UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS E INFORMÁTICA

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y DE NEGOCIOS

CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

TESIS:

"LOS INCENTIVOS LABORALES Y SU RELACIÓN CON LA PRODUCTIVIDAD EN LA EMPRESA ATENTO PERU SAC, SEDE CALLAO 2020"

PRESENTADO POR:

BACH. TAZA ALCOS, JOAQUIN ELIEZER

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

ASESOR:

MG. HERMOZA OCHANTE, RUBEN EDGAR

ID ORCID: https://orcid.org/0000-0003-4769-0101

DNI N° 42037740

LIMA-PERÚ

2021

DEDICATORIA

A las personas que son el motor y motivo mis padres Raúl y Mercedes por su amor, trabajo y sacrificio, a mis

Hermanos Raúl, Elizabeth, Judith, Josué, Ruth, Israel, Jesé y a mi padrino Pablo.

AGRADECIMIENTO

A Dios por permitirme tener un día más de vida y poder realizar esta meta y compartirla con mis seres queridos.

A Raúl y meche mis padres por confiar en mí a pesar de todo y brindarme siempre una palabra de aliento.

A mi padrino que en paz descanse siempre quiso lo mejor para mí.

A mis hermanos por siempre estar apoyándome cuando lo necesite

A mi comunidad por la paciencia y apoyo en todo este tiempo.

A mi hermano Raúl que su historia hizo inspirarme para ver que todo tiene un propósito en esta vida.

Finalmente quiero agradecer a mi Asesor profesor Rubén Hermoza, quien con su dirección, conocimiento y enseñanza permitió el desarrollo de este trabajo.

PRESENTACIÓN

La investigación titulada “Los incentivos laborales y la relación con la productividad en la empresa Atento Perú S.A.C, sede callao 2020” se desarrolló para demostrar la relación que existe entre los incentivos laborales con la productividad en la empresa Atento Perú S.A.C, analizado sobre la muestra de los colaboradores de la empresa, el interés en el tema se debe a la importancia de los incentivos laborales para la productividad en la empresa , la ejecución se desarrolló de las actividades propias del área de portabilidad que permite contar con los incentivos que emplea la empresa para así poder detectar que incentivos influyen significativamente en la productividad.

En este trabajo se analizó las dimensiones que describen a la variable incentivos laborales como: incentivos monetarios, incentivos no monetarios, motivación y además las dimensiones de la segunda variable productividad como son: eficiencia, eficacia y resultados.

La presente investigación se llevará a cabo en la Empresa Atento Perú S.A.C, que es una empresa orientada a brindar servicios a diferentes sectores incluyendo telecomunicaciones, finanzas, salud, minoristas y entre otras, su sede principal en Perú se encuentra en Ate, Lima, con diferentes sucursales en Trujillo y callao, TELEATENTO DEL PERU SAC con N° de RUC 20414989277, fue constituido en 1999, con un sello de certificación de empresa segura-MIMP (2017), y un gran reconocimiento de las mejores empresas para trabajar según el clima laboral y cultural corporativa Great Place To Workr 2018.

La presente Tesis se ha formulado siguiendo los requisitos y reglamentos de la universidad y se presenta con esta estructura:

I. Introducción: donde se presenta la realidad problemática, los problemas, hipótesis y objetivos de la investigación, las variables correspondientes y la justificación del estudio, así como los antecedentes nacionales e internacionales, el marco teórico y la definición de términos básicos.

II. Método: donde se especifica el tipo y diseño de la investigación, la muestra y las técnicas de procesamiento de datos utilizado en la investigación.

III. Resultados: donde se presenta los resultados descriptivos de la investigación, la prueba de normalidad y los contrastes de hipótesis.

Y en los ítems IV, V y VI la discusión, conclusiones y recomendaciones de la respectivamente.

Para finalizar se expone las referencias bibliográficas además de los anexos pertinentes que sustentan la presente tesis.

