



SAN IGNACIO DE LOYOLA – ESCUELA ISIL

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

“Propuesta de implementación de un programa de reconocimiento para incrementar el compromiso laboral en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024.”

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE
Bachiller en Comunicación Estratégica**

PRESENTADO POR:

Chico Castillo, Diego Darwin – Comunicación Estratégica

ASESOR

Quijano Aranibar, Iván Ernesto

LIMA, PERÚ

2024

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO

ASESOR:

Quijano Aranibar, Iván Ernesto

MIEMBROS DEL JURADO:

Fernández Cornejo Rodríguez Del Valle, Javier Enrique

Lama Muñoz, Rosa Mercedes Patricia Andrea

Rodríguez Cornejo, Guido Dionicio

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Yo, Diego Darwin Chico Castillo, identificado con DNI N° 70568326, perteneciente al Programa de Comunicación Estratégica, siendo mi asesor el Sr. Iván Ernesto Quijano Aranibar, identificado 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 un programa de reconocimiento para incrementar el compromiso laboral en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024.”
- b) El trabajo de investigación es original y no ha sido difundido en ningún medio académico; por lo tanto, sus resultados son veraces y no es copia de ningún otro.
- c) El trabajo de investigación cumplió con el análisis del sistema TURNITIN, el cual tiene el 25% de similitud. Se ha respetado el uso de las normas internacionales en cuanto a citas y referencias.
- d) 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.

Fecha: 20/12/2024



Firma del autor



Huella



Firma del asesor



Huella

Dedicatoria

Dedico este trabajo de investigación, con todo mi corazón, a mi mamá, quien ha sido mi mayor ejemplo y fuente de inspiración desde que tengo memoria, y a quien le debo tanto por su amor incondicional. También la dedico a mi familia, que, quizá sin saberlo, se ha convertido en mi mayor soporte y en el motor que me impulsa a esforzarme cada día para alcanzar mis metas. Gracias a ustedes, esto es realidad.

Agradecimientos

Deseo expresar mi más sincero agradecimiento a los docentes que me acompañaron a lo largo de mi formación académica. En especial, a mi asesor, Iván Quijano, por su infinita paciencia y su constante disposición para atender mis numerosas inquietudes.

Extiendo también mi gratitud a todos los participantes de la encuesta realizada en Grupo Palante. Su interés, tiempo y participación fueron invaluable. Me conmovió profundamente el entusiasmo y la sinceridad con que muchos de ellos abordaron la propuesta, dejando en claro su compromiso e interés por ver este proyecto implementado.

A mis amigos, gracias por su constante apoyo, preocupación y comprensión. Su paciencia ante mis ausencias, cada vez que les decía que no podía reunirme por estar trabajando en esta investigación, ha sido una muestra de amistad invaluable.

Finalmente, agradezco profundamente a mi jefa, Marisol de la Jara, cuyo apoyo y flexibilidad fueron clave para que pudiera equilibrar mis responsabilidades laborales y académicas. Su respaldo me permitió continuar avanzando en mis estudios mientras cumplía con mi trabajo, que es mi principal sustento, y me brindó las herramientas necesarias para seguir creciendo como profesional.

Índice temático

Asesor y miembros del jurado	2
Dedicatoria	5
Agradecimientos	5
Índice temático.....	6
Resumen	9
Abstract	10
Introducción	11
I. Información general.....	14
1.1. Título del proyecto	14
1.2. Línea de investigación	14
1.3. Actividad económica en la que se aplicaría la innovación o investigación aplicada	14
1.4. Localización o alcance de la solución.....	15
II. Descripción de la investigación aplicada o innovación.....	15
2.1. Planteamiento del problema.....	15
2.1.1. Problemas de investigación.....	18
2.1.1.1. Problema general	18
2.1.1.2. Problemas específicos	18
2.3.2. Marco teórico.....	27
2.3.2.1. Introducción al Compromiso Laboral	27
2.3.2.1.1. Definición y Alcance del Compromiso Laboral.....	27
2.3.2.1.2. Significado y Relevancia en el Contexto Organizacional	28
2.3.2.1.3. Vínculo entre Compromiso Laboral y Desempeño Organizacional	29
2.3.2.1.4. Teorías Claves del Compromiso Laboral.....	29
2.3.2.1.5. Teoría del Intercambio Social.....	29
2.3.2.1.6. Teoría del Compromiso Psicológico.....	30
2.3.2.1.7. Modelo de Compromiso de Kahn	30
2.3.2.1.8. Teoría de la Identificación Organizacional.....	31
2.3.2.1.9. Factores que influyen en el Compromiso Laboral.....	31
2.3.2.1.10. Motivación y Satisfacción Laboral	31
2.3.2.1.11. Cultura Organizacional.....	32
2.3.2.1.12. Liderazgo y Estilo de Gestión.....	32
2.3.2.1.13. Comunicación Interna	32
2.3.2.1.14. Valoración y reconocimiento	33
2.3.2.1.15. Medición del Compromiso Laboral	33

2.3.2.1.16.	Instrumentos y Herramientas de Evaluación	33
2.3.2.1.17.	Encuestas y Cuestionarios	34
2.3.2.1.18.	Entrevistas y Grupos Focales	34
2.3.2.2.	Glosario de términos	35
2.3.2.2.1.	Compromiso Laboral.....	35
2.3.2.2.2.	Teoría del Intercambio Social.....	35
2.3.2.2.3.	Motivación y Satisfacción Laboral	36
2.3.2.2.4.	Cultura Organizacional.....	36
2.3.2.2.5.	Instrumentos y Herramientas de Evaluación	36
2.3.2.2.6.	Teoría del Compromiso Psicológico	36
2.3.2.2.7.	Liderazgo y Estilo de Gestión.....	36
2.3.2.2.8.	Valoración (Reconocimiento)	37
2.3.2.2.9.	Entrevistas y Grupos Focales	37
2.3.2.2.10.	Métricas Cuantitativas y Cualitativas	37
2.5.	Características técnicas o atributos del proyecto	38
2.6.	Análisis comparativo de atributos, características, mejoras o novedades tecnológicas	38
2.7.	Objetivo general y específicos: propósito del proyecto	39
2.7.1.	Objetivo general.....	39
2.7.2.	Objetivos específicos	39
2.8.	Componentes del proyecto	39
2.11.1.	Hipótesis de investigación.....	46
2.11.2.	Operacionalización de variables.....	46
2.11.3.	Enfoque de investigación	48
2.11.4.	Tipo de investigación	48
2.11.5.	Diseño de investigación	48
2.11.6.	Nivel de investigación	49
2.11.7.	Población.....	49
2.11.8.	Muestreo y muestra	49
2.11.9.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	50
2.11.9.1.	Técnicas de recolección de datos	50
2.11.9.2.	Instrumentos de recolección de datos	50
2.11.10.	Validez y confiabilidad.....	51
III.	Estimación del costo del proyecto	53
3.1.	Estimación de los costos necesarios para la implementación.....	53
IV.	Resultado de investigación.....	55
4.1.	Análisis de resultados descriptivos.....	55
4.1.1.	Análisis de datos cuantitativos	55

4.2. Análisis de resultados inferenciales.....	105
V. Sustento del mercado	113
5.1. Alcance esperado del mercado	113
5.2. Descripción del mercado objetivo real o potencial	113
VI. Conclusiones y recomendaciones	121
VII. Referencias bibliográficas	124
VIII. Anexos	128

Resumen

Introducción. La falta de un programa formal de reconocimiento en Grupo Palante ha generado desmotivación y bajo compromiso laboral, afectando negativamente la satisfacción y el desempeño de los empleados. **Objetivo.** Diseñar e implementar un programa de reconocimiento no monetario, alineado con los valores y cultura de Grupo Palante, para fomentar la motivación, compromiso y productividad en el ambiente laboral. **Metodología.** Se utilizó una metodología mixta basada en encuestas y entrevistas a empleados para identificar necesidades y diseñar un programa piloto personalizado, cuyos resultados fueron evaluados con encuestas de satisfacción y compromiso, ajustando las estrategias según los comentarios recibidos. **Resultados.** La prueba piloto mostró una mejora significativa en motivación, compromiso y percepción de valoración, reduciendo el desgaste emocional y promoviendo un entorno laboral más positivo. Se propone extender el programa a toda la organización mediante plataformas tecnológicas, capacitaciones continuas para líderes y encuestas periódicas para realizar mejoras basadas en las preferencias de los empleados. **Conclusión.** El programa de reconocimiento fortaleció la cultura organizacional de Grupo Palante, mejoró el compromiso laboral y estableció bases sólidas para estrategias futuras que impulsen el bienestar y desarrollo de los empleados.

Palabras clave: Compromiso laboral; reconocimiento; motivación; satisfacción; cultura organizacional; gestión del talento; bienestar laboral.

Abstract

Introduction. The lack of a formal recognition program at Grupo Palante has led to demotivation and low employee engagement, negatively affecting job satisfaction and performance. **Objective.** To design and implement a non-monetary recognition program aligned with Grupo Palante's values and culture to foster motivation, engagement, and productivity in the workplace. **Methodology.** A mixed methodology was employed, combining surveys and employee interviews to identify needs and design a tailored pilot program. The results were evaluated using satisfaction and engagement surveys, with strategies adjusted based on employee feedback. **Results.** The pilot program demonstrated a significant improvement in motivation, engagement, and the perception of being valued, reducing emotional exhaustion and promoting a more positive work environment. It is proposed to extend the program across the organization through technological platforms, ongoing leadership training, and periodic surveys to implement improvements based on employee preferences. **Conclusion.** The recognition program strengthened Grupo Palante's organizational culture, improved employee engagement, and established a solid foundation for future strategies aimed at promoting employee well-being and development.

Keywords: Employee engagement; recognition; motivation; satisfaction; organizational culture; talent management; workplace well-being.

Introducción

La presente tesis aborda el tema de la implementación de un programa de reconocimiento laboral con el objetivo de mejorar el compromiso y la motivación de los empleados en la empresa Grupo Palante. En la actualidad, muchas organizaciones enfrentan desafíos relacionados con el nivel de compromiso de sus colaboradores, lo que impacta directamente en su productividad, satisfacción laboral y desempeño general. En este contexto, se ha identificado una carencia de programas formales de reconocimiento en la empresa, lo cual genera en los empleados un sentimiento generalizado de falta de valoración. Este problema ha sido asociado con un bajo nivel de compromiso, lo que afecta el bienestar organizacional y la retención del talento.

La importancia de este estudio radica en la necesidad de implementar estrategias efectivas que contribuyan a mejorar el compromiso laboral a través de un sistema estructurado de reconocimiento. La falta de reconocimiento, tanto individual como colectivo, puede desencadenar bajos niveles de satisfacción y generar un ambiente laboral poco motivador. Por lo tanto, este trabajo se propone diseñar un programa de reconocimiento alineado con los valores y objetivos de Grupo Palante, que busque incrementar el nivel de compromiso de los empleados y, como consecuencia, optimizar su rendimiento y fidelidad hacia la organización.

El objetivo general de esta investigación es diseñar e implementar un programa de reconocimiento efectivo que aumente significativamente el compromiso y la satisfacción laboral de los trabajadores de Grupo Palante. Este programa estará

basado en estrategias de reconocimiento no monetario y será diseñado para alinearse con los valores de la empresa y las necesidades particulares de sus empleados.

Por consiguiente, la presente investigación se ha organizado en cinco capítulos. En el capítulo I, se presenta el planteamiento del problema, donde se describe el contexto actual de la empresa, las causas del bajo compromiso y las necesidades de un programa de reconocimiento. En el capítulo II, se incluye el marco teórico, que abarca las teorías de compromiso laboral, reconocimiento y motivación, así como los beneficios de implementar estrategias de reconocimiento en las organizaciones. En el capítulo III, se presenta la metodología, especificando el enfoque de investigación, el alcance y diseño del estudio, así como las herramientas de recolección de datos como encuestas y entrevistas. En el capítulo IV, se analizan los resultados obtenidos de la implementación del programa piloto y se evalúa su impacto en los niveles de compromiso y satisfacción. Finalmente, en el capítulo V, se proponen las recomendaciones para la implementación a nivel organizacional del programa de reconocimiento, así como un plan de mejora continua para su optimización.

Este trabajo tiene como finalidad ofrecer una solución estructurada a la problemática de la falta de reconocimiento en Grupo Palante, proponiendo un programa que contribuya a crear un entorno laboral más positivo y productivo, favoreciendo tanto el desarrollo de los empleados como el crecimiento de la organización.

Finalmente, se presentan las conclusiones, las recomendaciones, las fuentes consultadas y los anexos, que incluyen los instrumentos desarrollados y validados para lograr los objetivos planteados.

I. Información general

1.1. Título del proyecto

Propuesta de implementación de un programa de reconocimiento para incrementar el compromiso laboral en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024.

1.2. Línea de investigación

Para la presente investigación se eligió la línea de investigación de hábitat y desarrollo humano para explorar el impacto de un programa de reconocimiento en el compromiso laboral y la conexión esencial entre el entorno laboral y el desarrollo integral de los empleados, aportando así directamente a los resultados de la empresa.

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

El eje temático de mi investigación es "Desarrollo de campañas de comunicación en organizaciones y cambios sociales". Este eje no solo involucra la optimización de las interrelaciones internas en la organización dónde se aplicará la investigación, sino que también incide directamente en cambios sociales a través de la mejora del compromiso laboral. Al implementar un programa de reconocimiento, se busca no solo fortalecer la cultura interna, sino también propiciar una transformación social positiva al potenciar el bienestar y la motivación de los empleados, aspectos fundamentales para la construcción de una cultura organizacional saludable y sostenible.

1.4. Localización o alcance de la solución

Un programa de reconocimiento eficaz, al influir en la motivación y satisfacción de los trabajadores, se convierte en un factor clave para su compromiso laboral. Este enfoque holístico busca comprender cómo el entorno laboral y las estrategias de reconocimiento se entrelazan, impactando no solo en el rendimiento laboral, sino también en la realización personal y profesional, abordando así la complejidad y relevancia contemporánea de las relaciones laborales.

II. Descripción de la investigación aplicada o innovación

2.1. Planteamiento del problema

Hoy en día el compromiso de los trabajadores es un factor clave para el éxito de una empresa. Se trata de una conexión mucho más profunda con el trabajo, las personas con las que se trabaja y la propia organización. (Workplace, 2022).

A nivel mundial, se ha demostrado que la falta de reconocimiento en el lugar de trabajo es un problema común que puede afectar negativamente el nivel de compromiso de los trabajadores. Un estudio de la empresa de investigación Gallup encontró que solo el 33% de los empleados en todo el mundo está comprometido con su trabajo (Gallup, 2019). Estos datos sugieren que la falta de reconocimiento en el lugar de trabajo puede ser un problema importante en todo el mundo.

El compromiso laboral también es un desafío en América Latina. Según datos de la encuesta de Mercer "Estudio de Compromiso y Experiencia del Empleado en América Latina" (2021), la región enfrenta desafíos significativos en términos de

compromiso de los empleados. Los niveles de compromiso varían ampliamente en los países de América Latina, y en promedio, solo el 27% de los empleados en la región se sienten comprometidos con su trabajo. (Mercer, 2021). Esto sugiere una necesidad urgente de implementar estrategias efectivas para revertir estos resultados.

Por otro lado, el informe "Tendencias Globales de Compromiso de Empleados 2017" (Aon, 2017) destaca que el nivel de compromiso de los empleados en América Latina es considerablemente bajo en comparación con otras regiones del mundo. Los resultados muestran que, en promedio, solo el 30% de los empleados en América Latina se sienten comprometidos con sus trabajos (Aon, 2017). Esta falta de compromiso se traduce en problemas que afectan la productividad, la retención de talento y la satisfacción en el trabajo en toda la región. Además, tiene un impacto negativo en la competitividad de las empresas latinoamericanas en un mercado global cada vez más competitivo.

El compromiso laboral es un aspecto crítico en el ámbito empresarial peruano que plantea desafíos significativos tanto para las organizaciones como para los empleados. Según datos del "Informe Nacional de Competitividad 2022" publicado por el Consejo Privado de Competitividad, la falta de compromiso de los trabajadores en Perú se manifiesta en cifras alarmantes. El informe revela que solo el 29% de los empleados en el país se sienten comprometidos con sus trabajos (Consejo Privado de Competitividad, 2022). Esta baja tasa de compromiso se traduce en una serie de problemas que afectan a las empresas, como la

disminución de la productividad, la alta rotación de personal y un ambiente laboral insatisfactorio. Además, tiene un impacto negativo en la economía peruana al reducir la competitividad de las organizaciones en el mercado global.

En la empresa Grupo Palante se está presentando el problema de bajo compromiso laboral en los trabajadores. En una encuesta de clima laboral realizada en mayo del 2023, el Grupo Palante obtuvo una calificación de 68.81 sobre 100 en la categoría de “Compromiso Laboral”. Algunas de las causas que los trabajadores manifestaron fueron: falta de un programa de reconocimiento, los líderes no dan feedback, no hay objetivos claros y poco interés en retener al personal. Todo esto traería como consecuencia baja proactividad y desmotivación en los trabajadores. Además de resultados negativos en los indicadores de la compañía y nivel alto de rotación.

La falta de reconocimiento en el lugar de trabajo es un problema común a nivel mundial, continental y nacional que puede afectar negativamente el nivel de compromiso de los trabajadores. Por lo tanto, se plantea el presente trabajo de investigación titulado “Implementación de un programa de reconocimiento para mejorar el compromiso laboral en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2023” cuya pregunta de investigación es: ¿En qué medida la propuesta de

implementación de un programa de reconocimiento mejorará el compromiso laboral en los trabajadores de la empresa Grupo Palante ubicada en Lima, 2023?

2.1.1. Problemas de investigación

2.1.1.1. Problema general

¿De qué manera la propuesta de implementación de un programa de reconocimiento mejora el compromiso laboral en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024?

2.1.1.2. Problemas específicos

- a. ¿Cuál es el nivel de compromiso laboral en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024, antes de la propuesta de implementación de un programa de reconocimiento?
- b. ¿La propuesta de implementación de un programa de reconocimiento mejorará el compromiso laboral en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024, en la primera etapa?
- c. ¿La propuesta de implementación de un programa de reconocimiento mejorará el compromiso laboral en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024, en la segunda etapa?
- d. ¿Cuál es el nivel de compromiso laboral en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024, después de la propuesta de implementación de un programa de reconocimiento?

2.2. Justificación

2.2.1. Justificación teórica

El compromiso laboral es un tema ampliamente estudiado en el ámbito de la gestión de recursos humanos, debido a su influencia en la productividad, satisfacción y retención de los empleados. Sin embargo, a pesar del gran número de estudios sobre este tema, aún existen vacíos en la comprensión sobre cómo los programas de reconocimiento específicos pueden afectar el nivel de compromiso en diferentes contextos laborales, especialmente en países como Perú. En este sentido, la presente investigación busca aportar al debate teórico sobre la efectividad de los programas de reconocimiento como herramienta para mejorar el compromiso laboral, tomando como base el modelo teórico de motivación y reconocimiento en el lugar de trabajo.

El estudio tiene como objetivo contrastar la validez del modelo de reconocimiento y motivación propuesto por autores como Herzberg (1966), quien argumenta que el reconocimiento es un factor higiénico que, al aplicarse de manera efectiva, puede aumentar la satisfacción laboral. Además, busca examinar cómo este modelo teórico puede ser implementado en una realidad concreta, como es el caso de la empresa Grupo Palante, ubicada en Lima. Al hacerlo, se pretende reafirmar la aplicabilidad del modelo en contextos latinoamericanos, donde las condiciones laborales y los factores socioeconómicos pueden diferir significativamente de las realidades de los países donde se han realizado la mayoría de los estudios sobre compromiso laboral.

Este trabajo también busca generar reflexión en torno a la relación entre reconocimiento y compromiso, no solo en términos de teorías motivacionales

clásicas, sino también a la luz de estudios más recientes como los de Aon (2017) y Gallup (2019), que destacan la importancia de la cultura organizacional en la creación de ambientes laborales más productivos. Así, los resultados esperados podrían complementar el conocimiento teórico existente, contribuyendo a una mejor comprensión de cómo las organizaciones pueden integrar de manera efectiva programas de reconocimiento que fomenten un mayor compromiso y lealtad entre los empleados.

En resumen, la justificación teórica de esta investigación reside en la posibilidad de ampliar y contrastar un modelo teórico bien establecido dentro de un contexto laboral específico, aportando nuevas perspectivas sobre el impacto de los programas de reconocimiento en el compromiso laboral en una región en desarrollo como América Latina y, particularmente, en Perú.

2.2.2. Justificación metodológica

Desde una perspectiva metodológica, el presente estudio también es relevante ya que propone la implementación de un cuestionario como instrumento principal para la recolección de datos. Este cuestionario será validado a través del juicio de expertos, lo que garantizará su fiabilidad y validez en la medición del compromiso laboral y la efectividad del programa de reconocimiento. La validez de los instrumentos de recolección de datos es un aspecto crítico en cualquier investigación cuantitativa, y esta investigación ofrece la oportunidad de probar un cuestionario que podría ser utilizado en estudios futuros que investiguen temas

relacionados con el compromiso laboral y el reconocimiento en otros contextos organizacionales.

En términos metodológicos, este estudio utiliza un diseño experimental que permite manipular la variable independiente (programa de reconocimiento) y observar su efecto sobre la variable dependiente (compromiso laboral). Al emplear un enfoque cuantitativo y un diseño experimental, la investigación sigue las pautas metodológicas propuestas por Hernández Sampieri y Mendoza Torres (2023), lo que le confiere rigor científico y confiabilidad en sus resultados. Este enfoque no solo es útil para esta investigación en particular, sino que también puede ser replicado en futuros estudios, consolidando su valor metodológico.

Además, la utilización de un muestreo no probabilístico por conveniencia, aunque limitado en términos de generalización de los resultados, permite obtener datos específicos de los trabajadores de la empresa Grupo Palante, lo que facilita la aplicación de los resultados directamente en la realidad organizacional de la empresa. De esta manera, los resultados esperados no solo contribuirán a la solución de un problema particular, sino que también validarán la metodología empleada, proporcionando una base sólida para investigaciones futuras que deseen explorar temas similares.

En conclusión, la investigación justifica su relevancia desde una perspectiva teórica, práctica y metodológica, proporcionando nuevas perspectivas sobre el impacto de los programas de reconocimiento en el compromiso laboral y proponiendo una metodología robusta que podría ser utilizada en futuros estudios

en el ámbito empresarial. Los resultados obtenidos no solo resolverán un problema concreto en la empresa Grupo Palante, sino que también aportarán al conocimiento teórico existente, ofreciendo un modelo replicable en otros contextos laborales similares.

2.2.3. Justificación práctica

El compromiso laboral es un problema significativo en las organizaciones de todo el mundo, y en el contexto específico de la empresa Grupo Palante, la baja calificación en el índice de compromiso (68.81 sobre 100) obtenida en una encuesta interna realizada en 2023 evidencia la necesidad urgente de intervenir en este aspecto. Las principales razones citadas por los trabajadores para su falta de compromiso incluyen la ausencia de un programa de reconocimiento, la falta de feedback por parte de los líderes, la falta de objetivos claros y la escasa atención a la retención de personal. Estos factores, además de generar desmotivación, impactan negativamente en la productividad y competitividad de la empresa.

La investigación propone la implementación de un programa de reconocimiento como una estrategia para resolver el problema del bajo compromiso laboral en Grupo Palante. El propósito práctico de este estudio es, por tanto, identificar la efectividad de dicho programa en mejorar el compromiso de los empleados. Si los resultados demuestran una mejora significativa en los niveles de compromiso tras la implementación del programa, este podría ser adoptado como

una solución concreta para problemas similares en otras organizaciones con contextos laborales similares.

La implementación de estrategias de reconocimiento ha sido ampliamente recomendada por estudios previos como los de Mercer (2021), que destacan su capacidad para mejorar la experiencia del empleado y, por ende, su compromiso. Sin embargo, existen pocos estudios que aborden su aplicación práctica en empresas peruanas o latinoamericanas. Este trabajo tiene el potencial de ofrecer un enfoque práctico sobre cómo diseñar y ejecutar un programa de reconocimiento ajustado a las necesidades específicas de la empresa Grupo Palante, y a partir de esto, establecer directrices que puedan ser replicadas en otras organizaciones de la región que enfrenten los mismos desafíos.

Además, el aumento en el compromiso laboral traerá consigo una serie de beneficios prácticos, como la reducción de la rotación de personal, el aumento de la productividad y la mejora del ambiente laboral, lo que en última instancia contribuirá a mejorar la competitividad de la empresa en un mercado global. De esta forma, la investigación no solo busca aportar a la solución de un problema interno en Grupo Palante, sino que también tiene el potencial de generar un impacto positivo en el sector empresarial de Lima y Perú.

2.3. Marco referencial

2.3.1. Antecedentes de la investigación

2.3.1.1. Antecedentes nacionales

Llamo (2022) en su investigación “Compromiso laboral en una empresa de servicios de imprenta, 2020” sustentado en la Universidad César Vallejo, El objetivo central de este estudio fue evaluar el compromiso laboral de los empleados. Se utilizó la técnica de entrevista, respaldada por un conjunto de preguntas estructuradas en la guía de entrevista, las cuales se aplicaron a seis participantes. Los resultados del análisis indicaron que contar con empleados comprometidos no solo favorece la estabilidad organizativa, sino que también mejora la eficiencia en sus funciones, generando, en última instancia, una organización más robusta.

Urbina & Villalobos (2022) en su investigación “Motivación, satisfacción y compromiso laboral en colaboradores de empresas privadas” sustentado en la Universidad César Vallejo, tuvo propósito fundamental de este estudio fue explorar las interrelaciones entre la motivación, la satisfacción y el compromiso laboral en empleados de empresas privadas. Se optó por un diseño de investigación no experimental, específicamente correlacional-transversal descriptivo. La muestra incluyó a 350 empleados con edades entre 25 y 50 años, seleccionados mediante un método de muestreo no probabilístico por conveniencia. Los resultados revelaron una relación directa de magnitud moderada entre la motivación y el compromiso ($r=.48$), así como con la satisfacción ($r=.47$). Además, se identificó una correlación de gran magnitud entre la satisfacción y el compromiso ($r=.54$).

