continua de los procesos. [E10-2] Buscamos que las guías sean precisas [E11-2] para que las guías estén disponibles cuando el equipo las necesite. [E13-2] y que podamos implementar de inmediato una vez finalizadas. [E9-2]
Entendimiento de procedimientos	y garantizar la actualización continua de los procesos. [E10-2] Buscamos asegurar que las guías sean claras y funcionales [E2- 2] priorizando calidad sobre cantidad dentro del tiempo que se nos ha dado. [E4-2] y fáciles de usar dentro del tiempo estipulado[E7-2]
Calidad del servicio	para facilitar su revisión antes de implementarlas. [E11-2] Trabajamos para producir guías claras y detalladas[E14-2] Queremos producir guías que sean útiles y aplicables al día a día [E3-2]
Mejora de habilidades	para evitar inconvenientes en el entrenamiento y desempeño del equipo. [E12-2] para garantizar una transición eficiente hacia las nuevas prácticas. [E5-2] para optimizar el entrenamiento del personal. [E7-2]
Desafíos	Pretendemos que las guías estén listas a tiempo [E12-2] incluso con un cronograma ajustado. [E2- 2]
Accesibilidad	asegurando que sean útiles desde el primer día. [E14-2] Queremos asegurarnos de que las guías sean funcionales [E15-2] Es importante que las guías estén listas en el plazo indicado [E5-2] Nos enfocamos en crear guías que cubran todos los detalles necesarios sin exceder el tiempo previsto, para mantener la productividad. [E6-2]

	Queremos entregar guías bien organizadas[E7-2]
Consideración	para que el equipo las entienda fácilmente [E2- 2]
Elementos audiovisuales	Nuestro objetivo es que las guías sean concisas y efectivas[E4-2]
Tareas diarias	para mantener la productividad. [E6-2]
Metas	La meta es producir guías que sean prácticas [E9-2]
Objetivos de la empresa	Buscamos asegurar que las guías sean claras y funcionales para que el equipo las entienda fácilmente, incluso con un cronograma ajustado. [E2- 2] Queremos producir guías que sean útiles y aplicables al día a día, respetando el plazo asignado para evitar atrasos en nuestras operaciones. [E3-2] Nuestro objetivo es que las guías sean concisas y efectivas, priorizando calidad sobre cantidad dentro del tiempo que se nos ha dado. [E4-2] Es importante que las guías estén listas en el plazo indicado para garantizar una transición eficiente hacia las nuevas prácticas. [E5-2] asegurando que cada punto importante esté cubierto. [E8-2]

Fuente: Elaboración propia.

**Pregunta 3:** ¿Qué acciones has tomado para analizar o medir el nivel de comprensión de los trabajadores?

**Tabla 09**

*Medir el nivel de comprensión (indicador 3)*

<b>Códigos a posteriori</b>	<b>Citas de entrevista</b>
Entendimiento de procedimiento	para confirmar si entendieron los procedimientos. [E1-3] para conocer si los trabajadores consideran que las guías son comprensibles. [E10-3] Comparo el desempeño antes y después de implementar las guías[E12-3] en sus propias palabras para confirmar si realmente entendieron. [E13-3] para medir si están aplicando correctamente lo aprendido. [E14-3] ya que estos pueden indicar problemas de comprensión en las guías. [E15-3] y así evaluó si comprenden las tareas. [E2- 3] Uso cuestionarios breves después de presentar las guías para medir qué tan claras son las instrucciones. [E3-3] Facilito sesiones de retroalimentación[E5-3] Reviso los tiempos de ejecución de las tareas [E7-3]
Preguntas directas	He realizado preguntas directas a mis compañeros[E1-3] He organizado sesiones de preguntas y respuestas [E11-3] He utilizado reuniones informales para preguntar cómo se sienten con las guías [E8-3]
Capacitaciones	después de las capacitaciones[E1-3] Uso evaluaciones prácticas [E14-3] o errores en el trabajo [E15-3] Facilito sesiones de retroalimentación donde los compañeros pueden expresar dudas y sugerencias sobre las guías. [E5-3] He implementado pruebas piloto con un pequeño grupo para evaluar si los procedimientos son claros antes de extenderlos al resto del equipo. [E6-3]

Implementar procedimientos	Realicé encuestas anónimas[E10-3] para medir si realmente han mejorado su comprensión. [E12-3] Organizo simulaciones prácticas donde los trabajadores aplican lo aprendido [E2- 3] para medir qué tan claras son las instrucciones. [E3-3] donde los compañeros pueden expresar dudas y sugerencias sobre las guías. [E5-3] antes de extenderlos al resto del equipo. [E6-3]
Comunicación en el equipo	después de entregar las guías para aclarar cualquier duda. [E11-3] He pedido a los compañeros que expliquen las instrucciones [E13-3] para evaluar si los procedimientos[E6-3] y observo si aplican correctamente las instrucciones de las guías. [E9-3]
Necesidades del equipo	al final de cada capacitación[E14-3] identificando errores que podrían reflejar falta de comprensión. [E4-3] si son muy largos o hay errores, analizo qué parte del proceso no quedó clara. [E7-3] y si consideran que son fáciles de seguir. [E8-3]
Desafíos	Analizo los reportes de incidentes [E15-3] He observado cómo ejecutan las tareas asignadas, identificando errores que podrían reflejar falta de comprensión. [E4-3]

Fuente: Elaboración propia.

**Pregunta 4:** ¿De qué manera crees que los elementos audiovisuales impactarían en la motivación y unión de tu equipo? ¿Por qué?

**Tabla 10**

*Impacto de los elementos audiovisuales (indicador 4)*

<b>Códigos a posteriori</b>	<b>Citas de entrevista</b>
Impacto positivo	Creo que los elementos audiovisuales impactarían positivamente porque facilitan la comprensión [E1-4] lo que impacta en la cohesión del equipo. [E10-4] Los elementos audiovisuales nos motivan [E11-4] fortaleciendo la conexión entre nosotros [E12-4] Motivan al equipo porque muestran soluciones prácticas y ejemplos reales [E13-4] generan emociones positivas que refuerzan la energía y actitud del equipo. [E14-4] muestran cómo cada rol en el equipo contribuye al éxito general[E15-4] fomentan la unión al permitir que todos recibamos la misma información de manera clara [E2- 4] Ayudan a motivar porque son más atractivos y entretenidos que los métodos tradicionales [E3-4] Los elementos audiovisuales pueden inspirarnos [E5-4] Al ser dinámicos y visuales, ayudan a que todos aprendamos más rápido[E7-4] Crean un sentido de pertenencia al reflejar el trabajo en equipo [E8-4] promueven la unión porque generan conversaciones[E9-4]

Elementos audiovisuales	<p>Creo que los elementos audiovisuales [E1-4]                  Al incluir música y efectos visuales[E14-4]                  Los audiovisuales fomentan la unión al permitir que todos recibamos la misma información de manera clara y simultánea, evitando malentendidos. [E2- 4]                  Los elementos audiovisuales pueden inspirarnos[E5-4]                  Al ser dinámicos y visuales[E7-4]                  y nos permiten discutir cómo mejorar en grupo basándonos en lo que hemos visto. [E9-4]</p>
Capacitaciones	<p>y hacen más dinámicas las capacitaciones[E1-4]</p>
Motivación del equipo	<p>lo que motiva al equipo. [E1-4]                  Los elementos audiovisuales nos motivan[E11-4]                  Nos hacen sentir valorados cuando incluyen historias o testimonios de miembros del equipo[E12-4]                  Motivan al equipo porque muestran soluciones prácticas y ejemplos reales[E13-4]                  Ayudan a motivar porque son más atractivos y entretenidos que los métodos tradicionales[E3-4]                  ya que pueden incluir mensajes motivadores[E5-4]                  Incrementan la motivación[E6-4]</p>
Comunicación en el equipo	<p>Son útiles para reforzar valores compartidos[E10-4]                  fortaleciendo la conexión entre nosotros. [E12-4]                  Promueven la unión[E15-4]                  Considero que nos unirían más como equipo[E4-4]                  Los audiovisuales promueven la unión porque generan conversaciones[E9-4]</p>
Objetivos de la empresa	<p>al ser más claros en mostrar nuestras metas y logros[E11-4]                  reforzando el sentido de propósito. [E6-4]</p>
Interés del equipo	<p>lo que nos da un sentido de dirección. [E11-4]                  generan emociones positivas que refuerzan la energía y actitud del equipo. [E14-4]                  evitando malentendidos. [E2- 4]                  lo que hace que el equipo se sienta más interesado. [E3-4]                  porque nos permiten compartir una experiencia de aprendizaje conjunta y más interactiva. [E4-4]</p>
Implementar procedimientos	<p>lo que hace que las tareas parezcan más alcanzables. [E13-4]                  que refuerzan la energía y actitud del equipo. [E14-4]                  Incrementan la motivación al mostrar claramente cómo nuestras tareas impactan en la experiencia de los huéspedes, reforzando el sentido de propósito. [E6-4]</p>
Consideración	<p>porque muestran cómo cada rol en el equipo contribuye al éxito general[E15-4]                  ayudan a que todos aprendamos más rápido[E7-4]                  Crean un sentido de pertenencia al reflejar el trabajo en equipo [E8-4]</p>
Mejora de habilidades	<p>Ayudan a motivar porque son más atractivos y entretenidos que los métodos tradicionales, lo que hace que el equipo se sienta más interesado. [E3-4]                  y ejemplos visuales de cómo trabajar mejor. [E5-4]</p>
Reconocimiento para los trabajadores	<p>y destacar logros colectivos en presentaciones o videos internos. [E8-4]</p>
Entendimiento de procedimientos	<p>lo que impacta en la cohesión del equipo. [E10-4]                  al permitir que todos recibamos la misma información de manera clara y simultánea [E2- 4]</p>

Necesidades del equipo lo que reduce frustraciones[E7-4]

Fuente: Elaboración propia.

**Pregunta 5:** ¿Cómo describirías el interés de tu equipo en los contenidos audiovisuales? ¿Por qué?

**Tabla 11**

*Interés del equipo por los contenidos audiovisuales (indicador 5)*

<b>Códigos a posteriori</b>	<b>Citas de entrevista</b>
Interés del equipo	<p>Mi equipo muestra mucho interés en los contenidos audiovisuales porque son más dinámicos y fáciles de entender que los textos escritos. [E1-5]</p> <p>Mi equipo está muy interesado[E10-5]</p> <p>El interés del equipo es alto[E11-5]</p> <p>Notamos mucho interés[E12-5]</p> <p>Veo que hay un gran interés porque los audiovisuales fomentan la participación[E14-5]</p> <p>El interés es evidente[E15-5]</p> <p>El interés del equipo es alto [E2- 5]</p> <p>He notado que el interés varía[E4-5]</p> <p>y responden mejor a las dudas que suelen surgir. [E5-5]</p> <p>Percibo un buen nivel de interés[E6-5]</p> <p>El equipo muestra entusiasmo por los contenidos audiovisuales [E8-5]</p>
Elementos audiovisuales	<p>los contenidos audiovisuales[E1-5]</p> <p>porque los audiovisuales suelen incluir música y efectos[E10-5]</p> <p>especialmente cuando los audiovisuales[E12-5]</p> <p>El equipo aprecia mucho los contenidos audiovisuales[E13-5]</p> <p>ya que los contenidos audiovisuales permiten aprender de manera más divertida [E15-5]</p> <p>ya que los videos llaman más la atención [E2- 5]</p> <p>bastante motivado con los contenidos audiovisuales porque permiten aprender[E3-5]</p> <p>pero en general los contenidos audiovisuales generan curiosidad, especialmente cuando incluyen gráficos y animaciones. [E4-5]</p> <p>entusiasmo por los contenidos audiovisuales, ya que los encuentran más modernos [E8-5]</p> <p>los audiovisuales se perciben como herramientas útiles[E9-5]</p>
Entendimiento de procedimientos	<p>porque son más dinámicos y fáciles de entender que los textos escritos. [E1-5]</p> <p>y hacen que el aprendizaje sea más entretenido. [E2- 5]</p> <p>porque permiten aprender visualizando ejemplos prácticos. [E3-5]</p> <p>porque captan la atención[E7-5]</p> <p>ya que los encuentran más modernos y acordes con los tiempos actuales. [E8-5]</p>
Mejora de habilidades	<p>que hacen más agradable el proceso de aprendizaje. [E10-5]</p> <p>para mejorar la calidad de nuestro trabajo. [E9-5]</p>
Consideración	<p>haciendo que todos se involucren más en las discusiones. [E14-5]</p>
Accesibilidad	<p>porque los audiovisuales presentan información compleja de manera más clara y visual. [E11-5]</p> <p>permiten aprender de manera más divertida[E15-5]</p>

Tiempo establecido	porque permiten entender instrucciones en menos tiempo[E13-5]
Capacitaciones	ya que los contenidos audiovisuales reducen la monotonía de las capacitaciones tradicionales. [E6-5]
Motivación del equipo	Creo que el equipo está bastante motivado con los contenidos audiovisuales [E3-5]
Tareas diarias	están personalizados con ejemplos del día a día de nuestro trabajo. [E12-5]

Fuente: Elaboración propia.

**Pregunta 6:** ¿Crees que sería visible el incremento en el uso de los recursos presentados por parte de tu equipo? ¿Por qué?

**Tabla 12**

*Incremento del uso de los recursos presentados (indicador 6)*

<b>Códigos a posteriori</b>	<b>Citas de entrevista</b>
Elementos audiovisuales	Sí, creo que sería visible porque los recursos audiovisuales[E1-6] Pienso que sí, ya que los recursos audiovisuales son más flexibles[E14-6] Claro que sí, porque estos recursos[E15-6] porque los recursos audiovisuales son prácticos y resuelven dudas rápidamente [E2- 6] Sí, el uso crecería porque el equipo suele preferir recursos visuales y auditivos que simplifican el aprendizaje de tareas nuevas. [E4-6]
Entendimiento de procedimientos	son más fáciles de usar y recordar [E1-6] ya que son claros y ayudan a recordar procedimientos de manera sencilla. [E11-6] y ofrecen explicaciones visuales que son fáciles de entender. [E12-6] hasta que el equipo se sienta seguro con las instrucciones. [E13-6] Estoy seguro de que el incremento sería notable [E3-6] Sí, el uso crecería [E4-6] Es muy probable que aumente, ya que los audiovisuales permiten resolver dudas de manera más clara y eficiente. [E6-6]
Motivación del equipo	lo que anima al equipo a consultarlos con frecuencia. [E1-6] motivando al equipo a consultarlos más seguido. [E10-6]
Mejora de habilidades	Sí, porque los audiovisuales hacen que el aprendizaje sea más entretenido y efectivo, [E10-6] Estoy convencido de que el equipo los utilizaría más [E11-6] lo que facilita que los compañeros los utilicen como referencia diaria. [E5-6] Es muy probable que aumente [E6-6]
Capacitaciones	Sí, porque los audiovisuales pueden ser revisados individualmente [E12-6] no solo son útiles en las capacitaciones [E15-6]

Implementar procedimientos	porque los audiovisuales pueden ser reproducidos varias veces [E13-6] sino también como apoyo continuo en el día a día. [E15-6] ya que estos recursos son más dinámicos y accesibles que los manuales tradicionales. [E3-6] porque el equipo suele preferir recursos visuales y auditivos que simplifican el aprendizaje de tareas nuevas. [E4-6] ya que los audiovisuales permiten resolver dudas de manera más clara y eficiente. [E6-6] y son más fáciles de aplicar en el trabajo. [E7-6] ayudan a reforzar el conocimiento de manera rápida. [E8-6]
Consideración	y pueden ser adaptados a diferentes estilos de aprendizaje. [E14-6]
Calidad de servicios	Definitivamente, el uso aumentaría [E2- 6]
Desafíos	incluso durante el trabajo. [E2- 6]
Éxito del hotel	Sí, el incremento sería visible porque estos recursos suelen captar mejor la atención del equipo y son más fáciles de aplicar en el trabajo. [E7-6]
Comunicación en el equipo	y ofrecen soluciones prácticas a las necesidades del equipo. [E9-6]
Accesibilidad	Creo que sí, porque los audiovisuales son más atractivos y directos [E5-6] Creo que sí, ya que los audiovisuales pueden ser revisados en cualquier momento [E8-6] Sin duda, el uso de estos recursos crecería porque son interactivos [E9-6]
Intereses del equipo	Sí, el incremento sería visible porque estos recursos suelen captar mejor la atención del equipo [E7-6]

Fuente: Elaboración propia.

**Pregunta 7:** ¿Con qué frecuencia se ofrecen capacitaciones y qué aspectos determinan esa frecuencia?

**Tabla 13**

*Frecuencia de capacitaciones (indicador 7)*

<b>Códigos a posteriori</b>	<b>Citas de entrevista</b>
Capacitaciones	En mi experiencia, las capacitaciones se ofrecen cada dos meses[E1-7] Las capacitaciones son bimestrales[E13-7] Generalmente, tenemos capacitaciones una vez al mes [E2- 7] Las capacitaciones suelen ser trimestrales [E3-7] En mi equipo, las capacitaciones se programan cada tres meses [E4-7] Las ofrecemos aproximadamente cada dos meses [E5-7] Las capacitaciones se realizan mensualmente, y esto depende de la complejidad de las tareas [E6-7] Normalmente se ofrecen dos veces al año, aunque en temporada alta, se dan sesiones rápidas [E7-7]
Frecuencia de capacitaciones	la frecuencia depende de la temporada alta o baja en el hotel. [E1-7] y su frecuencia depende de la llegada de nuevos compañeros y de las actualizaciones en los procedimientos. [E10-7] se programan sesiones adicionales. [E11-7] aunque la frecuencia aumenta si hay inspecciones o auditorías programadas. [E12-7]

	<p>y su frecuencia está influenciada por los niveles de satisfacción del cliente [E13-7]                  pero pueden ser más frecuentes si hay nuevos equipos que aprender a usar [E14-7]                  y la frecuencia depende de los resultados de las evaluaciones internas [E15-7]                  su frecuencia está determinada por cambios [E2- 7]                  aunque si hay nuevos estándares o auditorías cercanas, pueden hacerse más frecuentes. [E3-7]                  dependiendo de las necesidades detectadas en las evaluaciones de desempeño. [E4-7]                  su frecuencia aumenta si hay muchas rotaciones de personal o actualizaciones importantes. [E5-7]                  esto depende de la complejidad de las tareas y de los comentarios recibidos de los supervisores. [E6-7]                  se dan sesiones rápidas para reforzar puntos críticos. [E7-7]                  la frecuencia varía según los cambios en los estándares del hotel o necesidades operativas. [E9-7]</p>
Tiempo establecido	<p>En nuestro caso, son mensuales [E10-7]                  Normalmente se realizan cada tres meses [E12-7]                  Las capacitaciones son bimestrales [E13-7]                  Se hacen cada cuatro meses [E14-7]                  En general, se ofrecen cada dos meses [E15-7]                  Las capacitaciones suelen ser trimestrales [E3-7]                  Las ofrecemos aproximadamente cada dos meses [E5-7]                  Las capacitaciones son trimestrales [E9-7]</p>
Entendimiento de procedimientos	<p>y de las actualizaciones en los procedimientos. [E10-7]</p>
Implementar procedimientos	<p>pero si hay que mejorar algún aspecto en específico [E11-7]                  cambios en los procedimientos. [E14-7]                  Si es que hay que implementar nuevas políticas. [E8-7]</p>
Necesidades del equipo	<p>y de las necesidades del equipo. [E15-7]                  dependiendo de las necesidades detectadas en las evaluaciones de desempeño. [E4-7]                  aunque en temporada alta, se dan sesiones rápidas para reforzar puntos críticos. [E7-7]                  y se ajusta si detectamos errores frecuentes en las tareas [E8-7]</p>
Éxito del hotel	<p>y su frecuencia está determinada por cambios en los procedimientos o introducción de nuevas herramientas. [E2- 7]</p>
Tareas diarias	<p>y esto depende de la complejidad de las tareas [E6-7]</p>
Mejora de habilidades	<p>dependiendo de las necesidades detectadas en las evaluaciones de desempeño. [E4-7]</p>
Desafíos	<p>se programan sesiones adicionales. [E11-7]                  en los estándares del hotel o necesidades operativas. [E9-7]</p>
Calidad de servicios	<p>y los indicadores de calidad. [E13-7]</p>

Fuente: Elaboración propia.