ÍNDICE

DEDICATORIA ..... **I**

AGRADECIMIENTO ..... **II**

PRESENTACIÓN ..... **III**

ÍNDICE ..... **V**

ÍNDICE DE TABLAS ..... **VIII**

ÍNDICE DE FIGURAS ..... **X**

RESUMEN ..... **XII**

ABSTRACT ..... **XIII**

I: INTRODUCCIÓN **1**

1.1. Realidad Problemática 1

1.2 Planteamiento del Problema 3

1.2.1 Problema General 3

1.2.2 Problemas Específico 3

1.3 Hipótesis de la investigación 3

1.3.1. Hipótesis General 3

1.3.2 Hipótesis Especifica 3

1.4. Objetivos de la Investigación 4

1.4.1 Objetivo General 4

1.4.2 Objetivos Específicos 4

1.5 Variables, dimensiones e indicadores 4

1.6 Justificación e Importancia de la Investigación 5

1.6.1. Justificación Teórica 5

1.6.2. Justificación práctica 5

1.6.3. Justificación Metodológica 6

1.7 Antecedentes Nacionales e Internacionales 6

1.7.1 Antecedentes Nacionales 6

1.7.2. Antecedentes Internacionales 8

1.8 Marco Teórico 11

1.8.1 Incentivos laborales 11

1.8.2. Productividad 31

1.8.3. La empresa: "Atento Perú SAC" 39

1.9 Definición de términos Básicos. 40

II. METODO 43

2.1 Tipo y diseño de la investigación 43

2.2. Población y Muestra 44

2.3. Técnicas para la recolección de datos 46

2.4. Validez y confiabilidad de instrumentos 47

2.5. Procesamiento y análisis de datos 49

2.6 Aspectos éticos 50

III. RESULTADOS 51

3.1. Resultados descriptivos 51

3.1.1. Resultados descriptivos de la variable Incentivos Laborales 51

3.1.2. Resultados descriptivos de la variable Productividad 64

3.2. Prueba de normalidad 76

3.3. Contrastación de las hipótesis 76

3.3.1. Contrastación de la hipótesis general 77

3.3.2. Contrastación de la hipótesis especifica 1 78

3.3.3. Contrastación de la hipótesis especifica 2 79

3.3.4. Contrastación de la hipótesis especifica 3 80

IV. DISCUSION 82

V. CONCLUSIONES 84

VI. RECOMENDACIONES 86

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS **88**

ANEXOS **97**

Anexo 1. Matriz de Consistencia **59**

Anexo 2. Instrumentos de recolección de datos **62**

Anexo 3. Base de datos **64**

Anexo 4. Evidencia de similitud digital **66**

Anexo 5. Autorización de publicación en repositor **73**

Anexo 6. Formatos de Validación de Instrumento **74**

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Variables, Dimensiones e indicadores de Incentivos Laborales y Productividad 4
Tabla 2. Población de la Investigación 45
Tabla 3. Distribución de la Muestra de la Investigación 46
Tabla 4.Análisis de Confiabilidad del Instrumento 47
Tabla 5. Resultados sobre P1 ¿Está satisfecho con los incentivos económicos de la empresa? 52
Tabla 6.Resultados sobre P2 ¿El esquema de comisiones le permite a usted poder llegar al objetivo? 53
Tabla 7. Resultados sobre P3 ¿La empresa brinda incentivos adecuados que permitan lograr el objetivo de ventas? 54
Tabla 8. Resultados sobre P4 ¿Respecto a la maqueta de ventas actual, conoce todos los pasos y formas de lograr el objetivo de ventas planteado? 55
Tabla 9. Resultados sobre P5 ¿La empresa tiene consideración o tolerancia a los trabajadores que estudian o se capacitan constantemente? 56
Tabla 10. Resultados sobre P6 ¿La empresa le brinda soporte técnico efectivo ante cualquier incidente en el sistema informático que maneja el asesor de ventas? 57
Tabla 11. Resultados sobre P7 ¿La empresa le brinda capacitaciones constantes referentes a su labor, que le permita mejorar en sus actividades diarias? 58
Tabla 12. Resultados sobre P8 ¿La empresa brinda oportunidades de mejora formativa para el trabajador que no logra al objetivo de ventas planteado? 59
Tabla 13. Resultados sobre P9 ¿El reconocimiento social por haber logrado el objetivo de venta del mes es significativo emocional y socialmente? 60
Tabla 14. Resultados sobre P10 ¿Se siente estable en el puesto que trabaja? 61
Tabla 15. Resultados sobre P11 ¿Existe una retroalimentación efectiva por parte de los supervisores de la empresa? 62
Tabla 16. Resultados sobre P12 ¿Se encuentra lo suficientemente motivado para realizar las labores diarias? 63
Tabla 17. Resultados sobre P13 ¿La empresa brinda todas las herramientas hardware necesarias para mejorar la productividad? 64
Tabla 18. Resultados sobre P14 ¿La empresa brinda todas las herramientas software necesarios para mejorar la productividad? 65