Huamán & Villanueva (2021) en su investigación “El reconocimiento laboral y compromiso organizacional en una empresa de servicios de outsourcing Lima, 2021” sustentado en la Universidad César Vallejo, tuvo como objetivo principal

analizar la conexión entre el reconocimiento laboral y el compromiso organizacional en una empresa de servicios de outsourcing en Lima, durante el año 2021. El enfoque del estudio fue cuantitativo y aplicado, con un nivel de correlación alto, un diseño no experimental y una metodología hipotético-deductiva. Los hallazgos revelaron una correlación media positiva de 0.433, con un nivel de significancia de 0.003, entre el reconocimiento laboral y la participación en la organización.

2.3.1.2. Antecedentes nacionales

Lupano & Castro (2018) en su investigación “Influencia de virtudes organizacionales sobre satisfacción, compromiso y performance laboral en organizaciones argentinas”, tuvo como finalidad examinar cómo las virtudes organizacionales impactan directa e indirectamente en la satisfacción laboral, el compromiso organizacional y el rendimiento a nivel individual y organizacional. La muestra consistió en 569 empleados argentinos, con una edad promedio de 36.7 años, provenientes tanto de empresas públicas como privadas. Para la recolección de datos, se utilizaron diversas pruebas, como el Inventario de Virtudes Organizacionales (IVO), la Escala de Compromiso Organizacional, el Cuestionario de Estrés Laboral, la Escala de Satisfacción con la Vida (SWLS) y la Escala de Bienestar Laboral (BIEN T). Además, se incorporaron encuestas específicas sobre aspectos sociodemográficos, organizacionales, satisfacción laboral y desempeño tanto organizacional como individual. Los resultados evidenciaron un efecto directo

de las virtudes en los niveles de satisfacción laboral y, a su vez, una conexión de esta última con el compromiso organizacional.

Pazmay & Romo (2023) en su investigación “Fortalecimiento del compromiso organizacional y la satisfacción laboral en los colaboradores de Baldoré”, tuvo como objetivo determinar cómo el compromiso organizacional incide en la satisfacción laboral de los empleados. Se trabajó con una muestra de 56 empleados, abarcando la totalidad de la fuerza laboral de la organización. La investigación adoptó un enfoque cuantitativo con un diseño no experimental, siendo de tipo transversal y caracterizado por un enfoque descriptivo y correlacional. Los resultados destacaron una correlación positiva y significativa (0.837) entre la satisfacción laboral y el compromiso organizacional. Entre las dimensiones del compromiso, se observó que el compromiso afectivo mostró la asociación más robusta con la satisfacción laboral. Además, se identificó que el compromiso de los colaboradores con la organización está relacionado con actividades de integración y participación, así como con la satisfacción respecto a la remuneración, elementos vinculados a aspectos extrínsecos de la satisfacción laboral.

Sánchez (2021) en su investigación “Estudio sobre el teletrabajo, estrés laboral y compromiso organizacional en trabajadores de la Región de Murcia y la provincia de Alicante” sustentado en la Universidad Miguel Hernández, investigar tres variables comúnmente presentes en el ámbito laboral. Se aplicó un cuestionario basado en investigaciones previas de otros académicos para evaluar a los empleados que adoptan el teletrabajo, examinando su impacto en el estrés

laboral y el tipo de compromiso organizacional que mantienen con la empresa. La muestra consistió en 151 participantes de la Región de Murcia y la provincia de Alicante, recopilados en julio de 2021. Tras analizar las variables, se evidenció que la adopción del teletrabajo entre los encuestados se debió principalmente a la pandemia, coincidiendo con el inicio de esta modalidad en ese periodo histórico. Además, se llegó a la conclusión de que el teletrabajo no afectó negativamente al compromiso organizacional ni contribuyó a un aumento en los niveles de estrés de los trabajadores.

2.3.2. Marco teórico

2.3.2.1. Introducción al Compromiso Laboral

En el ámbito organizacional, el compromiso laboral es un concepto fundamental; es esencial comprender su definición, alcance y cómo se relaciona con el desempeño de las organizaciones. Meyer y Allen (1991) definen el compromiso laboral como "un estado psicológico que caracteriza la relación entre el empleado y la organización, y que tiene efectos significativos en la forma en que el empleado se comporta en el trabajo". Este compromiso va más allá de un vínculo contractual y se basa en las emociones, valores y objetivos compartidos entre el empleado y la empresa.

2.3.2.1.1. Definición y Alcance del Compromiso Laboral

El empleado debe tener una conexión emocional y cognitiva con su trabajo y la organización. Según Robbins y Judge (2019), abarca la lealtad, la identificación y la participación activa del individuo en los objetivos y valores de la organización.

Para determinar cómo el compromiso laboral afecta el comportamiento de los empleados, es fundamental comprender su definición.

El alcance del compromiso laboral no se limita a la satisfacción laboral. Va más allá, incorporando factores como la motivación intrínseca, la percepción de equidad y el sentido de pertenencia (Kahn, 1990). Este amplio alcance destaca la complejidad del compromiso laboral y destaca su papel en la creación de entornos de trabajo saludables y productivos.

2.3.2.1.2. Significado y Relevancia en el Contexto Organizacional

El compromiso laboral tiene un significado profundo en el contexto organizacional, ya que está vinculado con la retención de talento, la productividad y la calidad del trabajo. Autores como Saks (2006) resaltan que los empleados comprometidos son más propensos a permanecer en la organización, reduciendo los costos asociados con la rotación de personal. Además, un alto nivel de compromiso laboral se asocia con un mayor esfuerzo discrecional, lo que contribuye positivamente a la eficacia organizacional (Bakker y Demerouti, 2008).

En el contexto organizacional, el compromiso laboral tiene un significado profundo porque está relacionado con la retención del talento, la productividad y la calidad del trabajo. Los empleados comprometidos son más propensos a permanecer en la organización, lo que reduce los costos asociados con la rotación, según autores como Saks (2006). Además, un alto nivel de compromiso laboral

está relacionado con un mayor esfuerzo discrecional, lo que aumenta la eficacia organizacional (Kossek y Perrigino, 2016).

2.3.2.1.3. Vínculo entre Compromiso Laboral y Desempeño Organizacional

Numerosos estudios han examinado la relación entre el desempeño organizacional y el compromiso laboral. En términos de productividad y calidad del servicio, las unidades de trabajo con altos niveles de compromiso laboral tienden a superar significativamente a las unidades de trabajo con bajos niveles, según un estudio de Harter, Schmidt y Hayes (2002).

La innovación y la creatividad organizacionales están positivamente relacionadas con un compromiso laboral sólido (Bakker y Xanthopoulou, 2009). Los empleados dedicados no solo cumplen con sus deberes, sino que también aportan ideas y soluciones, mejorando la capacidad de la organización para adaptarse y prosperar en entornos cambiantes.

2.3.2.1.4. Teorías Claves del Compromiso Laboral

Las teorías fundamentales que han revelado sus mecanismos y dinámicas han enriquecido el estudio del compromiso laboral. Estas teorías ofrecen marcos conceptuales fundamentales para comprender las diversas facetas del compromiso laboral.

2.3.2.1.5. Teoría del Intercambio Social

La idea central de la Teoría del Intercambio Social (Blau, 1964) es que las relaciones entre empleados y organizaciones se rigen por un intercambio recíproco

de recursos y beneficios. Mientras los empleados aportan su tiempo, habilidades y esfuerzo, la empresa ofrece compensación, reconocimiento y oportunidades de crecimiento. Esta teoría destaca la importancia de un equilibrio percibido en el intercambio, donde los empleados comprometidos sienten que reciben lo que dan, lo que fomenta la participación continua.

2.3.2.1.6. Teoría del Compromiso Psicológico

Meyer y Herscovitch (2001) proponen la Teoría del Compromiso Psicológico, que describe los elementos del compromiso laboral afectivo, normativo y continuado. Mientras que el compromiso normativo se relaciona con el sentimiento de obligación y responsabilidad, el compromiso afectivo muestra la conexión emocional del empleado con la organización. El factor persistente implica la creencia de que abandonar la organización resultaría en costos significativos. Esta teoría revela que el compromiso va más allá de una simple obligación contractual.

2.3.2.1.7. Modelo de Compromiso de Kahn

En el Modelo de Compromiso, el punto de vista de Kahn (1990) se centra en la "presencia personal" del empleado en el lugar de trabajo. Según Kahn, el compromiso va más allá de las tareas asignadas y se demuestra cuando los empleados invierten su esfuerzo físico y emocional. Este modelo enfatiza la

importancia de crear un entorno laboral que permita a los empleados expresar su "yo completo", fomentando la conexión emocional y el compromiso activo.

2.3.2.1.8. Teoría de la Identificación Organizacional

Ashforth y Mael (1989) crearon la Teoría de la Identificación Organizacional, que se centra en cómo los empleados se identifican con los objetivos, valores y metas de la organización. La identificación organizacional refleja un sentido de pertenencia y afinidad con la organización, que va más allá de la simple participación en el trabajo. Dado que los empleados comprometidos tienden a alinear sus metas personales con las de la organización, esta teoría destaca que la identificación sólida con la organización puede ser un impulsor poderoso del compromiso laboral.

2.3.2.1.9. Factores que influyen en el Compromiso Laboral

Como un fenómeno complejo, el compromiso laboral está influenciado por una variedad de factores interrelacionados, desde aspectos individuales hasta componentes organizacionales. Examinemos de cerca algunos de los elementos clave que afectan la participación en el trabajo.

2.3.2.1.10. Motivación y Satisfacción Laboral

La motivación y la satisfacción laboral son esenciales para la participación de los empleados. La teoría de la motivación de Herzberg (1959) enfatiza que elementos como el reconocimiento, la responsabilidad y las oportunidades de crecimiento son cruciales para generar satisfacción laboral. Un empleado motivado y contento es más propenso a dedicarse a sus tareas y contribuir positivamente al

entorno laboral (Deci & Ryan, 2000). La conexión intrínseca entre motivación, satisfacción y compromiso resalta la importancia de estrategias que promuevan un entorno laboral que favorezca estos aspectos.

2.3.2.1.11. Cultura Organizacional

La cultura organizacional, según Schein (1985), se caracteriza por la presencia compartida de valores, creencias y normas que influyen en la percepción y respuesta de los empleados hacia su entorno laboral. Un entorno cultural que promueva la transparencia, la equidad y la innovación tiene el potencial de incrementar considerablemente la participación y compromiso de los empleados. Una cultura que reconoce y aprecia las contribuciones individuales fomenta la conexión emocional y el compromiso activo.

2.3.2.1.12. Liderazgo y Estilo de Gestión

El compromiso laboral depende del liderazgo. Según la teoría del liderazgo transformacional (Bass & Avolio, 1994), los líderes que inspiran y motivan a sus seguidores mejoran su compromiso laboral. La conexión emocional de los empleados con la organización se ve significativamente afectada por la capacidad de un líder para establecer objetivos compartidos, brindar apoyo y reconocimiento y fomentar un entorno de confianza.

2.3.2.1.13. Comunicación Interna

Un factor crucial que afecta el compromiso laboral es una comunicación interna efectiva. Según Eisenberger et al. (1986), la percepción de apoyo organizacional, que incluye comunicación abierta y disponibilidad de información

relevante, es crucial. La comprensión y el compromiso de los empleados mejoran cuando se comunican claramente los objetivos, cambios y expectativas de la organización. La incertidumbre y la desconfianza pueden surgir como resultado de la falta de comunicación o la comunicación deficiente, lo que puede afectar negativamente el compromiso.

2.3.2.1.14. Valoración y reconocimiento

El reconocimiento y la valoración de las contribuciones individuales son factores cruciales que influyen en el compromiso laboral. Según la teoría del intercambio social (Blau, 1964), el reconocimiento y la recompensa adecuados fortalecen la conexión entre el empleado y la organización. La falta de reconocimiento puede desmotivar y disminuir el compromiso. El compromiso a través de la valoración se puede fomentar con estrategias como programas de reconocimiento, comentarios constructivos y oportunidades de desarrollo.

2.3.2.1.15. Medición del Compromiso Laboral

Para mejorar la conexión entre los empleados y la organización, resulta fundamental evaluar el compromiso laboral. Se emplean diversas técnicas y recursos con el propósito de medir dicho compromiso, generando así un análisis exhaustivo de las percepciones y vivencias de los empleados en el ámbito laboral.

2.3.2.1.16. Instrumentos y Herramientas de Evaluación

Para llevar a cabo una medición efectiva del compromiso laboral, es crucial elegir las modalidades de evaluación adecuadas. Una de estas modalidades es la Encuesta de Compromiso Organizacional (ECO), desarrollada por Meyer y Allen

(1991), la cual aborda los aspectos de compromiso afectivo, normativo y continuado. Otras herramientas como el Índice de Compromiso Organizacional (OCI) de Mowday, Porter y Steers (1982) y el Cuestionario de Compromiso Organizacional (OCQ) diseñado por Saks (2006) también se emplean con este propósito. Estos instrumentos proporcionan una estructura sistemática para evaluar el compromiso mediante preguntas cuidadosamente elaboradas.

2.3.2.1.17. Encuestas y Cuestionarios

Las encuestas y cuestionarios representan métodos convencionales para evaluar la participación laboral. Estos enfoques cuantitativos simplifican la recopilación y análisis de datos mediante el uso de escalas de medición. Un ejemplo de ello es la Escala de Compromiso Laboral de Utrecht (UWES), desarrollada por Schaufeli y Bakker (2003), que se centra en dimensiones afectivas, normativas y de vigor. Estos cuestionarios buscan evaluar la conexión emocional, la afinidad con la organización y la energía dedicada al trabajo.

2.3.2.1.18. Entrevistas y Grupos Focales

Los grupos focales y las entrevistas, aunque menos organizados, brindan una perspectiva cualitativa útil sobre el compromiso laboral. Estos métodos permiten una exploración profunda de las experiencias y percepciones de cada persona. Las entrevistas semiestructuradas, como las utilizadas por Meyer y Herscovitch (2001) en su estudio sobre el compromiso laboral, ofrecen información valiosa sobre los elementos que afectan la conexión emocional y la lealtad de los empleados. Por el contrario, los grupos focales permiten que los participantes

discutan y compartan sus experiencias, lo que da como resultado percepciones colectivas sobre el compromiso.

2.3.2.2. Glosario de términos

2.3.2.2.1. Compromiso Laboral

El compromiso laboral se entiende como el vínculo emocional y psicológico que los empleados establecen con su trabajo y la organización, reflejado en actitudes positivas, motivación y contribución activa a los objetivos organizacionales (Meyer & Allen, 1991).

2.3.2.2.2. Teoría del Intercambio Social

La Teoría del Intercambio Social sugiere que el compromiso laboral se desarrolla a través de interacciones sociales donde los empleados perciben

beneficios y recompensas, generando reciprocidad en su compromiso con la organización (Blau, 1964).

2.3.2.2.3. Motivación y Satisfacción Laboral

La motivación y satisfacción laboral se refieren al impulso interno que lleva a los empleados a realizar sus tareas con entusiasmo, junto con la evaluación positiva de su experiencia laboral (Locke, 1976).

2.3.2.2.4. Cultura Organizacional

La cultura organizacional abarca los valores, normas y creencias compartidos dentro de una organización, influyendo en la forma en que los empleados se relacionan y comprometen con su trabajo (Denison, 1990).

2.3.2.2.5. Instrumentos y Herramientas de Evaluación

Se refiere a los métodos y herramientas utilizados para medir el compromiso laboral, incluyendo escalas de evaluación, encuestas, y otros instrumentos diseñados para recopilar datos cuantitativos y cualitativos.

2.3.2.2.6. Teoría del Compromiso Psicológico

La Teoría del Compromiso Psicológico destaca la conexión emocional y cognitiva de los empleados con su trabajo, donde el sentido de pertenencia y significado influyen en el compromiso (Meyer, Becker, & Vandenberghe, 2004).

2.3.2.2.7. Liderazgo y Estilo de Gestión

El liderazgo y estilo de gestión comprenden las prácticas y comportamientos de los líderes que impactan en la motivación y compromiso de los empleados, creando un ambiente propicio para el compromiso (Bass & Riggio, 2006).

2.3.2.2.8. Valoración (Reconocimiento)

La valoración o reconocimiento implica la apreciación y recompensa de los logros y contribuciones de los empleados, fomentando un ambiente donde se sientan valorados y comprometidos (Gostick & Elton, 2009).

2.3.2.2.9. Entrevistas y Grupos Focales

Métodos cualitativos que involucran la interacción directa con los empleados, permitiendo explorar percepciones y experiencias relacionadas con el compromiso laboral.

2.3.2.2.10. Métricas Cuantitativas y Cualitativas

Métricas cuantitativas implican la medición numérica del compromiso laboral, mientras que métricas cualitativas incorporan aspectos subjetivos y experiencias personales, proporcionando una comprensión más holística del compromiso.

2.4. Resumen ejecutivo

Título: Propuesta de implementación de un programa de reconocimiento para mejorar el compromiso laboral en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024. **Procedencia:** tesis de bachiller por San Ignacio de Loyola – Escuela ISIL. **Objetivo:** se busca mejorar el compromiso laboral en la empresa

Grupo Palante. **Metodología:** mediante un programa de reconocimiento.

Resultados: se logró un significativo aumento en la percepción de compromiso y sentimiento de valoración. **Conclusión:** este enfoque no solo beneficia al compromiso laboral, sino también al sentimiento de valoración de los trabajadores y el clima laboral de la organización.

2.5. Características técnicas o atributos del proyecto

Tabla X

Atributos del servicio Xyz

Atributos	Descripción
¿Es físico o virtual?	Virtual
¿Qué tan costoso es?	Accesible
¿Qué tan complejo es?	No es complejo, es intuitivo
¿Es gratuito, pagado, rentado o tiene un mecanismo de suscripción?	Pagado
¿Cómo llega al cliente?	Mediante redes sociales
¿Brinda un servicio de posventa?	Sí

Fuente: Elaboración propia.

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

Tabla X

Características	Tipo de consultoría	Horas de consultoría	Plan de Comunicación	Costo
Consultoría Diego Chico	Personalizada	De 2 a 10 horas semanales	Incluye	S/ 3000 por proyecto
Otras consultorías	Genérica	2 horas semanales	No incluye	S/ 5000 mensual

Fuente: Elaboración propia.

2.7. Objetivo general y específicos: propósito del proyecto

2.7.1. Objetivo general

Determinar de qué manera la implementación de un programa de reconocimiento mejora el compromiso laboral en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024.

2.7.2. Objetivos específicos

- a. Determinar de qué manera la implementación de un programa de reconocimiento mejora la organización en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024.
- b. Determinar de qué manera la implementación de un programa de reconocimiento mejora la satisfacción laboral en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024.
- c. Determinar de qué manera la implementación de un programa de reconocimiento mejora la lealtad en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024.
- d. Determinar de qué manera la implementación de un programa de reconocimiento mejora la participación activa en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024.

2.8. Componentes del proyecto

Diagnóstico inicial

- Levantamiento de información mediante encuestas a empleados sobre su percepción de reconocimiento y compromiso laboral.
- Análisis de los indicadores actuales de valoración y compromiso dentro de la organización.
- Identificación de las principales carencias y necesidades relacionadas con el reconocimiento laboral.

Diseño del programa de reconocimiento

- Definición de objetivos específicos alineados con el propósito y pilares culturales del Grupo Palante.
- Creación de estrategias de reconocimiento (no monetario).
- Desarrollo de un modelo de reconocimiento inclusivo para equipos e individuos.

Desarrollo de herramientas y recursos

- Selección y configuración de plataformas tecnológicas para la gestión del reconocimiento.
- Elaboración de materiales comunicativos para promover el programa internamente.
- Capacitación a líderes en el uso del programa y la importancia del reconocimiento.

Prueba piloto del programa

- Implementación del programa durante un periodo de no más de 3 meses.
- Recopilación de datos preliminares sobre el impacto en satisfacción y compromiso laboral.
- Ajustes y mejoras basados en la retroalimentación de los participantes del piloto.

Implementación a nivel organizacional

- Lanzamiento oficial del programa de reconocimiento en toda la empresa.
- Comunicación interna efectiva para garantizar la comprensión y aceptación del programa.
- Integración del programa con otras políticas de gestión de talento.

Evaluación y seguimiento

- Monitoreo continuo de los indicadores de compromiso laboral y valoración.
- Aplicación de encuestas periódicas para medir la efectividad del programa.
- Elaboración de informes trimestrales para proponer ajustes y garantizar su sostenibilidad.

Propuesta de mejora continua

- Revisión anual del programa para incorporar nuevas estrategias y tendencias de reconocimiento.
- Inclusión de incentivos adicionales basados en las preferencias cambiantes de los empleados.

- Rediseño de ciertas actividades para maximizar el impacto y la eficiencia del programa.

2.9. Resultados generales: componente del proyecto

Diagnóstico inicial

- Un informe completo que detalla las percepciones de los empleados sobre el reconocimiento y el compromiso laboral.
- Identificación de áreas críticas relacionadas con la falta de reconocimiento y sus efectos en el sentimiento de valoración de los empleados.
- Datos cuantitativos y cualitativos que sirvieron como base para el diseño del programa de reconocimiento.

Diseño del programa de reconocimiento

- Un programa estructurado y personalizado, alineado con el propósito y pilares culturales del Grupo Palante.
- Estrategias claras de reconocimiento no monetario, diseñadas para destacar las actitudes que se espera tener dentro de la organización, ya sea individual y de equipo.
- Un modelo inclusivo que fomenta la equidad y la participación activa de todos los niveles jerárquicos.

Desarrollo de herramientas y recursos

- Se utiliza la plataforma tecnológica actual, implementada para gestionar de forma eficiente y transparente diversos módulos del área de recursos humanos.
- Materiales comunicativos atractivos, divertidos y fáciles de entender, como video tutorial y campañas internas, que promovieron la adopción del programa.
- Líderes capacitados y comprometidos con el uso efectivo del programa y la promoción de una cultura de reconocimiento.

Prueba piloto del programa

- Resultados iniciales que mostraron un incremento en la motivación y percepción de valoración durante el tiempo de prueba piloto.
- Feedback valioso que permitió realizar ajustes y optimizar las estrategias del programa antes de su implementación general.
- Validación del modelo diseñado, asegurando su aplicabilidad y aceptación por parte de los colaboradores.

Implementación a nivel organizacional

- Adopción exitosa del programa en toda la empresa, con una participación significativa de los empleados.
- Mejoras en el clima laboral y en las relaciones entre equipos, reflejadas en la encuesta anual de felicidad organizacional.

- Integración fluida del programa con otras políticas de talento, fortaleciendo el sistema de gestión interna.

Evaluación y seguimiento

- Informes trimestrales que evidenciaron un aumento sostenido en los niveles de compromiso y valoración de los empleados.
- Encuestas periódicas que confirmaron la efectividad del programa y detectaron oportunidades de mejora.
- Datos consolidados que permitieron medir el impacto del programa en términos de satisfacción y productividad laboral.

Propuesta de mejora continua

- Incorporación de nuevas estrategias basadas en tendencias actuales y en el feedback de los empleados.
- Adición de incentivos y actividades que aumentaron el alcance y el impacto del programa.
- Un programa renovado anualmente para asegurar su relevancia y alineación con las expectativas cambiantes de los colaboradores.

2.10. Plan de actividades del proyecto

N°	Actividades	DIC23				JUL24				NOV24				DIC24				
		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

2.11.1. Hipótesis de investigación

2.11.1.1. Hipótesis general

La propuesta de implementación de un programa de reconocimiento mejora significativamente el compromiso laboral en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024.

2.11.1.2. Hipótesis específicas

- a. El compromiso laboral en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024 cuenta con un nivel bajo.
- b. El compromiso laboral en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024 mejorará después de la propuesta de implementación del programa de reconocimiento en la primera etapa.
- c. El compromiso laboral en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024 mejorará después de la propuesta de implementación del programa de reconocimiento en la segunda etapa.
- d. El compromiso laboral en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024 cuenta con un nivel alto.

2.11.2. Operacionalización de variables

2.11.2.1. Compromiso laboral

2.11.2.1.1. Definición conceptual

El compromiso laboral se refiere al vínculo emocional y psicológico que los empleados establecen con su trabajo y su organización, caracterizado por una

actitud positiva, motivación, identificación con los valores de la empresa, y la disposición a contribuir activa y proactivamente al logro de los objetivos organizacionales (Meyer & Allen, 1991; Kahn, 1990).

2.11.2.1.2. Definición operacional

Se medirá el compromiso laboral mediante una escala que evaluará la conexión emocional con la empresa, la satisfacción laboral, la identificación con la misión y valores organizacionales, la voluntad de esfuerzo adicional, y la intención de permanencia a largo plazo en la organización (Meyer & Allen, 1991; Saks, 2006).

2.11.2.2. Programa de reconocimiento

2.11.2.2.1. Definición conceptual

El programa de reconocimiento se define como un conjunto estructurado de estrategias y prácticas diseñadas para identificar y recompensar de manera efectiva las contribuciones y logros de los empleados, promoviendo así un ambiente laboral positivo y fortaleciendo el compromiso de los trabajadores con la organización (Gibson, 2009; Gostick & Elton, 2009).

2.11.2.2.2. Definición operacional

La implementación del programa de reconocimiento se medirá mediante la evaluación de la claridad de los objetivos y criterios de reconocimiento, la eficiencia en la comunicación interna sobre el programa, la participación activa de los empleados en las iniciativas de reconocimiento, y la medición del impacto en el compromiso laboral a través de encuestas, entrevistas y registros de participación (Gibson, 2009; Gostick & Elton, 2009).

2.11.3. Enfoque de investigación

El enfoque de investigación es **Cuantitativo**, dado que se busca medir y cuantificar las variables en estudio, como ocurre con el programa de reconocimientos y el compromiso laboral en la empresa Grupo Palante. Asimismo, se empleará el método científico definido por Hernández Sampieri y Mendoza Torres (2023), el cual se refiere al conjunto de pasos sistematizados que se deben seguir para lograr los objetivos establecidos y poner a prueba las hipótesis de estudio utilizando análisis estadísticos.

2.11.4. Tipo de investigación

La investigación es de tipo **no aplicada**, ya que según Ñaupas Paitán et al. (2023) aborda problemas específicos en la empresa Grupo Palante, como el bajo compromiso laboral detectado en una encuesta de clima organizacional de mayo de 2023, que obtuvo una calificación de 68.81 sobre 100. Las causas principales incluyen la falta de reconocimiento, retroalimentación insuficiente, falta de objetivos claros y poco interés en la retención de personal, lo que afecta la proactividad y genera alta rotación.

2.11.5. Diseño de investigación

El diseño de investigación es **no experimental**, porque no se manipulan las variables en estudio (Hernández y Mendoza, 2023); por lo que se busca conocer de qué manera la variable independiente programa de reconocimientos podría influir sobre la variable dependiente compromiso laboral.