**Pregunta 8:** ¿Cómo se incentiva la participación de los empleados en las capacitaciones? ¿Por qué? ¿Tendrá algún ejemplo en específico?

**Tabla 14**

<b>Códigos a posteriori</b>	<b>Citas de entrevista</b>
Motivación del equipo	<p>porque el reconocimiento motiva a los demás a involucrarse más [E1-8]                      El equipo se siente más motivado cuando se incluyen temas que nos afectan directamente en nuestro trabajo [E10-8]                      como bonos o premios al final de la capacitación para motivarnos. [E2-8]                      En una capacitación reciente, compartimos cómo manejamos situaciones difíciles con los huéspedes, lo que fue muy motivador. [E4-8]                      En la última capacitación, recibimos un descanso extra para recargar energías [E5-8]                      se nos motiva a compartir ideas y experiencias. [E6-8]                      Por ejemplo, en la última capacitación, trabajamos en grupos para mejorar la organización de nuestras áreas de trabajo, lo que fue muy útil. [E7-8]                      Se nos anima con un sistema de puntos [E8-8]</p>
Reconocimiento para los trabajadores	<p>Se incentiva la participación reconociendo públicamente a aquellos que se destacan [E1-8]                      Por ejemplo, algunos compañeros recibieron promoción tras completar un curso específico de atención al cliente. [E11-8]                      donde quien completaba más tareas correctamente, ganaba un premio. [E12-8]                      como descuentos en servicios del hotel después de completar una capacitación. [E13-8]                      A veces, se ofrecen pequeños incentivos [E2-8]                      En una capacitación, todos recibimos puntos por hacer preguntas y aportar ideas. [E8-8]                      como ocurrió cuando algunos compañeros recibieron una mención especial [E9-8]</p>
Entendimiento de procedimientos	<p>Un ejemplo específico es cuando en una capacitación reciente, se reconoció a quien mejor aplicó los nuevos procedimientos en el trabajo. [E1-8]</p>
Capacitaciones	<p>En una capacitación pasada [E10-8]                      cuando se hacen capacitaciones divertidas y prácticas. [E12-8]                      Se motiva a participar ofreciendo beneficios adicionales como descuentos en servicios del hotel después de completar una capacitación. [E13-8]                      En la última capacitación [E14-8]                      En la capacitación anterior, se creó un espacio para que todos compartieran sus ideas [E15-8]                      En una capacitación pasada, hicimos un concurso sobre el uso adecuado de los productos de limpieza. [E3-8]                      En una capacitación, se nos pidió crear un video sobre cómo hacer más eficientes las tareas diarias [E6-8]                      en la última capacitación, trabajamos en grupos para mejorar la organización de nuestras áreas de trabajo, lo que fue muy útil. [E7-8]</p>
Interés del equipo	<p>La participación se incrementa [E12-8]                      lo que hace que la capacitación sea más entretenida. [E14-8]                      lo que hace que estemos más comprometidos. [E4-8]</p>
Mejora de habilidades	<p>tuvimos una competencia para ver quién podía hacer una limpieza más eficiente en el menor tiempo posible. [E14-8]                      recibimos un descanso extra para recargar energías, lo que nos hizo más receptivos. [E5-8]</p>

Cultura de la empresa	Por ejemplo, en la última capacitación, hubo un sorteo de premios entre los participantes. [E2- 8] Se incentiva al ofrecer descansos más largos o tiempos flexibles después de una capacitación [E5-8] Se promueve la participación mediante la implementación de actividades interactivas y prácticas. [E7-8]
Comunicación en el equipo	se trataron los procedimientos para manejar quejas de los huéspedes, un tema que todos consideramos relevante. [E10-8] donde todos puedan expresar sus opiniones [E15-8] Se fomenta la participación a través de dinámicas grupales, [E3-8] En las capacitaciones, se nos permite compartir nuestras experiencias [E4-8]
Implementar procedimientos	A través de la participación en las actividades [E6-8]
Programas de reconocimientos	Se fomenta la participación al vincular las capacitaciones con oportunidades de crecimiento dentro del hotel [E11-8] En una capacitación reciente, organizamos una especie de "bingo" de tareas [E12-8] Se motiva a participar ofreciendo beneficios adicionales [E13-8] Se incentiva la participación mediante competencias entre grupos [E14-8] donde ganamos puntos por participar, y estos pueden canjearse por premios al final del año [E8-8] La participación se fomenta reconociendo a aquellos que aplican lo aprendido [E9-8]
Tareas diarias	se nos pidió crear un video sobre cómo hacer más eficientes las tareas diarias [E6-8]
Desafíos	se creó un espacio para que todos compartieran sus ideas sobre cómo mejorar la atención al huésped. [E15-8] En una capacitación pasada, hicimos un concurso sobre el uso adecuado de los productos de limpieza. [E3-8]
Tiempo establecido	en el menor tiempo posible. [E14-8]
Consideración	lo que nos hace más dispuestos a participar [E5-8] trabajamos en grupos para mejorar la organización de nuestras áreas de trabajo [E7-8]
Éxito del hotel	ya que la competencia sana nos impulsa a dar lo mejor de nosotros. [E3-8] por mejorar su eficiencia tras una capacitación reciente. [E9-8]
Accesibilidad	La participación se fomenta mediante la creación de un ambiente relajado [E15-8]

Fuente: Elaboración propia.

**Pregunta 9:** ¿Los trabajadores se sienten más conectados con la empresa y sus objetivos después de participar en la campaña? ¿Por qué?

**Tabla 15**

*Conexión y objetivos después de la campaña (indicador 9)*

<b>Códigos a posteriori</b>	<b>Citas de entrevista</b>
Objetivos de la empresa	siento que entendemos mejor los objetivos de la empresa [E1-9] y cómo contribuye a la misión y los objetivos del hotel. [E10-9] Creo que sí, la campaña nos hizo más conscientes de cómo nuestro trabajo encaja en el panorama general del hotel [E11-9]

	<p>trabajando hacia los mismos objetivos [E12-9]                  Sí, porque la campaña nos permitió conocer mejor los valores de la empresa [E13-9]                  porque se hizo un esfuerzo por explicarnos cómo nuestro trabajo contribuye al éxito del hotel [E14-9]                  Sí, la campaña nos permitió entender cómo nuestras tareas contribuyen a la satisfacción del huésped [E15-9]                  lo que fortalece nuestra conexión con los objetivos de la empresa. [E2-9]                  Sí, porque la campaña nos permitió ver cómo nuestro trabajo diario se alinea con la visión del hotel [E5-9]                  al mostrarnos que los objetivos de la empresa también son nuestros [E6-9]                  y motivados a alcanzar los objetivos de la empresa. [E7-9]                  porque se nos mostró cómo nuestro trabajo afecta directamente los resultados. [E8-9]                  ya que se nos dio más información sobre cómo nuestras acciones diarias contribuyen al éxito global del hotel. [E9-9]</p>
Interés del equipo	<p>porque nos involucraron en actividades [E1-9]                  Sí, la campaña nos hizo sentir más comprometidos [E10-9]                  lo que nos hace sentir más conectados con los objetivos de la empresa. [E11-9]                  lo que nos hace sentir más involucrados y conectados con los objetivos. [E15-9]                  lo que incrementó nuestro compromiso con la empresa. [E3-9]                  y que todos somos responsables de alcanzarlos. [E6-9]                  muchos de nosotros nos sentimos más alineados con la visión de la empresa [E8-9]                  Después de la campaña, hay una mayor conexión [E9-9]</p>
Éxito del hotel	<p>que muestran cómo nuestro trabajo contribuye al éxito del hotel. [E1-9]                  y, por lo tanto, al éxito de la empresa [E15-9]                  cada uno de nosotros impacta en la experiencia del huésped [E2-9]                  porque se nos explicó claramente cómo cada tarea tiene un propósito y un impacto directo en los resultados de la empresa. [E4-9]                  Sí, porque la campaña nos permitió ver cómo nuestro trabajo diario se alinea con la visión del hotel [E5-9]</p>
Mejora de habilidades	<p>porque nos recordó la importancia de nuestro trabajo [E10-9]                  Después de la campaña, hay una mayor conexión, ya que se nos dio más información sobre cómo nuestras acciones diarias contribuyen al éxito global del hotel. [E9-9]</p>
Consideración	<p>Después de participar en la campaña, sentimos que somos parte del mismo equipo [E12-9]                  lo que nos hace sentir más integrados. [E13-9]                  Creo que la campaña fortaleció nuestro sentido de pertenencia [E6-9]                  y eso nos hace sentir más involucrados [E7-9]</p>
Motivación del equipo	<p>lo que aumenta nuestra motivación. [E12-9]                  y eso nos da un mayor propósito. [E14-9]                  Sí, definitivamente. La campaña nos hizo sentir que nuestras aportaciones son valiosas y que somos parte de algo más grande [E3-9]</p>
Calidad del servicio	<p>y cómo podemos contribuir a mejorar la experiencia de los huéspedes. [E5-9]</p>
Cultura de la empresa	<p>Creo que la campaña fortaleció nuestro sentido de pertenencia, al mostrarnos que los objetivos de la empresa también son nuestros y que todos somos responsables de alcanzarlos. [E6-9]</p>

Implementar procedimientos	Después de la campaña, siento que entendemos más claramente por qué hacemos lo que hacemos [E7-9] Sí, después de participar en la campaña[E8-9]
Reconocimiento para los trabajadores	Después de la campaña, nos sentimos más conectados [E14-9]
Comunicación en el equipo	Después de la campaña, muchos de nosotros nos sentimos más conectados[E4-9]

Fuente: Elaboración propia.

**Pregunta 10:** ¿Existen programas de reconocimiento o incentivos actuales? ¿Cuáles son los más importantes? ¿Por qué?

**Tabla 16**

*Programas de reconocimiento (indicador 10)*

<b>Códigos a posteriori</b>	<b>Citas de entrevista</b>
Reconocimiento de los trabajadores	Sí, existen programas de reconocimiento. [E1-10] como la "Semana del Reconocimiento", en la que se premian las mejoras en el trabajo. [E10-10] basado en la satisfacción del huésped es uno de los más importantes. [E11-10] donde ganamos vales para comprar productos o servicios del hotel, [E12-10] el equipo más eficiente recibe una cena. [E13-10] que se pueden canjear por días libres o premios. [E14-10] como descuentos en productos del hotel o entradas a eventos [E15-10] El ganador recibe un reconocimiento público y un vale para disfrutar en el restaurante del hotel [E2- 10] Existe un programa de incentivos donde se nos premia con bonos por cumplir metas de calidad. [E3-10] Hay incentivos de tipo económico, como bonos por alcanzar ciertos estándares de limpieza [E4-10] Tenemos un sistema de puntos que se acumulan por desempeño [E5-10] El reconocimiento público frente a los compañeros es un incentivo muy valioso [E6-10] Este tipo de incentivos es fundamental porque nos motiva a mejorar cada día. [E7-10] ya que, además de los bonos, recibimos un reconocimiento verbal del jefe [E8-10] que incluye una bonificación económica y un día libre adicional. [E9-10]
Motivación del equipo	El más importante es el "Empleado del Mes", que nos da una placa y un bono, lo cual motiva a todos a esforzarnos más. [E1-10] lo que nos motiva a mantener estándares de calidad. [E11-10] Es un incentivo importante porque se siente directamente en el bolsillo. [E12-10] y nos motiva a colaborar más. [E13-10] porque nos da la oportunidad de disfrutar de algún beneficio adicional por el esfuerzo que hacemos. [E14-10] Estos incentivos son importantes [E15-10] lo que nos hace sentir valorados. [E2- 10] Es muy importante porque refuerza nuestra motivación para hacer bien nuestro trabajo. [E3-10] Este programa es vital porque nos impulsa a dar lo mejor de nosotros. [E4-10]

	<p>Tenemos un sistema de puntos que se acumulan por desempeño y pueden canjearse por productos o descuentos. [E5-10]                  Sí, el programa de "Empleado del Mes" es el más destacado [E6-10]                  Es motivador porque premian el esfuerzo de manera tangible. [E9-10]</p>
Programas de reconocimientos	<p>Existen varios incentivos [E10-10]                  El programa de incentivos basado en la satisfacción del huésped [E11-10]                  Sí, tenemos un sistema de recompensas [E12-10]                  Hay programas como "Súper Equipo" [E13-10]                  Tenemos un programa de puntos por desempeño [E14-10]                  Existen premios por cumplimiento de metas [E15-10]                  Existen bonos mensuales [E7-10]                  El programa de incentivos por desempeño es el más importante [E8-10]                  Sí, el programa más importante es el de "Empleado Destacado" [E9-10]</p>
Consideración	<p>Es un gran impulso para todos, ya que nos hace sentir que nuestro esfuerzo es notado. [E10-10]                  porque nos hacen sentir que nuestras metas son valoradas y recompensadas. [E15-10]</p>
Accesibilidad	<p>Si nuestras calificaciones de limpieza son altas, recibimos bonos [E11-10]</p>
Calidad del servicio	<p>dependiendo de nuestra eficiencia[E12-10]                  por cumplir con ciertos objetivos de calidad y tiempos de limpieza. [E7-10]</p>
Tiempo establecido	<p>donde cada mes[E13-10]</p>
Interés del equipo	<p>Es importante porque fomenta el trabajo en equipo y nos motiva a colaborar más. [E13-10]</p>
Cultura de la empresa	<p>Sí, el programa de "Estrella del Mes" es clave. [E2- 10]                  Existe un programa de incentivos donde se nos premia con bonos [E3-10]</p>
Capacitaciones	<p>Existe un programa de incentivos donde se nos premia con bonos por cumplir metas de calidad. Es muy importante porque refuerza nuestra motivación para hacer bien nuestro trabajo. [E3-10]</p>
Objetivos de la empresa	<p>Existe un programa de incentivos donde se nos premia con bonos por cumplir metas de calidad. [E3-10]</p>
Entendimiento de procedimientos	<p>lo que nos da más confianza en nuestras capacidades. [E8-10]</p>

Fuente: Elaboración propia.

**Pregunta 11:** ¿Cómo describirías la cultura de la empresa y de qué manera crees que impacta en el bienestar de los trabajadores? ¿Por qué?

**Tabla 17**

*Cultura de la empresa (indicador 11)*

<b>Códigos a posteriori</b>	<b>Citas de entrevista</b>
Cultura de la empresa	<p>La cultura de la empresa se basa en el respeto y trabajo en equipo [E1-11]                  La empresa promueve una cultura de confianza [E10-11]                  La cultura de la empresa se basa en el trabajo en equipo y el respeto. [E11-11]                  Aquí la cultura es inclusiva [E12-11]</p>

	<p>La cultura de la empresa es muy flexible, [E13-11]                  La empresa tiene una cultura que valora mucho el bienestar físico y mental de sus empleados [E14-11]                  La cultura aquí es muy positiva [E15-11]                  La empresa promueve una cultura de apertura y comunicación. [E3-11]                  La cultura de la empresa se centra en el bienestar del empleado [E4-11]                  La cultura en la empresa es muy colaborativa [E5-11]                  Aquí la cultura es de respeto mutuo [E7-11]                  La cultura es muy amigable y orientada a la mejora continua. [E8-11]                  La cultura empresarial se enfoca en el crecimiento personal y profesional. [E9-11]</p>
Consideración	<p>ya que nos sentimos apoyados y parte de una gran familia. [E1-11]                  La cultura aquí es muy inclusiva, se nos valora como individuos. [E2-11]                  horarios flexibles y programas de salud. Esto nos ayuda a mantener un buen equilibrio entre la vida personal y el trabajo. [E4-11]                  ya que nos sentimos apoyados y parte importante del equipo. [E5-11]</p>
Comunicación en el equipo	<p>lo que nos permite trabajar sin presión y compartir nuestras ideas. [E10-11]                  y siempre se nos da el espacio para expresar nuestras opiniones. [E12-11]                  y trabajo en equipo [E7-11]</p>
Calidad del servicio	<p>que impacta positivamente en nuestro bienestar. [E10-11]</p>
Necesidades del equipo	<p>Esto afecta directamente en el bienestar de todos, [E11-11]</p>
Motivación del equipo	<p>porque nos sentimos valorados y parte de un grupo que se apoya mutuamente. [E11-11]                  porque nos sentimos parte de un ambiente donde se nos escucha. [E12-11]                  Esto impacta en el bienestar porque nos sentimos seguros [E15-11]                  Esto nos da confianza y nos motiva a dar lo mejor de nosotros [E2-11]                  ya que nos sentimos apoyados y parte importante del equipo. [E5-11]                  lo que a su vez mejora nuestro bienestar emocional. [E8-11]                  pues nos permite mejorar constantemente y nos motiva a ser mejores. [E9-11]</p>
Mejora de habilidades	<p>Esto impacta positivamente en nuestro bienestar [E12-11]                  se valora la honestidad y el compromiso. [E15-11]                  donde nuestro esfuerzo se valora constantemente [E6-11]                  ya que nos hace sentir cómodos y seguros en el ambiente de trabajo. [E7-11]</p>
Accesibilidad	<p>permitiéndonos tener un equilibrio entre la vida laboral y personal [E13-11]</p>
Reconocimiento para los trabajadores	<p>por lo que organiza actividades y programas que nos ayudan a mantenernos saludables. [E14-11]                  La empresa tiene una cultura de reconocimiento [E6-11]</p>
Objetivos de la empresa	<p>y motivados para seguir creciendo profesionalmente. [E15-11]</p>
Interés del equipo	<p>La empresa promueve una cultura de apertura y comunicación. Esto impacta en nuestro bienestar porque sabemos que siempre podemos expresar nuestras ideas y preocupaciones sin miedo a ser juzgados. [E3-11]                  y eso impacta positivamente en nuestro bienestar [E5-11]                  Esto mejora el bienestar porque nos sentimos apreciados y motivados a seguir adelante. [E6-11]                  Este enfoque tiene un impacto directo en nuestro bienestar, [E9-11]</p>

Fuente: Elaboración propia.