Tabla 19. Resultados sobre P15 ¿Los planes de portabilidad de la empresa satisface los recursos para lograr los objetivos de ventas? 66
Tabla 20. Resultados sobre P16 ¿los métodos de ventas personalizadas aplicadas por la empresa son eficientes para lograr los objetivos? 67
Tabla 21. Resultados sobre P17 ¿El método de ventas desafiantes aplicado por la empresa genera resultados positivos? 68
Tabla 22. Resultados sobre P18 ¿El método de ventas de soluciones se aplica satisfactoriamente como alternativas de ventas? 69
Tabla 23. Resultados sobre P19 ¿Los objetivos de ventas planteados por la gerencia son factibles para su cumplimiento? 70
Tabla 24. Resultados sobre P20 ¿La comunicación de los objetivos se realiza coherentemente por parte de los gerentes al personal de ventas? 71
Tabla 25. Resultados sobre P21 ¿Usted como asesor de ventas siente que es realmente productivo con su trabajo? 72
Tabla 26. Resultados sobre P22 ¿Los servicios de apoyo a la empresa como el back office contribuyen a la productividad? 73
Tabla 27. Resultados sobre P23 ¿Cumple satisfactoriamente con el objetivo mensual de ventas planteado por la empresa? 74
Tabla 28. Resultados sobre P24 Respecto a la gestión que realizas ¿abordas todas tus llamadas con empatía y proactividad? 75
Tabla 29. Prueba de normalidad 76
Tabla 30. Matriz de correlaciones de la hipótesis general 78
Tabla 31. Matriz de correlaciones de la hipótesis específica 1 79
Tabla 32. Matriz de correlaciones de la hipótesis específica 2 80
Tabla 33. Matriz de correlaciones de la hipótesis específica 3 81

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Logo de la empresa “Atento Perú SAC” 40
Figura 2. Ubicación de la empresa “Atento Perú SAC” 40
Figura 3 . Resultados sobre P1 ¿Está satisfecho con los incentivos económicos de la empresa? 52
Figura 4. Resultados sobre P2 ¿El esquema de comisiones le permite a usted poder llegar al objetivo? 53
Figura 5 . Resultados sobre P3 ¿La empresa brinda incentivos adecuados que permitan lograr el objetivo de ventas? 54
Figura 6. Resultados sobre P4 ¿Respecto a la maqueta de ventas actual, conoce todos los pasos y formas de lograr el objetivo de ventas planteado? 55
Figura 7. Resultados sobre P5 ¿La empresa tiene consideración o tolerancia a los trabajadores que estudian o se capacitan constantemente? 56
Figura 8. Resultados sobre P6 ¿La empresa le brinda soporte técnico efectivo ante cualquier incidente en el sistema informático que maneja el asesor de ventas? 57
Figura 9. Resultados sobre P7 ¿La empresa le brinda capacitaciones constantes referentes a su labor, que le permita mejorar en sus actividades diarias? 58
Figura 10. Resultados sobre P8 ¿La empresa brinda oportunidades de mejora formativa para el trabajador que no logra al objetivo de ventas planteado? 59
Figura 11. Resultados sobre P9 ¿El reconocimiento social por haber logrado el objetivo de venta del mes es significativo emocional y socialmente? 60
Figura 12. Resultados sobre P10 ¿Se siente estable en el puesto que trabaja? 61
Figura 13. Resultados sobre P11 ¿Existe una retroalimentación efectiva por parte de los supervisores de la empresa? 62
Figura 14. Resultados sobre P12 ¿Se encuentra lo suficientemente motivado para realizar las labores diarias? 63
Figura 15. Resultados sobre P13 ¿La empresa brinda todas las herramientas hardware necesarias para mejorar la productividad? 64
Figura 16. Resultados sobre P14 ¿La empresa brinda todas las herramientas software necesarias para mejorar la productividad? 65
Figura 17. Resultados sobre P15 ¿Los planes de portabilidad de la empresa satisface los recursos para lograr los objetivos de ventas? 66