2.11.6. Nivel de investigación

La presente investigación se clasifica como **correlacional** y **no causal** debido a que su objetivo principal es identificar y analizar la relación entre el nivel de compromiso laboral de los trabajadores y la implementación de un programa de reconocimiento en la empresa Grupo Palante. Aunque se busca determinar si existe una asociación significativa entre estas variables, no se pretende establecer una relación de causa-efecto directa. Esto se debe a que el diseño del estudio no incluye el control estricto de todas las variables externas que podrían influir en el compromiso laboral, ni se realiza una manipulación experimental de las condiciones. Por lo tanto, la investigación se enfoca en describir cómo se vinculan estas variables en un contexto específico, sin afirmar que una sea la causa directa de la otra, como indican Ñaupas Paitán et al. (2023).

2.11.7. Población

La población se refiere al conjunto de todos los individuos que comparten una serie de características específicas. (Rodríguez-Sosa y Burneo, 2017). Entonces, la población se compone de 90 trabajadores de la empresa Grupo Palante ubicada en Lima durante el año 2024.

2.11.8. Muestreo y muestra

La muestra de estudio es **no probabilística**, ya que la selección y cantidad de participantes será determinada por criterios del investigador. (Ñaupas et al. ,2023). Asimismo, se empleará el tipo por **conveniencia** porque los participantes seleccionados son a juicio del investigador y se tiene acceso al grupo de estudios

(Ñaupas et al. ,2023). Por lo tanto, la muestra de estudio está conformada por 40 trabajadores de la empresa Grupo Palante, ubicada en Lima, 2024.

2.11.9. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS
ENCUESTA	CUESTIONARIO

2.11.9.1. Técnicas de recolección de datos

La técnica en una investigación es una herramienta y métodos disponibles para los investigadores, debido a que este instrumento permitirá la obtención de información y orientar al proceso de recopilación de datos, (Arias, 2020).

En este estudio se emplea la técnica de la encuesta, la cual, según el APA Dictionary of Psychology (American Psychological Association, 2020), consiste en un método de recopilación de datos que implica hacer preguntas estandarizadas a una muestra representativa de individuos para obtener información sobre sus actitudes, opiniones o comportamientos. Por lo tanto, la encuesta virtual se aplicará a 40 trabajadores de la empresa Grupo Palante en el año 2024 por medio de Google Formularios.

2.11.9.2. Instrumentos de recolección de datos

En cuánto el instrumento utilizado para el presente proyecto es el cuestionario, para aplicar esta herramienta realizamos las preguntas correspondientes de acuerdo a las variables y las dimensiones. Este instrumento tiene preguntas cerradas con escala ordinal de 5 niveles tipo Likert (Nunca, Casi nunca, A veces, Casi siempre y Siempre). Asimismo, se consolidó las preguntas a

través de la herramienta tecnológica de Google Formularios (<https://forms.gle/u5umxwy73Hq314Ss5>) y aplicamos la encuesta a 40 trabajadores de la empresa Grupo Palante en el año 2024. Posteriormente, llevamos a cabo un proceso de agrupación y análisis de las preguntas por dimensiones y de manera individual, con el fin de obtener una comprensión más profunda de los datos recopilados.

2.11.10. Validez y confiabilidad

2.11.10.1. Validez de la investigación

Se utilizó la validación a través del juicio de expertos, consultando a un especialista en metodología de la investigación para evaluar el cuestionario con base en criterios como claridad, objetividad, actualidad, organización, suficiencia, intencionalidad, consistencia, coherencia, metodología y pertinencia, ver Anexo Z.

Los resultados del juicio de expertos han sido comparados con los valores y niveles de la validez, ver Tabla X.

Tabla X

Niveles y valores de validez

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

Nota. Elaboración propia.

Por consiguiente, el instrumento para medir las variables programa de reconocimiento y compromiso laboral tiene un nivel de validez muy bueno, dado que el valor obtenido es de 71%, ver Anexo Z.

2.11.10.2. Confiabilidad de la investigación

Se empleó la técnica de estabilidad (test-retest) para determinar la fiabilidad del instrumento, verificando si produce resultados consistentes y coherentes. Para este propósito, se realizó una prueba piloto con 10 participantes que presentaban características similares a la muestra en estudio, aplicándoles el instrumento en dos ocasiones.

Para determinar la confiabilidad del instrumento, se utilizó la correlación de Pearson donde puede tomar valores que oscilan entre 0 (baja o nula confiabilidad) y 1 (alto o máximo de confiabilidad), ver Tabla X.

Tabla X

Valores del coeficiente de correlación de Pearson

Coeficiente	Interpretación
$r = 1$	Correlación perfecta
$0.80 < r < 1$	Muy alta
$0.60 < r < 0.80$	Alta
$0.40 < r < 0.60$	Moderada
$0.20 < r < 0.40$	Baja
$0 < r < 0.20$	Muy Baja
$r = 0$	Nula

Nota. Elaboración propia.

Luego de aplicar el test-retest, se obtuvo un coeficiente de Pearson de 0.986.

Por lo tanto, se precisa que el instrumento tiene una muy alta confiabilidad.

III. Estimación del costo del proyecto

3.1. Estimación de los costos necesarios para la implementación

Tabla X

Estimación de costos necesarios para el desarrollo de la investigación

Naturaleza del Gasto	Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Personal				
	Asesor(a)	1	S/.2076.92	S/.2076.92
Bienes				
	Material bibliográfico	0	S/.0.00	S/.0.00
	Papel bond	0	S/.0.00	S/.0.00
	Impresiones	0	S/.0.00	S/.0.00
	CD	0	S/.0.00	S/.0.00
	USB	2	S/.25.00	S/.50.00
	Fichas bibliográficas	0	S/.0.00	S/.0.00
	Marcadores	0	S/.0.00	S/.0.00
Servicios				
	Movilidad	0	S/.0.00	S/.0.00
	Fotocopias	0	S/.0.00	S/. 0.00
	Anillado	0	S/.0.00	S/.0.00
	Wi-Fi / Internet	12	S/.59.00	S/.708.00
RESUMEN				
	Personal			S/.2076.92
	Bienes			S/.50.00
	Servicios			S./ 708.00
	TOTAL			S/. 2834.92

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación

En la Tabla X se detalla el desglose de los costos asociados a la investigación. Se incluyó un gasto por asesoría de S/ 2,076.92. Además, se realizó la compra de dos USB, con un valor de S/ 25.00 cada uno, lo que suma un total de S/ 50.00. Por otro lado, se consideró el pago del servicio de Internet/Wi-Fi durante los 12 meses que duró la investigación, con un costo mensual de S/ 59.00, acumulando un total de S/ 708.00. En conjunto, el costo total de la investigación asciende a S/ 2,834.92.

Tabla X

Estimación de costos necesarios para la implementación del proyecto

Naturaleza del Gasto	Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Servicios	Diagnóstico inicial del sistema de reconocimiento	1	S/ 800.00	S/ 800.00
	Diseño del programa de reconocimiento personalizado	1	S/ 1,200.00	S/ 1,200.00
	Capacitación para líderes sobre el uso del programa	1	S/ 500.00	S/ 500.00
	Seguimiento y ajustes durante el primer mes de implementación	1	S/ 500.00	S/ 500.00
	Pauta en redes sociales	1	S/ 500	S/ 500
RESUMEN				
	Servicios			S./ 3,500.00
TOTAL				S/3,500.00

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación

Según la Tabla X, se consideraron los siguientes gastos en servicios relacionados con la asesoría para la implementación de un programa de reconocimiento, con un costo total de S/ 3,000.00. Este monto cubre varias actividades esenciales: el diagnóstico inicial del sistema de reconocimiento, que incluye la evaluación y diagnóstico de las áreas de mejora (S/ 800.00); el diseño del programa personalizado, adaptado a las necesidades de la organización (S/ 1,200.00); la capacitación para líderes sobre la implementación y gestión del programa (S/ 500.00); el seguimiento y ajustes durante el primer mes de implementación, para asegurar su efectividad (S/ 500.00); y la pauta en redes sociales (S/ 500). Este desglose refleja las fases clave del proceso, garantizando una implementación exitosa y ajustada a las necesidades del proyecto.

IV. Resultado de investigación

4.1. Análisis de resultados descriptivos

4.1.1. Análisis de datos cuantitativos

Dimensión 1: Diseño del programa (3 ítems)

Pregunta 1: ¿Considera que los objetivos y criterios del programa de reconocimiento son claros y bien definidos?

Tabla 1

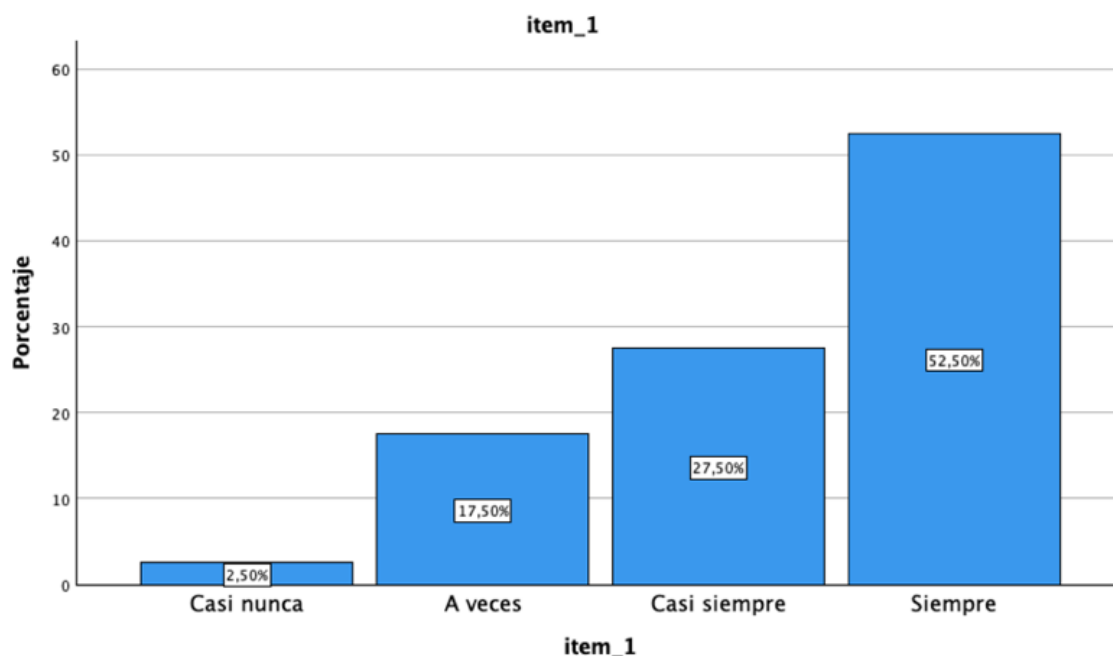
Claridad

Escala likert	Frecuencia	Porcentaje
Casi nunca	1	2,5
A veces	7	17,5
Casi siempre	11	27,5
Siempre	21	52,5
Total	40	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Figura 1

Claridad



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Según los datos presentados en la Tabla 1 y Figura 1, la mayoría de los participantes perciben que los objetivos y criterios del programa de reconocimiento son claros y bien definidos. El 52.5% de los encuestados indicaron que "siempre" encuentran claros estos objetivos y criterios, mientras que el 27.5% mencionó que esto ocurre "casi siempre". Por otro lado, el 17.5% de los participantes señaló que los objetivos y criterios son claros "a veces", y solo el 2.5% opinó que "casi nunca" son claros. En total, el 80% de los participantes tiene una percepción positiva sobre la claridad del programa.

Pregunta 2: ¿Cree que el programa de reconocimiento es lo suficientemente flexible para adaptarse a diferentes situaciones y necesidades de los empleados?

Tabla 2

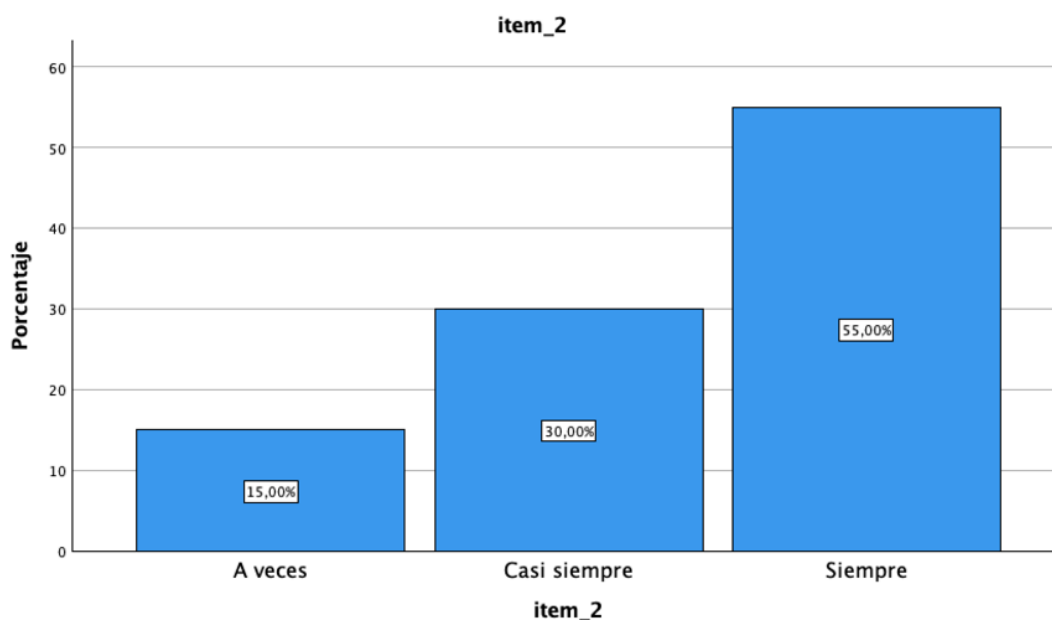
Flexibilidad

Escala likert	Frecuencia	Porcentaje
A veces	6	15,0
Casi siempre	12	30,0
Siempre	22	55,0
Total	40	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Figura 2

Flexibilidad



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Según los datos presentados en la Tabla 2 y Figura 2, una significativa mayoría de los participantes percibe que el programa de reconocimiento es suficientemente flexible para adaptarse a diversas situaciones y

necesidades de los empleados. El 55% de los encuestados indicó que el programa "siempre" es flexible, mientras que el 30% expresó que esto ocurre "casi siempre". Además, el 15% de los participantes mencionó que el programa es flexible "a veces". En total, el 85% de los encuestados tiene una percepción positiva respecto a la flexibilidad del programa, lo que sugiere que este se adapta adecuadamente a diferentes contextos y necesidades de los empleados.

Pregunta 3: ¿Cree que las recompensas y reconocimientos del programa se distribuyen de manera equitativa entre todos los empleados?

Tabla 3

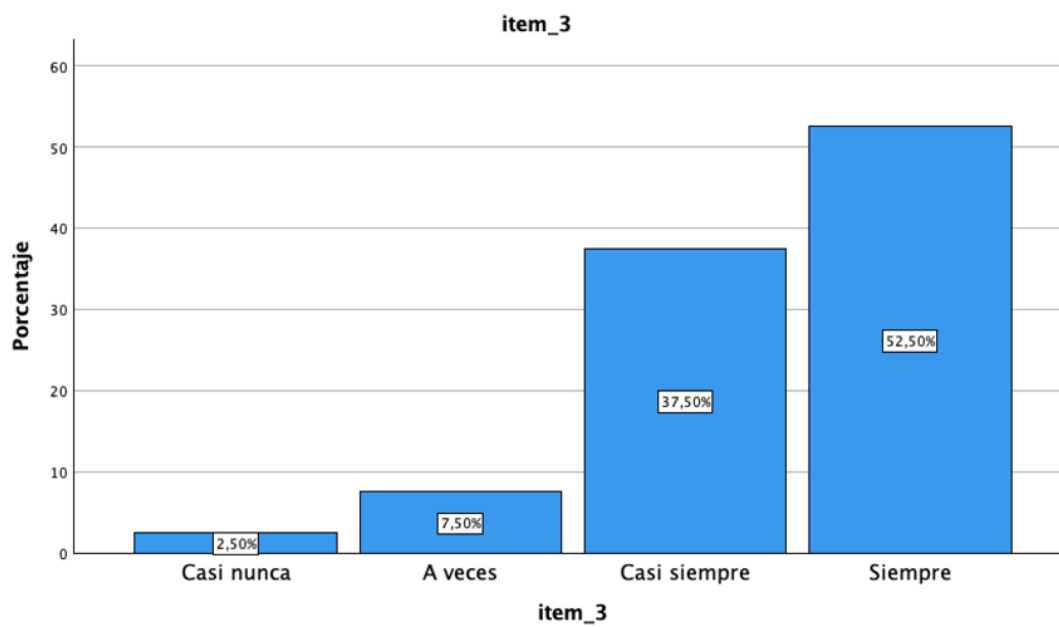
Equidad

Escala likert	Frecuencia	Porcentaje
Casi nunca	1	2,5
A veces	3	7,5
Casi siempre	15	37,5
Siempre	21	52,5
Total	40	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Figura 3

Equidad



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Según los datos presentados en la Tabla 3 y Figura 3, una mayoría considerable de los participantes cree que las recompensas y reconocimientos del programa se distribuyen de manera equitativa entre todos los empleados. El 52.5% de los encuestados indicó que la distribución es "siempre" equitativa, mientras que el 37.5% afirmó que esto ocurre "casi siempre". Por otro lado, el 7.5% de los participantes señaló que las recompensas se distribuyen equitativamente "a veces", y solo el 2.5% opinó que esto ocurre "casi nunca". En total, el 90% de los encuestados tiene una percepción positiva sobre la equidad en la distribución de recompensas y reconocimientos del programa, lo que sugiere una percepción generalizada de justicia en el proceso.

A continuación, se precisa la distribución de frecuencias (f), con base en los cinco niveles de medición establecidos para la **dimensión Diseño del programa** de la variable Programa de reconocimiento:

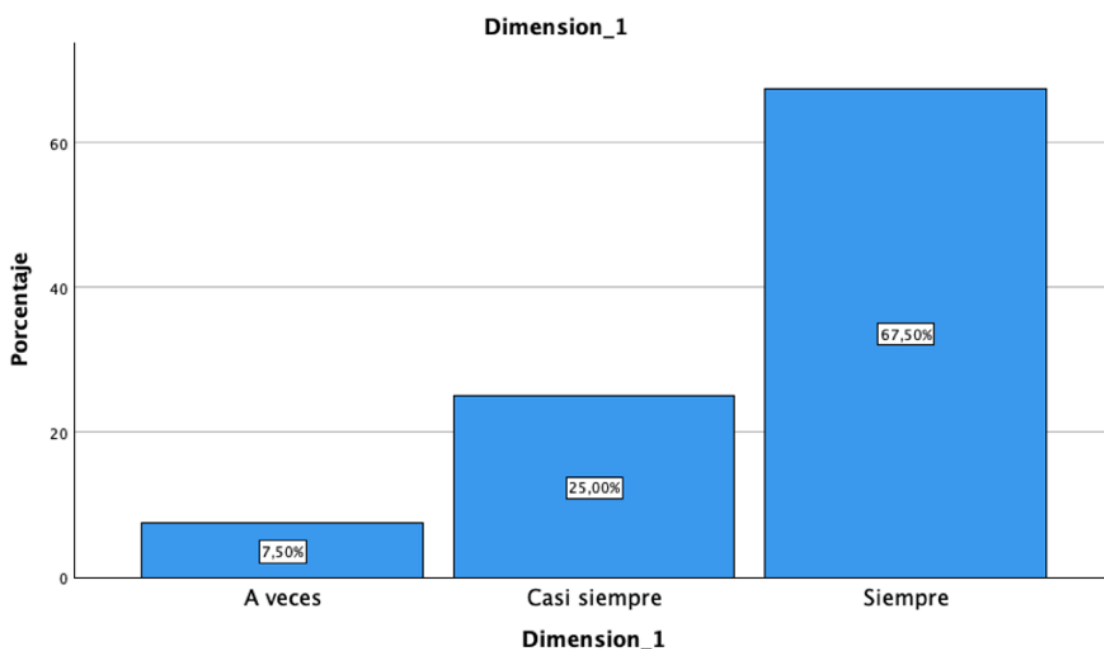
Tabla 1

Frecuencias totales de la dimensión Diseño del programa

Escala	Baremo		f	%
Nunca	0	3	0	0%
Casi Nunca	4	6	0	0%
A veces	7	9	3	7,5%
Casi Siempre	10	12	10	25%
Siempre	13	15	27	67,5%
Total			40	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 1



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Según los datos presentados, la distribución de frecuencias respecto a la dimensión "Diseño del programa" de la variable "Programa de

reconocimiento" indica una valoración predominantemente positiva entre los encuestados. En una escala de cinco niveles, el 67.5% de los participantes evaluaron el diseño del programa con la calificación más alta ("siempre"), mientras que el 25% lo calificó con la segunda calificación más alta ("casi siempre"). Solo el 7.5% de los encuestados asignó una calificación de "a veces", y no hubo ninguna valoración en los niveles de "nunca" o "casi nunca". En conjunto, estos resultados sugieren que la mayoría de los participantes percibe el diseño del programa de reconocimiento de manera muy favorable.

Dimensión 2: Comunicación interna (3 ítems)

Pregunta 4: ¿Con qué frecuencia se realizan actividades de reconocimiento en la empresa?

Tabla 4

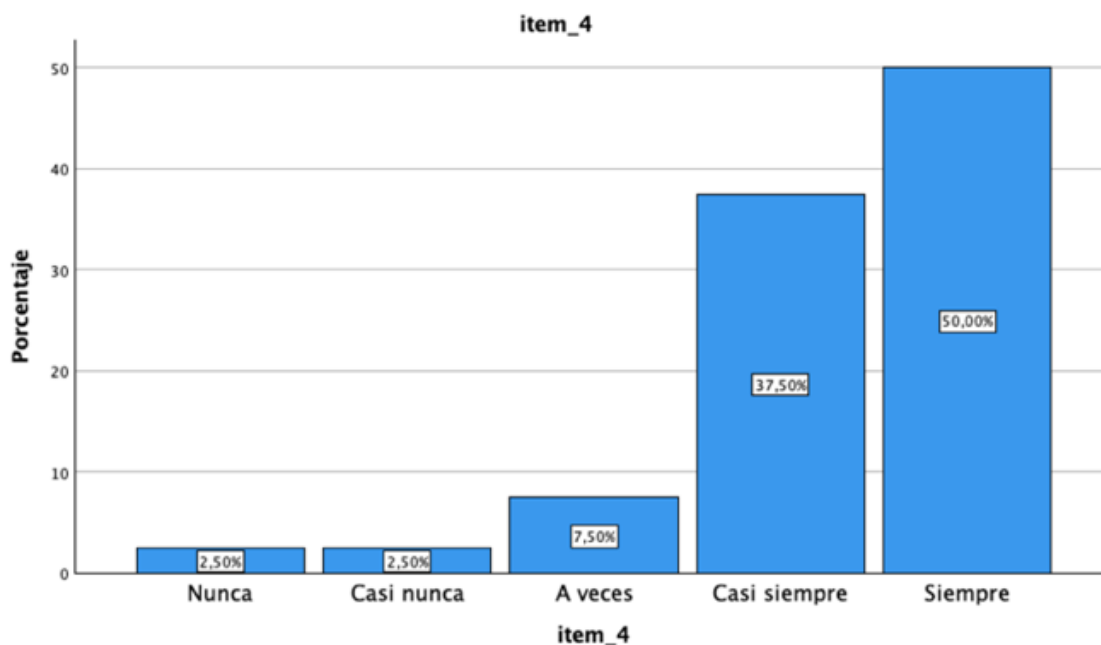
Frecuencia

Escala likert	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	1	2,5
Casi nunca	1	2,5
A veces	3	7,5
Casi siempre	15	37,5
Siempre	20	50,0
Total	40	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Figura 4

Frecuencia



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Según los datos presentados en la Tabla 4 y Figura 4, la mayoría de los participantes considera que las actividades de reconocimiento en la empresa se realizan con alta frecuencia. El 50% de los encuestados indicó que dichas actividades se llevan a cabo "siempre", mientras que el 37.5% afirmó que ocurren "casi siempre". Por otro lado, el 7.5% mencionó que estas actividades se realizan "a veces", y solo el 2.5% de los encuestados señaló que ocurren "nunca" o "casi nunca". En conjunto, el 87.5% de los participantes percibe una alta frecuencia en la realización de actividades de reconocimiento, lo que sugiere un fuerte enfoque de la empresa en reconocer y valorar a sus empleados regularmente.

Pregunta 5: ¿Siente que la información sobre el programa de reconocimiento es comunicada de manera transparente en toda la organización?

Tabla 5

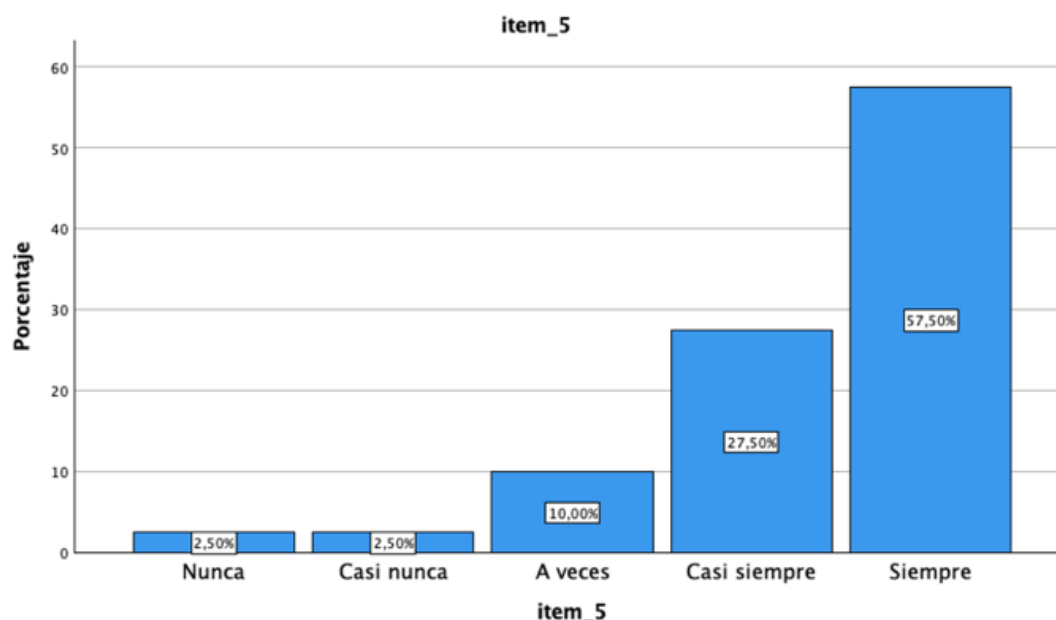
Transparencia

Escala likert	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	1	2,5
Casi nunca	1	2,5
A veces	4	10,0
Casi siempre	11	27,5
Siempre	23	57,5
Total	40	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Figura 5

Transparencia



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Según los datos presentados en la Tabla 5 y Figura 5, la mayoría de los participantes siente que la información sobre el programa de reconocimiento

se comunica de manera transparente en toda la organización. El 57.5% de los encuestados indicó que esta información es "siempre" comunicada de manera transparente, mientras que el 27.5% señaló que esto ocurre "casi siempre". Por otro lado, el 10% mencionó que la transparencia en la comunicación se da "a veces", y solo el 2.5% de los encuestados expresó que esta comunicación ocurre "nunca" o "casi nunca". En conjunto, el 85% de los participantes percibe una alta transparencia en la comunicación del programa de reconocimiento, lo que sugiere un esfuerzo significativo de la organización por mantener a los empleados bien informados.