**Pregunta 12:** ¿Cuáles son las principales frustraciones o desafíos que enfrentan los trabajadores en su día a día? ¿Por qué?

**Tabla 18**

*Desafíos diarios de los trabajadores (indicador 12)*

Códigos a posteriori	Citas de entrevista
Desafíos	<p>Uno de los mayores desafíos es la carga de trabajo [E1-12] El trabajo en equipo es esencial, [E10-12] incluso cuando las habitaciones son extremadamente grandes [E11-12] A veces, lidiamos con huéspedes que no cooperan [E12-12] El principal desafío es la falta de personal durante las temporadas altas. [E13-12] para realizar una limpieza profunda como deberíamos [E14-12] A veces nos enfrentamos a situaciones nuevas o cambios sin recibir suficiente capacitación, [E15-12] Las principales frustraciones son la falta de tiempo para hacer todo [E2-12] La principal frustración es cuando los huéspedes no respetan las reglas del hotel [E3-12] A veces, la falta de recursos o equipos adecuados es un gran desafío. [E4-12] Uno de los mayores desafíos es la carga física de nuestro trabajo [E5-12] Los cambios constantes en las políticas o procedimientos son un desafío [E7-12]</p>
Éxitos del hotel	<p>especialmente cuando el hotel está muy lleno. [E1-12]</p>
Calidad del servicio	<p>Nos vemos abrumados y eso afecta la calidad del servicio que podemos ofrecer. [E1-12] Esto nos retrasa y nos obliga a trabajar más rápido de lo que es saludable. [E12-12] lo que puede afectar la calidad del servicio y nuestra motivación. [E13-12] hace que no podamos hacer un trabajo detallado. [E14-12] Esto aumenta el tiempo y esfuerzo que debemos invertir. [E3-12] y eso puede generar problemas en el servicio. [E9-12]</p>
Necesidades del equipo	<p>La falta de apoyo de algunos colegas en los momentos de mucha carga de trabajo puede ser frustrante. [E10-12] La frustración más grande es la presión constante [E11-12] como no querer que se les moleste para hacer limpieza. [E12-12] Esto genera una carga de trabajo mayor para todos, [E13-12] La presión por limpiar rápido y atender muchas habitaciones [E14-12] lo que puede generar inseguridad y errores. [E15-12] lo que a veces dificulta la comunicación entre los equipos. [E2- 12] lo que a veces dificulta la comunicación entre los equipos. [E2- 12] como dejar las habitaciones desordenadas o no colaborar con el proceso de limpieza. [E3-12] Si no contamos con las herramientas necesarias, la limpieza se vuelve más difícil y lleva más tiempo. [E4-12] Uno de los mayores desafíos es la carga física de nuestro trabajo. [E5-12] La falta de reconocimiento por parte de los supervisores puede ser frustrante [E6-12] y, mientras tanto, nuestra eficiencia puede verse afectada. [E7-12] lo que puede resultar en agotamiento y frustración. [E8-12] A veces, no estamos al tanto de las solicitudes especiales de los huéspedes [E9-12]</p>

Comunicación en el equipo	pero no siempre se da de manera efectiva. [E10-12] por parte de los supervisores para mantener un nivel de limpieza perfecto [E11-12] A veces, la limpieza de habitaciones grandes y pesadas puede ser agotadora [E5-12] Uno de los principales problemas es la comunicación entre los departamentos. [E9-12]
Tiempo establecido	o el tiempo es limitado. [E11-12] La frustración viene cuando no tenemos tiempo [E14-12] Las principales frustraciones son la falta de tiempo para hacer todo correctamente [E2- 12] Nos lleva tiempo adaptarnos [E7-12] Las horas extras son un desafío [E8-12]
Capacitaciones	Un desafío constante es la falta de formación continua. [E15-12]
Entendimiento de procedimientos	A veces, la falta de recursos o equipos adecuados es un gran desafío. Si no contamos con las herramientas necesarias, la limpieza se vuelve más difícil y lleva más tiempo. [E4-12]
Programas de reconocimientos	A pesar de todo el esfuerzo, no siempre recibimos el reconocimiento adecuado por nuestro trabajo. [E6-12]
Tareas diarias	Esto aumenta el tiempo y esfuerzo que debemos invertir. [E3-12] lo que afecta nuestra energía durante el día. [E5-12] En épocas de alta demanda, a menudo tenemos que quedarnos más tiempo [E8-12]

Fuente: Elaboración propia.

**Pregunta 13:** ¿Qué tipo de apoyo adicional necesitarían los trabajadores para mantener su motivación alta? ¿Tendrá algún ejemplo en específico?

**Tabla 19**

*Apoyo adicional para mantener la motivación (indicador 13)*

<b>Códigos a posteriori</b>	<b>Citas de entrevista</b>
Motivación del equipo	Un ejemplo específico sería un pequeño reconocimiento al "Empleado del Mes", que nos motive a seguir dando lo mejor. [E1-13] podría ayudarnos a mantenernos motivados. [E13-13] y, por lo tanto, más motivados a enfrentar cualquier desafío. [E15-13] Esto nos ayudaría a recargar energías y mantener la motivación alta durante el día. [E2- 13] Esto nos ahorraría tiempo y nos permitiría mantener la motivación, porque el trabajo sería menos pesado. [E4-13] Algo simple, como un mensaje o un comentario sobre cómo estamos haciendo bien nuestro trabajo[E9-13]
Reconocimiento para los trabajadores	Necesitaríamos más reconocimiento [E1-13] como un día de deportes o una pequeña fiesta de vez en cuando [E13-13] podría recibir un premio colectivo. [E14-13] Más apoyo de los supervisores sería clave. [E7-13] Nos gustaría recibir más retroalimentación positiva de nuestros supervisores. [E9-13]
Desafíos	especialmente en épocas de alta carga de trabajo[E1-13] Por ejemplo, permitirnos ajustar nuestras horas de descanso durante las temporadas altas. [E10-13] sobre cómo manejar situaciones difíciles con los huéspedes. [E15-13]

	Contar con herramientas de mejor calidad podría mejorar nuestra eficiencia y motivación. [E8-13]
Tiempo establecido	El apoyo que necesitamos es tener más flexibilidad en los horarios [E10-13] y no solo al final del mes, sino de forma más frecuente. [E5-13]
Necesidades del equipo	especialmente cuando tenemos días muy cargados. [E10-13] A veces, el trabajo se vuelve estresante [E6-13]
Implementar procedimientos	Por ejemplo, si limpiamos un número determinado de habitaciones con excelencia, [E11-13] y sería bueno tener un programa de bienestar que nos ayude a manejar el estrés. [E6-13]
Programas de reconocimientos	Sería útil contar con un sistema de premios por logros. [E11-13] Me gustaría que se implementara un sistema de recompensas en equipo [E14-13] Sería genial recibir incentivos como bonos por desempeño [E5-13]
Entendimiento de procedimientos	A veces no sabemos qué se espera de nosotros, y eso genera confusión [E12-13]
Comunicación en el equipo	Necesitamos mayor comunicación entre departamentos [E12-13] ya que el trabajo en grupo es muy importante. [E14-13]
Preguntas directas	Un ejemplo sería tener reuniones breves al inicio del turno para aclarar expectativas. [E12-13]

Fuente: Elaboración propia.

**Pregunta 14:** ¿Crees que la campaña ha ayudado a que los trabajadores alcancen sus metas laborales más fácilmente? ¿Por qué?

**Tabla 20**

*Metas laborales (indicador 14)*

<b>Códigos a posteriori</b>	<b>Citas de entrevista</b>
Metas	Sí, definitivamente. La campaña nos proporcionó herramientas claras y metas bien definidas, [E1-14] para cumplir nuestras metas laborales. [E10-14] cómo nuestras tareas diarias impactan en las metas a largo plazo [E11-14] y logremos nuestras metas con más facilidad. [E12-14] lo que hace más fácil alcanzar nuestras metas laborales. [E13-14] hemos podido alcanzar nuestras metas laborales de forma más eficiente. [E14-14] para alcanzar nuestras metas laborales de manera más efectiva. [E15-14] lo que nos ha permitido alcanzar nuestras metas laborales de manera más eficiente. [E2- 14] nos han permitido cumplir nuestras metas laborales más rápidamente. [E7-14] lo que facilita alcanzar nuestras metas. [E9-14]
Programa de reconocimientos	Creo que sí, ya que nos motivaron con incentivos[E10-14]
Calidad del servicio	Esto nos ha impulsado a trabajar con más dedicación para cumplir nuestras metas laborales. [E10-14] Sí, la campaña nos ha dado una perspectiva más positiva [E14-14]

Reconocimientos para los trabajadores	Creo que sí, ya que nos motivaron con incentivos que nos ayudaron a mejorar nuestro rendimiento. Esto nos ha impulsado a trabajar con más dedicación para cumplir nuestras metas laborales. [E10-14]
Objetivos de la empresa	y nos motivó a trabajar con más energía para alcanzar nuestras metas laborales. [E3-14] Creo que sí, la campaña hizo que todos estemos más alineados con los objetivos de la empresa [E4-14] lo que ha motivado a muchos de nosotros a esforzarnos más y alcanzarlas sin tanto esfuerzo. [E6-14] Sí, la campaña nos ayudó a visualizar mejor los objetivos del hotel [E8-14]
Mejora de habilidades	Sí, la campaña nos ayudó a visualizar mejor los objetivos del hotel y cómo nuestro trabajo individual contribuye a alcanzarlos, lo que nos ha hecho trabajar más enfocados y lograr nuestras metas con mayor facilidad. [E8-14]

Fuente: Elaboración propia.

**Pregunta 15:** ¿Qué cambios has observado en el desempeño del trabajador desde que comenzó a recibir retroalimentación regular de su supervisor?

**Tabla 21**

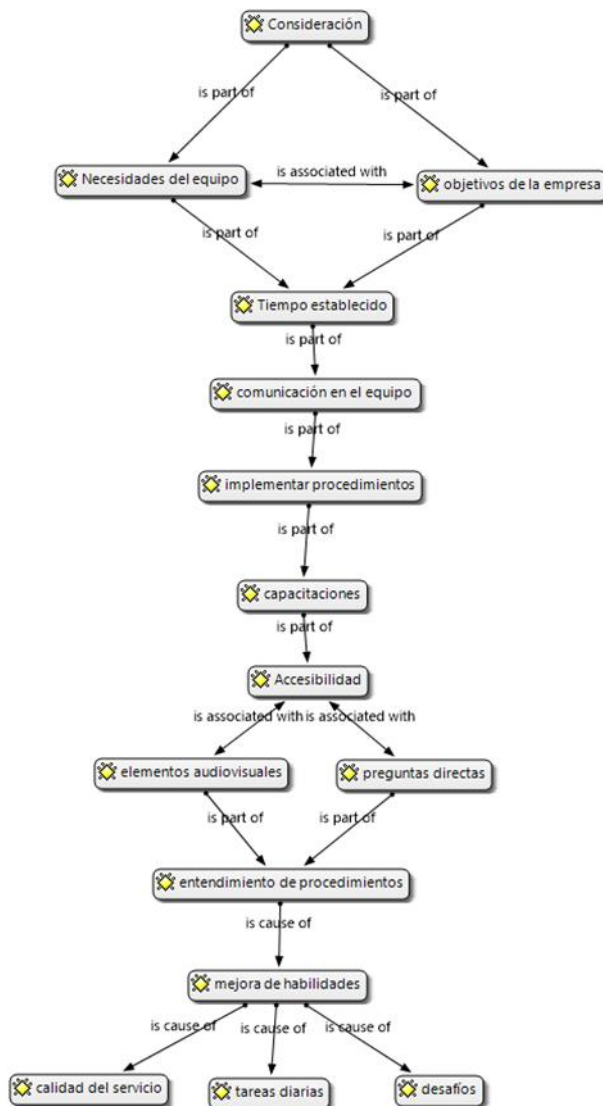
*Cambios después de la retroalimentación hacia el desempeño de los trabajadores (indicador 15)*

<b>Códigos a posteriori</b>	<b>Citas de entrevista</b>
Retroalimentación	La retroalimentación regular nos ha ayudado a identificar áreas de mejora y a mantenernos motivados. [E1-15] La retroalimentación les ha ayudado a corregir errores rápidamente y a mejorar en áreas específicas. [E10-15] La retroalimentación ha dejado claro qué es lo que debe mejorar, y ahora se enfocan en esos puntos con mayor dedicación. [E11-15] La retroalimentación les da una visión más clara de su progreso y cómo pueden mejorar aún más. [E12-15] La retroalimentación les ha permitido identificar áreas de oportunidad y ser más eficientes. [E14-15] La retroalimentación ha generado una mayor conciencia de nuestras fortalezas y debilidades, lo que nos ha permitido mejorar nuestro desempeño. [E3-15] ya que la retroalimentación constante les ha permitido optimizar su tiempo y hacer las tareas con más precisión. [E7-15]
Interés en el equipo	He notado que los trabajadores ahora están más enfocados y atentos a los detalles. [E1-15]
Calidad del servicio	La retroalimentación ha sido clave para que los compañeros se den cuenta de lo que pueden mejorar y lo apliquen en su desempeño diario. [E8-15]
Mejora de habilidades	He visto una mejora notable en la calidad del trabajo [E8-15] Notamos que las tareas se hacen más rápido y con mayor precisión. [E4-15]
Éxito del hotel	y lo apliquen en su desempeño diario. [E8-15] y hacer las tareas con más precisión. [E7-15] La retroalimentación ha hecho que mis compañeros se sientan más confiados y enfocados en su trabajo. Notamos que las tareas se hacen más rápido y con mayor precisión. [E4-15]

Fuente: Elaboración propia.

Figura 03

Dimensión 1: Elaboración de guías audiovisuales



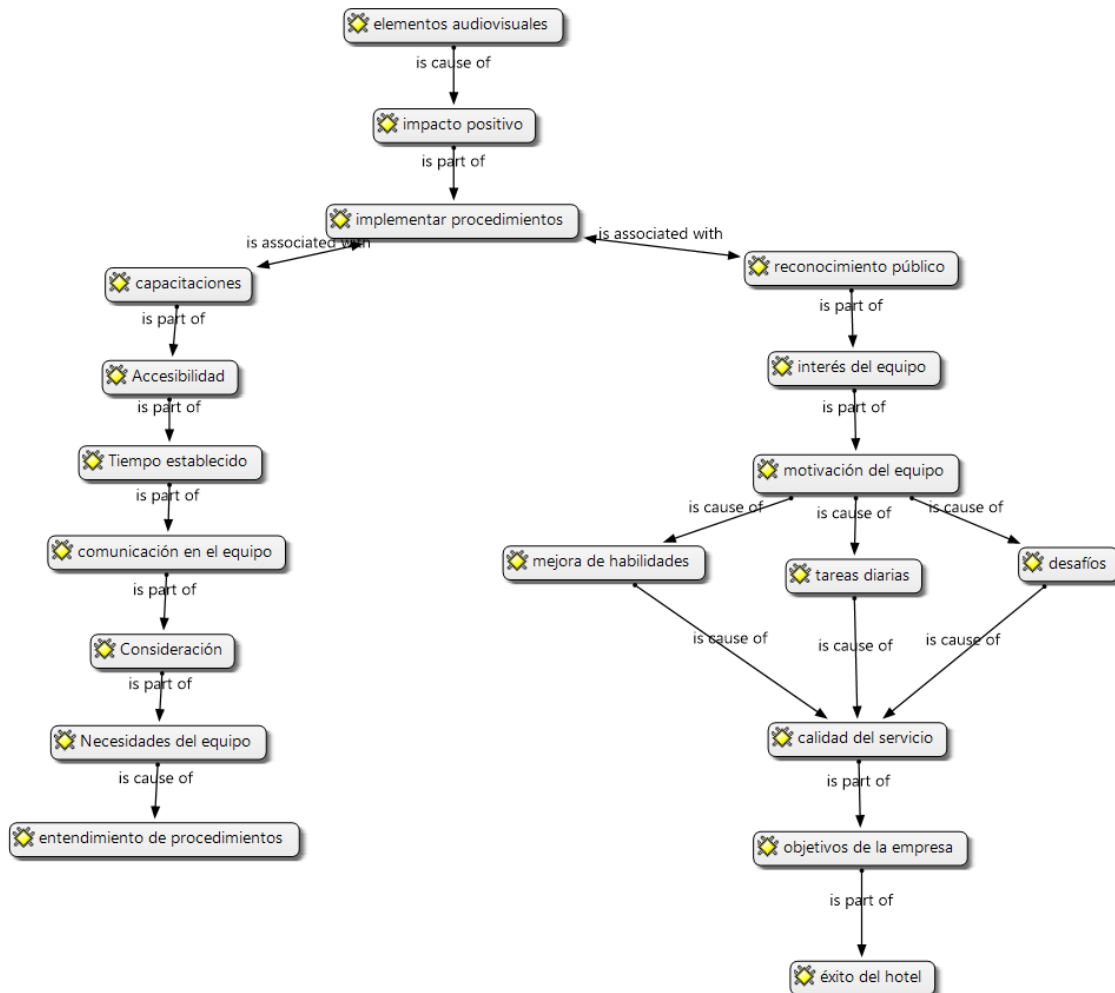
Interpretación:

En cuanto a la dimensión, la creación de guías audiovisuales es necesario debido a las necesidades del equipo. Así como los objetivos de la empresa, que deben cumplirse en un tiempo determinado, se sugiere al equipo implementar ciertos procedimientos. Estas pautas se llevan a cabo a través de capacitaciones accesibles mediante elementos audiovisuales y preguntas directas. Un entendimiento claro de los

procedimientos mejora significativamente el desempeño, lo que, a su vez, influye positivamente en la calidad del servicio, las tareas diarias y los desafíos que se enfrentan.