Figura 18. Resultados sobre P16 ¿los métodos de ventas personalizadas aplicadas por la empresa son eficientes para lograr los objetivos?..... 67
Figura 19. Resultados sobre P17 ¿los métodos de ventas desafiantes aplicado por la empresa generan resultados positivos? 68
Figura 20. Resultados sobre P18 ¿El método de ventas de soluciones se aplica satisfactoriamente como alternativas de ventas? 69
Figura 21. Resultados sobre P19 ¿Los objetivos de ventas planteados por la gerencia son factibles para su cumplimiento? 70
Figura 22. Resultados sobre P20 ¿La comunicación de los objetivos se realiza coherentemente por parte de los gerentes al personal de ventas?..... 71
Figura 23. Resultados sobre P21 ¿Usted como asesor de ventas siente que es realmente productivo con su trabajo?..... 72
Figura 24. Resultados sobre P22 ¿Los servicios de apoyo a la empresa como el back office contribuyen a la productividad? 73
Figura 25. Resultados sobre P23 ¿Cumple satisfactoriamente con el objetivo mensual de ventas planteado por la empresa? 74
Figura 26. Resultados sobre P24 Respecto a la gestión que realizas ¿abordas todas tus llamadas con empatía y proactividad?..... 75

RESUMEN

La investigación se desarrolló en la empresa "Atento Perú S.A.C" que es una empresa orientada a brindar servicios a grandes organizaciones en muchos sectores, donde se identificado el problema de la presente investigación y se ha detectado deficiencias en los diferentes incentivos que aplican la empresa.

El estudio fue desarrollado con el objetivo de identificar "Los incentivos laborales tienen relación con la productividad en el aérea de portabilidad en la empresa Atento Perú SAC, sede callao, 2020; para el análisis se ha dispuesto estudias: los incentivos monetarios, los incentivos no monetarios y la motivación como dimensión de la variable incentivos laborales, eficiencia, eficacia y resultados como dimensiones de la variable productividad.

La presenta investigación se efectuó tomando en cuenta el enfoque cuantitativo, debido a que emplea el análisis estadístico para analizar y comprobar la hipótesis y así describir los resultados. La muestra empleada fue de 50 colaboradores de la misma empresa; en el trabajo de campo se efectuó instrumentos para validar datos como los cuestionarios, también se empleó diferentes técnicas estadísticas que permite constatar la hipótesis de la investigación.

Enfocado en los resultados encontrados el presente estudio, se logró demostrar que hay relación de los incentivos laborales y la productividad en la empresa, estimado a través del coeficiente de correlación de Pearson (r), el cual fue de Rho = 0.901, dando como resultado un nivel de significancia bilateral de 0.000, que es inferior al nivel que se considera en la investigación de 5% (0.05), con un nivel de confianza de 95% por lo que se aceptó la hipótesis de la investigación y se logró concluir de manera favorable.

Palabras clave: Incentivos Laborales, Productividad, Incentivos Monetarios y No Monetarios, Motivación.

ABSTRACT

The investigation was developed in the company "Atento Perú SAC" which is a company that is oriented to provide services to large organizations in many sectors, where the problem of the present investigation was identified and deficiencies in the different incentives applied by the company have been detected.

The study was developed with the objective of identifying "Work incentives are related to productivity in the area of portability in the company Atento Perú SAC, callao headquarters, 2020; For the analysis, studies have been arranged: monetary incentives, non-monetary incentives and motivation as a dimension of the variable work incentives, efficiency, effectiveness and results as dimensions of the productivity variable.

The present investigation was carried out taking into account the quantitative approach, because it uses statistical analysis to analyze and test the hypothesis and thus describe the results. The sample used was 50 employees of the same company; In the field work, instruments were carried out to validate data such as questionnaires, different statistical techniques were also used to verify the research hypothesis.