Pregunta 6: ¿Siente que la información sobre el programa de reconocimiento es comunicada de manera transparente en toda la organización?

Tabla 6

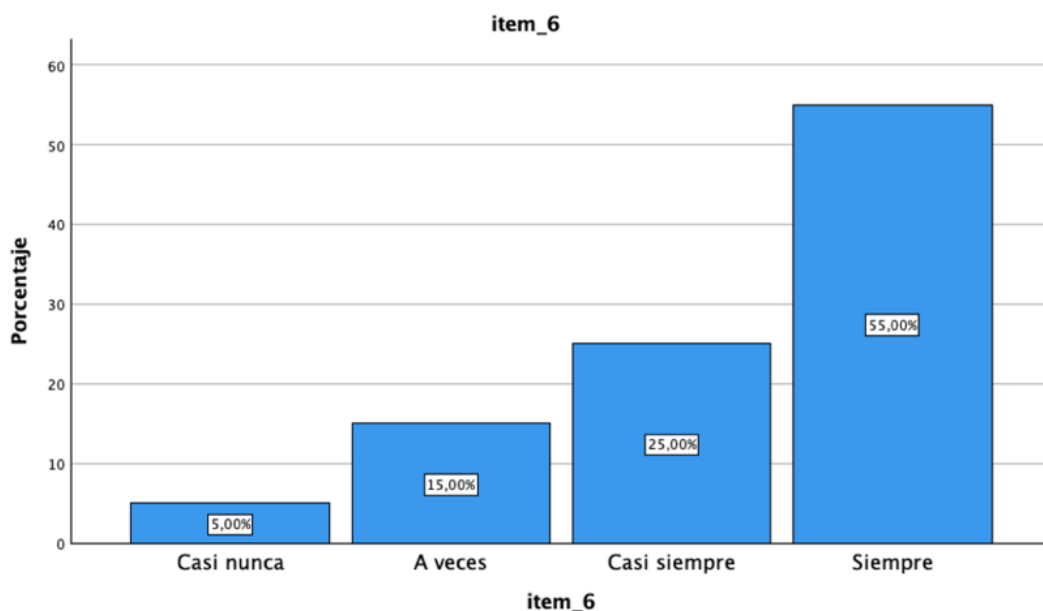
Accesibilidad a los canales de comunicación

Escala likert	Frecuencia	Porcentaje
Casi nunca	2	5,0
A veces	7	17,5
Casi siempre	10	25,0
Siempre	21	52,5
Total	40	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Figura 6

Accesibilidad a los canales de comunicación



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Según los datos presentados en la Tabla 6 y Figura 6, la mayoría de los participantes percibe que los canales de comunicación para acceder a la información sobre el programa de reconocimiento son accesibles. El 52.5% de los encuestados indicó que los canales son "siempre" accesibles, mientras que el 25% afirmó que son accesibles "casi siempre". Además, el 17.5% mencionó que la accesibilidad a los canales es ocasional ("a veces"), y solo el 5% de los participantes opinó que los canales son accesibles "casi nunca". En conjunto, el 77.5% de los participantes tiene una percepción positiva sobre la accesibilidad de los canales de comunicación para obtener información sobre el programa de reconocimiento, lo que sugiere una infraestructura de comunicación efectiva dentro de la organización.

A continuación, se precisa la distribución de frecuencias (f), con base en los cinco niveles de medición establecidos para la **dimensión Comunicación interna** de la variable Programa de reconocimiento:

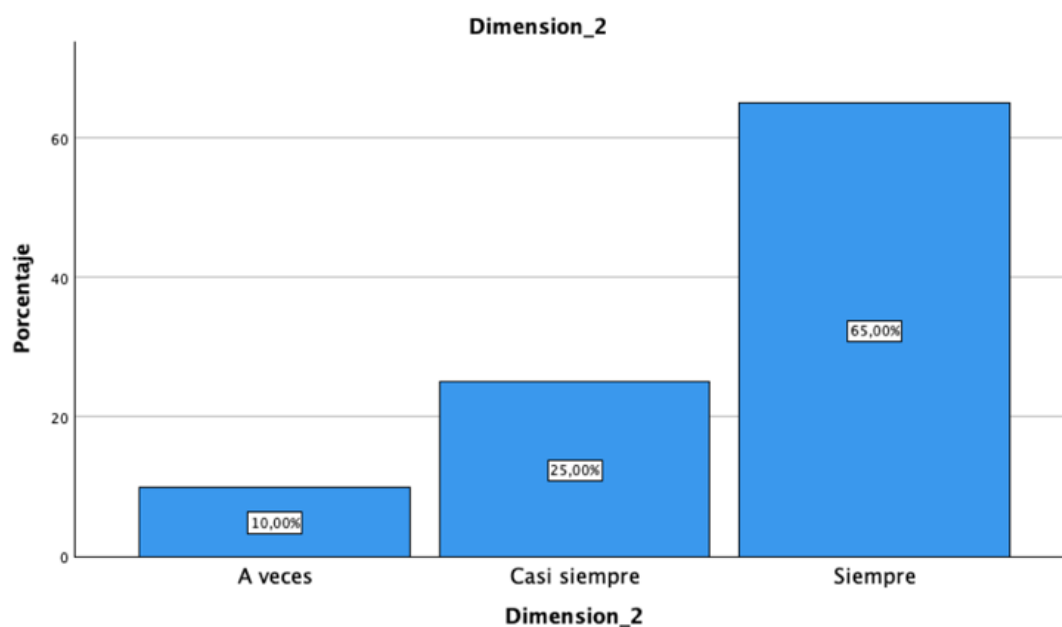
Tabla 2

Frecuencias totales de la dimensión Comunicación interna

Escala	Baremo	f	%
Nunca	0	3	0%
Casi Nunca	4	6	0%
A veces	7	9	10%
Casi Siempre	10	12	25%
Siempre	13	15	65%
Total		40	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 2



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Según los datos presentado, la distribución de frecuencias respecto a la dimensión "Comunicación interna" del programa de reconocimiento

muestra que la mayoría de los participantes percibe una comunicación interna efectiva en la organización. En una escala de cinco niveles, el 65% de los encuestados evaluaron la comunicación interna con la calificación más alta ("siempre"), mientras que el 25% la calificó con la segunda calificación más alta ("casi siempre"). Un 10% mencionó que la comunicación interna ocurre "a veces", y no hubo respuestas en los niveles de "nunca" o "casi nunca". Estos resultados indican que la gran mayoría de los participantes considera que la comunicación interna sobre el programa de reconocimiento es consistente y efectiva dentro de la organización.

Dimensión 3: Participación de trabajadores (3 ítems)

Pregunta 7: ¿Participa activamente en las iniciativas de reconocimiento organizadas por la empresa?

Tabla 7

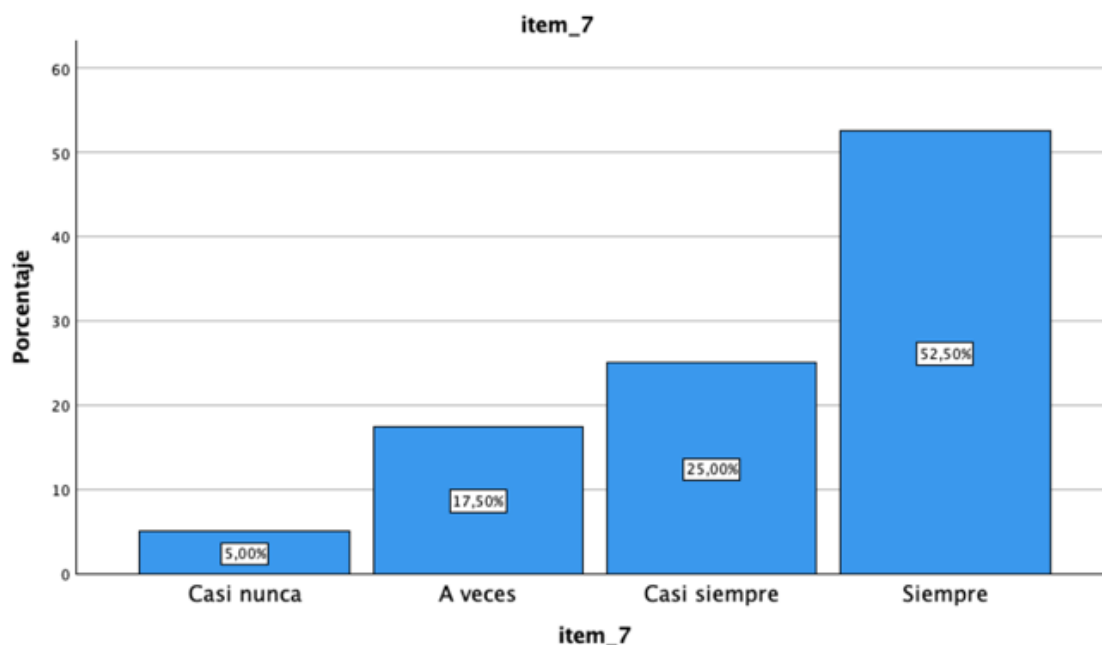
Nivel de participación

Escala likert	Frecuencia	Porcentaje
Casi nunca	2	5,0
A veces	7	17,5
Casi siempre	10	25,0
Siempre	21	52,5
Total	40	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Figura 7

Nivel de participación



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Según los datos presentados en la Tabla 7 y Figura 7, la mayoría de los participantes reporta una participación activa en las iniciativas de reconocimiento organizadas por la empresa. El 52.5% de los encuestados indicó que participa "siempre" en estas iniciativas, mientras que el 25% afirmó que lo hace "casi siempre". Además, el 17.5% mencionó participar "a veces", y solo el 5% de los participantes señaló que participa "casi nunca". En conjunto, el 77.5% de los encuestados muestra una tendencia positiva hacia la participación activa en las iniciativas de reconocimiento, lo que sugiere un nivel saludable de colaboración por parte de los empleados en estas actividades.

Pregunta 8: ¿Cree que hay una buena diversidad en la participación de diferentes empleados en el programa de reconocimiento?

Tabla 8

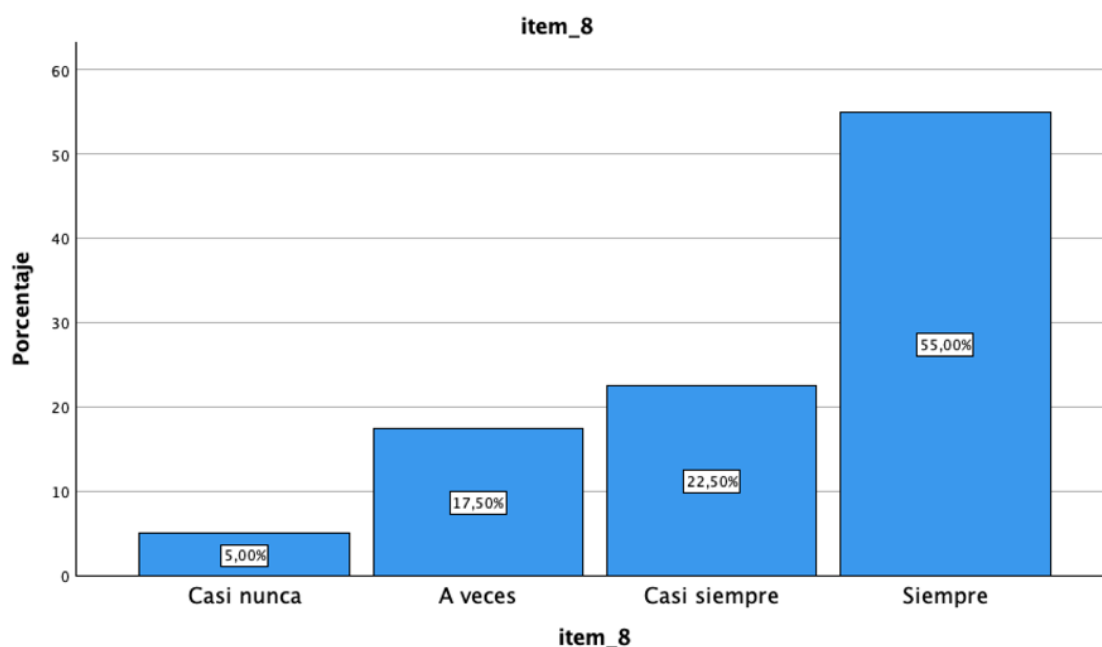
Diversidad de participación

Escala likert	Frecuencia	Porcentaje
Casi nunca	2	5,0
A veces	7	17,5
Casi siempre	9	22,5
Siempre	22	55,0
Total	40	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Figura 8

Diversidad de participación



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Según los datos presentados en la Tabla 8 y Figura 8, la percepción general entre los participantes es que existe una buena diversidad en

la participación de diferentes empleados en el programa de reconocimiento. El 55% de los encuestados indicó que percibe esta diversidad "siempre", mientras que el 22.5% mencionó que ocurre "casi siempre". Además, el 17.5% de los participantes señaló que la diversidad en la participación se observa "a veces", y solo el 5% expresó que esta diversidad es percibida "casi nunca". Estos resultados sugieren una distribución equitativa en la participación de los empleados en el programa de reconocimiento, lo cual puede contribuir a un ambiente laboral inclusivo y motivador.

Pregunta 9: ¿Recibe regularmente retroalimentación sobre su desempeño a través del programa de reconocimiento?

Tabla 9

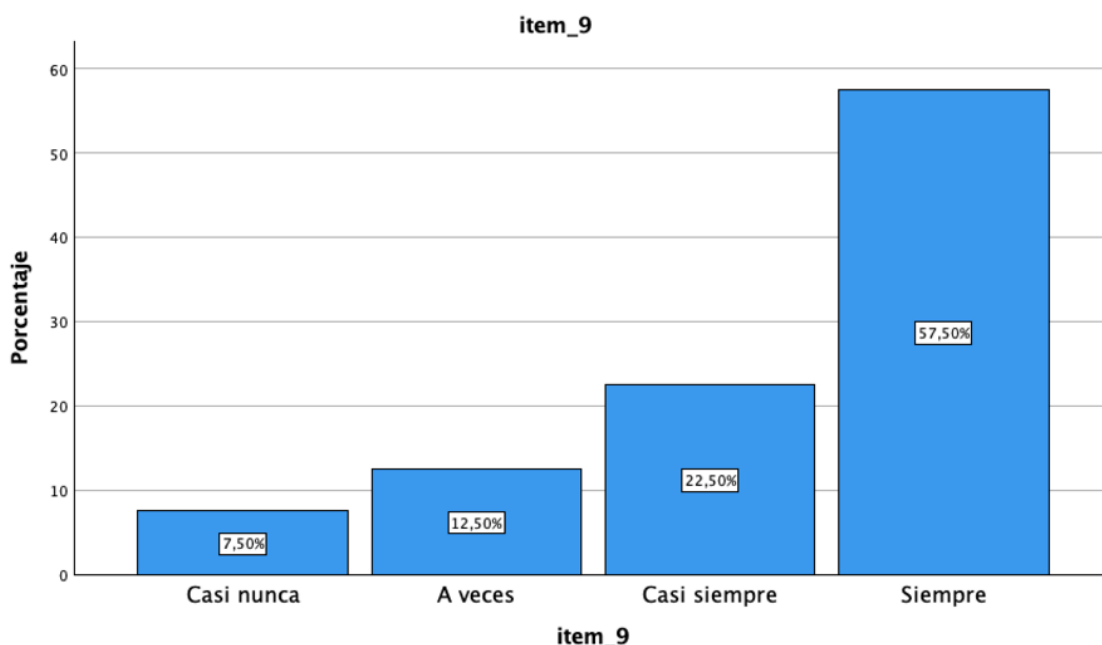
Feedback de trabajadores

Escala likert	Frecuencia	Porcentaje
Casi nunca	3	7,5
A veces	5	12,5
Casi siempre	9	22,5
Siempre	23	57,5
Total	40	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Figura 9

Feedback de trabajadores



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Según los datos presentados en la Tabla 9 y Figura 9, la mayoría de los participantes percibe que recibe regularmente retroalimentación sobre su desempeño a través del programa de reconocimiento. El 57.5% de los encuestados indicó que recibe esta retroalimentación "siempre", mientras que el 22.5% mencionó que la recibe "casi siempre". Además, el 12.5% de los participantes señaló que la retroalimentación es recibida "a veces", y un 7.5% expresó que la recibe "casi nunca". Estos resultados sugieren una efectiva implementación del programa de reconocimiento en proporcionar retroalimentación regular sobre el desempeño de los empleados, lo cual es crucial para mejorar la motivación y el rendimiento laboral.

A continuación, se precisa la distribución de frecuencias (f), con base en los cinco niveles de medición establecidos para la **dimensión Participación de trabajadores** de la variable Programa de reconocimiento:

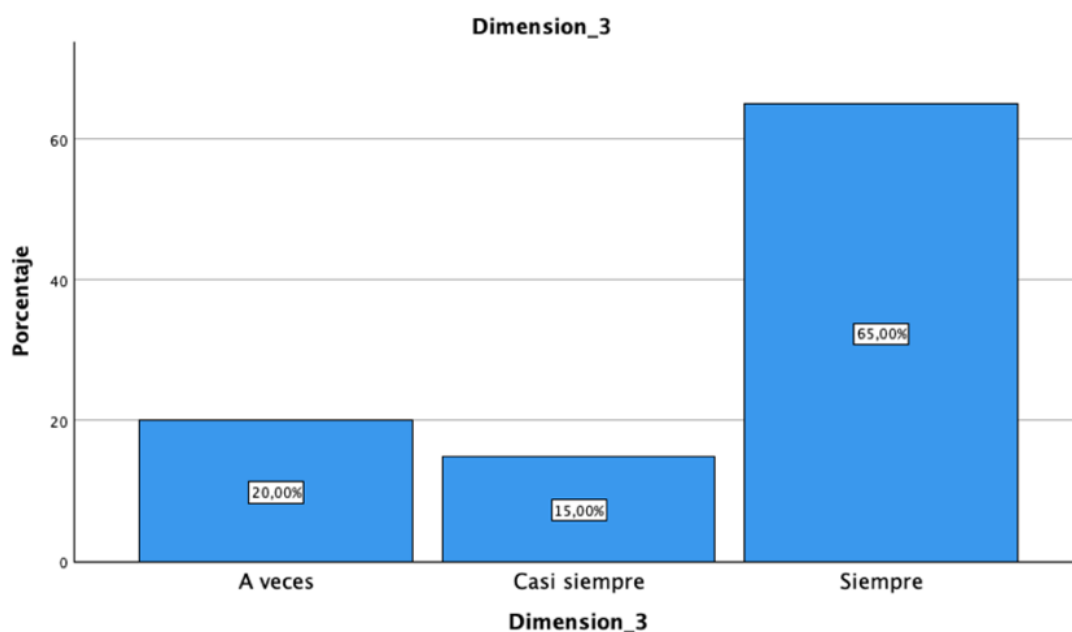
Tabla 3

Frecuencias totales de la dimensión Participación de los trabajadores

Escala	Baremo	f	%
Nunca	0	3	0%
Casi Nunca	4	6	0%
A veces	7	9	20%
Casi Siempre	10	12	15%
Siempre	13	15	65%
Total		40	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 3



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Según los datos presentados, la distribución de frecuencias respecto a la dimensión "Participación de los trabajadores" en el programa de

reconocimiento muestra que la mayoría de los participantes reporta una participación activa y constante. En una escala de cinco niveles, el 65% de los encuestados evaluaron su participación con la calificación más alta ("siempre"), mientras que el 20% la calificó con la segunda calificación más alta ("a veces"). Un 15% mencionó participar "casi siempre", y no hubo respuestas en los niveles de "nunca" o "casi nunca". Estos resultados sugieren una alta implicación por parte de los trabajadores en las actividades relacionadas con el programa de reconocimiento, lo cual puede fortalecer la cultura organizacional y el sentido de pertenencia.

Dimensión 4: Evaluación de resultados (3 ítems)

Pregunta 10: ¿Ha notado un incremento en su nivel de compromiso laboral desde la implementación del programa de reconocimiento?

Tabla 10

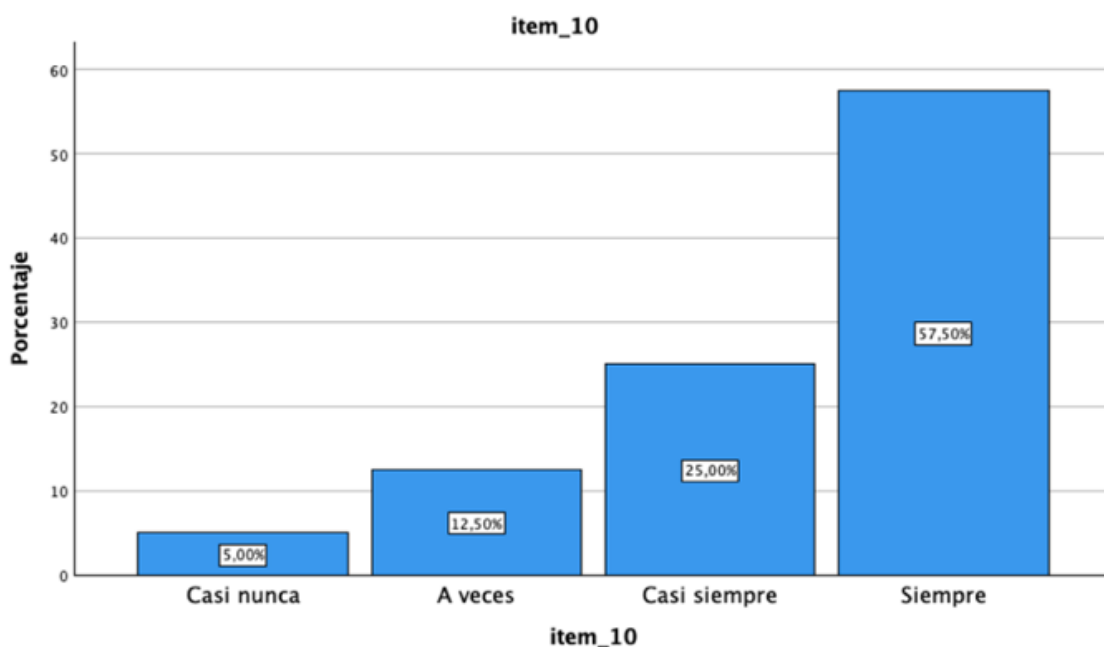
Incremento en el compromiso laboral

Escala likert	Frecuencia	Porcentaje
Casi nunca	2	5,0
A veces	5	12,5
Casi siempre	10	25,0
Siempre	23	57,5
Total	40	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Figura 10

Incremento en el compromiso laboral



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Según los datos presentados en la Tabla 10 y Figura 10, la mayoría de los participantes ha notado un incremento en su nivel de compromiso laboral desde la implementación del programa de reconocimiento. El 57.5% de los encuestados indicó que este incremento se observa "siempre", mientras que el 25% mencionó que ocurre "casi siempre". Además, el 12.5% de los participantes señaló que el incremento en el compromiso laboral se nota "a veces", y solo el 5% expresó que lo nota "casi nunca". Estos resultados sugieren que el programa de reconocimiento ha tenido un impacto positivo significativo en el compromiso laboral de los empleados, fortaleciendo su motivación y satisfacción en el trabajo.

Pregunta 11: ¿Considera que el programa de reconocimiento ha contribuido a la retención de personal en la empresa?

Tabla 11

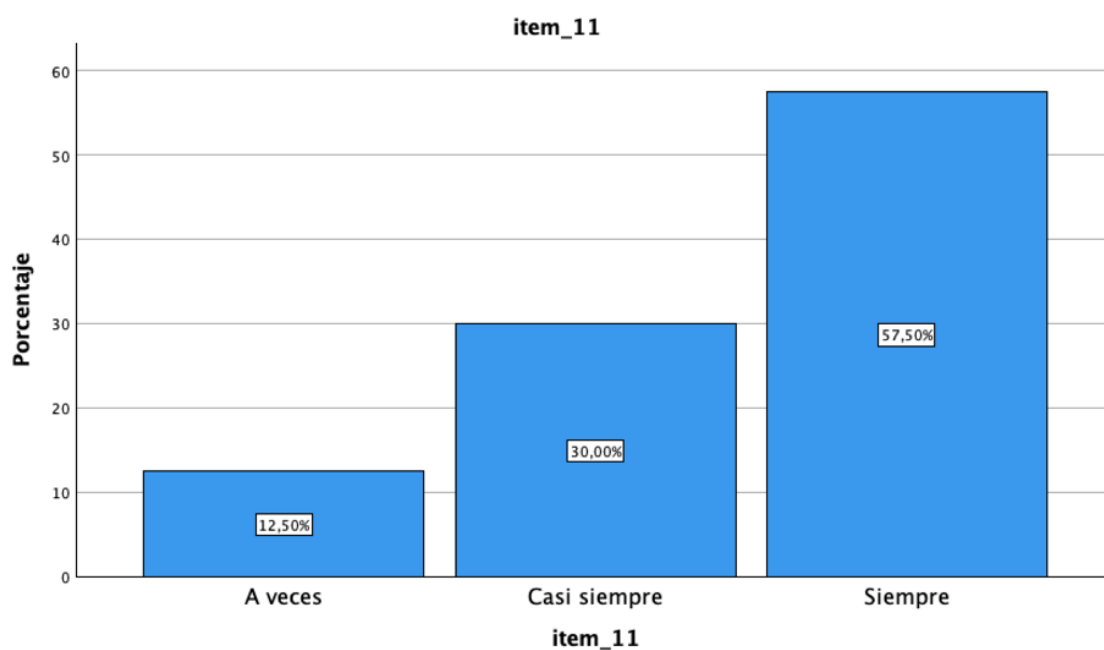
Retención de personal

Escala likert	Frecuencia	Porcentaje
A veces	5	12,5
Casi siempre	12	30,0
Siempre	23	57,5
Total	40	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Figura 11

Retención de personal



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Según los datos presentados en la Tabla 11 y Figura 11, la percepción general entre los participantes es que el programa de reconocimiento

ha contribuido significativamente a la retención de personal en la empresa. El 57.5% de los encuestados indicó que el programa ha contribuido "siempre" a la retención de personal, mientras que el 30% mencionó que lo hace "casi siempre". Además, el 12.5% de los participantes señaló que esta contribución se observa "a veces". Estos resultados sugieren que el programa de reconocimiento no solo fortalece el compromiso laboral, como se mencionó anteriormente, sino que también juega un papel crucial en la retención de empleados, promoviendo un ambiente de trabajo favorable y satisfactorio.