**Figura 04**

*Dimensión 2: Impacto de elementos audiovisuales*



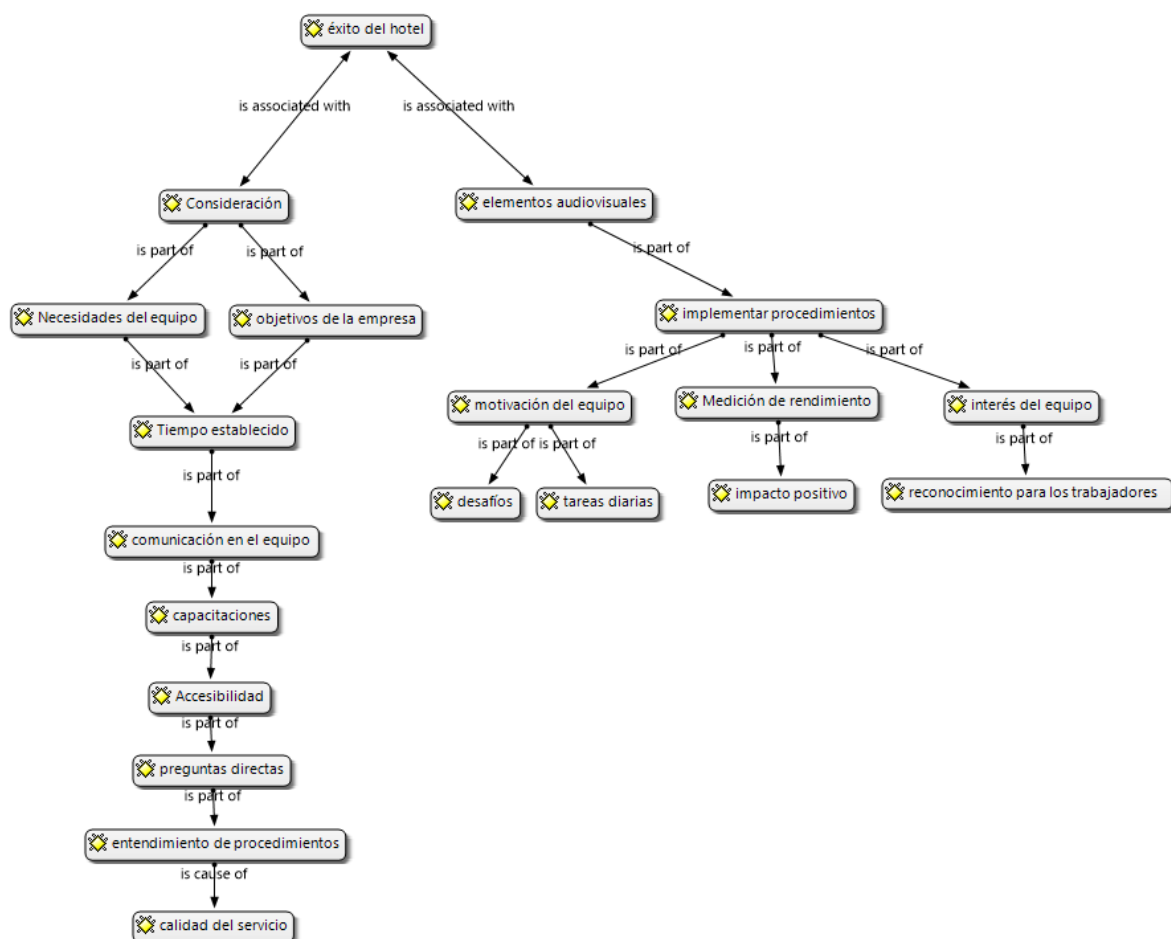
**Interpretación:**

Los elementos audiovisuales tienen un impacto positivo cuando se implementan en procedimientos como capacitaciones, además de que los trabajadores tengan un reconocimiento público. Las capacitaciones deben ser accesibles y programadas en tiempos establecidos y se debe comunicar al equipo teniendo en cuenta las necesidades

específicas de cada grupo. Esto generará una mejor comprensión de los procedimientos. Además, el reconocimiento público motiva al equipo, mejorando sus habilidades en las tareas diarias y en los desafíos que enfrentan, resultando en una mejor calidad del servicio y en el cumplimiento de los objetivos de la empresa. En última instancia, esto llevará al éxito del hotel.

**Figura 05**

*Variable 1: Estrategias audiovisuales de comunicación interna*



**Interpretación:**

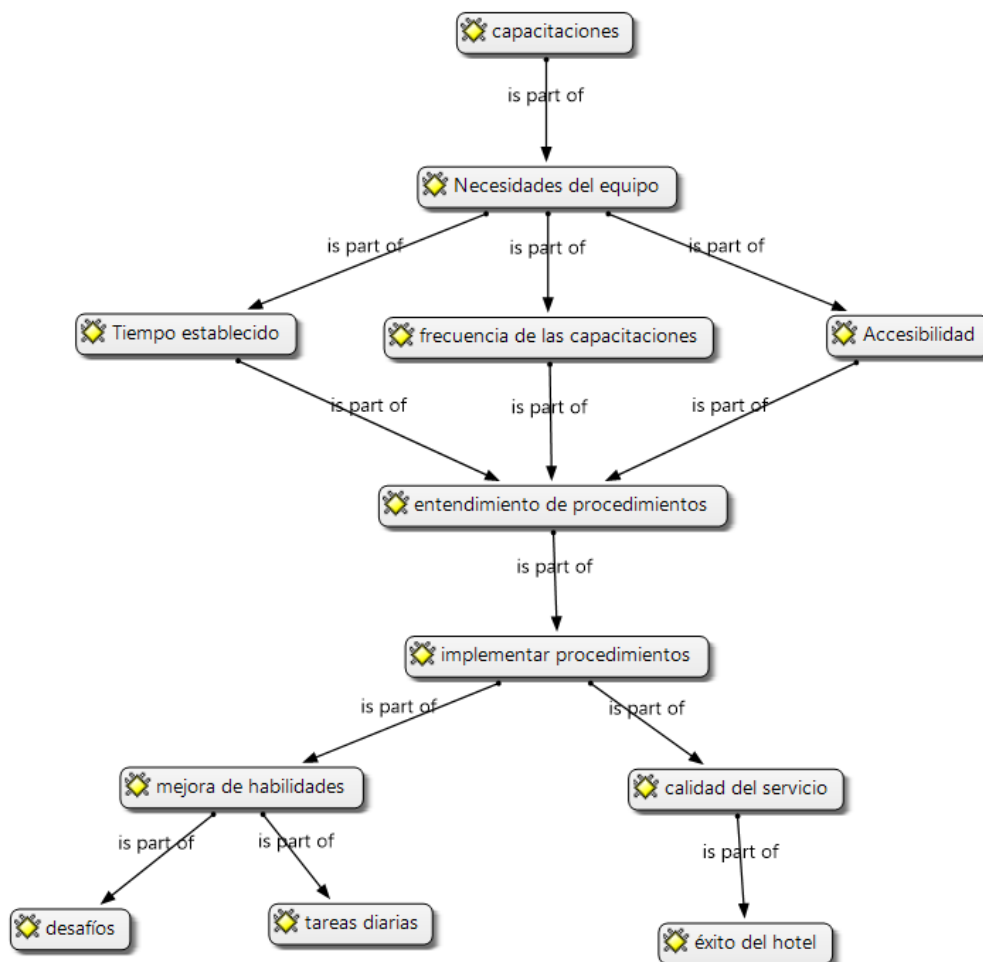
Para asegurar el éxito del hotel, es necesario implementar estrategias audiovisuales que consideren las necesidades del equipo y los objetivos establecidos para que así tenga un buen resultado. Estos puntos deben comunicarse claramente al equipo y realizarse mediante capacitaciones accesibles, permitiendo preguntas directas

sobre el procedimiento. Esto asegurará una calidad de servicio óptima. Además, los elementos audiovisuales deben usarse para generar un impacto positivo en el equipo y facilitar la implementación de los procedimientos. Esto permitirá que los trabajadores reciban un reconocimiento adecuado, generando interés y motivación. De esta manera, se medirá el rendimiento en las tareas diarias y los desafíos.

En cuanto a los elementos audiovisuales, deben implementarse dentro de los procedimientos. Estos procedimientos fomentarán la motivación en el equipo, permitiendo medir el rendimiento y generando interés. La motivación del equipo permitirá enfrentar los desafíos y gestionar las tareas diarias, así como la medición del rendimiento tendrá un impacto positivo y el interés del equipo será valorado otorgando reconocimiento a los trabajadores.

Figura 06

Dimensión 3: Capacitación y desarrollo

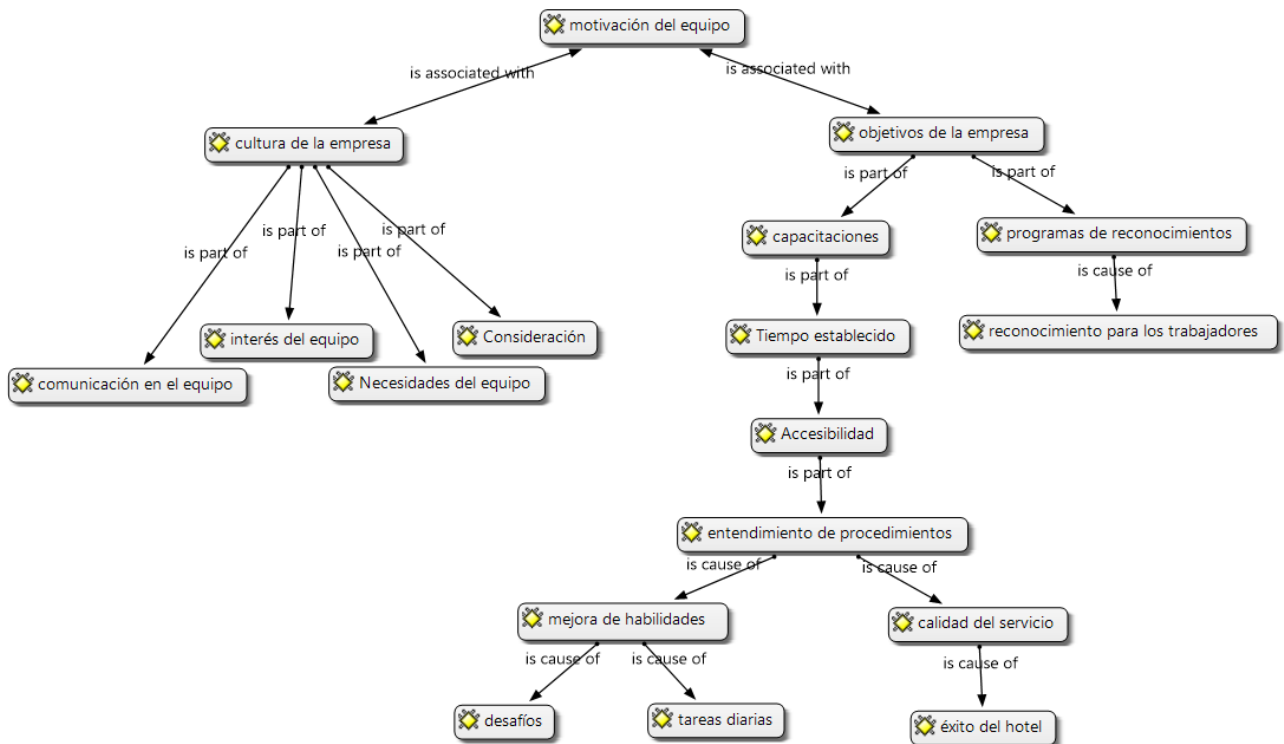


**Interpretación:**

Las capacitaciones precisan adaptarse a las diversas necesidades del equipo y realizarse en tiempos establecidos con accesibilidad y frecuencias adecuadas. Este asunto nos lleva a un entendimiento claro de los procedimientos. Implementar estos procedimientos resulta en una mejora significativa en los desafíos y las tareas diarias, además de aumentar la calidad del servicio. Todo esto contribuye finalmente al éxito del hotel.

Figura 07

Dimensión 4: Motivación y ambiente laboral

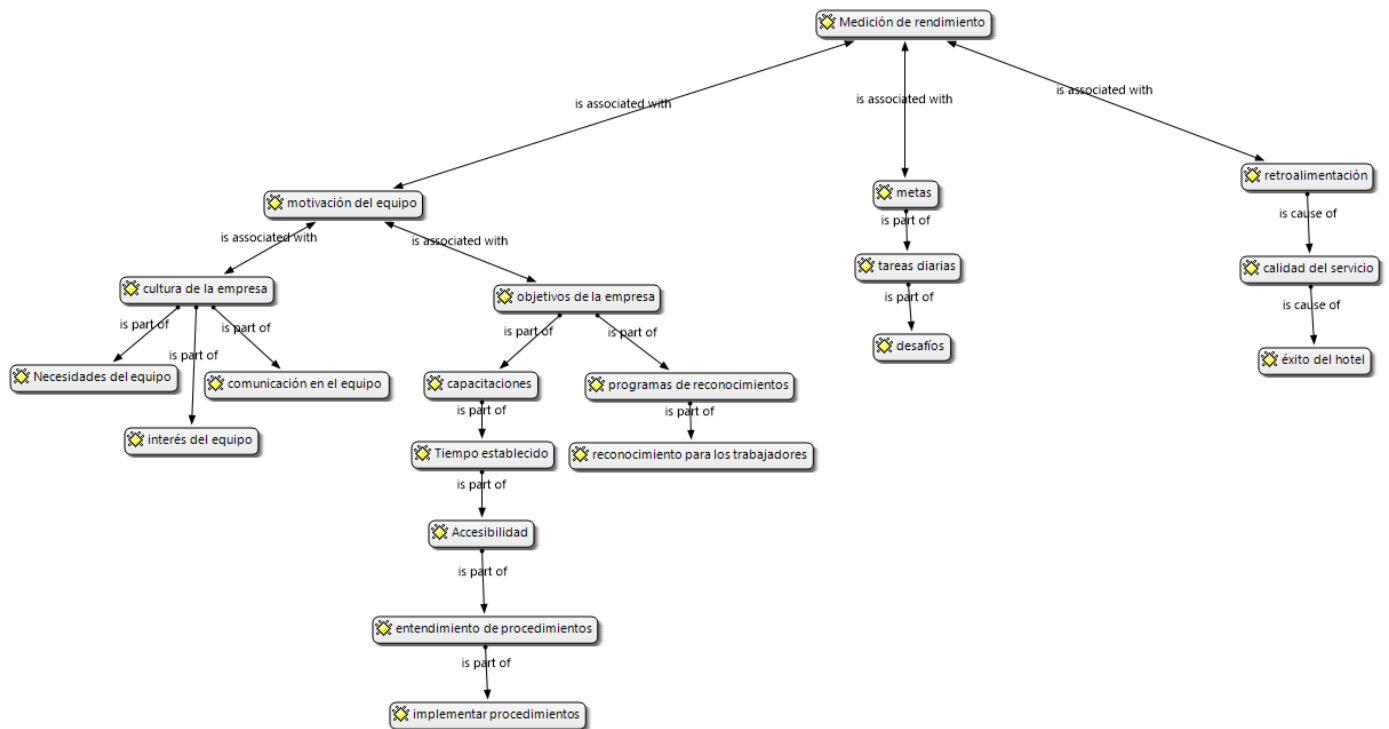


**Interpretación:**

La motivación del equipo está directamente relacionada con la cultura y los objetivos de la empresa. Es fundamental que la cultura organizacional considere los intereses y necesidades del equipo, así como la importancia de la comunicación efectiva. Para alcanzar los objetivos de la empresa, es crucial ofrecer capacitaciones en tiempos específicos, asegurando que los trabajadores tengan acceso a ellas y puedan cumplir con sus tareas de manera eficiente. Esto resultará en una mejora de sus habilidades y en la calidad del servicio. Con el desarrollo de sus competencias, los trabajadores podrán enfrentar mejor los desafíos diarios y las tareas cotidianas, elevando así la calidad del servicio. Esto conducirá al éxito del hotel. Además, poder implementar un programa de reconocimientos motivará a los empleados, ya que recibirán un reconocimiento exclusivo que valorará su esfuerzo y dedicación.

Figura 08

Dimensión 5: Medición de rendimiento

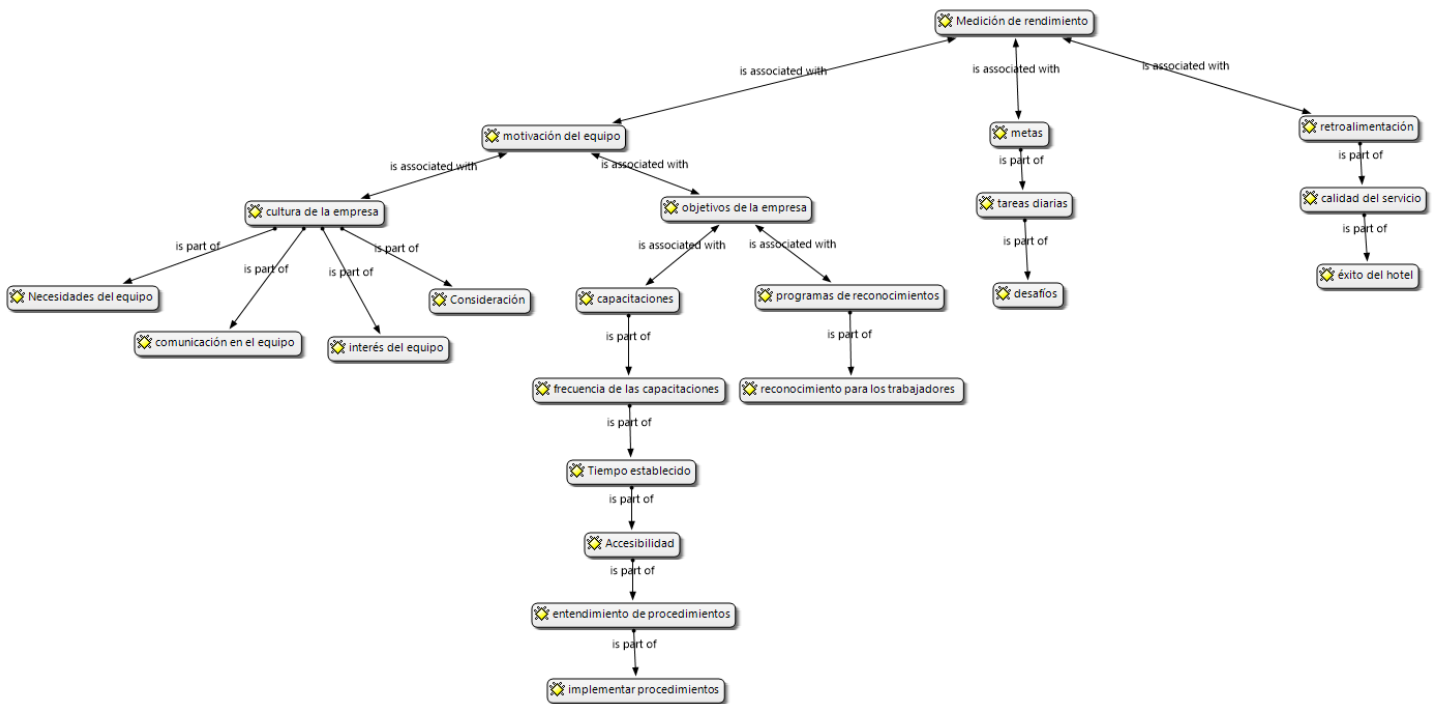


**Interpretación:**

La medición del rendimiento está vinculada a la motivación del equipo, a las metas establecidas y a la retroalimentación que reciben los trabajadores. Esto significa que la cultura empresarial debe centrarse en las necesidades y en los intereses del equipo, así como en comunicar claramente los objetivos de la empresa. Las capacitaciones y los programas de reconocimiento son fundamentales y deben llevarse a cabo en tiempos determinados para garantizar una mayor accesibilidad. Implementar estos procedimientos mejorará la comprensión y la motivación del equipo. Reconocer el esfuerzo de los trabajadores y cumplir con las tareas diarias también les ayudará a enfrentar los desafíos. La retroalimentación constante permitirá a los trabajadores mejorar la calidad del servicio, logrando así el éxito del hotel.