Pregunta 12: ¿Ha observado un aumento en la productividad de su equipo o departamento como resultado del programa de reconocimiento?

Tabla 12

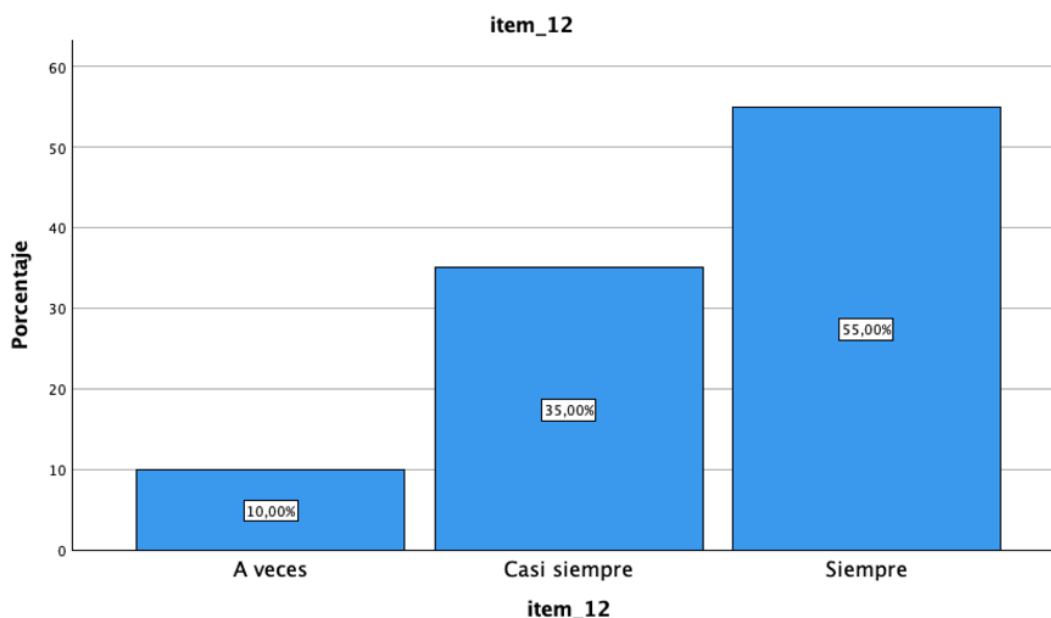
Incremento en productividad

Escala likert	Frecuencia	Porcentaje
A veces	4	10,0
Casi siempre	14	35,0
Siempre	22	55,0
Total	40	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Figura 12

Incremento en productividad



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Según los datos presentados en la Tabla 12 y Figura 12, la mayoría de los participantes ha observado un aumento en la productividad de su equipo o departamento como resultado del programa de reconocimiento. El 55% de los encuestados indicó que este aumento en la productividad se observa "siempre", mientras que el 35% mencionó que ocurre "casi siempre". Además, el 10% de los participantes señaló que este aumento en la productividad se nota "a veces". Estos resultados sugieren que el programa de reconocimiento no solo mejora el compromiso y la retención de personal, como se mencionó previamente, sino que también tiene un impacto positivo en la eficiencia y rendimiento del equipo de trabajo, promoviendo así resultados más efectivos y satisfactorios en la organización.

A continuación, se precisa la distribución de frecuencias (f), con base en los cinco niveles de medición establecidos para la **dimensión Evaluación de resultados** de la variable Programa de reconocimiento:

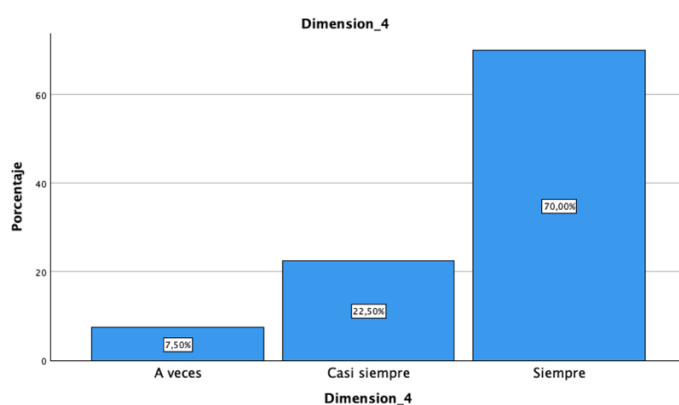
Tabla 4

Frecuencias totales de la dimensión Evaluación de resultados

Esca	Baremo	f	%
Nunca	0	3	0%
Casi Nunca	4	6	0%
A veces	7	9	7,5%
Casi Siempre	10	12	22,5%
Siempre	13	15	70%
Total		20	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 4



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Según los datos presentados, la distribución de frecuencias respecto a la dimensión "Evaluación de resultados" del programa de reconocimiento muestra que la mayoría de los participantes percibe que se evalúan los resultados de manera efectiva y consistente. En una escala de cinco niveles, el

70% de los encuestados evaluaron la evaluación de resultados con la calificación más alta ("siempre"), mientras que el 22.5% la calificó con la segunda calificación más alta ("casi siempre"). Un 7.5% mencionó que la evaluación de resultados se realiza "a veces", y no hubo respuestas en los niveles de "nunca" o "casi nunca". Estos resultados sugieren una percepción mayoritariamente positiva sobre la efectividad del programa en evaluar y medir los resultados del reconocimiento, lo cual es crucial para asegurar la efectividad y el impacto del programa en la organización.

A continuación, se precisa la distribución de frecuencias (f), con base en los cinco niveles de medición establecidos para la **variable Programa de reconocimiento**:

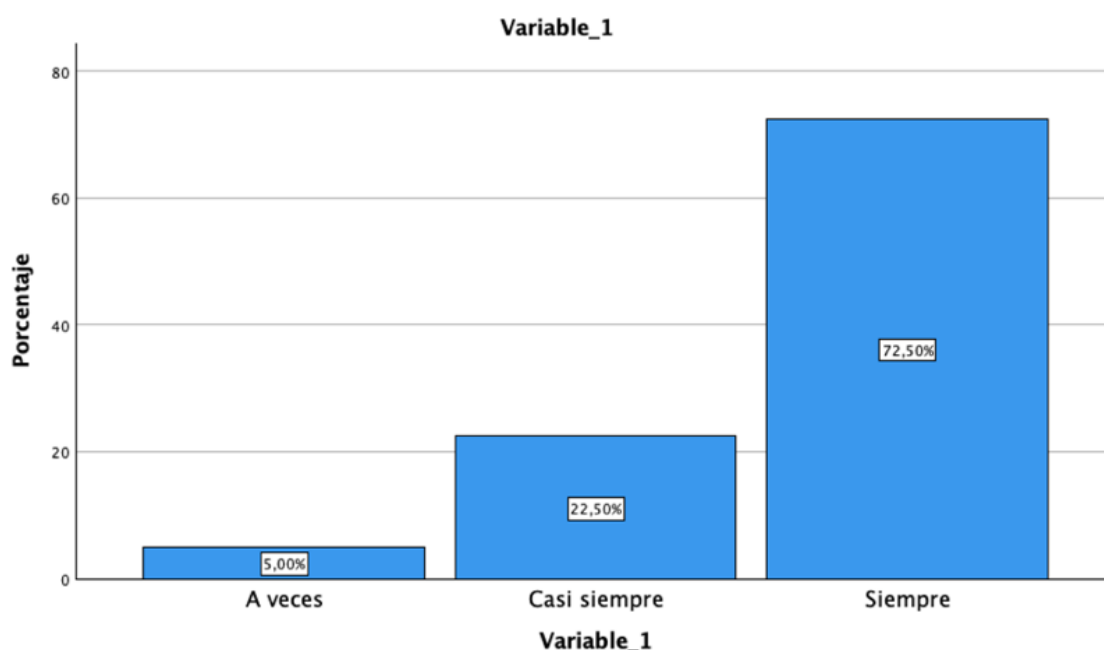
Tabla 1

Frecuencias totales de la variable Programa de reconocimiento

Escala	Baremo		f	%
Nunca	0	12	0	0%
Casi Nunca	13	24	0	0%
A veces	25	36	2	5%
Casi Siempre	37	48	9	22,5%
Siempre	49	60	29	72,5%
Total			40	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 1



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Según los datos presentados, la distribución de frecuencias respecto a la variable "Programa de reconocimiento" muestra que la mayoría de los participantes percibe que el programa está implementado de manera consistente y efectiva. En una escala de cinco niveles, el 72.5% de los encuestados evaluaron el programa con la calificación más alta ("siempre"), mientras que el 22.5% lo calificó con la segunda calificación más alta ("casi siempre"). Un 5% mencionó que el programa se implementa "a veces", y no hubo respuestas en los niveles de "nunca" o "casi nunca". Estos resultados indican una percepción mayoritariamente positiva sobre la implementación y efectividad del programa de reconocimiento en la organización, lo cual es fundamental para asegurar su impacto positivo en la motivación y el compromiso de los empleados.

Variable Compromiso laboral

Dimensión 5: Organización (3 ítems)

Pregunta 13: ¿Se siente emocionalmente conectado con la empresa?

Tabla 13

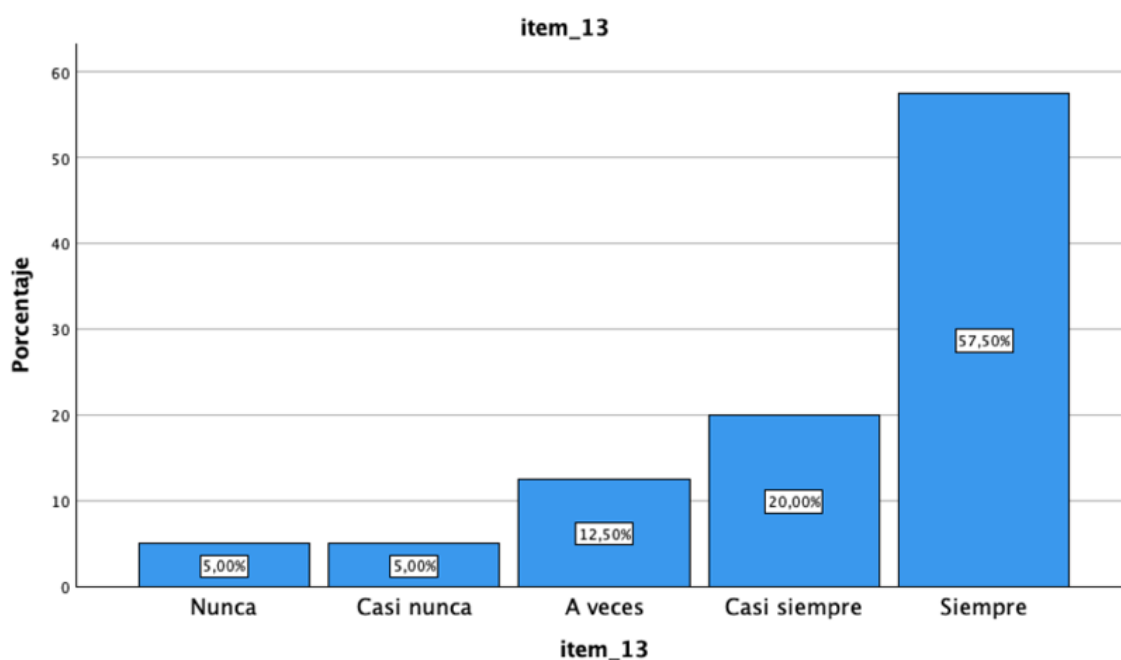
Conexión emocional con la empresa

Escala likert	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	2	5,0
Casi nunca	2	5,0
A veces	5	12,5
Casi siempre	8	20,0
Siempre	23	57,5
Total	40	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Figura 13

Conexión emocional con la empresa



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Según los datos presentados en la Tabla 13 y Figura 13, la mayoría de los participantes reporta sentirse emocionalmente conectados con la empresa. El 57.5% de los encuestados indicó que se siente emocionalmente conectado "siempre", mientras que el 20% mencionó sentir esta conexión "casi siempre". Además, el 12.5% de los participantes señaló sentirse conectados emocionalmente "a veces", y un 5% expresó que lo siente "nunca" o "casi nunca". Estos resultados sugieren que la mayoría de los empleados experimenta un alto nivel de conexión emocional con la empresa, lo cual puede influir positivamente en su compromiso, satisfacción laboral y rendimiento general.

Pregunta 14: ¿Se identifica con los pilares culturales de la organización?

Tabla 14

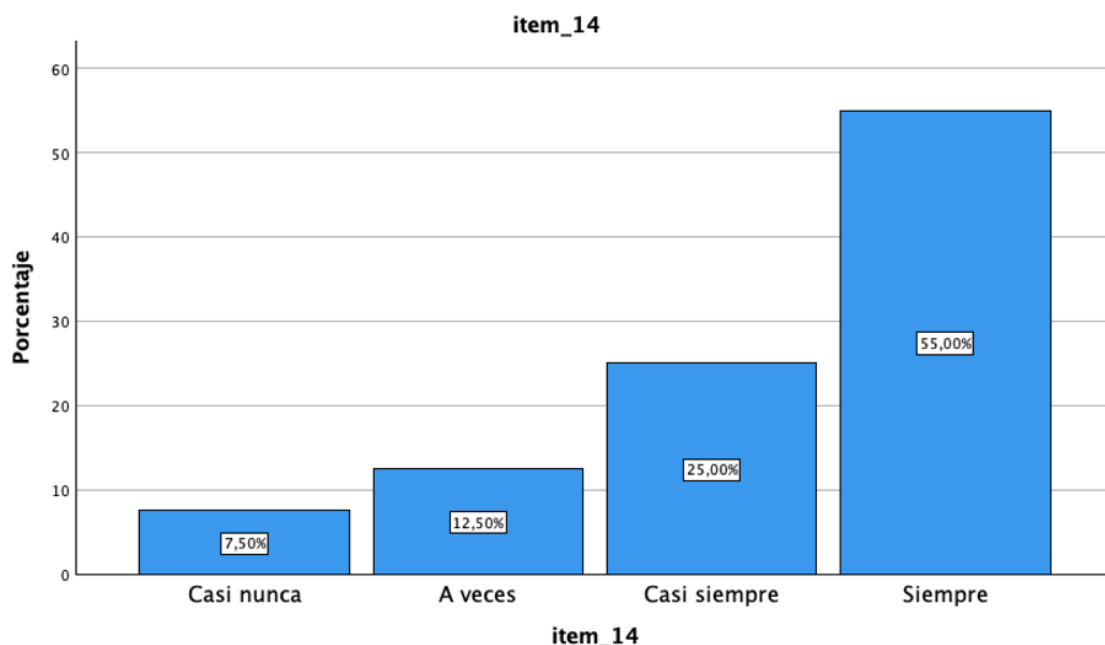
Identificación con los Pilares Culturales de la organización

Escala likert	Frecuencia	Porcentaje
Casi nunca	3	7,5
A veces	5	12,5
Casi siempre	10	25,0
Siempre	22	55,0
Total	40	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Figura 14

Identificación con los Pilares Culturales de la organización



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Según los datos presentados en la Tabla 14 y Figura 14, la mayoría de los participantes indica identificarse con los pilares culturales de la organización. El 55% de los encuestados indicó que se identifica con los pilares culturales "siempre", mientras que el 25% mencionó hacerlo "casi siempre". Además, el 12.5% de los participantes señaló que se identifica con estos pilares "a veces", y un 7.5% expresó que lo hace "casi nunca". Estos resultados sugieren que la mayoría de los empleados siente una conexión significativa con los pilares culturales de la organización, lo cual puede fortalecer el sentido de pertenencia y cohesión dentro del entorno laboral.

Pregunta 15: ¿Confía en las decisiones y liderazgo de la gerencia general?

Tabla 15

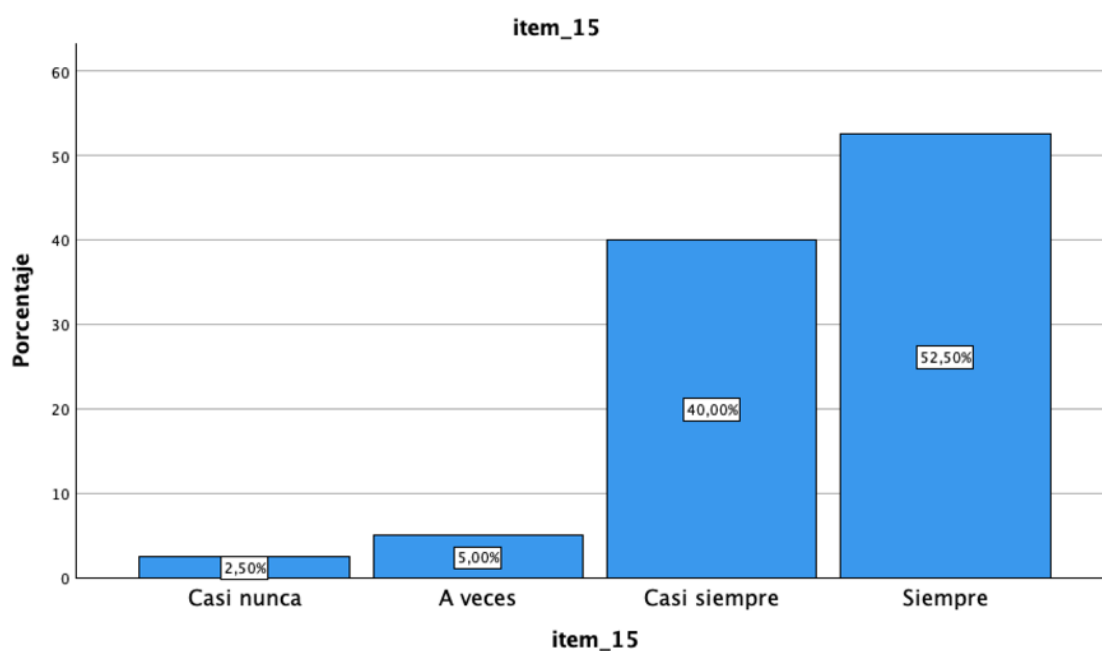
Confianza en la Gerencia General

Escala likert	Frecuencia	Porcentaje
Casi nunca	1	2,5
A veces	2	5,0
Casi siempre	16	40,0
Siempre	21	52,5
Total	40	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Figura 15

Confianza en la Gerencia General



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Según los datos presentados en la Tabla 15 y Figura 15, la mayoría de los participantes indica confiar en las decisiones y liderazgo de la gerencia general. El 52.5% de los encuestados indicó que confía "siempre" en la gerencia

general, mientras que el 40% mencionó hacerlo "casi siempre". Además, el 5% de los participantes señaló que confía "a veces", y solo un 2.5% expresó que confía "casi nunca". Estos resultados sugieren que la confianza en la gerencia general es alta entre los empleados encuestados, lo cual puede reflejar una percepción positiva sobre la dirección estratégica y las decisiones tomadas por los líderes de la organización.

A continuación, se precisa la distribución de frecuencias (f), con base en los cinco niveles de medición establecidos para la **dimensión Organización** de la variable Compromiso laboral:

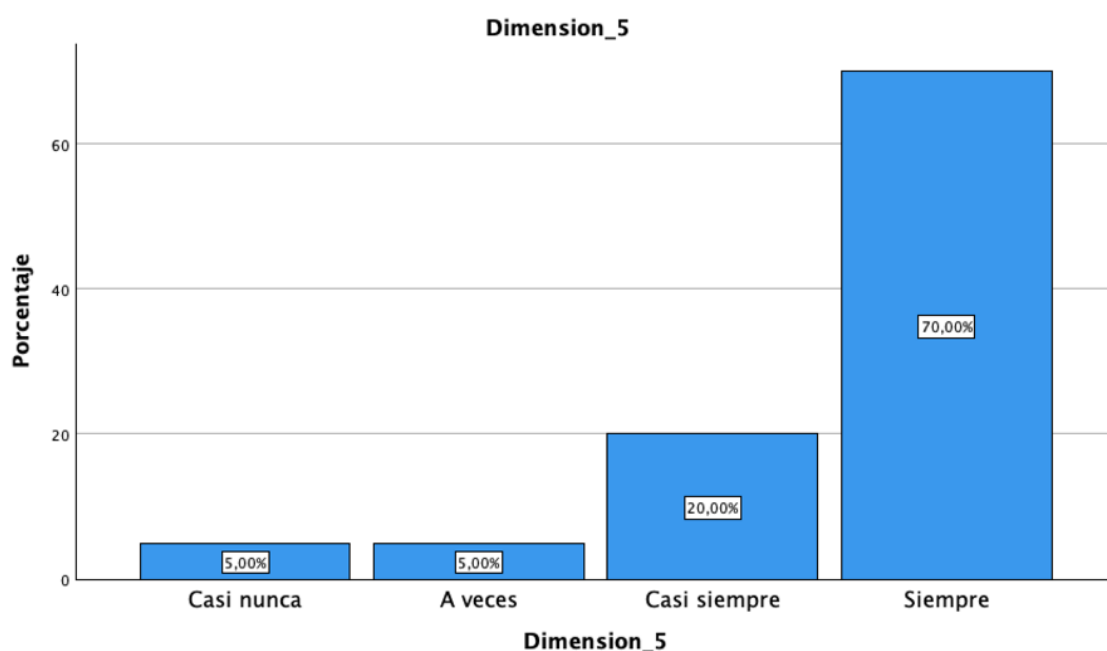
Tabla 5

Frecuencias totales de la dimensión Organización

Escala	Baremo		f	%
Nunca	0	3	0	0%
Casi Nunca	4	6	2	5%
A veces	7	9	2	5%
Casi Siempre	10	12	8	20%
Siempre	13	15	28	70%
Total			40	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 5



Interpretación: Según los datos presentados, la distribución de frecuencias respecto a la dimensión "Organización" del compromiso laboral muestra que la mayoría de los participantes percibe que la organización fomenta un alto nivel de compromiso entre sus empleados. En una escala de cinco niveles, el 70% de los encuestados evaluaron la organización con la calificación más alta ("siempre"), mientras que el 22.5% la calificó con la segunda calificación más alta ("casi siempre"). Un 7.5% mencionó que la organización fomenta el compromiso laboral "a veces", y no hubo respuestas en los niveles de "nunca" o "casi nunca". Estos resultados sugieren que los empleados perciben que la organización está efectivamente comprometida en crear un ambiente que promueva el compromiso y la dedicación en el trabajo, lo cual puede ser fundamental para la retención de talento y el éxito organizacional a largo plazo.

Dimensión 6: Satisfacción laboral (3 ítems)

Pregunta 16: ¿Está satisfecho con su trabajo actual?

Tabla 16

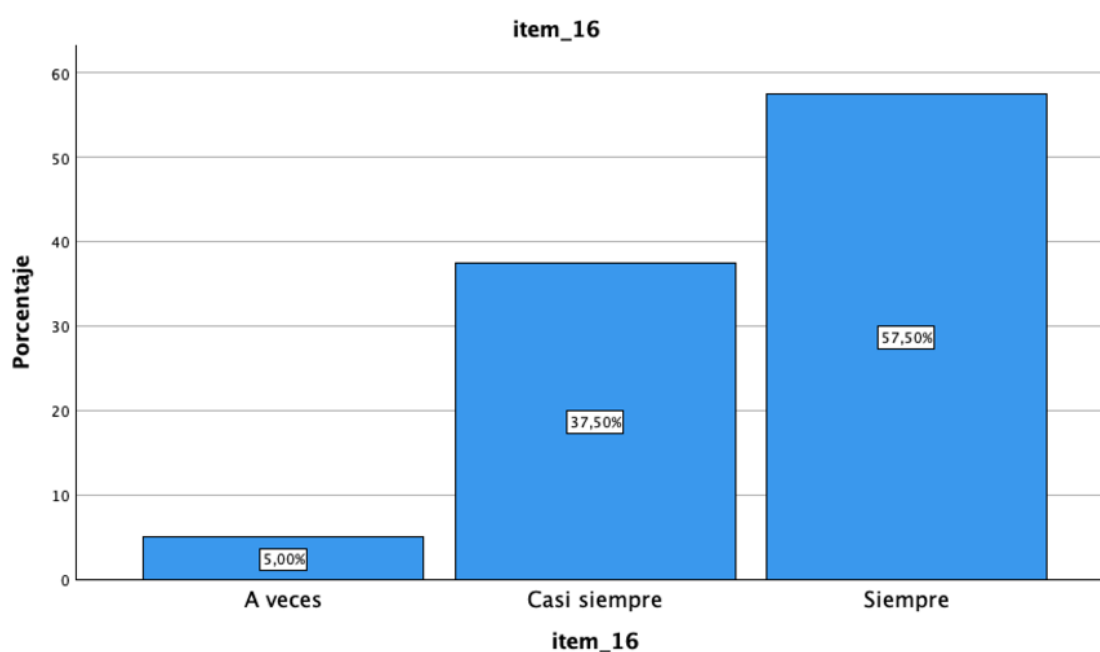
Satisfacción con el trabajo

Escala likert	Frecuencia	Porcentaje
A veces	2	5,0
Casi siempre	15	37,5
Siempre	23	57,5
Total	40	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Figura 16

Satisfacción con el trabajo



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Según los datos presentados en la Tabla 16 y Figura 16, la mayoría de los participantes indica estar satisfecho con su trabajo actual. El 57.5% de los

encuestados indicó que está satisfecho "siempre" con su trabajo, mientras que el 37.5% mencionó estarlo "casi siempre". Además, el 5% de los participantes señaló estar satisfecho "a veces". Estos resultados sugieren que la satisfacción laboral entre los empleados encuestados es alta, reflejando un entorno de trabajo donde las condiciones y las responsabilidades son percibidas de manera positiva por la mayoría, lo cual puede contribuir significativamente a la motivación y al bienestar en el trabajo.

Pregunta 17: ¿Cómo calificaría sus relaciones interpersonales con sus compañeros de trabajo?

Tabla 17

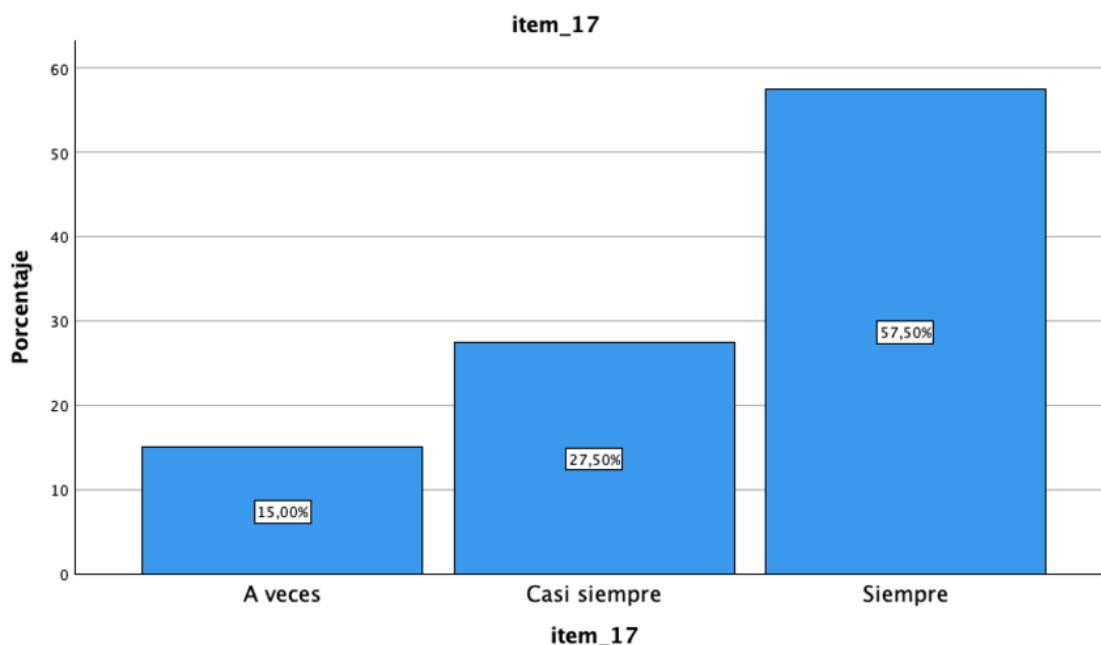
Relaciones interpersonales

Escala likert	Frecuencia	Porcentaje
A veces	6	15,0
Casi siempre	11	27,5
Siempre	23	57,5
Total	40	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Figura 17

Relaciones interpersonales



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Según los datos presentados en la Tabla 17 y Figura 17, la mayoría de los participantes califica positivamente sus relaciones interpersonales con sus compañeros de trabajo. El 57.5% de los encuestados indicó que estas relaciones son buenas "siempre", mientras que el 27.5% mencionó que lo son "casi siempre". Además, el 15% de los participantes señaló que estas relaciones son buenas "a veces". Estos resultados sugieren que existe una percepción generalizada de relaciones interpersonales positivas en el entorno laboral, lo cual puede contribuir a un ambiente de trabajo colaborativo, comunicativo y favorable para la productividad y el bienestar de los empleados.

Pregunta 18: ¿Considera que el ambiente de trabajo es positivo y motivador?

Tabla 18

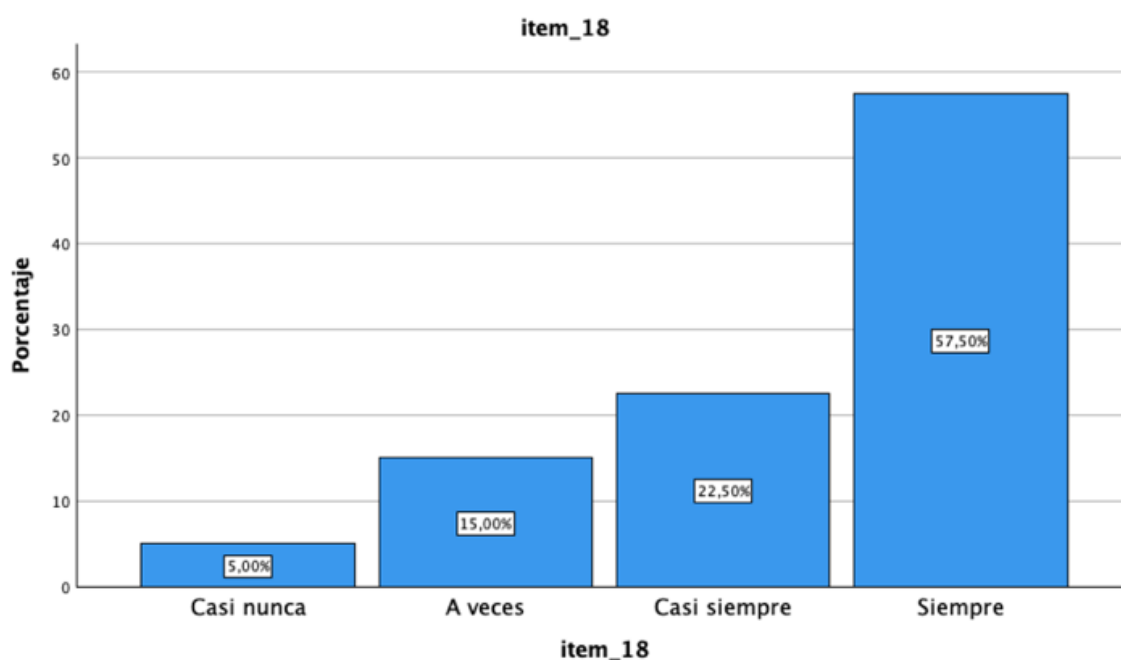
Ambiente de trabajo

Escala likert	Frecuencia	Porcentaje
Casi nunca	2	5,0
A veces	6	15,0
Casi siempre	9	22,5
Siempre	23	57,5
Total	40	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Figura 18

Ambiente de trabajo



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Según los datos presentados en la Tabla 18 y Figura 18, la mayoría de los participantes percibe el ambiente de trabajo como positivo y motivador. El 57.5% de los encuestados indicó que el ambiente de trabajo es positivo y motivador

"siempre", mientras que el 22.5% mencionó que lo es "casi siempre". Además, el 15% de los participantes señaló que el ambiente es positivo y motivador "a veces", y un 5% expresó que lo es "casi nunca". Estos resultados sugieren que la mayoría de los empleados percibe un ambiente laboral favorable, caracterizado por elementos que fomentan la motivación y el bienestar en el trabajo, lo cual puede influir positivamente en la productividad y la satisfacción laboral dentro de la organización.

A continuación, se precisa la distribución de frecuencias (f), con base en los cinco niveles de medición establecidos para la **dimensión Satisfacción laboral** de la variable Compromiso laboral:

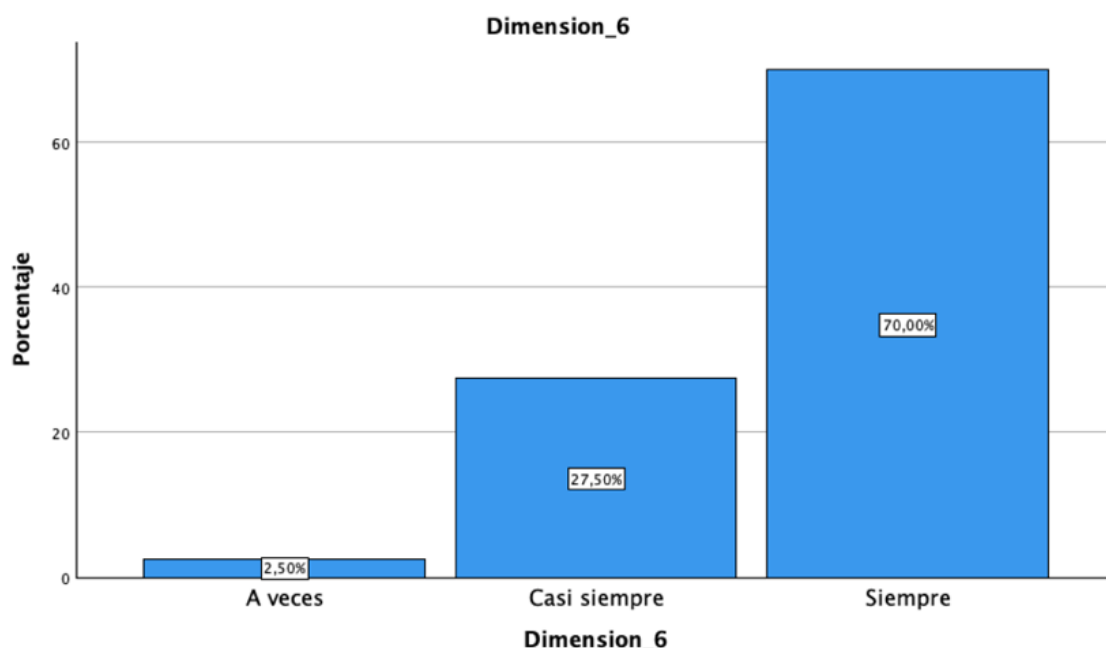
Tabla 6

Frecuencias totales de la dimensión Satisfacción laboral

Escala	Baremo		f	%
Nunca	0	3	0	0%
Casi Nunca	4	6	0	0%
A veces	7	9	1	2,5%
Casi Siempre	10	12	11	27,5%
Siempre	13	15	28	70%
Total			40	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 6



Interpretación: Según los datos presentados, la distribución de frecuencias respecto a la dimensión "Satisfacción laboral" del compromiso laboral muestra que la mayoría de los participantes reporta estar siempre satisfechos con su trabajo. En una escala de cinco niveles, el 70% de los encuestados evaluaron su satisfacción laboral con la calificación más alta ("siempre"), mientras que el 27.5% la calificó con la segunda calificación más alta ("casi siempre"). Solo un 2.5% mencionó estar a veces satisfecho, y no hubo respuestas en los niveles de "nunca" o "casi nunca". Estos resultados indican que la mayoría de los empleados experimenta un alto nivel de satisfacción con su trabajo actual, lo cual puede ser indicativo de un entorno laboral que promueve el bienestar y la realización personal en sus colaboradores.

Dimensión 7: Lealtad (3 ítems)

Pregunta 19: ¿Tiene la intención de permanecer en la empresa a largo plazo?

Tabla 19

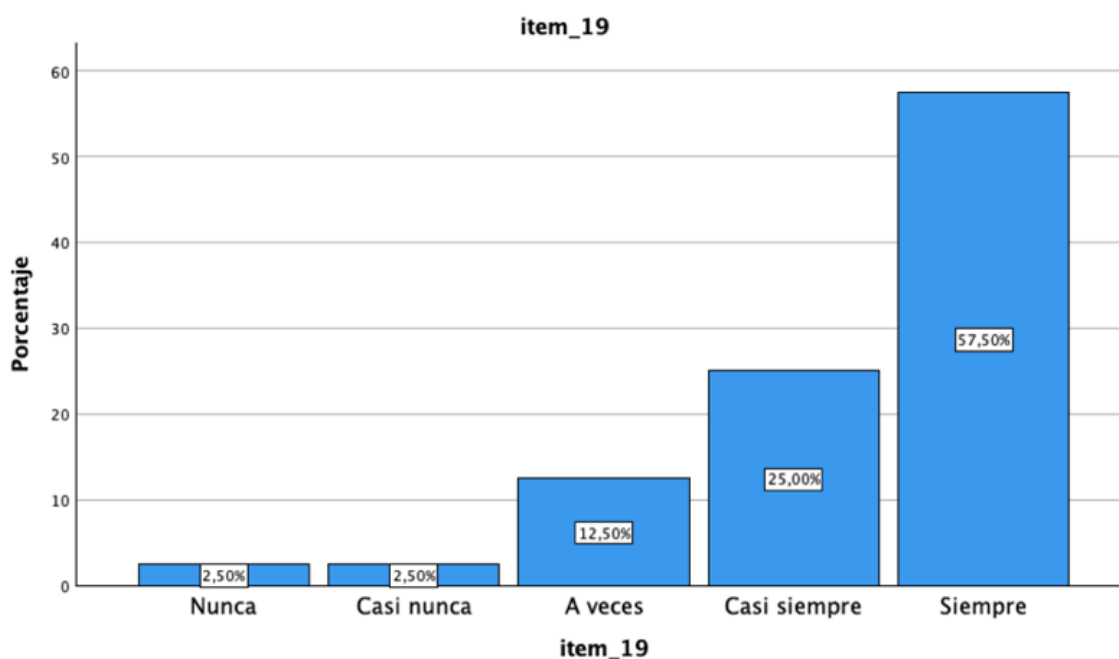
Permanencia en la empresa

Escala likert	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	1	2,5
Casi nunca	1	2,5
A veces	5	12,5
Casi siempre	10	25,0
Siempre	23	57,5
Total	40	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Figura 19

Permanencia en la empresa



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Según los datos presentados en la Tabla 19 y Figura 19, la mayoría

de los participantes tiene la intención de permanecer en la empresa a largo plazo. El 57.5% de los encuestados indicó que tienen la intención de permanecer "siempre" en la empresa, mientras que el 25.0% mencionó que lo hacen "casi siempre". Además, el 12.5% de los participantes señaló que tienen esa intención "a veces", y un 2.5% expresó que no tienen esa intención "nunca" o "casi nunca". Estos resultados sugieren que la mayoría de los empleados encuestados tienen una predisposición positiva hacia la permanencia a largo plazo en la organización, lo cual puede ser indicativo de un ambiente laboral favorable y satisfactorio que fomenta el compromiso y la estabilidad laboral.

Pregunta 20: ¿Recomendaría esta empresa como un buen lugar para trabajar a sus amigos y familiares?

Tabla 20

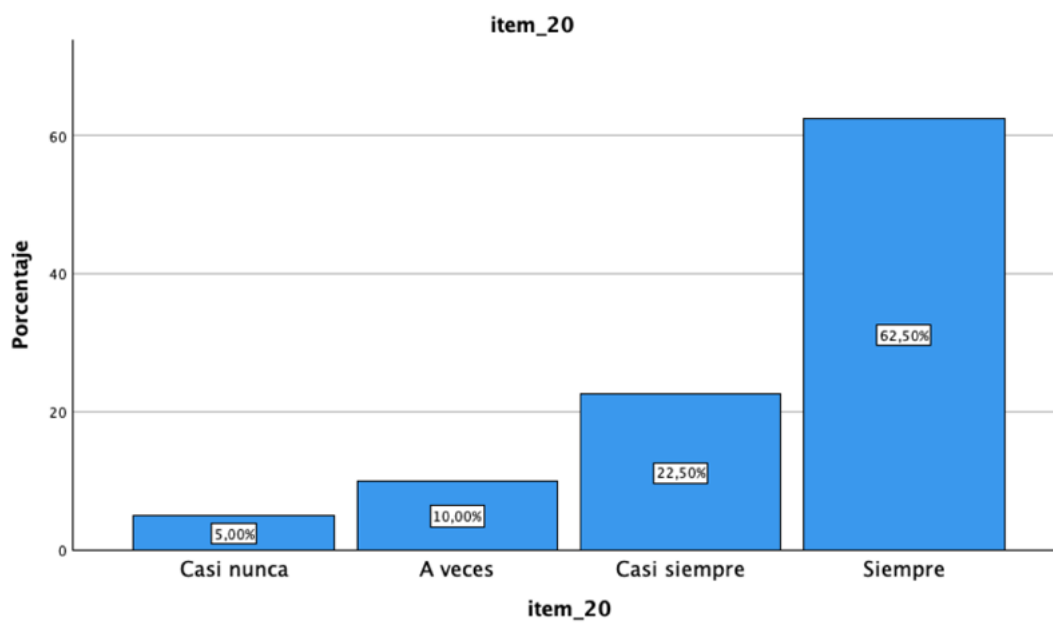
Recomendación de la empresa

Escala likert	Frecuencia	Porcentaje
Casi nunca	2	5,0
A veces	4	10,0
Casi siempre	9	22,5
Siempre	25	62,5
Total	40	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Figura 20

Recomendación de la empresa



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Según los datos presentados en la Tabla 20 y Figura 20, la gran mayoría de los participantes estaría dispuesta a recomendar esta empresa como un buen lugar para trabajar a sus amigos y familiares. El 62.5% de los encuestados indicó que recomendaría la empresa "siempre", mientras que el 22.5% mencionó que lo haría "casi siempre". Además, el 10.0% de los participantes señaló que recomendaría la empresa "a veces", y un 5.0% expresó que no la recomendaría "casi nunca". Estos resultados sugieren que la mayoría de los empleados perciben positivamente su experiencia laboral en la empresa y están dispuestos a promoverla como un lugar favorable para trabajar, lo cual puede ser indicativo de una cultura organizacional sólida y satisfactoria que favorece la retención de talento y la reputación positiva de la empresa.

Pregunta 21: ¿Se siente identificado con la misión y valores de la empresa?

Tabla 21

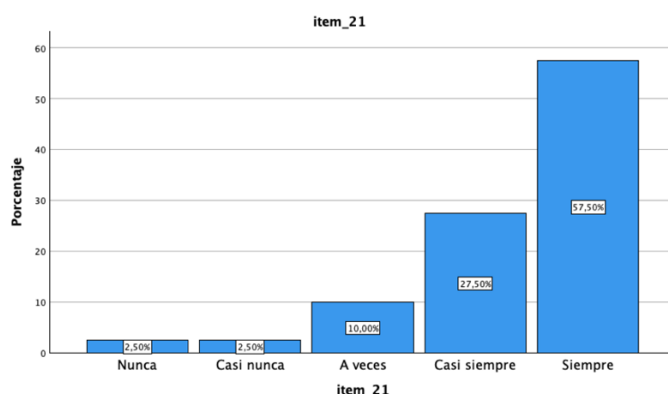
Identificación con la empresa

Escala likert	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	1	2,5
Casi nunca	1	2,5
A veces	4	10,0
Casi siempre	11	27,5
Siempre	23	57,5
Total	40	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Figura 21

Identificación con la empresa



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Según los datos presentados en la Tabla 21 y Figura 21, la mayoría de los participantes reporta sentirse identificado con la misión y valores de la empresa. El 57.5% de los encuestados indicó que se identifica "siempre" con la misión y valores de la empresa, mientras que el 27.5% mencionó que lo hace "casi siempre". Además, el 10.0% de los participantes señaló que se identifica con la misión y valores "a veces", y un 2.5% expresó que no se identifica "nunca" o "casi nunca".

nunca". Estos resultados sugieren que la mayoría de los empleados encuestados perciben una alineación significativa entre sus propios valores y los de la empresa, lo cual puede fortalecer el compromiso organizacional y la cohesión dentro del equipo, contribuyendo a un ambiente laboral positivo y motivador.

A continuación, se precisa la distribución de frecuencias (f), con base en los cinco niveles de medición establecidos para la **dimensión Lealtad** de la variable Compromiso laboral:

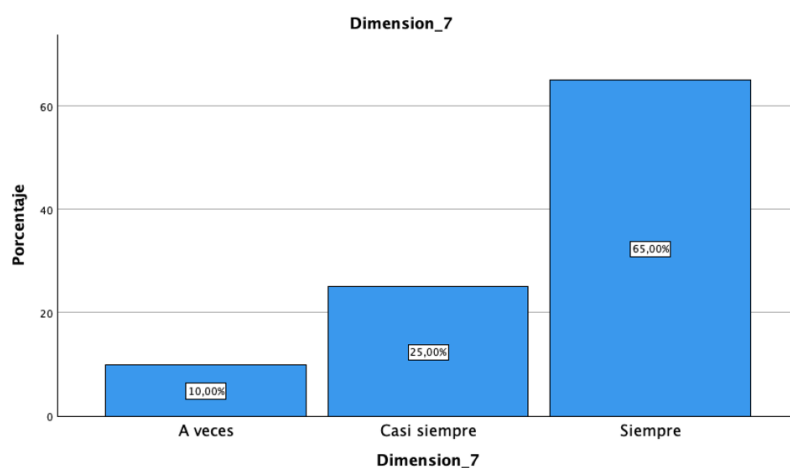
Tabla 7

Frecuencias totales de la dimensión Lealtad

Escala	Baremo		f	%
Nunca	0	3	0	0%
Casi Nunca	4	6	0	0%
A veces	7	9	4	10%
Casi Siempre	10	12	10	25%
Siempre	13	15	26	65%
Total			40	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 7



Interpretación: Según los datos presentados, la distribución de frecuencias

respecto a la dimensión "Lealtad" dentro del compromiso laboral muestra que la mayoría de los participantes reporta sentirse leal a la empresa. En una escala de cinco niveles, el 65% de los encuestados evaluaron su lealtad con la calificación más alta ("siempre"), mientras que el 25% la calificó con la segunda calificación más alta ("casi siempre"). Un 10% indicó sentir lealtad "a veces", y no hubo respuestas en los niveles de "nunca" o "casi nunca". Estos resultados sugieren que la mayoría de los empleados encuestados se identifican fuertemente con la empresa y muestran un alto grado de lealtad hacia ella, lo cual puede ser indicativo de una relación positiva y duradera entre los empleados y la organización.

Dimensión 8: Participación activa (3 ítems)

Pregunta 22: ¿Se siente motivado a contribuir a la mejora continua de los procesos en su área?

Tabla 22

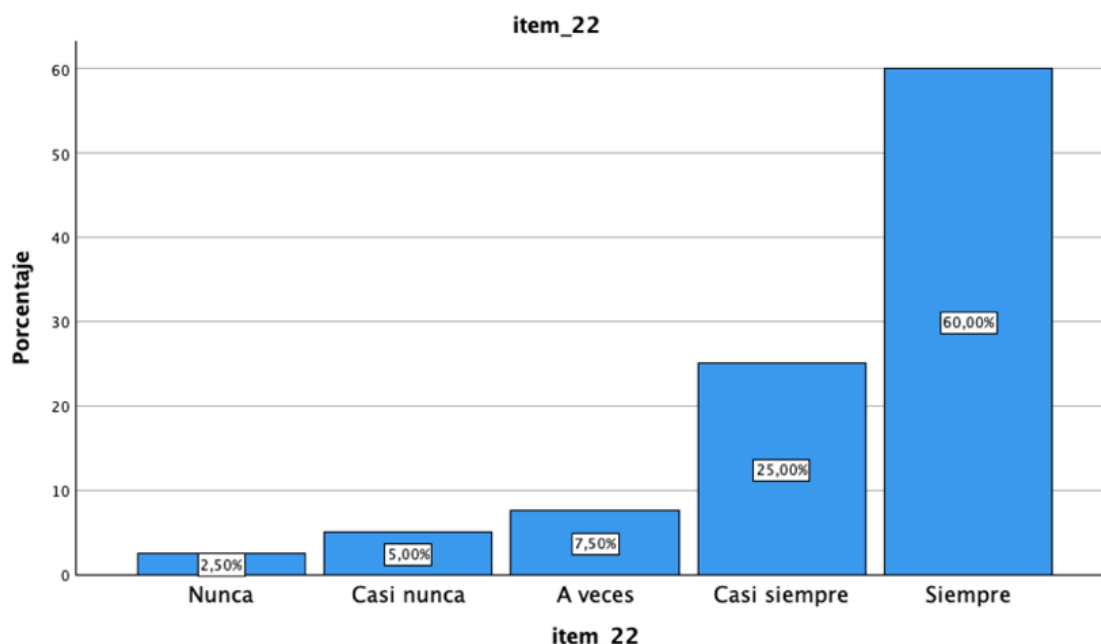
Contribución a la mejora continua

Escala likert	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	1	2,5
Casi nunca	2	5,0
A veces	3	7,5
Casi siempre	10	25,0
Siempre	24	60,0
Total	40	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Figura 22

Contribución a la mejora continua



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Según los datos presentados en la Tabla 22 y Figura 22, la mayoría de los participantes se siente motivada a contribuir a la mejora continua de los procesos en su área. El 60% de los encuestados indicó que se siente motivado "siempre" para contribuir a la mejora continua, mientras que el 25.0% mencionó que lo hace "casi siempre". Además, el 7.5% de los participantes señaló que contribuye "a veces", y un 7.5% expresó que lo hace "nunca" o "casi nunca". Estos resultados sugieren que la mayoría de los empleados muestran una disposición significativa y constante para participar activamente en iniciativas de mejora, lo cual puede ser indicativo de un alto nivel de compromiso y motivación intrínseca dentro del equipo, fomentando así un ambiente laboral enfocado en la innovación y la eficiencia.

Pregunta 23: ¿Participa activamente en las actividades organizadas por la empresa?