Figura 09

Variable 2: Desempeño de los trabajadores



**Interpretación:**

Para mejorar el desempeño de los trabajadores, es esencial medir su rendimiento. Esto ayuda a identificar áreas de mejora y a motivar al equipo. La motivación depende en gran medida de la cultura de la empresa y de la atención que requieren las necesidades del equipo, como la comunicación efectiva y el interés en sus metas. Es crucial ofrecer capacitaciones y programas de reconocimiento de manera regular, estas deben ser accesibles y comprensible por todos los trabajadores. El reconocimiento personalizado puede potenciar el logro de objetivos al enfocarse en las tareas diarias y en los desafíos. Junto con una retroalimentación constante se incrementará la calidad del servicio y se alcanzará el éxito del hotel.

**4.2. Análisis de resultados inferenciales**

La presente investigación no cuenta con hipótesis por el diseño empleado.

## V. SUSTENTO DEL MERCADO

### 5.1. Alcance esperado del mercado

La presente investigación aborda la propuesta de implementación de estrategias audiovisuales de comunicación interna para mejorar el desempeño de los trabajadores. Su alcance se enfoca inicialmente a nivel local, específicamente en una cadena hotelera del distrito de Miraflores, Lima. Se busca favorecer directamente al personal de la cadena hotelera, optimizando su desempeño laboral y reduciendo problemáticas como los elevados índices de rotación y errores recurrentes en el servicio.

Se anticipa que esta propuesta demostrará si las estrategias de comunicación interna basadas en estrategias audiovisuales, como videos instructivos de capacitación, pueden mejorar significativamente el desempeño laboral del personal hotelero en Miraflores. Los resultados esperados incluyen capacitaciones más efectivas, donde los videos instructivos permitirían una transmisión más clara de los protocolos de servicio, llevando a una reducción de errores operativos.

Además, si el proyecto demuestra su efectividad y un impacto positivo en el personal y el ambiente laboral, se considera la posibilidad de su expansión a nivel nacional dentro de la misma cadena hotelera. A largo plazo, las estrategias y guías audiovisuales desarrolladas podrían ser adaptadas y replicadas en otras cadenas hoteleras o empresas del sector servicios, incluso a nivel internacional, sirviendo como un modelo para organizaciones con desafíos laborales similares.

### 5.2. Descripción del mercado objetivo real o potencial del producto o servicio de forma de comercialización innovadora

#### Contexto de mercado

Tabla 22

*Contexto de mercado*

Elementos	Descripción
-----------	-------------

Competidores	Agencias de marketing digital como “Nerd Video Studio” “Staff Digital”, “Kit Global” o “Asciende” y diseñadores o productores audiovisuales freelance.
Proveedores	Plataformas de intranet o sistemas de comunicación interna digital. Diseñadores gráficos/animadores freelance o agencias especializadas en creación de videos y elementos visuales. Expertos externos en recursos humanos para asesoramiento en diseño de estrategias de comunicación interna.
Canales de venta	Se llevará de manera digital, ya que se utilizará la plataforma de intranet de la cadena hotelera, pero también será análogo porque se realizarán reuniones de equipo, capacitaciones presenciales para la introducción y uso de los materiales audiovisuales.
Estrategias de publicidad	Se utilizará la plataforma interna digital, es decir la intranet de la empresa como medio para promocionar y comunicar los videos instructivos y las capacitaciones presenciales que se lleven a cabo.

Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:** La tabla 22 muestra los elementos clave del contexto de mercado en el que se llevará a cabo la propuesta. Se describe a los competidores, que son agencias de marketing digital y profesionales audiovisuales, junto con los proveedores, que incluyen plataformas de intranet, diseñadores y expertos en recursos humanos. Además, detalla los canales de distribución de la propuesta, tanto digitales como presenciales, y las estrategias de comunicación interna utilizadas para su promoción. En esencia, la tabla mapea el entorno clave dentro del cual operará y se difundirá la propuesta.

**Tabla 23**

*Clientes potenciables*

Elementos	Descripción
Industria	Hotelería
Tipo de empresa	Empresa grande
Cantidad de trabajadores	30 trabajadores en el área de Housekeeping, área en el que se ha desarrollado este proyecto, la cantidad de trabajadores depende de cada área.
Ubicación de la empresa y sedes	La sede del proyecto está ubicada en el distrito de Miraflores. Sin embargo, la empresa cuenta con más de 30 hoteles en todo el Perú.

Fuente: Elaboración propia.

### 5.3. Descripción de la propuesta de innovación o del modelo de negocio

#### 5.3.1. Diagnóstico situacional

En análisis FODA de la empresa Casa Andina Hoteles, se visualiza en la Tabla X.

**Tabla 24**

*Análisis FODA de la empresa Casa Andina Hoteles*

Análisis	Descriptor
<b>Fortaleza</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reputación y marca, porque es una marca reconocida y valorada en el sector hotelero peruano.</li> <li>- Ofrece una amplia gama de servicios para satisfacer diferentes necesidades de los huéspedes.</li> <li>- La empresa tiene un compromiso con prácticas sostenibles y responsabilidad social corporativa.</li> <li>- Experiencia en el mercado gracias a su larga trayectoria.</li> </ul>
<b>Oportunidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ubicación estratégica, ya que Casa Andina tiene hoteles bien ubicados en destinos clave del Perú.</li> <li>- Turismo en crecimiento, de esta manera se aprovecha el crecimiento continuo del turismo en Perú.</li> <li>- Expansión regional, ya que se potencia expandir operaciones a nuevos destinos turísticos.</li> <li>- Se integran nuevas tecnologías para mejorar la experiencia del cliente y la eficiencia operativa.</li> <li>- Captar segmentos de mercado emergentes como el turismo de negocios y el ecoturismo.</li> <li>- Alianzas estratégicas como colaboraciones con agencias de viajes y plataformas de reservas online.</li> </ul>
<b>Debilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Limitaciones en las estrategias de comunicación interna, especialmente en el uso de herramientas audiovisuales, lo que puede generar desinformación, baja motivación y una comunicación poco efectiva entre áreas, afectando directamente el desempeño de los trabajadores.</li> <li>- Falta de estandarización en los canales y mensajes de comunicación interna, lo que provoca que la información no llegue de forma clara, oportuna y coherente a todos los niveles del personal, dificultando la alineación de objetivos y reduciendo la eficiencia operativa.</li> <li>- Escasa capacitación del personal en el uso de herramientas digitales y audiovisuales, lo que limita la efectividad de los mensajes comunicacionales y reduce el impacto de las estrategias internas orientadas a mejorar el rendimiento laboral.</li> </ul>
<b>Amenazas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presencia de competidores nacionales e internacionales en el mercado hotelero peruano.</li> <li>- Impacto negativo en el turismo debido a crisis económicas o fluctuaciones políticas.</li> <li>- Cambios en regulaciones gubernamentales que afecten el sector turístico.</li> <li>- Incremento de la competencia local e internacional.</li> <li>- Impactos ambientales que podrían afectar destinos turísticos.</li> <li>- Cambios tecnológicos rápidos que podrían requerir inversiones adicionales.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia.

### **5.3.2. Propuesta de valor**

La propuesta de implementación de estrategias audiovisuales de comunicación interna mediante videos instructivos entregará a la cadena hotelera un método innovador y altamente efectivo para mejorar el flujo de información y la interacción dentro de la organización. Estos videos instructivos facilitarán una comunicación más visual, dinámica y atractiva, lo que permitirá optimizar el desempeño laboral del personal y fortalecer el ambiente organizacional. Esta propuesta solucionará los problemas de elevados índices de rotación de personal y errores recurrentes en el servicio que afectan a la cadena hotelera. Al proporcionar herramientas audiovisuales, videos instructivos, que clarifiquen los procesos y fomenten el compromiso, se reducirán los malentendidos, se mejorará la calidad del servicio y se contribuirá a la retención de talento. Con ello, se satisfacen las necesidades de la cadena hotelera y de sus trabajadores de contar con una comunicación interna más eficiente y motivadora, lo que resulta en un mejor desempeño laboral, un clima organizacional más positivo y, en última instancia, una mayor calidad en el servicio al cliente. La propuesta aborda la necesidad de una comunicación que se adapte a las preferencias de aprendizaje actuales, haciendo la información más accesible y memorable para todo el personal.

### **5.3.3. Fuentes de ingresos**

La cadena hotelera estará dispuesta a invertir en esta propuesta porque ofrece una solución directa a problemáticas críticas como los elevados índices de rotación de personal y los errores recurrentes en el servicio. La inversión se justificará por el valor que se entregará en forma de optimización del desempeño laboral, mejora del ambiente organizacional, reducción de costos operativos, asociados a la rotación y errores y, en última instancia, un aumento en la calidad del servicio que impactará positivamente en la satisfacción del cliente y la reputación de la empresa. Actualmente, la cadena hotelera está asumiendo costos de diversas maneras debido a la situación actual. Esto incluye los costos asociados a la alta rotación de personal, procesos de reclutamiento, capacitación de nuevos empleados, los costos generados por errores recurrentes en el

servicio, posibles compensaciones a clientes por insatisfacción y la ineficiencia general que puede derivarse de una comunicación interna poco efectiva o motivadora. Estos pagos actuales se reflejan en el presupuesto operativo de la cadena hotelera. Los costos de rotación y los impactos financieros de los errores se gestionan como gastos operativos. La cadena hotelera preferiría invertir en una solución que demuestre un claro retorno de la inversión, con resultados medibles en la reducción de la rotación y los errores, así como en la mejora del desempeño. Idealmente, preferirían un modelo de inversión que sea escalable, que permita la optimización de recursos internos y que se ajuste a sus capacidades presupuestarias, buscando soluciones que generen beneficios a mediano y largo plazo.

#### **5.3.4. Canales de distribución**

Los trabajadores de la cadena hotelera, como clientes internos, preferirían ser contactados a través de canales que sean accesibles, visuales y que no interrumpen excesivamente sus labores diarias, pero que a la vez sean efectivos. Esto incluye plataformas de intranet o sistemas de comunicación interna digital de la empresa, reuniones de equipo o capacitaciones donde se puedan proyectar los materiales audiovisuales y grupos de mensajería interna para avisos rápidos. La preferencia se inclina hacia formatos que permitan un consumo rápido y claro de la información, dada la naturaleza operativa de muchos roles. En el contexto de una cadena hotelera, los canales que probablemente funcionen mejor son la combinación de plataformas digitales internas como intranet y sesiones de capacitación presenciales donde se utilicen los materiales audiovisuales. La intranet de la empresa permite el acceso a guías audiovisuales y las capacitaciones presenciales, por su parte, permiten la interacción y resolución de dudas, reforzando el aprendizaje y la comprensión de los contenidos audiovisuales. Al combinar ambos procesos, tanto capacitaciones como el acceso a la intranet de la empresa aseguran la transmisión del mensaje de manera clara y accesible. El canal más barato de efectuar y mantener es la intranet de la empresa, ya que se presenta como la opción más económica y rápida para compartir videos. Aunque crear

el contenido audiovisual al inicio puede requerir una inversión, distribuirlo digitalmente es muy eficiente en comparación con organizar reuniones grandes y frecuentes, usar la intranet resulta más económica para la distribución de los videos. No obstante, es importante reconocer que, para ciertos temas, las capacitaciones presenciales siguen siendo el método más efectivo.

### ***5.3.5. Estrategia de penetración en el mercado***

Para que los trabajadores de la cadena hotelera adopten el nuevo proceso o servicio, nos enfocaremos en una estrategia de comunicación interna persuasiva que demuestre beneficios directos. Esto se logrará a través de capacitaciones y talleres interactivos que introducirán las nuevas guías y herramientas audiovisuales, explicando cómo optimizarán sus tareas diarias y reducirán errores. Se realizarán demostraciones prácticas para procesos específicos, como en el área de Housekeeping, resaltando la facilidad de uso y claridad de las guías audiovisuales. Además, se comunicarán los beneficios de estas estrategias, enfatizando cómo mejorarán su desempeño, disminuirán el estrés por errores y fomentarán un ambiente laboral más positivo. Finalmente, se promoverá la participación y el feedback de los empleados para involucrarlos en la implementación, recabar su retroalimentación, generar sentido de pertenencia y adaptar las herramientas a sus necesidades. Por otro lado, se utilizará publicidad virtual, esta se realizará a través de las plataformas de comunicación interna digital de la cadena, es decir la intranet, donde se alojarán las guías y campañas audiovisuales. Además, las capacitaciones presenciales serán un canal físico clave para la introducción y el uso de los materiales. Así mismo, no se venderá a intermediarios en el sentido tradicional, ya que esta es una solución de mejora interna para la cadena hotelera. La implementación será directa entre los responsables del proyecto y los departamentos de la cadena hotelera, con el personal como usuario final. Además, se contará con socios internos clave que ayudarán a la venta y adopción de la propuesta al público al que se dirige. Estos socios serán: líderes del área de Housekeeping y supervisores del hotel, cuyo apoyo es crucial para promover el uso de las estrategias

audiovisuales en sus equipos y asegurar la adherencia a los nuevos procesos.

### **5.3.6. *Actividades productivas propias y externas***

Para presentar la propuesta de valor, las acciones necesarias incluyen la recopilación de información detallada sobre los problemas actuales de comunicación que tiene la empresa con sus trabajadores, la rotación de personal constante y los errores recurrentes, así como las preferencias de aprendizaje que tienen los trabajadores. Después de realizar la investigación, se iniciará con el diseño y desarrollo del contenido audiovisual, que abarca la creación de guías en videos instructivos, siendo desarrollados de manera claras y concisas para procesos específicos, como en el área de Housekeeping. Es importante también el desarrollo de una plataforma digital, como una intranet, para almacenar y distribuir los videos de manera eficiente. Otro paso esencial es la capacitación de los líderes de área y de los supervisores del hotel, para asegurar que sepan usar y promover las nuevas herramientas y que puedan ser ellos quienes transmitan lo aprendido a los demás trabajadores. Finalmente, se deberán establecer indicadores que permitan medir la efectividad de estas estrategias audiovisuales en la reducción y rotación de los trabajadores, en los errores y en la mejora general del desempeño. Para promover la propuesta, se realizarán presentaciones para informar a todo el personal sobre las nuevas herramientas audiovisuales, sobre sus beneficios y sobre cómo acceder a ellas mediante la intranet. Se realizarán demostraciones prácticas que muestren cómo usar las guías audiovisuales, los videos instructivos, para tareas específicas y de esta manera se resaltarán su facilidad y utilidad. Además, se implementarán campañas de concientización interna, utilizando los propios canales audiovisuales como la intranet, para comunicar los éxitos iniciales y los testimonios de los empleados que ya estén utilizando las herramientas. En cuanto a la relación con los trabajadores, se crearán canales de retroalimentación para que puedan dar su feedback sobre las guías audiovisuales y videos instructivos, utilizando encuestas periódicas, buzones de sugerencias digitales o reuniones de equipo. Se realizará una actualización y mejora

continúa del contenido audiovisual, basándose en esta retroalimentación, para asegurar su relevancia y efectividad. También se implementarán actividades de reconocimiento y motivación, para reconocer el buen desempeño y la participación del personal, animando así un sentido de comunidad. Finalmente, para asegurar que la cadena hotelera vea el retorno de su inversión, se incluirá un monitoreo constante de indicadores clave como la tasa de rotación del personal, el número de errores en el servicio, la eficiencia de los procesos y los resultados de encuestas de satisfacción, además del compromiso de los empleados. También, se evaluará el impacto en la percepción de la calidad del servicio al cliente, un factor que indirectamente puede conducir a una mayor fidelización y, por ende, a mayores ingresos para el hotel. Todos estos resultados se presentarán periódicamente a la gerencia para justificar la inversión realizada y demostrar el valor estratégico de la propuesta.

### **5.3.7. Alianzas**

Para la propuesta de implementación de estrategias audiovisuales de comunicación interna, nuestros proveedores nos brindarán servicios y herramientas tecnológicas, estos incluirán plataformas que ofrezcan soluciones de intranet que permitan alojar y distribuir el contenido audiovisual de manera eficaz. También se considerarán diseñadores gráficos freelance, ya que son profesionales especializados en la creación de videos y otros elementos visuales de alta calidad para los videos instructivos. Adicionalmente, recursos humanos podría ser experto externo que brinde asesoramiento en la medición del impacto en el desempeño y la cultura laboral.