Tabla 23

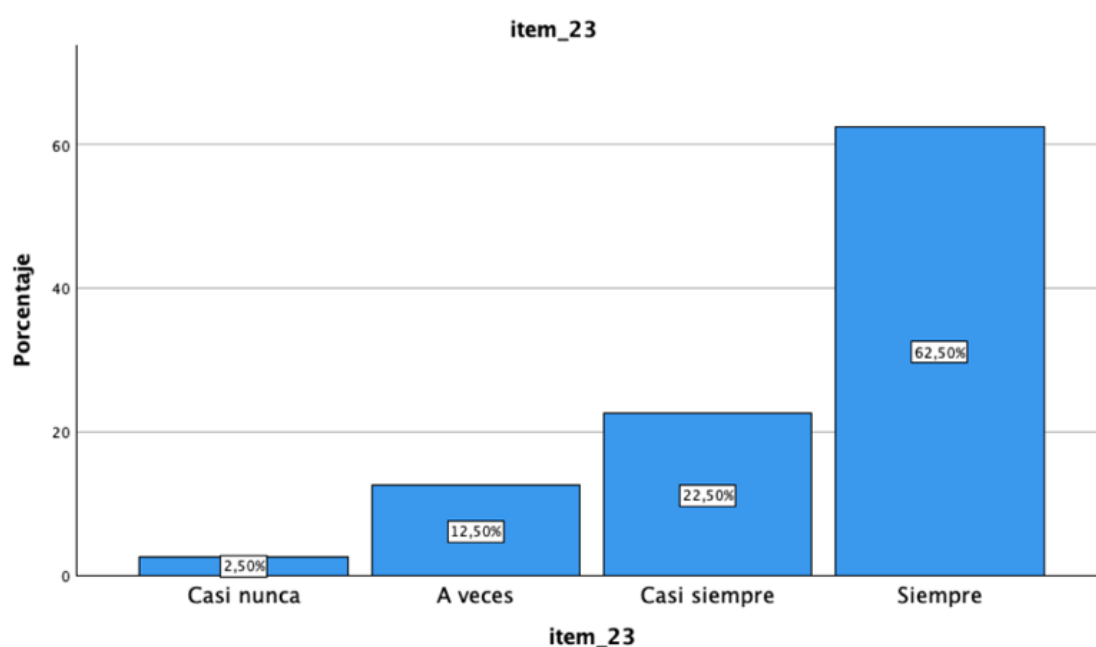
Participación en actividades

Escala likert	Frecuencia	Porcentaje
Casi nunca	1	2,5
A veces	5	12,5
Casi siempre	9	22,5
Siempre	25	62,5
Total	40	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Figura 23

Participación en actividades



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Según los datos presentados en la Tabla 23 y Figura 23, la mayoría de los participantes reporta participar activamente en las actividades organizadas

por la empresa. El 62.5% de los encuestados indicó que participa "siempre", mientras que el 22.5% mencionó que lo hace "casi siempre". Además, el 12.5% de los participantes señaló que participa "a veces", y solo un 2.5% expresó que lo hace "casi nunca". Estos resultados sugieren que la mayoría de los empleados muestra una alta disposición a involucrarse en las actividades organizacionales, lo cual puede contribuir positivamente a la cohesión del equipo y al fortalecimiento de la cultura corporativa.

Pregunta 24: ¿Se involucra en proyectos adicionales fuera de sus responsabilidades habituales?

Tabla 24

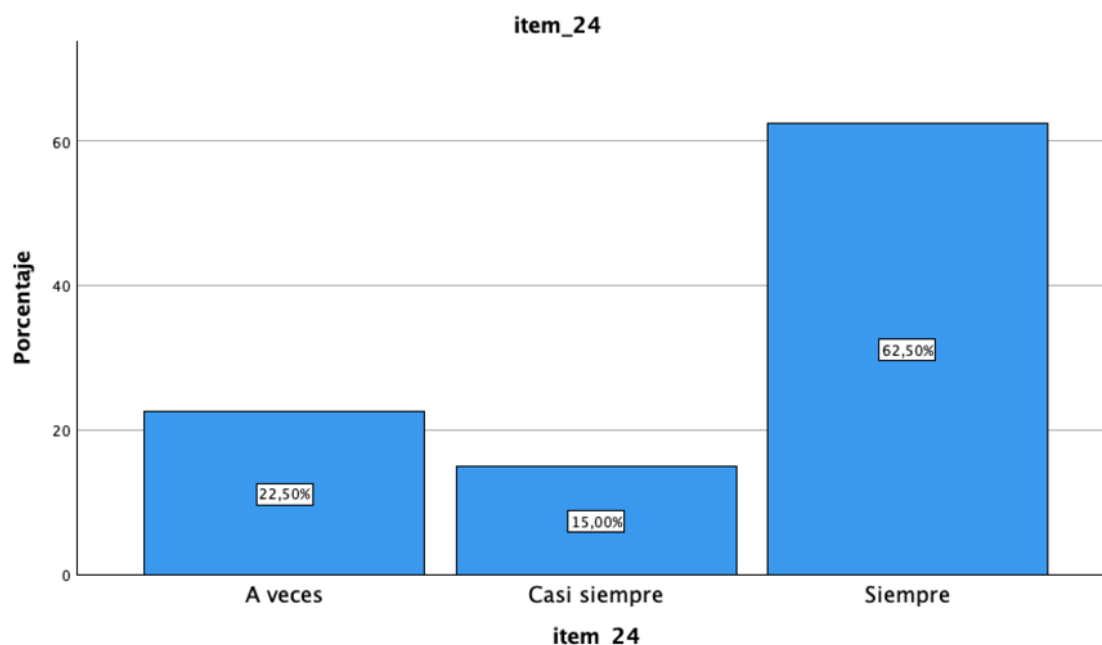
Involucramiento en proyectos

Escala likert	Frecuencia	Porcentaje
A veces	9	22,5
Casi siempre	6	15,0
Siempre	25	62,5
Total	40	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Figura 24

Involucramiento en proyectos



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Según los datos presentados en la Tabla 24 y Figura 24, la mayoría de los participantes reporta involucrarse en proyectos adicionales fuera de sus responsabilidades habituales. El 62.5% de los encuestados indicó que "siempre" se involucra en dichos proyectos, mientras que el 15.0% mencionó que lo hace "casi siempre". Además, el 22.5% de los participantes señaló que participa "a veces". No hubo respuestas en los niveles de "nunca" o "casi nunca". Estos resultados sugieren que una significativa proporción de los empleados muestra una alta disposición a asumir tareas adicionales, lo cual puede ser indicativo de un fuerte compromiso y una actitud proactiva hacia el desarrollo personal y el apoyo a la organización.

A continuación, se precisa la distribución de frecuencias (f), con base en los cinco niveles de medición establecidos para la **dimensión Participación activa** de la variable Compromiso laboral:

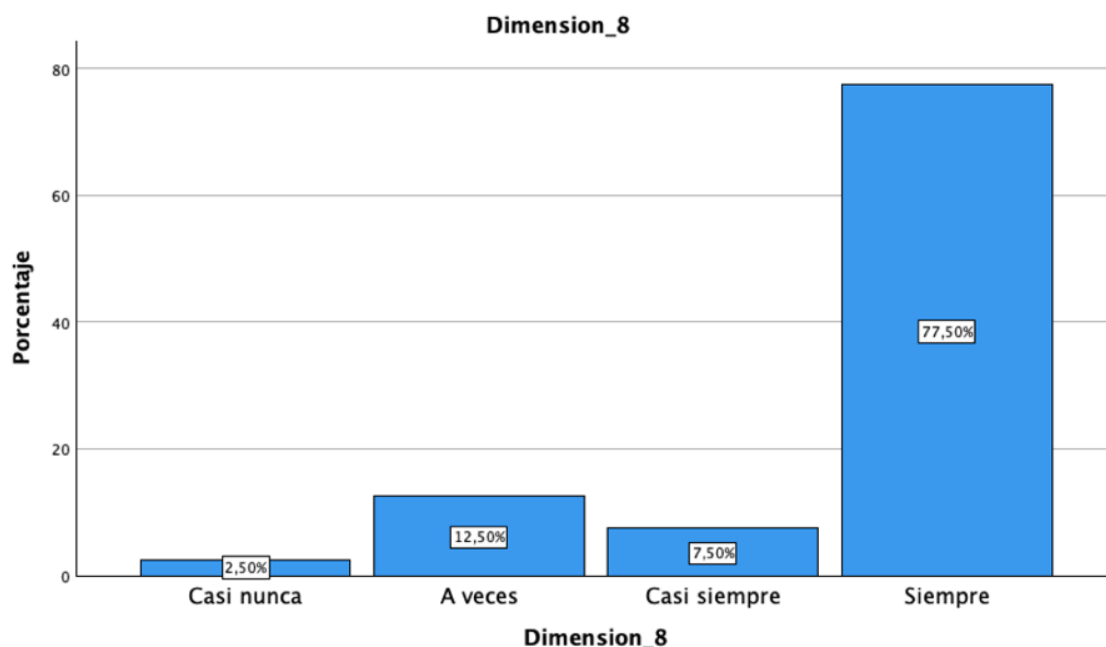
Tabla 8

Frecuencias totales de la dimensión Participación activa

Escala	Baremo	f	%
Nunca	0	3	0%
Casi Nunca	4	6	2,5%
A veces	7	9	12,5%
Casi Siempre	10	12	7,5%
Siempre	13	15	77,5%
Total		40	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 8



Interpretación:

Según los datos presentados, que distribuye las frecuencias basadas en los cinco

niveles de medición de la dimensión Participación activa dentro de la variable Compromiso laboral, se observa que una mayoría significativa de los participantes se involucra activamente en sus tareas laborales. En una escala de baremo, el 77.5% de los encuestados indicó que "siempre" participa activamente, mientras que el 7.5% reportó que lo hace "casi siempre". Un 12.5% de los participantes señaló que participa "a veces", y solo el 2.5% mencionó que lo hace "casi nunca". No hubo respuestas en el nivel de "nunca". Estos resultados sugieren que la mayoría de los empleados tiene una alta participación activa en sus labores, lo cual refleja un fuerte compromiso laboral.

A continuación, se precisa la distribución de frecuencias (f), con base en los cinco niveles de medición establecidos para la **variable Compromiso laboral**:

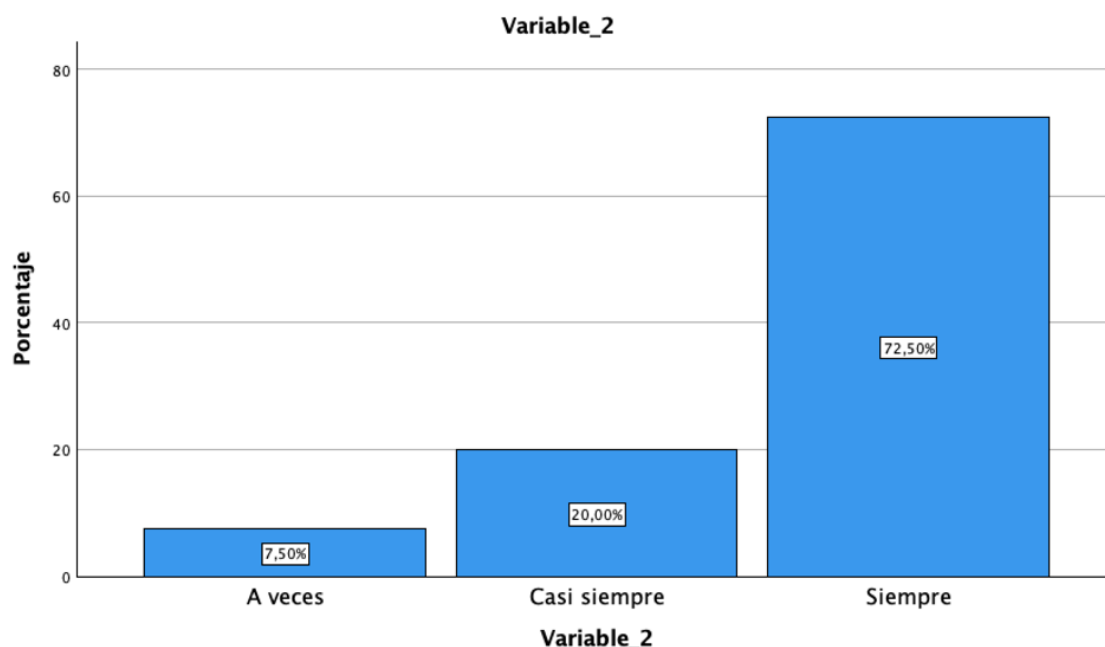
Tabla 2

Frecuencias totales de la variable Compromiso laboral

Escala	Baremo		f	%
Nunca	0	12	0	0%
Casi Nunca	13	24	0	0%
A veces	25	36	3	7,5%
Casi Siempre	37	48	8	20%
Siempre	49	60	29	72,5%
Total			40	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 2



Interpretación: Los datos presentados muestran la distribución de frecuencias basada en los cinco niveles de medición de la variable Compromiso laboral. Los resultados indican que un 72.5% de los encuestados reporta sentirse "siempre" comprometido con su trabajo, mientras que el 20% indica que se siente "casi siempre" comprometido. Un 7.5% de los participantes expresó sentirse comprometido "a veces", y no se registraron respuestas en los niveles de "nunca" o "casi nunca". Estos resultados reflejan un alto nivel de compromiso laboral entre los empleados encuestado.

4.2. Análisis de resultados inferenciales

Hipótesis general

Paso 1: Planteamiento de la hipótesis

Ho: La implementación de un programa de reconocimiento no mejora significativamente el compromiso laboral en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024.

Ha: La implementación de un programa de reconocimiento mejora significativamente el compromiso laboral en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024.

Paso 2: Selecciona nivel de significancia: 95% de aceptación y 5% de error máximo permitido (0.05). Regla de decisión:

Si p-valor > 0.05 Acepta Ho y Rechaza la Ha.

Si p-valor < 0.05 Rechazo Ho y Acepta la Ha.

Paso 3: Seleccionar el procedimiento estadístico de contrastación de hipótesis.

Figura X

Coeficiente de correlación de Rho Spearman según las variables Programa de reconocimiento y Compromiso Laboral

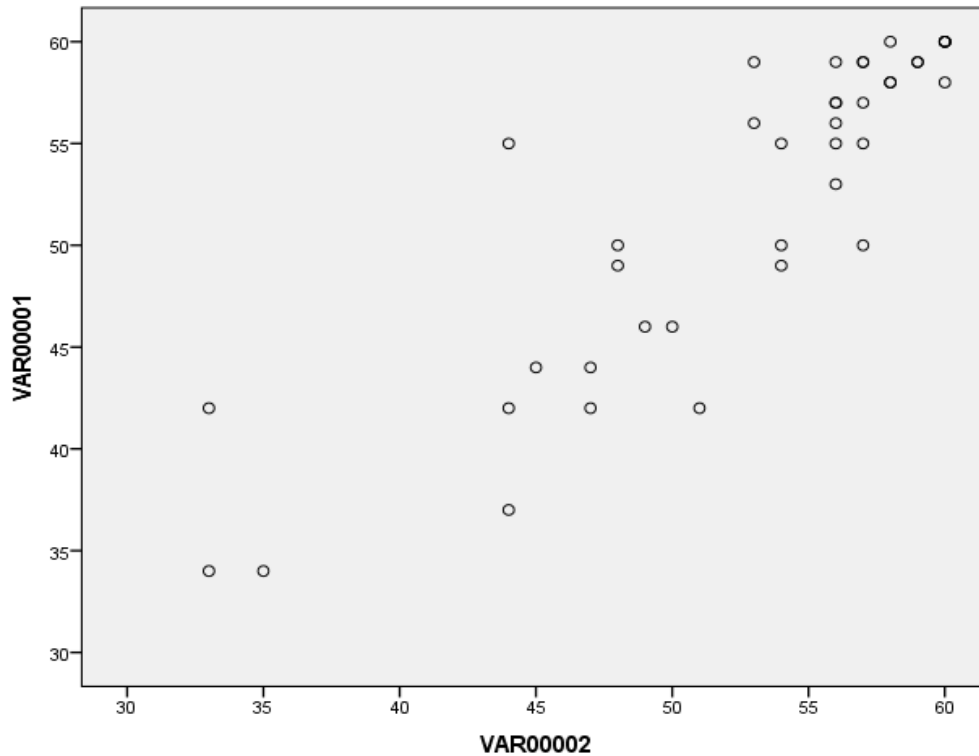
Correlaciones		VAR00001	VAR00002	
Rho de Spearman	VAR00001	Coeficiente de correlación	1,000	,873**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	40	40
	VAR00002	Coeficiente de correlación	,873**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	40	40

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Nota: Elaboración propia a partir de los datos generados por el software SPSS v.29.

Figura X

Correlación entre Programa de reconocimiento y Compromiso Laboral



Paso 4: Toma de decisión

Con un nivel de confianza de 95% y un margen de error de 5%, se obtuvo un valor Sig.= 0.000; por lo que se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna. Por tanto, la implementación de un programa de reconocimiento mejora significativamente el compromiso laboral en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024.

Hipótesis específica 1

Paso 1: Planteamiento de la hipótesis

Ho: La implementación de un programa de reconocimiento no mejora significativamente la organización en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024.

Ha: La implementación de un programa de reconocimiento mejora significativamente la organización en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024.

Paso 2: Selecciona nivel de significancia: 95% de aceptación y 5% de error máximo permitido (0.05). Regla de decisión:

Si p-valor > 0.05 Acepta Ho y Rechaza la Ha.

Si p-valor < 0.05 Rechazo Ho y Acepta la Ha.

Paso 3: Seleccionar el procedimiento estadístico de contrastación de hipótesis.

Figura X

Coeficiente de correlación de Rho Spearman según las variables Programa de reconocimiento y Organización

Correlaciones		D1	D5
Rho de Spearman	D1	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,690**
		N	,000
Rho de Spearman	D5	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,690**
		N	,000

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Nota: Elaboración propia a partir de los datos generados por el software SPSS v.29.

Toma de decisión

Con un nivel de confianza de 95% y un margen de error de 5%, se obtuvo un valor Sig.= 0.000; por lo que se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna. Por tanto, la implementación de un programa de reconocimiento mejora significativamente la organización en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024.

Hipótesis específica 2

Paso 1: Planteamiento de la hipótesis

H_0 : La implementación de un programa de reconocimiento no mejora significativamente la satisfacción laboral en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024.

H_a : La implementación de un programa de reconocimiento mejora significativamente la satisfacción laboral en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024.

Paso 2: Selecciona nivel de significancia: 95% de aceptación y 5% de error máximo permitido (0.05). Regla de decisión:

Si p-valor > 0.05 Acepta H_0 y Rechaza la H_a .

Si p-valor < 0.05 Rechazo H_0 y Acepta la H_a .

Paso 3: Seleccionar el procedimiento estadístico de contrastación de hipótesis.

Figura X

Coeficiente de correlación de Rho Spearman según las variables Programa de reconocimiento y Satisfacción Laboral

Correlaciones

			D2	D6
Rho de Spearman	D2	Coeficiente de correlación	1,000	,742**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	40	40
Rho de Spearman	D6	Coeficiente de correlación	,742**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	40	40

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Nota: Elaboración propia a partir de los datos generados por el software SPSS v.29.

Toma de decisión

Con un nivel de confianza de 95% y un margen de error de 5%, se obtuvo un valor Sig.= 0.000; por lo que se rechaza la hipótesis nula (Ho) y se acepta la hipótesis alterna. Por tanto, la implementación de un programa de reconocimiento mejora significativamente la satisfacción laboral en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024.

Hipótesis específica 3

Paso 1: Planteamiento de la hipótesis

Ho: La implementación de un programa de reconocimiento no mejora significativamente la lealtad en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024.

Ha: La implementación de un programa de reconocimiento mejora significativamente la lealtad en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024.

Paso 2: Selecciona nivel de significancia: 95% de aceptación y 5% de error máximo permitido (0.05). Regla de decisión:

Si p-valor > 0.05 Acepta Ho y Rechaza la Ha.

Si $p\text{-valor} < 0.05$ Rechazo H_0 y Acepta la H_a .

Paso 3: Seleccionar el procedimiento estadístico de contrastación de hipótesis.

Figura X

Coeficiente de correlación de Rho Spearman según las variables Programa de reconocimiento y Lealtad

Correlaciones			D3	D7
Rho de Spearman	D3	Coeficiente de correlación	1,000	,528**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	40	40
Rho de Spearman	D7	Coeficiente de correlación	,528**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	40	40

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Nota: Elaboración propia a partir de los datos generados por el software SPSS v.29.

Toma de decisión

Con un nivel de confianza de 95% y un margen de error de 5%, se obtuvo un valor Sig.= 0.000; por lo que se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna. Por tanto, la implementación de un programa de reconocimiento mejora significativamente la lealtad en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024.

Hipótesis específica 4

Paso 1: Planteamiento de la hipótesis

Ho: La implementación de un programa de reconocimiento no mejora significativamente la participación activa en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024.

Ha: La implementación de un programa de reconocimiento mejora significativamente la participación activa en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024.

Paso 2: Selecciona nivel de significancia: 95% de aceptación y 5% de error máximo permitido (0.05). Regla de decisión:

Si $p\text{-valor} > 0.05$ Acepta H_0 y Rechaza la H_a .

Si $p\text{-valor} < 0.05$ Rechazo H_0 y Acepta la H_a .

Paso 3: Seleccionar el procedimiento estadístico de contrastación de hipótesis.

Figura X

Coeficiente de correlación de Rho Spearman según las variables Programa de reconocimiento y Participación Activa

Correlaciones		D4	D8	
Rho de Spearman	D4	Coeficiente de correlación	1,000	,561**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	40	40
Rho de Spearman	D8	Coeficiente de correlación	,561**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	40	40

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Nota: Elaboración propia a partir de los datos generados por el software SPSS v.29.

Toma de decisión

Con un nivel de confianza de 95% y un margen de error de 5%, se obtuvo un valor Sig.= 0.000; por lo que se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna. Por tanto, la implementación de un programa de reconocimiento mejora

significativamente la participación activa en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024.

V. Sustento del mercado

5.1. Alcance esperado del mercado

La presente investigación aborda la importancia de contar con un programa de reconocimiento en una organización, con un alcance inicial a nivel local, beneficiando a los trabajadores de la empresa Grupo Palante. Se destaca que este programa mejora el compromiso laboral de los empleados de dicha empresa. Si el proyecto demuestra ser efectivo, podría expandirse a otras organizaciones interesadas en implementar un programa similar. A largo plazo, el programa podría adaptarse para su implementación en organizaciones internacionales que enfrenten problemas relacionados con la falta de percepción del compromiso laboral.

5.2. Descripción del mercado objetivo real o potencial

La descripción del mercado consiste en especificar las **características del sector y grupo objetivo que utilizará potencialmente el producto y/o el servicio (propuesta de mejora)**. Abarca dos aspectos: Contexto de mercado y clientes potenciales.

Tabla X

Contexto de mercado

Elementos	Descripción
Competidores	Empresas que ofrecen programas similares de reconocimiento laboral, tanto a nivel local como internacional, algunos con enfoques monetarios y otros con métodos innovadores, pero pocos con modelos completamente personalizados y alineados a la cultura organizacional.
Proveedores	Organizaciones o plataformas que brindan herramientas tecnológicas, como software de gestión de reconocimiento, y proveedores de contenidos para campañas de comunicación interna, enfocados en el bienestar laboral.
Canales de venta	Venta directa a través de representantes de ventas y consultores, plataformas en línea para la adquisición de programas, y colaboraciones con consultoras de recursos humanos que integren el servicio a sus ofertas.
Estrategias de publicidad	Publicidad a través de campañas en redes sociales, marketing de contenido en blogs y sitios web de recursos humanos, webinars y seminarios en línea enfocados en la mejora del clima laboral, y alianzas con influencers en temas de bienestar organizacional.

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación

La tabla X describe el contexto competitivo y comercial de un programa de reconocimiento laboral. Los competidores incluyen empresas locales e internacionales que ofrecen programas similares, aunque pocos tienen modelos tan personalizados y alineados a la cultura organizacional. Los proveedores clave son plataformas tecnológicas especializadas en gestión de reconocimiento y empresas que crean materiales de comunicación interna. Los canales de venta se centran en ventas directas a través de consultores y plataformas en línea, así como colaboraciones con consultoras de recursos humanos. Finalmente, las estrategias de publicidad se basan en campañas en redes sociales, marketing de contenido, y

seminarios web, con un enfoque en mejorar el clima laboral y asociarse con influencers del bienestar organizacional.

Tabla X

Clientes potenciales

Elementos	Descripción
Industria	Grupo Palante, Financiera, Retail, Fast Food, Minería, entre otros.
Tipo de empresa	Microempresa, empresa grande y mediana empresa.
Cantidad de trabajadores	Idelamente entre 50 a 1500 trabajadores
Ubicación de la empresa y sedes	Principalmente en todo el país y países latinoamericanos.

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación

La tabla X proporciona detalles sobre el mercado objetivo para los servicios de consultoría en recursos humanos, enfocados principalmente en la implementación de programas de reconocimiento. Las industrias que más se beneficiarían de este servicio incluyen sectores como el financiero, retail, fast food y minería, lo que muestra un enfoque hacia sectores dinámicos y con grandes necesidades de gestión de personal. El tipo de empresas que son más relevantes para este servicio varían entre microempresas, medianas y grandes empresas, lo que indica una flexibilidad en la oferta para adaptarse a diferentes tamaños y estructuras organizativas. Idealmente, estas empresas deberían contar con entre 50 y 1,500 trabajadores, lo que sugiere que el servicio está dirigido a organizaciones que requieren una gestión eficaz de recursos humanos debido a su tamaño y complejidad. Finalmente, las empresas objetivo se encuentran principalmente en

países latinoamericanos, lo que resalta la orientación geográfica del mercado potencial.

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

5.3.1. Diagnóstico situacional

En análisis FODA de la empresa Grupo Palante, se visualiza en la Tabla X.

Tabla X

Análisis FODA de la empresa Grupo Palante.

Análisis	Descriptor
Fortaleza	<ul style="list-style-type: none"> - La organización cuenta con políticas de comunicación interna que facilitan la alineación de los objetivos organizacionales con los individuales, promoviendo un ambiente favorable para el compromiso. - Ofrece beneficios adicionales, como capacitaciones y algunos programas de bienestar, que contribuyen a la satisfacción laboral de los empleados. - La cultura organizacional promueve la colaboración y el trabajo en equipo, lo que genera un sentido de pertenencia entre los empleados.
Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> - Creciente interés del mercado laboral en empresas que valoran el bienestar integral de los empleados, lo cual podría ser una oportunidad para diferenciarse mediante un programa de reconocimiento efectivo. - Posibilidad de implementar políticas de flexibilidad laboral que equilibren vida y trabajo, ayudando a mejorar la percepción de valoración hacia el empleado. - Nuevas tecnologías de gestión de talento que facilitan la medición de niveles de compromiso y satisfacción, permitiendo identificar áreas específicas donde el reconocimiento puede impactar positivamente.
Debilidades	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de un programa de reconocimiento formal, lo que ha generado un sentimiento generalizado de falta de valoración entre los empleados; esto se percibe en la baja motivación y en el compromiso intermitente. - Ausencia de iniciativas regulares que destaquen el esfuerzo y los logros individuales o de equipo, lo cual refuerza la idea de que el trabajo no es suficientemente apreciado. - La percepción de una carga laboral alta sin el refuerzo positivo necesario afecta el compromiso a largo plazo y contribuye al desgaste emocional y profesional de los colaboradores.

Amenazas	<ul style="list-style-type: none">- Competencia en el mercado laboral, con empresas que ofrecen programas de reconocimiento y beneficios más atractivos, lo que puede hacer que los empleados consideren otras opciones.- Incremento de las expectativas de los empleados sobre el reconocimiento y valoración de su trabajo, lo cual podría generar frustración si no se implementan medidas.- Cambios en el entorno económico que podrían afectar la estabilidad laboral, disminuyendo el compromiso organizacional si no se refuerzan factores de retención.
-----------------	---

Fuente: Elaboración propia.

5.3.2. Propuesta de valor

El programa de reconocimiento entregará a los empleados una forma estructurada y transparente de ser valorados por su desempeño y contribuciones, lo que fortalecerá el compromiso laboral, mejorará la motivación y aumentará la productividad dentro de la empresa. Este sistema también facilitará la creación de una cultura organizacional positiva, lo que redundará en un ambiente de trabajo más comprometido y colaborativo. El programa de reconocimiento resuelve el problema de la falta de reconocimiento efectivo dentro de las empresas, lo que a menudo lleva a desmotivación, baja moral y desconexión entre los empleados y la organización. Al proporcionar una forma clara y justa de premiar los logros, se aborda directamente esta desconexión, mejorando el compromiso y la satisfacción de los empleados. Se satisface la necesidad de los empleados y las organizaciones de fortalecer el vínculo entre ambos a través de un sistema de recompensas que impulse el rendimiento individual y colectivo, mejorando el ambiente laboral y facilitando la retención de talento, lo cual es fundamental para las organizaciones que buscan mantener una fuerza laboral motivada y productiva.

5.3.3. Fuentes de ingresos

Nuestros futuros clientes estarán dispuestos a pagar por un programa de reconocimiento porque buscan una solución que aumente el compromiso y la motivación de sus empleados, lo que impacta directamente en la productividad y la retención de talento. Al implementar un sistema que valore adecuadamente el desempeño, las empresas pueden esperar mejorar el clima organizacional y reducir la rotación de personal, lo cual resulta en un retorno significativo sobre la inversión. Actualmente, las empresas están pagando por servicios similares de consultoría o implementación de programas de reconocimiento, pero de forma menos estructurada o menos adaptada a sus necesidades específicas, lo que a menudo resulta en programas menos efectivos. Estos pagos se realizan generalmente mediante contratos de consultoría directa, pagos únicos por proyectos o en cuotas a través de métodos convencionales como transferencia bancaria o pagos en efectivo. Sin embargo, preferirían opciones de pago más flexibles, como pagos escalonados a lo largo de la implementación del programa, suscripción anual o pagos mediante financiamiento, lo que les permitiría distribuir el costo a lo largo del tiempo y ajustar el presupuesto de manera más efectiva.

5.3.4. Canales de distribución

Nuestros clientes prefieren ser contactados principalmente a través de canales digitales, como redes sociales y correos electrónicos, ya que estos les permiten recibir información de manera rápida y directa, además de realizar consultas de forma cómoda y sin necesidad de interacción personal inmediata. El canal que funciona mejor es el de las redes sociales, ya que permite una interacción más dinámica y directa con los clientes potenciales, donde pueden conocer más

sobre los programas de reconocimiento, resolver dudas y participar en promociones o campañas. El canal más barato es, sin duda, el correo electrónico, ya que requiere de una inversión mínima en comparación con otros métodos, como la publicidad pagada en redes sociales o el contacto físico, y permite un alcance masivo a través de bases de datos ya existentes sin costos adicionales significativos.

Redes Sociales: se realizarán publicación con publicidad pagada en ellas utilizando una segmentación de enfoque y ubicación geográfica, en el caso de este proyecto es Lima Oeste, de esta forma llegaremos de forma correcta a los usuarios apropiados para nuestra feria digital.

Se concluye que el proceso de distribución será publicidad a través de campañas en redes sociales, marketing de contenido en blogs y sitios web de recursos humanos, webinars y seminarios en línea enfocados en la mejora del clima laboral, y alianzas con influencers en temas de bienestar organizacional.

5.3.5. Estrategias de penetración de mercado

Se logrará que las empresas adquieran el servicio mediante una combinación de demostraciones virtuales, presentaciones de casos de éxito y talleres sobre los beneficios de implementar un programa de reconocimiento en sus organizaciones. Además, se ofrecerán paquetes personalizados para cada tipo de empresa, destacando el impacto positivo en la productividad y el compromiso de los empleados, lo que facilitará la decisión de inversión. Se utilizará principalmente publicidad virtual, aprovechando las redes sociales y el marketing por correo electrónico para llegar a un público más amplio, segmentado y accesible, dada la naturaleza digital del servicio. No se venderá a intermediarios directamente, ya que

el servicio está enfocado en establecer relaciones directas con las empresas para entender mejor sus necesidades y ofrecer soluciones personalizadas. Sin embargo, se podrá considerar la colaboración con consultoras especializadas en recursos humanos que puedan promover y vender el servicio a empresas dentro de su red de contactos, ayudándonos a llegar a más clientes potenciales.

5.3.6. Actividades productivas propias y externas

Las actividades necesarias para dar la propuesta de valor incluyen el diseño e implementación de un programa de reconocimiento adaptado a las necesidades de cada empresa, la capacitación de consultores que guiarán a las organizaciones en el proceso de implementación, y la creación de materiales educativos que expliquen cómo aprovechar al máximo el programa para mejorar el compromiso laboral. Para vender el servicio, se llevarán a cabo acciones como la realización de presentaciones virtuales, la promoción a través de campañas en redes sociales, y la organización de webinars donde se podrán exponer casos de éxito y demostrar el impacto positivo del programa. Las actividades para relacionarse con el cliente incluirán el establecimiento de canales de comunicación directa, como correos electrónicos personalizados y atención en línea, la realización de encuestas de satisfacción para ajustar el servicio a sus necesidades, y la creación de un espacio en línea para que las empresas compartan sus experiencias y dudas sobre la implementación. Finalmente, las actividades para obtener ingresos incluirán la venta del servicio de implementación del programa de reconocimiento, la oferta de paquetes de consultoría adicionales para seguimiento, y la posibilidad de ofrecer

suscripciones para recibir actualizaciones continuas sobre nuevas prácticas de reconocimiento y motivación laboral.

5.3.7. Alianzas

Nuestros proveedores más importantes serán empresas de tecnología que proporcionen plataformas digitales para la implementación del programa de reconocimiento, como software especializado para gestionar el rendimiento y compromiso de los empleados. Además, se requerirán proveedores de materiales educativos y consultores especializados en recursos humanos que ayuden en la creación de contenido y estrategias de reconocimiento adaptadas a cada tipo de empresa. En cuanto a nuestras actividades clave, nos apoyaremos en alianzas con agencias de recursos humanos, consultoras especializadas en motivación laboral y empresas de capacitación, que nos ayudarán a vender el servicio y promover la importancia del reconocimiento dentro de las organizaciones. También trabajaremos con plataformas de comunicación digital y agencias de marketing para fortalecer nuestra presencia en línea y mantener una relación continua con los clientes.

VI. Conclusiones y recomendaciones

6.1. Conclusiones

6.1.1. Conclusiones generales

La implementación de un programa de reconocimiento mejora significativamente el compromiso laboral en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024., logrando impactar positivamente su sentido de pertenencia y

motivación. Esto se debe a que el reconocimiento efectivo refuerza la percepción de valor individual y colectivo, promoviendo una relación laboral más sólida y alineada con los objetivos organizacionales.

6.1.2. Conclusiones específicas

Conclusión específica 1

La implementación de un programa de reconocimiento mejora significativamente la organización en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024. Al ser reconocidos por sus logros, los empleados perciben una estructura organizacional más equitativa y motivadora, lo que fomenta una mayor claridad y orden en el cumplimiento de sus funciones y responsabilidades.

Conclusión específica 2

La implementación de un programa de reconocimiento mejora significativamente la satisfacción laboral en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024. Este programa contribuye a que los colaboradores se sientan valorados y motivados, incrementando su bienestar general y su disposición para contribuir de forma activa al éxito de la empresa.

Conclusión específica 3

La implementación de un programa de reconocimiento mejora significativamente la lealtad en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024. Al sentirse reconocidos y apreciados, los empleados muestran un mayor compromiso a largo plazo, lo que reduce las intenciones de rotación y fortalece su vínculo con la empresa.

Conclusión específica 4

La implementación de un programa de reconocimiento mejora significativamente la participación activa en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024. Esto se debe a que, al recibir un reconocimiento adecuado, los empleados se sienten más motivados a involucrarse en iniciativas, proyectos y actividades adicionales que contribuyan al crecimiento y desarrollo de la empresa.

6.2. Recomendaciones

6.2.1. Recomendaciones generales

Se recomienda implementar de forma continua y estratégica un programa de reconocimiento que fomente el compromiso laboral en los trabajadores del Grupo Palante. Este programa debe incluir una estructura clara y transparente que promueva el reconocimiento de logros individuales y colectivos, fortaleciendo así el sentido de pertenencia y satisfacción entre los empleados, y, en consecuencia, potenciando los resultados organizacionales.

6.2.2. Recomendaciones específicas

Recomendación específica 1

Se sugiere que el programa de reconocimiento incluya criterios específicos y objetivos para la organización del trabajo, tales como logros en eficiencia y cumplimiento de plazos. Estos criterios deben ser comunicados regularmente, de manera que cada empleado sepa cómo su desempeño puede llevar al reconocimiento, promoviendo así una estructura organizacional más ordenada y enfocada en la productividad.

Recomendación específica 2

Para incrementar la satisfacción laboral, se recomienda implementar diferentes tipos de reconocimiento, que incluyan no solo recompensas monetarias, sino también incentivos no monetarios como certificados, elogios públicos, y oportunidades de desarrollo profesional. Esto aumentará la motivación intrínseca, al demostrar a los empleados que la empresa valora tanto su esfuerzo como su crecimiento personal y profesional.

Recomendación específica 3

Se aconseja que el programa de reconocimiento incluya actividades que fortalezcan el sentido de pertenencia, como eventos de integración, actividades de equipo y encuentros periódicos entre los empleados y la gerencia para destacar logros relevantes. Esto puede ayudar a reducir la rotación de personal y fortalecer el compromiso a largo plazo.

Recomendación específica 4

Para fomentar la participación activa, se sugiere promover espacios en los que los trabajadores puedan contribuir con ideas y proyectos, reconociendo públicamente su iniciativa y creatividad. Implementar sesiones regulares de “ideas y propuestas” y premiar a aquellos que presenten soluciones innovadoras incentivará la participación y el sentido de aporte a la empresa.

VII. Referencias bibliográficas

Ashforth, B. E., & Mael, F. (1989). Social identity theory and the organization.

Academy of Management Review, 14(1), 20–39.

Aon. (2017). *Tendencias globales de compromiso de empleados 2017*.

- Bass, B. M., & Avolio, B. J. (1994). *Improving Organizational Effectiveness through Transformational Leadership*. Sage Publications.
- Bass, B. M., & Riggio, R. E. (2006). *Transformational Leadership* (2nd ed.). Psychology Press.
- Blau, P. M. (1964). *Exchange and Power in Social Life*. Wiley.
- Consejo Privado de Competitividad. (2022). *Informe Nacional de Competitividad 2022*.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The "what" and "why" of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227–268.
- Denison, D. R. (1990). *Corporate Culture and Organizational Effectiveness*. Wiley.
- Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S., & Sowa, D. (1986). Perceived organizational support. *Journal of Applied Psychology*, 71(3), 500–507.
- Gallup. (2019). *Estado del compromiso laboral a nivel mundial*.
- Gibson, J. L. (2009). *Organizations: Behavior, Structure, Processes*. McGraw-Hill Education.
- Gostick, A., & Elton, C. (2009). *The Carrot Principle: How the Best Managers Use Recognition to Engage Their People, Retain Talent, and Accelerate Performance*. Free Press.
- Harter, J. K., Schmidt, F. L., & Hayes, T. L. (2002). Business-unit-level relationship between employee satisfaction, employee engagement, and business outcomes: A meta-analysis. *Journal of Applied Psychology*, 87(2), 268–279.
- Herzberg, F. (1959). *The Motivation to Work*. John Wiley & Sons.

- Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2023). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativas, cualitativas y mixtas* (2nd ed.). McGraw Hill.
- Kahn, W. A. (1990). Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *Academy of Management Journal*, 33(4), 692–724.
- Locke, E. A. (1976). The nature and causes of job satisfaction. In M. D. Dunnette (Ed.), *Handbook of industrial and organizational psychology* (pp. 1297–1349). Rand McNally.
- Mercer. (2021). *Estudio de compromiso y experiencia del empleado en América Latina*.
- Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review*, 1(1), 61–89.
- Meyer, J. P., & Becker, T. E., & Vandenberghe, C. (2004). Employee commitment and motivation: A conceptual analysis and integrative model. *Journal of Applied Psychology*, 89(6), 991–1007.
- Meyer, J. P., & Herscovitch, L. (2001). Commitment in the workplace: Toward a general model. *Human Resource Management Review*, 11(3), 299–326.
- Mowday, R. T., Porter, L. W., & Steers, R. M. (1982). *Employee-organization linkages: The psychology of commitment, absenteeism, and turnover*. Academic Press.
- Ñaupas Paitán, H., Mejía Mejía, E., Trujillo Román, I. R., Romero Delgado, H. E., Medina Barcena, W., & Novoa Ramírez, E. (2023). *Metodología de la*

investigación total. Cuantitativa – Cualitativa y Redacción de Tesis (6th ed.).

Ediciones de la U.

Ñaupas Paitán, J. et al. (2023). *La importancia del compromiso laboral en las empresas latinoamericanas*.

Rodríguez-Sosa, E., & Burneo, V. (2017). *Conceptos de población y muestra en estudios organizacionales*.

Rodríguez-Sosa, J., & Burneo, K. (2017). *Metodología de la investigación*. Universidad San Ignacio de Loyola.

Saks, A. M. (2006). Antecedents and consequences of employee engagement. *Journal of Managerial Psychology*, 21(7), 600–619.

Schaufeli, W. B., & Bakker, A. B. (2003). Test manual for the Utrecht Work Engagement Scale. Utrecht University, The Netherlands.

Schein, E. H. (1985). *Organizational Culture and Leadership*. Jossey-Bass.

VIII. Anexos

8.1. Informe Turnitin

DIEGO DARWIN CHICO CASTILLO

PROPUESTA DE IMPLEMENTACION DE UN PROGRAMA DE RECONOCIMIENTO PARA INCREMENTAR EL C...

Instituto San Ignacio de Loyola - ISIL

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid::30163:417786082

Fecha de entrega
20 dic 2024, 1:55 a.m. GMT-5

Fecha de descarga
20 dic 2024, 11:18 p.m. GMT-5

Nombre de archivo
PROPUESTA DE IMPLEMENTACION DE UN PROGRAMA DE RECONOCIMIENTO PARA INCREMENT....docx

Tamaño de archivo
1.8 MB

135 Páginas

21,750 Palabras

124,335 Caracteres

25% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

Fuentes principales

- 32% Fuentes de Internet
- 11% Publicaciones
- 27% 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.



Diego Darwin Chico Castillo (Autor)



Ivan Ernesto Quijano Aranibar (Asesor)

8.2. Registro de impacto y resultados

Registro de impacto y resultados

Tipo de documento: Trabajo de investigación

Título del Trabajo de Investigación o Tesis

Propuesta de implementación de un programa de reconocimiento para incrementar el compromiso laboral en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024.

Integrantes:

1. **Chico Castillo, Diego Darwin**

Asesor: Quijano Aranibar, Iván 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 investigación busca fortalecer el compromiso laboral mediante un programa de reconocimiento no remunerativo, basado en la valoración del esfuerzo y desempeño de los trabajadores. En el aspecto organizacional, se espera que la implementación de esta iniciativa mejore el clima laboral, fomentando una cultura de reconocimiento y aprecio dentro de la empresa. A nivel individual, el programa potenciará la motivación intrínseca de los empleados, reforzando su sentido de pertenencia y satisfacción en el trabajo. Además, al promover una cultura de reconocimiento continuo, la empresa podrá consolidar un ambiente laboral más colaborativo y alineado con sus valores institucionales.

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.

Los resultados obtenidos a partir del análisis de encuestas reflejan que la implementación del programa de reconocimiento contribuirá significativamente al compromiso laboral de los trabajadores. Se espera que el reconocimiento frecuente tenga un impacto positivo en la motivación y el sentido de pertenencia, generando un ambiente laboral más armónico y productivo. Asimismo, los hallazgos sugieren que la percepción de valoración y aprecio por parte de la empresa fortalecerá la identificación de los empleados con la organización y su disposición a contribuir al logro de los objetivos institucionales. Finalmente, se prevé que el programa ayude a consolidar una cultura organizacional centrada en el reconocimiento y el desarrollo del talento.

8.3. Matriz de consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DE UN PROGRAMA DE RECONOCIMIENTO PARA MEJORAR EL COMPROMISO LABORAL EN LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA GRUPO PALANTE, LIMA, 2024

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES Y DIMENSIONES	METODOLOGÍA	POBLACIÓN Y MUESTRA
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Variable independiente: Programa de Reconocimiento Dimensiones: - Diseño del programa - Comunicación interna - Participación de Trabajadores - Evaluación de Resultados Variable dependiente: Compromiso Laboral Dimensiones: - Organización - Satisfacción Laboral - Lealtad - Participación Activa	Enfoque: - Cuantitativo Tipo de investigación: - Aplicada. Diseño de investigación: - No experimental de corte transversal Nivel de investigación: - Exploratorio - Descriptivo - Explicativo.	Población: - 90 trabajadores de la empresa Grupo Palante ubicada en Lima durante el año 2024. Muestra: - Muestra es no probabilística por conveniencia. - 40 trabajadores de la empresa Grupo Palante, ubicada en Lima, 2024.
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas			
¿De qué manera la propuesta de implementación de un programa de reconocimiento mejora la organización en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024?	Determinar de qué manera la propuesta de implementación de un programa de reconocimiento mejora la organización en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024.	La propuesta de implementación de un programa de reconocimiento mejora significativamente la organización en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024.			
¿De qué manera la propuesta de implementación de un programa de reconocimiento mejora la satisfacción laboral en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024?	Determinar de qué manera la propuesta de implementación de un programa de reconocimiento mejora la satisfacción laboral en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024.	La propuesta de implementación de un programa de reconocimiento mejora significativamente la satisfacción laboral en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024.			
¿De qué manera la propuesta de implementación de un programa de reconocimiento mejora la lealtad en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024?	Determinar de qué manera la propuesta de implementación de un programa de reconocimiento mejora la lealtad en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024.	La propuesta de implementación de un programa de reconocimiento mejora significativamente la lealtad en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024.			
¿De qué manera la propuesta de implementación de un programa de reconocimiento mejora la participación activa en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024?	Determinar de qué manera la propuesta de implementación de un programa de reconocimiento mejora la participación activa en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024.	La propuesta de implementación de un programa de reconocimiento mejora significativamente la participación activa en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024.			

8.4. Matriz de operacionalización de variables

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICIÓN	INST	ESCALAS				
								1	2	3	4	5
Variable independiente: Programa de Reconocimiento	El programa de reconocimiento se define como un conjunto estructurado de estrategias y prácticas diseñadas para identificar y recompensar de manera efectiva las contribuciones y logros de los empleados, promoviendo así un ambiente laboral positivo y fortaleciendo el compromiso de los trabajadores con la organización (Gibson, 2009; Gostick & Elton, 2009).	La propuesta de implementación del programa de reconocimiento se medirá mediante la evaluación de la claridad de los objetivos y criterios de reconocimiento (ítem 1, 2 y 3), la eficiencia en la comunicación interna sobre el programa (ítem 4, 5 y 6), la participación activa de los empleados en las iniciativas de reconocimiento (ítem 7, 8 y 9), y la medición del impacto en el compromiso laboral (ítem 10, 11 y 12) a través de encuestas, entrevistas y registros de participación (Gibson, 2009; Gostick & Elton, 2009).	DISEÑO DEL PROGRAMA	Claridad	1	ORDINAL	CUESTIONARIO AP	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
				Flexibilidad	2							
				Equidad	3							
			COMUNICACIÓN INTERNA	Frecuencia	4							
				Transparencia	5							
				Accesibilidad a los Canales de Comunicación	6							
			PARTICIPACIÓN DE TRABAJADORES	Nivel de participación	7							
				Diversidad de participación	8							
				Feedback de trabajadores	9							
			EVALUACIÓN DE RESULTADOS	Incremento en el compromiso laboral	10							
				Retención de personal	11							
				Incremento en productividad	12							

Propuesta de implementación de un programa de reconocimiento para incrementar el compromiso laboral en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024.



VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICIÓN	INST	ESCALAS				
								1	2	3	4	5
Variable dependiente: Compromiso Laboral	El compromiso laboral se refiere al vínculo emocional y psicológico que los empleados establecen con su trabajo y su organización, caracterizado por una actitud positiva, motivación, identificación con los valores de la empresa, y la disposición a contribuir activa y proactivamente al logro de los objetivos organizacionales (Meyer & Allen, 1991; Kahn, 1990).	Se medirá el compromiso laboral mediante una escala que evaluará la conexión emocional con la empresa (ítem 13, 14 y 15), la satisfacción laboral (ítem 16, 17 y 18), la identificación con la misión y valores organizacionales, la voluntad de esfuerzo adicional, y la intención de permanencia a largo plazo en la organización (ítem 19, 20, 21, 22, 23 y 24). (Meyer & Allen, 1991; Saks, 2006).	ORGANIZACIÓN	Conexión emocional con la empresa	13	ORDINAL	CUESTIONARIO AP	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
				Identificación con los Pilares Culturales de la organización	14							
				Confianza en la Gerencia General	15							
			SATISFACCIÓN LABORAL	Satisfacción con el trabajo	16							
				Relaciones interpersonales	17							
				Ambiente de trabajo	18							
			LEALTAD	Permanencia en la empresa	19							
				Recomendación de la empresa	20							
				Identificación con la empresa	21							
			PARTICIPACIÓN ACTIVA	Contribución a la mejora continua	22							
				Participación en actividades	23							
				Involucramiento en proyectos	24							

8.5. Instrumentos de recolección de datos

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	PREGUNTAS	ESCALA DE MEDICIÓN	INST	ESCALAS				
							1	2	3	4	5
Variable independiente: Programa de Reconocimiento	DISEÑO DEL PROGRAMA	Claridad	1	¿Considera que los objetivos y criterios del programa de reconocimiento son claros y bien definidos?	ORDINAL	CUESTIONARIO AP	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
		Flexibilidad	2	¿Cree que el programa de reconocimiento es lo suficientemente flexible para adaptarse a diferentes situaciones y necesidades de los empleados?							
		Equidad	3	¿Cree que las recompensas y reconocimientos del programa se distribuyen de manera equitativa entre todos los empleados?							
	COMUNICACIÓN INTERNA	Frecuencia	4	¿Con qué frecuencia se realizan actividades de reconocimiento en la empresa?							
		Transparencia	5	¿Siente que la información sobre el programa de reconocimiento es comunicada de manera transparente en toda la organización?							
		Accesibilidad a los Canales de Comunicación	6	¿Tiene fácil acceso a los canales de comunicación utilizados para difundir información sobre el programa de reconocimiento?							
	PARTICIPACIÓN DE TRABAJADORES	Nivel de participación	7	¿Participa activamente en las iniciativas de reconocimiento organizadas por la empresa?							
		Diversidad de participación	8	¿Cree que hay una buena diversidad en la participación de diferentes empleados en el programa de reconocimiento?							
		Feedback de trabajadores	9	¿Recibe regularmente retroalimentación sobre su desempeño a través del programa de reconocimiento?							
	EVALUACIÓN DE RESULTADOS	Incremento en el compromiso laboral	10	¿Ha notado un incremento en su nivel de compromiso laboral desde la implementación del programa de reconocimiento?							
		Retención de personal	11	¿Considera que el programa de reconocimiento ha contribuido a la retención de personal en la empresa?							
		Incremento en productividad	12	¿Ha observado un aumento en la productividad de su equipo o departamento como resultado del programa de reconocimiento?							

Propuesta de implementación de un programa de reconocimiento para incrementar el compromiso laboral en los trabajadores de la empresa Grupo Palante, Lima, 2024.



VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	PREGUNTAS	ESCALA DE MEDICIÓN	INST	ESCALAS				
							1	2	3	4	5
Variable dependiente: Compromiso Laboral	ORGANIZACIÓN	Conexión emocional con la empresa	13	¿Se siente emocionalmente conectado con la empresa?	ORDINAL	CUESTIONARIO AP	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
		Identificación con los Pilares Culturales de la organización	14	¿Se identifica con los pilares culturales de la organización?							
		Confianza en la Gerencia General	15	¿Confía en las decisiones y liderazgo de la gerencia general?							
	SATISFACCIÓN LABORAL	Satisfacción con el trabajo	16	¿Está satisfecho con su trabajo actual?							
		Relaciones interpersonales	17	¿Cómo calificaría sus relaciones interpersonales con sus compañeros de trabajo?							
		Ambiente de trabajo	18	¿Considera que el ambiente de trabajo es positivo y motivador?							
	LEALTAD	Permanencia en la empresa	19	¿Tiene la intención de permanecer en la empresa a largo plazo?							
		Recomendación de la empresa	20	¿Recomendaría esta empresa como un buen lugar para trabajar a sus amigos y familiares?							
		Identificación con la empresa	21	¿Se siente identificado con la misión y valores de la empresa?							
	PARTICIPACIÓN ACTIVA	Contribución a la mejora continua	22	¿Se siente motivado a contribuir a la mejora continua de los procesos en su área?							
		Participación en actividades	23	¿Participa activamente en las actividades organizadas por la empresa?							
		Involucramiento en proyectos	24	¿Se involucra en proyectos adicionales fuera de sus responsabilidades habituales?							

8.6. Validación de expertos



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.	Cuestionario AP	DIEGO DARWIN CHICO CASTILLO

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Criterios	Indicadores	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. Objetividad	Está expresado en conductas observables				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 los índices, indicadores y las dimensiones				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

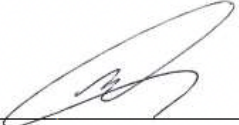
IV. PROMEDIO DE VALIDACIÓN

71% MUY BUENO

V. DATOS DEL EXPERTO

DNI	ORCID	COD. INVESTIGADOR RENACYT	Celular
45144294	https://orcid.org/0000-0003-2264-1186	P0130610	+51 956 202 509

Lugar y fecha: Lima, 12 de junio de 2024.


QUIJANO ARANIBAR IVAN ERNESTO
DNI: 45144294