Dado que la propuesta es una mejora interna, las actividades más importantes se centran en la implementación exitosa y la adopción por parte del personal. Nos ayudarán los siguientes socios internos clave: Líderes del área de Housekeeping y supervisores del hotel, cuyo respaldo son necesarios para llevar a cabo el proyecto, asignar los recursos necesarios y asegurar el compromiso de todos los niveles de la organización. El departamento de Recursos Humanos, que jugará un rol central en la difusión, gestión y seguimiento de las estrategias audiovisuales y videos instructivos,

**Propuesta de implementación de estrategias audiovisuales de  
Comunicación interna para mejorar el desempeño de los trabajadores  
de una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024.**



integrándolas en los planes de capacitación y desarrollo del personal, además de gestionar la retroalimentación.

## VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 6.1. Conclusiones

#### 6.1.1. *Conclusión general*

Se concluye que sí es viable la propuesta de implementación de estrategias audiovisuales de comunicación interna para mejorar el desempeño de los trabajadores en una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024. Esto se debe a que la comunicación interna tradicional que está muchas veces basada en manuales escritos y correos electrónicos es insuficiente para optimizar el desempeño laboral del personal. Las estrategias audiovisuales, como guías instruccionales en videos son más efectivas para la retención de información y el fortalecimiento del compromiso organizacional.

#### 6.1.2. *Conclusiones específicas*

##### **Conclusión específica 1**

Se concluye que sí es viable la propuesta para implementar la elaboración de guías audiovisuales para mejorar el desempeño de los trabajadores en una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024. Esto se sustenta en que las guías audiovisuales, como videos tutoriales, pueden explicar los procesos de trabajo de manera más clara y visual, reduciendo errores en los equipos del hotel.

##### **Conclusión específica 2**

Se concluye que sí es viable la propuesta para implementar el efecto de los elementos audiovisuales para mejorar el desempeño de los trabajadores en una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024. El uso de herramientas audiovisuales incrementa el compromiso laboral de los colaboradores al facilitar una comunicación clara y motivadora.

##### **Conclusión específica 3**

Se concluye que sí es viable la propuesta para implementar capacitación y desarrollo para mejorar el desempeño de los trabajadores en una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024. Las estrategias audiovisuales pueden aumentar el desarrollo de las capacitaciones impactando de manera positiva.

#### **Conclusión específica 4**

Se concluye que sí es viable la propuesta para implementar la motivación y el ambiente laboral para mejorar el desempeño de los trabajadores en una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024. La comunicación emocional, facilitada por medios audiovisuales, mejora el clima laboral y es esencial para reducir la rotación del personal.

#### **Conclusión específica 5**

Se concluye que sí es viable la propuesta para implementar la medición de rendimiento para mejorar el desempeño de los trabajadores en una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024. La investigación busca determinar cómo estas herramientas impactan en la medición del rendimiento.

### **6.2. Recomendaciones**

#### **6.2.1. Recomendación general**

Se recomienda implementar la propuesta de estrategias audiovisuales de comunicación interna para mejorar el desempeño de los trabajadores en una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024. Ya que esto se vería reflejado en la efectividad para la retención de información y el fortalecimiento del compromiso con la empresa, lo que permitirá optimizar el desempeño laboral del personal y reducir problemáticas como los elevados índices de rotación y errores recurrentes en el servicio.

#### **6.2.2. Recomendaciones específicas**

##### **Recomendación específica 1**

Se recomienda implementar la elaboración de guías audiovisuales para mejorar el desempeño de los trabajadores en una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024. Ya que el uso de guías instruccionales en video permite una comunicación más clara y efectiva.

##### **Recomendación específica 2**

Se recomienda implementar la propuesta para el efecto de los elementos audiovisuales para mejorar el desempeño de los trabajadores en una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024. Ya que es necesario integrarlo para aumentar la

motivación y el compromiso de los colaboradores, facilitando una comunicación más clara y atractiva.

### **Recomendación específica 3**

Se recomienda implementar la propuesta de capacitación y desarrollo para mejorar el desempeño de los trabajadores en una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024 porque generará un impacto positivo en el aprendizaje y la adquisición de nuevas habilidades por parte de los trabajadores.

### **Recomendación específica 4**

Se recomienda implementar la propuesta de motivación y el ambiente laboral para mejorar el desempeño de los trabajadores en una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024 porque es fundamental fomentar un ambiente laboral positivo, ya que la comunicación emocional puede mejorar significativamente el clima de trabajo.

### **Recomendación específica 5**

Se recomienda implementar la propuesta de medición del rendimiento para mejorar el desempeño de los trabajadores en una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024 porque es necesario establecer mecanismos sistemáticos para medir el impacto de la comunicación audiovisual en los indicadores de productividad y desempeño, lo que permitirá evaluar la efectividad de las estrategias implementadas y realizar ajustes necesarios.

## VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aiquipa Figueroa, E., & Estrella Barria, L. P. (2023). La importancia de la comunicación organizacional interna y el benchmarking para los trabajadores de los hoteles de 4 y 5 estrellas, Miraflores 2023 [Tesis de pregrado, Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio USIL. <https://repositorio.usil.edu.pe/entities/publication/9d3ce456-5756-4dec-bd42-ee7c73a018db>
- Arce, O. (2017). La gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en el sector público. Revista Científica Observatorio de la Economía Latinoamericana, (231). Redalyc. <https://www.redalyc.org/journal/4498/449856234001/movil/>
- Arriola Prieto, C. T. (2020). Impacto del uso de los medios audiovisuales educativos en el rendimiento académico de estudiantes de enfermería. Revista EDUSER, 7(1), 56–68. <https://revistas.ucv.edu.pe/index.php/eduser/article/view/311>
- Barreto Huaitán, O. J. (2023). Marketing interno y motivación laboral en el Hotel Oro Verde, 2023 [Tesis de licenciatura, Universidad de Huánuco]. Repositorio Institucional UDH. <https://repositorio.udh.edu.pe/handle/20.500.14257/4420>
- Bencomo Valdés, Y. D., Sánchez Alberich, R., Velasteguí López, L. E., & Carrasco Ruano, Y. T. (2022). Aspectos teóricos sobre la comunicación interna en organizaciones turísticas. Explorador Digital, 6(2), 59–74. <https://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/exploradordigital/article/view/2128>
- Bonett, S. J. (2023). Plan de comunicación interna para la empresa. UPC. [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/672391/Bonett\\_SJ.pdf?isAllowed=y&sequence=1](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/672391/Bonett_SJ.pdf?isAllowed=y&sequence=1)
- Calva Robles, S. J. (2021). Comunicación interna y su relación con el clima organizacional en los trabajadores administrativos de la Municipalidad de Pueblo

Libre – 2021 [Tesis de licenciatura, Universidad Jaime Bausate y Meza].

Repositorio Institucional. <https://hdl.handle.net/20.500.14229/337>

Castro Marotta, M. P., & Cebreros Salazar, M. (2020). Coronavirus en la industria hotelera: cambios en la gestión y estrategias de reactivación en Lima, Perú [Tesis de bachiller]. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/654052>

Cayllahua Meza, N. I. (2021). Influencia de la comunicación interna en el desempeño laboral de los colaboradores del Hotel Casa Andina en la ciudad del Cusco – 2021 [Tesis de maestría, Universidad Continental]. Repositorio Institucional Continental. <https://hdl.handle.net/20.500.12394/9670>

Chaca Oliveros, A., & Contreras Tito, L. (2022). Habilidades blandas... U. Continental. <https://hdl.handle.net/20.500.12394/10572>

Chepchumba, S. S. (2022). An Analysis of Internal Communication Practices in the Hospitality Industry: A Case of Five Star Hotels in Nairobi County [Tesis de maestría, Universidad de Nairobi]. Repositorio Institucional UoN. <https://erepository.uonbi.ac.ke/handle/11295/162752>

Chiavenato, I. (2000). Administración de recursos humanos: El capital humano de las organizaciones. McGraw-Hill Interamericana. [https://revistasacademicas.ucol.mx/index.php/commercium\\_plus/article/view/638/1590](https://revistasacademicas.ucol.mx/index.php/commercium_plus/article/view/638/1590)

Chiavenato, I. (2009). Introducción a la teoría general de la administración. McGraw-Hill. <https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/tepeji/n5/a2.html>

Cordova, Z. G. (2021). Efectos del Covid-19 en la gestión de alimentos y bebidas de los hoteles y potenciales medidas de reactivación [Tesis de bachiller]. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/658713?show=full&locale-attribute=es>

Costa-Sánchez, C., & Martínez Costa, S. (2018). Comunicación corporativa audiovisual y online: Innovación y tendencias. Editorial UOC.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=714366>

Čuić Tanković, A., Bilić, I., & Brajković, I. (2022). Internal Communication and Employee Satisfaction in Hospitality. *Management*, 27(1), 1–16.  
[https://www.researchgate.net/publication/359690958\\_Internal\\_Communication\\_and\\_Employee\\_Satisfaction\\_in\\_Hospitality](https://www.researchgate.net/publication/359690958_Internal_Communication_and_Employee_Satisfaction_in_Hospitality)

Daries, J., Jaime, V., & Bucaram, S. (2021). Evolución del turismo en Perú 2010-2020, la influencia del COVID-19 y recomendaciones pos-COVID-19: nota sectorial de turismo. Banco Interamericano de Desarrollo.  
<https://publications.iadb.org/es/evolucion-del-turismo-en-peru-2010-2020-la-influencia-del-covid-19-y-recomendaciones-pos-covid-19>

Del Aguila Ruiz, J. A. (2021). La comunicación interna y su incidencia en la calidad de servicio al cliente en la empresa hotelera "Royal" – Tingo María 2020 [Tesis de licenciatura, Universidad de Huánuco]. Repositorio institucional UDH.  
<https://repositorio.udh.edu.pe/handle/123456789/2952>

De Marzo Sanchez, G. A. (2020). Estudio del impacto del COVID 19 en los servicios brindados en un hotel 5 estrellas en el distrito de Miraflores, departamento de Lima – Perú, 2020 [Trabajo de investigación para optar el grado académico de Bachiller]. Universidad de San Martín de Porres.  
<https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/7532>

Elezme Martin, M. X. (2022). Importancia de los recursos audiovisuales en la educación: por un camino hacia la inclusión educativa. *INVESTICGA: Revista de Investigación en Gestión Administrativa y Ciencias de la Información*.  
<https://revistas.sena.edu.co/index.php/ricga/article/view/3956>

Espinal Huerta, C., & Vidal Quiñones, R. (2021). Sistema de evaluación del desempeño

laboral...

U.

Continental.

<https://repositorio.continental.edu.pe/handle/20.500.12394/9976>

Flores Hilario, L. P. & Romero Tamara, C. C. (2024). Comunicación interna y desempeño laboral del personal de una empresa distribuidora de productos tecnológicos, Lima Metropolitana, 2024 [Tesis de licenciatura, Universidad de San Martín de Porres].

Repositorio

institucional

USMP.

<https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/14718>

Flores, J., & Felicitas, J. (2020). Comunicación interna y desempeño laboral en los trabajadores de la pastelería Chantilly, Lima – 2020 [Tesis de licenciatura, Universidad Autónoma del Perú].

Repositorio

Institucional.

<https://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/1027/11498>

Hernández, R., & Mendoza, C. P. (2023). Metodología de la investigación (5ª ed.). McGraw-Hill.

[http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales\\_de\\_consulta/Drogas\\_de\\_Abuso/Articulos/SampieriLasRutas.pdf](http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/SampieriLasRutas.pdf)

Karatepe, O. M. (2013). High-performance work practices and hotel employee performance. *International Journal of Hospitality Management*, 32, 132–140.

<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2012.05.003>

López, P. L. (2004). Población, muestra y muestreo. *Punto Cero*, 9(8), 69–74.

[https://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-02762004000100012](https://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012)

López Ruiz, D. (s.f.). Comunicación interna: revisión bibliográfica [Tesis de licenciatura, Universidad Señor de Sipán].

Repositorio

USAT.

<https://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/5632>

- Marcos Ramos, M., & Moreno Méndez, M. (2020). La influencia de los recursos audiovisuales para el aprendizaje autónomo en el aula. Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones", 13(1), 97–117.  
<https://revistas.urosario.edu.co/index.php/disertaciones/article/view/7310/0>
- Mejía, C. R., Chacón, J. I., Enamorado-Leiva, O. M., Garnica, L. R., Chacón-Pedraza, S. A., & García-Espinosa, Y. A. (2019). Factores asociados al estrés laboral en trabajadores de seis países de Latinoamérica. Revista de la Asociación Española de Especialistas en Medicina del Trabajo, 28(3).  
[https://scielo.isciii.es/scielo.php?pid=S302011602019000300004&script=sci\\_arttext](https://scielo.isciii.es/scielo.php?pid=S302011602019000300004&script=sci_arttext)
- Mishra, K., Boynton, L., & Mishra, A. (2014). Driving employee engagement: The expanded role of internal communications.  
[https://www.researchgate.net/publication/261398829\\_Driving\\_Employee\\_Engagement\\_The\\_Expanded\\_Role\\_of\\_Internal\\_Communications](https://www.researchgate.net/publication/261398829_Driving_Employee_Engagement_The_Expanded_Role_of_Internal_Communications)
- Mundaca Retuerto, L. J., & Mundaca Retuerto, L. C. (2021). Propuesta de sistema web... UPC. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/659116>
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2023). Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa (4ª ed.). Ediciones de la U.  
[http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales\\_de\\_consulta/Drogas\\_de\\_Abuso/Articulos/MetodologiaInvestigacionNaupas.pdf](http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/MetodologiaInvestigacionNaupas.pdf)
- Quesada Peralta, X. F. (2022). La comunicación interna y el clima organizacional en modalidad de teletrabajo de los colaboradores de la empresa R y V Estructuras Metálicas SAC, Lurigancho – Lima, 2022 [Tesis de licenciatura, Universidad de San Martín de Porres]. Repositorio USMP.  
<https://hdl.handle.net/20.500.12727/11844>

Ruiz de Alba Robledo, M. (2013). La Comunicación: Estrategia Vital Para La Industria Hotelera. Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo.

<https://www.redalyc.org/journal/5116/511664275004/html/>

Ruiz Villalobos, E. (2021). Relación entre los factores psicosociales en el trabajo y el estrés laboral en trabajadores administrativos de una municipalidad de Lima Metropolitana–2019. Universidad Peruana Cayetano Heredia.

<https://repositorio.upch.edu.pe/handle/20.500.12866/9724>

Santa Cruz Becerra, M. P. (2024). Plan de comunicación interna para mejorar el clima organizacional en los trabajadores del Instituto Peruano de Fomento Educativo – 2024 [Tesis de licenciatura, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo].

Repositorio USAT. <http://hdl.handle.net/20.500.12423/7794>

Sayago, A. (2009). Comprendiendo el ámbito de la comunicación organizacional interna y el desempeño docente en instituciones educativas. Revista Científica.

<https://portal.amelica.org/ameli/journal/497/4974018003/html/>

Sosa Paucar, G., & Roque Sosa, L. A. (2022). Una mirada educativa basada en recursos audiovisuales para el desarrollo de habilidades lingüísticas. Delectus, 5(2), 39–

47. <https://revista.inicc-peru.edu.pe/index.php/delectus/article/view/142>

Suárez, M. V., & Delgado, A. I. (2012). El rol del docente universitario en el uso de las TIC para la enseñanza y el aprendizaje.

<https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941230007.pdf>

Valderrama, J. C. (2020). Motivación laboral y desempeño en organizaciones. Universidad Técnica de Ambato.

<https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/31787>

Valle, Á. (2019). El desempeño laboral y su relación con competencias de aprendizaje. USMP.

[https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/5832/valle\\_haa.pdf](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/5832/valle_haa.pdf)

Velásquez Tapullima, P. A., Flores Villalobos, C. M., & Galarza Barreto, S. J. (2022). Comunicación interna y su influencia en el clima organizacional de la empresa Contrans S.A.C., Callao – 2022 [Trabajo de investigación, Instituto San Ignacio de Loyola]. Repositorio ISIL. <https://repositorio.isil.pe/handle/123456789/695>

Villanueva, M. (2015). La comunicación: Estrategia vital para la industria hotelera. Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo. <https://www.redalyc.org/journal/5116/511664275004/html/>

Vives Gómez, I. (2020). Estrategia de Comunicación Digital para un Hotel con una Larga Trayectoria en el Sector Hotelero: Park Hotel [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Javeriana, Colombia]. <https://repository.javeriana.edu.co/items/cc9c8070-def6-4dd9-a0a1-cca05d48e1e8>

VIII. ANEXOS

Anexo N°01

8.1. Informe Turnitin

**LORENA LINDA BOLO VARELA**

TESIS FINALIZADA - Lorena Bolo Varela.docx

Instituto San Ignacio de Loyola - ISIL

**Detalles del documento**

Identificador de la entrega

trn:oid:::30163:475582902

Fecha de entrega

22 jul 2025, 8:15 p.m. GMT-5

Fecha de descarga

23 jul 2025, 5:01 p.m. GMT-5

Nombre de archivo

TESIS FINALIZADA - Lorena Bolo Varela.docx

Tamaño de archivo

1.9 MB

118 Páginas

28.326 Palabras

169.732 Caracteres


**10% Similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...


**Filtrado desde el informe**

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado

**Fuentes principales**

26%  Fuentes de Internet

7%  Publicaciones

16%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

**Marcas de integridad**

**N.º de alertas de integridad para revisión**

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.



Lorena Linda  
Bolo Varela  
(Autor)



Quijano Aranibar  
Ivan Ernesto  
(Asesor)

## 8.2. Reporte de impacto y resultados

**Tipo de documento:** Trabajo de investigación

### **Título del Trabajo de Investigación o Tesis**

“Propuesta de implementación de estrategias audiovisuales de comunicación interna para mejorar el desempeño de los trabajadores de una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024”

### **Integrantes:**

1. Bolo Varela, Lorena Linda

**Asesor:** Quijano Aranibar, Ivan Ernesto

### **Impacto de la investigación**

El impacto de una investigación se refiere a los efectos, tanto esperados como inesperados, que esta puede generar, abarcando aspectos económicos, políticos, culturales, ambientales, tecnológicos, sociales, entre otros.

La presente investigación busca generar un impacto significativo en la mejora del desempeño laboral de los trabajadores de la cadena hotelera, mediante la implementación de estrategias audiovisuales de comunicación interna. Se espera que los resultados contribuyan al fortalecimiento de la cultura organizacional, fomenten la motivación del personal, optimicen los canales comunicativos y promuevan un ambiente laboral más colaborativo.

### **Resultado del proceso de investigación**

Los resultados de un proyecto de investigación son los descubrimientos o conclusiones alcanzadas después de realizar el estudio. Estos reflejan los datos obtenidos durante el proceso investigativo y responden a las preguntas o hipótesis formuladas al comienzo del proyecto. Los resultados son fundamentales para evaluar, interpretar y comprender los efectos o la validez de lo investigado.

Como resultado del proceso de investigación, se identificó que los trabajadores valoran positivamente el uso de estrategias audiovisuales dentro de la comunicación interna, ya que estas permiten una mejor comprensión de los mensajes, mayor cercanía con la organización y una motivación más constante. Asimismo, se evidenció que la falta de herramientas visuales actuales afecta la eficacia comunicativa y el compromiso del personal. Por ello, se concluye que la propuesta planteada tiene el potencial de mejorar notablemente la comunicación interna y el desempeño laboral.

### 8.3. Matriz de consistencia

<b>MATRIZ DE CONSISTENCIA</b>					
<b>"PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS AUDIOVISUALES DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA MEJORAR EL DESEMPEÑO DE LOS TRABAJADORES DE UNA CADENA HOTELERA DEL DISTRITO DE MIRAFLORES, 2024"</b>					
<b>PROBLEMA</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>HIPÓTESIS</b>	<b>VARIABLES Y DIMENSIONES</b>	<b>METODOLOGIA</b>	<b>POBLACIÓN Y MUESTRA</b>
<b>Problema General</b>	<b>Objetivo General</b>	<b>Hipótesis General</b>	<b>Variable 1:</b> Implementación de estrategias audiovisuales de comunicación interna. <b>Dimensiones:</b> - Elaboración de guías audiovisuales. - Efecto de los elementos audiovisuales.  <b>Variable 2:</b> Desempeño de los trabajadores <b>Dimensiones:</b> - Capacitación y desarrollo - Motivación y ambiente laboral - Medición de rendimiento	<b>Enfoque:</b> Cualitativo  <b>Tipo de investigación:</b> Aplicada  <b>Diseño de investigación:</b> No experimental de corte transversal  <b>Niveles de investigación:</b> Descriptivo  <b>Técnicas:</b> Entrevistas  <b>Instrumento:</b> Guía de entrevista	<b>Población:</b> 30 empleados del área Alojamiento de la empresa Casa Andina Hoteles.  <b>Muestra:</b> No probabilística por conveniencia. 15 empleados del área de Housekeeping.
<b>Problemas Específicos</b>	<b>Objetivos Específicos</b>	<b>Hipótesis Especificas</b>			
¿Es viable una propuesta para implementar la <b>elaboración de guías audiovisuales</b> para mejorar el <b>desempeño de los trabajadores</b> en una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024?	Conocer si es viable la propuesta de la <b>elaboración de guías audiovisuales</b> para mejorar el <b>desempeño de los trabajadores</b> en una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024.	No requiere.			
¿Es viable una propuesta para implementar el <b>efecto de los elementos audiovisuales</b> para mejorar el <b>desempeño de los trabajadores</b> en una cadena hotelera del distrito de	Conocer si es viable la propuesta del <b>efecto de los elementos audiovisuales</b> para mejorar el <b>desempeño de los trabajadores</b> en una cadena hotelera del	No requiere.			

**Propuesta de implementación de estrategias audiovisuales de Comunicación interna para mejorar el desempeño de los trabajadores de una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024.**



Miraflores, 2024?	distrito de Miraflores, 2024.			
¿Es viable una propuesta para implementar <b>capacitación y desarrollo</b> para mejorar el <b>desempeño de los trabajadores</b> en una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024?	Conocer si es viable la propuesta de <b>capacitación y desarrollo</b> para mejorar el <b>desempeño de los trabajadores</b> en una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024.	No requiere		
¿Es viable una propuesta para implementar la <b>motivación y el ambiente laboral</b> para mejorar el <b>desempeño de los trabajadores</b> en una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024?	Conocer si es viable la propuesta de <b>motivación y del ambiente laboral</b> para mejorar el <b>desempeño de los trabajadores</b> en una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024.	No requiere.		
¿Es viable una propuesta para implementar la <b>medición de rendimiento</b> para mejorar el <b>desempeño de los trabajadores</b> en una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024?	Conocer si es viable la propuesta de <b>medición de rendimiento</b> para mejorar el <b>desempeño de los trabajadores</b> en una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024.	No requiere.		

8.4. Matriz de operacionalización de variables

CATEGORÍAS	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	SUB-CATEGORÍAS	CRITERIOS	ITEMS	PREGUNTAS	INSTRUMENTO
<b>V1:</b> Implementación de estrategias audiovisuales de comunicación interna	Chiavenato (2009) define la comunicación como un elemento vital en el comportamiento organizacional, cumpliendo funciones de control, motivación, expresión de emociones e información dentro de la empresa. Sin embargo, Sayago (2009) define la comunicación interna como las actividades realizadas dentro de una organización para mantener buenas relaciones entre sus miembros, con el objetivo de proveer comunicación, unión y motivación para	La variable implementación de estrategias audiovisuales de comunicación interna tiene dos dimensiones: Elaboración de Guías Audiovisuales (ítems 1-3) y Efecto de los Elementos Audiovisuales (ítems 4-6).	Elaboración de guías audiovisuales	Accesibilidad de las guías	1	¿Qué necesitas considerar para hacer accesibles las guías audiovisuales? ¿Por qué?	Guía de entrevista
				Cantidad de guías producidas	2	¿Cuáles son los objetivos para la producción de guías en un tiempo específico?	
				Índice de comprensión	3	¿Qué acciones has tomado para analizar o medir el nivel de comprensión de los trabajadores?	

**Propuesta de implementación de estrategias audiovisuales de Comunicación interna para mejorar el desempeño de los trabajadores de una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024.**



	alcanzar las metas establecidas . Asimismo, Ruiz de Alba Robledo (2013) destaca que la comunicación interna es un factor fundamental para mejorar el compromiso organizacional de los empleados en las empresas hoteleras, ya que influye positivamente en el clima comunicacional y en la conexión con los aspectos humanos de la empresa. Por tanto, los recursos audiovisuales son un conjunto de herramientas que facilitan y aceleran el proceso de aprendizaje dentro de las áreas laborales siendo comunicado de manera interna por diferentes medios accesibles.		Efecto de los elementos audiovisuales	Motivación y Conexión	4	¿De qué manera crees que los elementos audiovisual es impactarían en la motivación y unión de tu equipo? ¿Por qué?
				Tasa de Participación	5	¿Cómo describirías el interés de tu equipo en los contenidos audiovisual es? ¿Por qué?
				Aumento en el Uso de Recursos	6	¿Crees que sería visible el incremento en el uso de los recursos presentados por parte de tu equipo? ¿Por qué?
<b>V2:</b> Desempeño de los trabajadores	Según Chiavenato (2009) el desempeño laboral es el comportamiento	La variable desempeño de los trabajadores tiene tres dimensiones	Capacitación y desarrollo	Número de capacitaciones ofrecidas	7	¿Con qué frecuencia se ofrecen capacitaciones y qué aspectos

**Propuesta de implementación de estrategias audiovisuales de Comunicación interna para mejorar el desempeño de los trabajadores de una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024.**



<p>ento del trabajador en la búsqueda de objetivos fijados para alcanzar las metas mediante las estrategias establecidas, y así obtener el desempeño de las habilidades que tiene cada colaborador. Por otro lado, Valderrama, J. (2020) menciona que la motivación del trabajador es un factor fundamental que influye directamente en su desempeño laboral y en el cumplimiento de los objetivos organizacionales, siendo la supervisión y el acompañamiento factores clave para el éxito.</p>	<p>s, como Capacitación y desarrollo (ítems 7-9), Motivación y Ambiente Laboral (ítems 10-12) y Medición de Rendimiento (ítems 13-15)</p>			determinan esa frecuencia?			
				Participación en capacitaciones	8	¿Cómo se incentiva la participación de los empleados en las capacitaciones? ¿Por qué? ¿Tendrá algún ejemplo en específico?	
				Resultados de evaluaciones para medir el aprendizaje.	9	¿Los trabajadores se sienten más conectados con la empresa y sus objetivos después de participar en la campaña? ¿Por qué?	
				Motivación y ambiente laboral	Nivel de satisfacción laboral	10	¿Existen programas de reconocimiento o incentivos actuales? ¿Cuáles son los más importantes? ¿Por qué?
					Tasa de rotación de empleados	11	¿Cómo describirías la cultura de la empresa y de qué manera crees que impacta en el bienestar de los trabajadores? ¿Por qué?

**Propuesta de implementación de estrategias audiovisuales de Comunicación interna para mejorar el desempeño de los trabajadores de una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024.**



				Mejoras en el ambiente de trabajo	12	¿Cuáles son las principales frustraciones o desafíos que enfrentan los trabajadores en su día a día? ¿Por qué?
			Medición de rendimiento	Productividad individual	13	¿Qué tipo de apoyo adicional necesitarían los trabajadores para mantener su motivación alta? ¿Tendrá algún ejemplo en específico?
				Cumplimiento de objetivos	14	¿Crees que la campaña ha ayudado a que los trabajadores alcancen sus metas laborales más fácilmente? ¿Por qué?
				Retroalimentación de supervisores	15	¿Qué cambios has observado en el desempeño del trabajador desde que comenzó a recibir retroalimentación regular de su supervisor?

## 8.5. Instrumentos de recolección de datos



### GUÍA DE ENTREVISTA

¡Hola! Antes de empezar, agradecería me brindes tu autorización para grabar la entrevista por medio del **consentimiento informado**.

Mi nombre es Lorena Bolo Varela, alumna/o de la Escuela Superior Instituto San Ignacio de Loyola. Estoy realizando una investigación de Pregrado titulada: "**Propuesta de implementación de estrategias audiovisuales de comunicación interna para mejorar el desempeño de los trabajadores de una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024**". El propósito de esta entrevista es conocer tu opinión sobre **estrategias audiovisuales de comunicación interna** y sobre **mejorar el desempeño de los trabajadores**. Sus respuestas serán utilizadas únicamente para la investigación y con total confidencialidad.

### DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS

Iniciales del nombre y apellidos:

Fecha:02/12/2024

Género: Mujeres y hombres

Distrito: Miraflores

Edad/rango de edad: 25- 42

Hora de inicio: 9:00 am

Hora de fin: 11:00am

### BLOQUE 1: Estrategias audiovisuales de comunicación interna.

1. ¿Qué necesitas considerar para hacer accesibles las guías audiovisuales? ¿Por qué?
2. ¿Cuáles son los objetivos para la producción de guías en un tiempo específico?

3. ¿Qué acciones has tomado para analizar o medir el nivel de comprensión de los trabajadores?
4. ¿De qué manera crees que los elementos audiovisuales impactarían en la motivación y unión de tu equipo? ¿Por qué?
5. ¿Cómo describirías el interés de tu equipo en los contenidos audiovisuales? ¿Por qué?
6. ¿Crees que sería visible el incremento en el uso de los recursos presentados por parte de tu equipo? ¿Por qué?

**BLOQUE 2: Mejorar el desempeño de los trabajadores.**

1. ¿Con qué frecuencia se ofrecen capacitaciones y qué aspectos determinan esa frecuencia?
2. ¿Cómo se incentiva la participación de los empleados en las capacitaciones? ¿Por qué? ¿Tendrá algún ejemplo en específico?
3. ¿Los trabajadores se sienten más conectados con la empresa y sus objetivos después de participar en la campaña? ¿Por qué?
4. ¿Existen programas de reconocimiento o incentivos actuales? ¿Cuáles son los más importantes? ¿Por qué?
5. ¿Cómo describirías la cultura de la empresa y de qué manera crees que impacta en el bienestar de los trabajadores? ¿Por qué?
6. ¿Cuáles son las principales frustraciones o desafíos que enfrentan los trabajadores en su día a día? ¿Por qué?
7. ¿Qué tipo de apoyo adicional necesitarían los trabajadores para mantener su motivación alta? ¿Tendrá algún ejemplo en específico?
8. ¿Crees que la campaña ha ayudado a que los trabajadores alcancen sus metas laborales más fácilmente? ¿Por qué?
9. ¿Qué cambios has observado en el desempeño del trabajador desde que comenzó a recibir retroalimentación regular de su supervisor?

8.6. Validación de expertos si aplica



FICHA DE VALIDACIÓN

I. DATOS INFORMATIVOS:

Apellidos y nombres del experto	Cargo e institución	Instrumento	Autor(es)
Mg. Ivan Ernesto Quijano Aranibar	Docente en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Docente e Investigador RENACYT en el Instituto San Ignacio de Loyola.	Guía de entrevista	Bolo Varela, Lorena Linda

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Criterios	Categorías, subcategorías y preguntas de investigación	Deficiente 0- 20%	Regular 21- 40%	Buena 41- 60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81- 100%
1. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado.			X		
2. Subjetividad	Recoge los aspectos subjetivos de los participantes.			X		
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.			X		
4. Organización	Existe una organización lógica.			X		
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.			X		
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.			X		
7. Consistencia	Basado en aspectos teórico científicos.			X		
8. Coherencia	Entre las categorías, subcategorías y objetivos de investigación.			X		
9. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.			X		
10. Pertinencia	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.			X		

III. OPINION DE APLICACIÓN

- Aplicable
- Aplicable después de corregir
- No aplicable


IV. PROMEDIO DE VALIDACIÓN

51% BUENO

V. DATOS DEL EXPERTO

DNI	ORCID	COD. INVESTIGADOR RENACYT	Celular
45144294	<a href="https://orcid.org/0000-0003-2264-1186">https://orcid.org/0000-0003-2264-1186</a>	<a href="#">P0130610</a>	+51 956 202 509

Lugar y fecha: Lima, 26 de octubre de 2024.

  
QUIJANO ARANIBAR IVAN ERNESTO  
DNI: 45144294

8.7. Otros que se consideren pertinentes



**CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPAR EN LA  
INVESTIGACIÓN**

**"Propuesta de implementación de estrategias audiovisuales de comunicación  
interna para mejorar el desempeño de los trabajadores de una cadena hotelera  
del distrito de Miraflores, 2024".**

Responsables de la Investigación: Lorena Linda Bolo Varela

**OBJETIVO:** Demostrar de qué manera la implementación de estrategias audiovisuales de comunicación interna mejorará el desempeño de los trabajadores en una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024.

**CRITERIO DE SELECCIÓN:** Por conveniencia.

**MUESTRA:** 15 empleados del área de Housekeeping.

**RIESGOS Y MOLESTIAS:** Ninguna

**COSTOS O ESTIPENDIOS:** Ninguno

**CONFIDENCIALIDAD:** La información recopilada se mantendrá en confidencialidad, y se aplicará un proceso de codificación a todos los nombres. Los resultados se emplearán solamente con fines académicos.

**RETIRO:** La toma de parte en este estudio es completamente opcional. Aquel que participe tiene el derecho de decidir no involucrarse o retirarse en cualquier punto del proceso.

**CONSENTIMIENTO:** He leído la información en el formulario de consentimiento. He participado en la entrevista y se ha respondido las preguntas. Por lo tanto, firmó el acuerdo de participar voluntariamente y de forma anónima en esta investigación.

A handwritten signature in black ink, appearing to read "B. Aliaga".

Firma

Nombre del Participante:  
Responsable:  
Brenda Aliaga

DNI: 71341833

Fecha: 02/12/2024

A handwritten signature in black ink, appearing to read "L. Bolo Varela".

Firma

Investigador

Lorena Linda Bolo Varela

DNI:70997246



## CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPAR EN LA INVESTIGACIÓN

**"Propuesta de implementación de estrategias audiovisuales de comunicación interna para mejorar el desempeño de los trabajadores de una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024".**

Responsables de la Investigación: Lorena Linda Bolo Varela

**OBJETIVO:** Demostrar de qué manera la implementación de estrategias audiovisuales de comunicación interna mejorará el desempeño de los trabajadores en una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024.

**CRITERIO DE SELECCIÓN:** Por conveniencia.

**MUESTRA:** 15 empleados del área de Housekeeping.

**RIESGOS Y MOLESTIAS:** Ninguna

**COSTOS O ESTIPENDIOS:** Ninguno

**CONFIDENCIALIDAD:** La información recopilada se mantendrá en confidencialidad, y se aplicará un proceso de codificación a todos los nombres. Los resultados se emplearán solamente con fines académicos.

**RETIRO:** La toma de parte en este estudio es completamente opcional. Aquel que participe tiene el derecho de decidir no involucrarse o retirarse en cualquier punto del proceso.

**CONSENTIMIENTO:** He leído la información en el formulario de consentimiento. He participado en la entrevista y se ha respondido las preguntas. Por lo tanto, firmo el acuerdo de participar voluntariamente y de forma anónima en esta investigación.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Enciso Vigo R.', written over a horizontal line.

Firma

Nombre del Participante:  
Responsable:  
Ruben Samir Enciso Vigo

DNI: 71972481

Fecha: 02/12/2024

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'L. Bolo Varela', written over a horizontal line.

Firma

Investigador

Lorena Linda Bolo Varela

DNI: 70997246



## CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPAR EN LA INVESTIGACIÓN

**"Propuesta de implementación de estrategias audiovisuales de comunicación  
interna para mejorar el desempeño de los trabajadores de una cadena hotelera  
del distrito de Miraflores, 2024".**

Responsables de la Investigación: Lorena Linda Bolo Varela

**OBJETIVO:** Demostrar de qué manera la implementación de estrategias audiovisuales de comunicación interna mejorará el desempeño de los trabajadores en una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024.

**CRITERIO DE SELECCIÓN:** Por conveniencia.

**MUESTRA:** 15 empleados del área de Housekeeping.

**RIESGOS Y MOLESTIAS:** Ninguna

**COSTOS O ESTIPENDIOS:** Ninguno

**CONFIDENCIALIDAD:** La información recopilada se mantendrá en confidencialidad, y se aplicará un proceso de codificación a todos los nombres. Los resultados se emplearán solamente con fines académicos.

**RETIRO:** La toma de parte en este estudio es completamente opcional. Aquel que participe tiene el derecho de decidir no involucrarse o retirarse en cualquier punto del proceso.

**CONSENTIMIENTO:** He leído la información en el formulario de consentimiento. He participado en la entrevista y se ha respondido las preguntas. Por lo tanto, firmó el acuerdo de participar voluntariamente y de forma anónima en esta investigación.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Elena Flores', written over a horizontal line.

Firma

Nombre del Participante:

Responsable:

Elena Flores

DNI: 75730804

Fecha: 02/12/2024

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Lorena Linda Bolo Varela', written over a horizontal line.

Firma

Investigador

Lorena Linda Bolo Varela

DNI: 70997246



## CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPAR EN LA INVESTIGACIÓN

**"Propuesta de implementación de estrategias audiovisuales de comunicación interna para mejorar el desempeño de los trabajadores de una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024".**

Responsables de la Investigación: Lorena Linda Bolo Varela

**OBJETIVO:** Demostrar de qué manera la implementación de estrategias audiovisuales de comunicación interna mejorará el desempeño de los trabajadores en una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024.

**CRITERIO DE SELECCIÓN:** Por conveniencia.

**MUESTRA:** 15 empleados del área de Housekeeping.

**RIESGOS Y MOLESTIAS:** Ninguna

**COSTOS O ESTIPENDIOS:** Ninguno

**CONFIDENCIALIDAD:** La información recopilada se mantendrá en confidencialidad, y se aplicará un proceso de codificación a todos los nombres. Los resultados se emplearán solamente con fines académicos.

**RETIRO:** La toma de parte en este estudio es completamente opcional. Aquel que participe tiene el derecho de decidir no involucrarse o retirarse en cualquier punto del proceso.

**CONSENTIMIENTO:** He leído la información en el formulario de consentimiento. He participado en la entrevista y se ha respondido las preguntas. Por lo tanto, firmó el acuerdo de participar voluntariamente y de forma anónima en esta investigación.

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'DV', written over a horizontal line.

Firma

Nombre del Participante:

Responsable:

David Vasquez Durand

DNI:74813067

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'L. Bolo', written over a horizontal line.

Firma

Investigador

Lorena Linda Bolo Varela

DNI:70997246

Fecha:02/12/2024



## CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPAR EN LA INVESTIGACIÓN

**"Propuesta de implementación de estrategias audiovisuales de comunicación  
interna para mejorar el desempeño de los trabajadores de una cadena hotelera  
del distrito de Miraflores, 2024".**

Responsables de la Investigación: Lorena Linda Bolo Varela

**OBJETIVO:** Demostrar de qué manera la implementación de estrategias audiovisuales de comunicación interna mejorará el desempeño de los trabajadores en una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024.

**CRITERIO DE SELECCIÓN:** Por conveniencia.

**MUESTRA:** 15 empleados del área de Housekeeping.

**RIESGOS Y MOLESTIAS:** Ninguna

**COSTOS O ESTIPENDIOS:** Ninguno

**CONFIDENCIALIDAD:** La información recopilada se mantendrá en confidencialidad, y se aplicará un proceso de codificación a todos los nombres. Los resultados se emplearán solamente con fines académicos.

**RETIRO:** La toma de parte en este estudio es completamente opcional. Aquel que participe tiene el derecho de decidir no involucrarse o retirarse en cualquier punto del proceso.

**CONSENTIMIENTO:** He leído la información en el formulario de consentimiento. He participado en la entrevista y se ha respondido las preguntas. Por lo tanto, firmó el acuerdo de participar voluntariamente y de forma anónima en esta investigación.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Danghy'.

Firma

Nombre del Participante:

Responsable:

Danghy Murayari

DNI: 70613544

Fecha:02/12/2024

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'L. Bolo Varela'.

Firma

Investigador

Lorena Linda Bolo Varela

DNI:70997246



## CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPAR EN LA INVESTIGACIÓN

**"Propuesta de implementación de estrategias audiovisuales de comunicación  
interna para mejorar el desempeño de los trabajadores de una cadena hotelera  
del distrito de Miraflores, 2024".**

Responsables de la Investigación: Lorena Linda Bolo Varela

**OBJETIVO:** Demostrar de qué manera la implementación de estrategias audiovisuales de comunicación interna mejorará el desempeño de los trabajadores en una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024.

**CRITERIO DE SELECCIÓN:** Por conveniencia.

**MUESTRA:** 15 empleados del área de Housekeeping.

**RIESGOS Y MOLESTIAS:** Ninguna

**COSTOS O ESTIPENDIOS:** Ninguno

**CONFIDENCIALIDAD:** La información recopilada se mantendrá en confidencialidad, y se aplicará un proceso de codificación a todos los nombres. Los resultados se emplearán solamente con fines académicos.

**RETIRO:** La toma de parte en este estudio es completamente opcional. Aquel que participe tiene el derecho de decidir no involucrarse o retirarse en cualquier punto del proceso.

**CONSENTIMIENTO:** He leído la información en el formulario de consentimiento. He participado en la entrevista y se ha respondido las preguntas. Por lo tanto, firmó el acuerdo de participar voluntariamente y de forma anónima en esta investigación.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Emily', written over a horizontal line.

Firma

Nombre del Participante:  
Responsable:  
Emily Stefani Castro Ruiz

DNI: 007462416  
Fecha: 02/12/2024

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Lorena', written over a horizontal line.

Firma

Investigador

Lorena Linda Bolo Varela

DNI: 70997246



## CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPAR EN LA INVESTIGACIÓN

**"Propuesta de implementación de estrategias audiovisuales de comunicación  
interna para mejorar el desempeño de los trabajadores de una cadena hotelera  
del distrito de Miraflores, 2024".**

Responsables de la Investigación: Lorena Linda Bolo Varela

**OBJETIVO:** Demostrar de qué manera la implementación de estrategias audiovisuales de comunicación interna mejorará el desempeño de los trabajadores en una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024.

**CRITERIO DE SELECCIÓN:** Por conveniencia.

**MUESTRA:** 15 empleados del área de Housekeeping.

**RIESGOS Y MOLESTIAS:** Ninguna

**COSTOS O ESTIPENDIOS:** Ninguno

**CONFIDENCIALIDAD:** La información recopilada se mantendrá en confidencialidad, y se aplicará un proceso de codificación a todos los nombres. Los resultados se emplearán solamente con fines académicos.

**RETIRO:** La toma de parte en este estudio es completamente opcional. Aquel que participe tiene el derecho de decidir no involucrarse o retirarse en cualquier punto del proceso.

**CONSENTIMIENTO:** He leído la información en el formulario de consentimiento. He participado en la entrevista y se ha respondido las preguntas. Por lo tanto, firmó el acuerdo de participar voluntariamente y de forma anónima en esta investigación.

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Harumi Luna', written over a horizontal line.

Firma

Nombre del Participante:

Responsable:

Harumi Luna

DNI:10139285

Fecha: 02/12/2024

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Lorena Linda Bolo Varela', written over a horizontal line.

Firma

Investigador

Lorena Linda Bolo Varela

DNI:70997246



## CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPAR EN LA INVESTIGACIÓN

**"Propuesta de implementación de estrategias audiovisuales de comunicación  
interna para mejorar el desempeño de los trabajadores de una cadena hotelera  
del distrito de Miraflores, 2024".**

Responsables de la Investigación: Lorena Linda Bolo Varela

**OBJETIVO:** Demostrar de qué manera la implementación de estrategias audiovisuales de comunicación interna mejorará el desempeño de los trabajadores en una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024.

**CRITERIO DE SELECCIÓN:** Por conveniencia.

**MUESTRA:** 15 empleados del área de Housekeeping.

**RIESGOS Y MOLESTIAS:** Ninguna

**COSTOS O ESTIPENDIOS:** Ninguno

**CONFIDENCIALIDAD:** La información recopilada se mantendrá en confidencialidad, y se aplicará un proceso de codificación a todos los nombres. Los resultados se emplearán solamente con fines académicos.

**RETIRO:** La toma de parte en este estudio es completamente opcional. Aquel que participe tiene el derecho de decidir no involucrarse o retirarse en cualquier punto del proceso.

**CONSENTIMIENTO:** He leído la información en el formulario de consentimiento. He participado en la entrevista y se ha respondido las preguntas. Por lo tanto, firmó el acuerdo de participar voluntariamente y de forma anónima en esta investigación.

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Andrés Velasco', written over a horizontal line.

Firma

Nombre del Participante:

Responsable:

Andrés Velasco

DNI:70505831

Fecha: 02/12/2024

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Lorena Linda Bolo Varela', written over a horizontal line.

Firma

Investigador

Lorena Linda Bolo Varela

DNI:70997246



## CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPAR EN LA INVESTIGACIÓN

**"Propuesta de implementación de estrategias audiovisuales de comunicación  
interna para mejorar el desempeño de los trabajadores de una cadena hotelera  
del distrito de Miraflores, 2024".**

Responsables de la Investigación: Lorena Linda Bolo Varela

**OBJETIVO:** Demostrar de qué manera la implementación de estrategias audiovisuales de comunicación interna mejorará el desempeño de los trabajadores en una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024.

**CRITERIO DE SELECCIÓN:** Por conveniencia.

**MUESTRA:** 15 empleados del área de Housekeeping.

**RIESGOS Y MOLESTIAS:** Ninguna

**COSTOS O ESTIPENDIOS:** Ninguno

**CONFIDENCIALIDAD:** La información recopilada se mantendrá en confidencialidad, y se aplicará un proceso de codificación a todos los nombres. Los resultados se emplearán solamente con fines académicos.

**RETIRO:** La toma de parte en este estudio es completamente opcional. Aquel que participe tiene el derecho de decidir no involucrarse o retirarse en cualquier punto del proceso.

**CONSENTIMIENTO:** He leído la información en el formulario de consentimiento. He participado en la entrevista y se ha respondido las preguntas. Por lo tanto, firmó el acuerdo de participar voluntariamente y de forma anónima en esta investigación.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Patty Amemiya', written over a horizontal line.

Firma

Nombre del Participante:

Responsable:

Patty Amemiya

DNI: 41958292

Fecha: 02/12/2024

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Lorena Linda Bolo Varela', written over a horizontal line.

Firma

Investigador

Lorena Linda Bolo Varela

DNI: 70997246



## CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPAR EN LA INVESTIGACIÓN

**"Propuesta de implementación de estrategias audiovisuales de comunicación interna para mejorar el desempeño de los trabajadores de una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024".**

Responsables de la Investigación: Lorena Linda Bolo Varela

**OBJETIVO:** Demostrar de qué manera la implementación de estrategias audiovisuales de comunicación interna mejorará el desempeño de los trabajadores en una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024.

**CRITERIO DE SELECCIÓN:** Por conveniencia.

**MUESTRA:** 15 empleados del área de Housekeeping.

**RIESGOS Y MOLESTIAS:** Ninguna

**COSTOS O ESTIPENDIOS:** Ninguno

**CONFIDENCIALIDAD:** La información recopilada se mantendrá en confidencialidad, y se aplicará un proceso de codificación a todos los nombres. Los resultados se emplearán solamente con fines académicos.

**RETIRO:** La toma de parte en este estudio es completamente opcional. Aquel que participe tiene el derecho de decidir no involucrarse o retirarse en cualquier punto del proceso.

**CONSENTIMIENTO:** He leído la información en el formulario de consentimiento. He participado en la entrevista y se ha respondido las preguntas. Por lo tanto, firmó el acuerdo de participar voluntariamente y de forma anónima en esta investigación.

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke.

Firma

Nombre del Participante:  
Responsable:  
Jordy Cuba  
DNI:70864794  
Fecha: 02/12/2024

A handwritten signature in black ink, starting with a large 'L' and ending with a long horizontal stroke.

Firma

Investigador

Lorena Linda Bolo Varela  
DNI: 70997246



## CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPAR EN LA INVESTIGACIÓN

**"Propuesta de implementación de estrategias audiovisuales de comunicación interna para mejorar el desempeño de los trabajadores de una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024".**

Responsables de la Investigación: Lorena Linda Bolo Varela

**OBJETIVO:** Demostrar de qué manera la implementación de estrategias audiovisuales de comunicación interna mejorará el desempeño de los trabajadores en una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024.

**CRITERIO DE SELECCIÓN:** Por conveniencia.

**MUESTRA:** 15 empleados del área de Housekeeping.

**RIESGOS Y MOLESTIAS:** Ninguna

**COSTOS O ESTIPENDIOS:** Ninguno

**CONFIDENCIALIDAD:** La información recopilada se mantendrá en confidencialidad, y se aplicará un proceso de codificación a todos los nombres. Los resultados se emplearán solamente con fines académicos.

**RETIRO:** La toma de parte en este estudio es completamente opcional. Aquel que participe tiene el derecho de decidir no involucrarse o retirarse en cualquier punto del proceso.

**CONSENTIMIENTO:** He leído la información en el formulario de consentimiento. He participado en la entrevista y se ha respondido las preguntas. Por lo tanto, firmó el acuerdo de participar voluntariamente y de forma anónima en esta investigación.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Jaquie Cachi', written over a horizontal line.

Firma

Nombre del Participante:

Responsable:

Jaquie Cachi

DNI:45035312

Fecha: 02/12/2024

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Lorena Linda Bolo Varela', written over a horizontal line.

Firma

Investigador

Lorena Linda Bolo Varela

DNI: 70997246



## CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPAR EN LA INVESTIGACIÓN

**"Propuesta de implementación de estrategias audiovisuales de comunicación  
interna para mejorar el desempeño de los trabajadores de una cadena hotelera  
del distrito de Miraflores, 2024".**

Responsables de la Investigación: Lorena Linda Bolo Varela

**OBJETIVO:** Demostrar de qué manera la implementación de estrategias audiovisuales de comunicación interna mejorará el desempeño de los trabajadores en una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024.

**CRITERIO DE SELECCIÓN:** Por conveniencia.

**MUESTRA:** 15 empleados del área de Housekeeping.

**RIESGOS Y MOLESTIAS:** Ninguna

**COSTOS O ESTIPENDIOS:** Ninguno

**CONFIDENCIALIDAD:** La información recopilada se mantendrá en confidencialidad, y se aplicará un proceso de codificación a todos los nombres. Los resultados se emplearán solamente con fines académicos.

**RETIRO:** La toma de parte en este estudio es completamente opcional. Aquel que participe tiene el derecho de decidir no involucrarse o retirarse en cualquier punto del proceso.

**CONSENTIMIENTO:** He leído la información en el formulario de consentimiento. He participado en la entrevista y se ha respondido las preguntas. Por lo tanto, firmó el acuerdo de participar voluntariamente y de forma anónima en esta investigación.

Firma

Nombre del Participante:  
Responsable:  
Magaly Quispe  
DNI: 47481363  
Fecha: 02/12/2024

Firma

Investigador

Lorena Linda Bolo Varela  
DNI: 70997246



## CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPAR EN LA INVESTIGACIÓN

**"Propuesta de implementación de estrategias audiovisuales de comunicación interna para mejorar el desempeño de los trabajadores de una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024".**

Responsables de la Investigación: Lorena Linda Bolo Varela

**OBJETIVO:** Demostrar de qué manera la implementación de estrategias audiovisuales de comunicación interna mejorará el desempeño de los trabajadores en una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024.

**CRITERIO DE SELECCIÓN:** Por conveniencia.

**MUESTRA:** 15 empleados del área de Housekeeping.

**RIESGOS Y MOLESTIAS:** Ninguna

**COSTOS O ESTIPENDIOS:** Ninguno

**CONFIDENCIALIDAD:** La información recopilada se mantendrá en confidencialidad, y se aplicará un proceso de codificación a todos los nombres. Los resultados se emplearán solamente con fines académicos.

**RETIRO:** La toma de parte en este estudio es completamente opcional. Aquel que participe tiene el derecho de decidir no involucrarse o retirarse en cualquier punto del proceso.

**CONSENTIMIENTO:** He leído la información en el formulario de consentimiento. He participado en la entrevista y se ha respondido las preguntas. Por lo tanto, firmó el acuerdo de participar voluntariamente y de forma anónima en esta investigación.

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'M. Pérez'.

Firma

Nombre del Participante:  
Responsable:  
Maritza Pérez  
DNI: 76163151  
Fecha: 02/12/2024

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'L. Bolo Varela'.

Firma

Investigador

Lorena Linda Bolo Varela  
DNI: 70997246



## CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPAR EN LA INVESTIGACIÓN

**"Propuesta de implementación de estrategias audiovisuales de comunicación interna para mejorar el desempeño de los trabajadores de una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024".**

Responsables de la Investigación: Lorena Linda Bolo Varela

**OBJETIVO:** Demostrar de qué manera la implementación de estrategias audiovisuales de comunicación interna mejorará el desempeño de los trabajadores en una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024.

**CRITERIO DE SELECCIÓN:** Por conveniencia.

**MUESTRA:** 15 empleados del área de Housekeeping.

**RIESGOS Y MOLESTIAS:** Ninguna

**COSTOS O ESTIPENDIOS:** Ninguno

**CONFIDENCIALIDAD:** La información recopilada se mantendrá en confidencialidad, y se aplicará un proceso de codificación a todos los nombres. Los resultados se emplearán solamente con fines académicos.

**RETIRO:** La toma de parte en este estudio es completamente opcional. Aquel que participe tiene el derecho de decidir no involucrarse o retirarse en cualquier punto del proceso.

**CONSENTIMIENTO:** He leído la información en el formulario de consentimiento. He participado en la entrevista y se ha respondido las preguntas. Por lo tanto, firmó el acuerdo de participar voluntariamente y de forma anónima en esta investigación.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Carmen del Rosario Valerio Zúñiga'.

Firma

Nombre del Participante:

Responsable:

Carmen del Rosario Valerio Zúñiga

DNI: 70900186

Fecha: 02/12/2024

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Lorena Linda Bolo Varela'.

Firma

Investigador

Lorena Linda Bolo Varela

DNI:70997246



## CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPAR EN LA INVESTIGACIÓN

**"Propuesta de implementación de estrategias audiovisuales de comunicación  
interna para mejorar el desempeño de los trabajadores de una cadena hotelera  
del distrito de Miraflores, 2024."**

Responsables de la Investigación: Lorena Linda Bolo Varela

**OBJETIVO:** Demostrar de qué manera la implementación de estrategias audiovisuales de comunicación interna mejorará el desempeño de los trabajadores en una cadena hotelera del distrito de Miraflores, 2024.

**CRITERIO DE SELECCIÓN:** Por conveniencia.

**MUESTRA:** 15 empleados del área de Housekeeping.

**RIESGOS Y MOLESTIAS:** Ninguna

**COSTOS O ESTIPENDIOS:** Ninguno

**CONFIDENCIALIDAD:** La información recopilada se mantendrá en confidencialidad, y se aplicará un proceso de codificación a todos los nombres. Los resultados se emplearán solamente con fines académicos.

**RETIRO:** La toma de parte en este estudio es completamente opcional. Aquel que participe tiene el derecho de decidir no involucrarse o retirarse en cualquier punto del proceso.

**CONSENTIMIENTO:** He leído la información en el formulario de consentimiento. He participado en la entrevista y se ha respondido las preguntas. Por lo tanto, firmó el acuerdo de participar voluntariamente y de forma anónima en esta investigación.

Firma

Nombre del Participante:

Responsable:

Valentina Salazar

DNI: 09828409

Fecha: 02/12/2024

Firma

Investigador

Lorena Linda Bolo Varela

DNI: 70997246