Focused on the results found in this study, it was possible to demonstrate that there is a relationship between work incentives and productivity in the company, estimated through Pearson's correlation coefficient (r), which was Rho = 0.901, resulting in a bilateral significance level of 0.000, which is lower than the level considered in the investigation of 5% (0.05), with a confidence level of 95%, so the hypothesis of the investigation was accepted and it was possible to conclude in a favorable.

Keywords: Labor Incentives, Productivity, Monetary and Non-Monetary Incentives, Motivation.

I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

La productividad se da como resultado entre el empleo del tiempo y recursos, debido a ello toda organización busca diferentes recursos para lograr un resultado óptimo.

Dentro de esos recursos la empresa invierte en sus operaciones y brinda beneficios a sus trabajadores para poder lograr esa productividad deseada. Uno de esos recursos son los incentivos ya que con ello buscan motivar a los trabajadores para el logro de los objetivos.

La investigación se realizó en la empresa Atento Perú SAC, cuya misión es brindar servicios a organizaciones en diferentes rubros y sectores, donde busca satisfacer las necesidades de los clientes. Atento se ubica en Perú con diferentes locales como Trujillo, Ate y Callao es ahí dará la presente investigación, Atento Perú SAC con N° de RUC 20414989277, fue constituido el año 1999, reconocida como unas de las 25 mejores multinacionales para trabajar, según Great Place to Work.

Debido a lo observado en la misma empresa se detectó la deficiencia de los incentivos laborales como son la comisión o bonos que emplea la empresa, que en los últimos meses no reflejan la productividad deseada, por ello se pone en evidencia que los incentivos son tomados en menor consideración en su estrategia para poder lograr los objetivos, en los cuales se propone una mayor participación dichos incentivos

Además, se aprecia que los asesores y la gerencia encargada no llega a los objetivos planteado y esto conlleva a que no se llegue a la productividad desea por parte de la empresa.

También se observa una falta de empleo de la motivación como metodología de trabajo para los asesores, aparte de los incentivos no económicos que, en vista de los resultados, cumple un rol importante para poder lograr la meta establecida.

Dichos problemas generan que no se logre el objetivo planteado por la organización, tomando en cuenta el área a investigar portabilidad, que es un área de ventas, donde lo que la empresa busca, es que los asesores logren comisionar constantemente.

Por estos motivos nace la necesidad de realizar una investigación con la cual se busca identifica r la relación de los incentivos laborales y la productividad en la Empresa Atento Perú SAC, sede callao 2020, con el objetivo de que se identifique y muestre que deficiencias tiene los incentivos laborales empleados por la empresa para así buscar una mejora a la hora de tomar decisiones que busca generar la productividad deseada por parte de la empresa.

1.2 Planteamiento del Problema

1.2.1 Problema General

¿Cuál es la relación entre los Incentivos Laborales y la Productividad en el Área de portabilidad en la Empresa Atento Perú SAC Sede callao, 2020?

1.2.2 Problemas Específico

1) ¿Conocer cuál es la relación de los Incentivos Monetarios y la Productividad en el Área de portabilidad en la Empresa Atento Perú SAC Sede callao, 2020?
2) ¿Conocer la relación de los incentivos No Monetarios y la Productividad en el Área de portabilidad en la Empresa Atento Perú SAC Sede callao,2020?
3) ¿Determinar la relación de la Motivación y la Productividad en el Área de portabilidad en la Empresa Atento Perú SAC Sede callao, 2020?

1.3 Hipótesis de la investigación

1.3.1. Hipótesis General

Los Incentivos Laborales tienen relación con la Productividad en el Área de portabilidad en la empresa Atento Perú SAC Sede callao, 2020.

1.3.2 Hipótesis Especifica

1) Existe una relación significativa de los Incentivos Monetarios y la Productividad en el Área de portabilidad en la empresa Atento Perú SAC Sede callao, 2020.
2) Existe una relación de los incentivos No Monetarios y la Productividad en el Área de portabilidad en la empresa Atento Perú SAC Sede callao, 2020.
3) Existe una relación de la Motivación y la Productividad en el Área de portabilidad en la empresa Atento Perú SAC Sede callao, 2020.

1.4. Objetivos de la Investigación

1.4.1 Objetivo General

Determinar la relación entre los Incentivos Laborales y la Productividad en el Área de portabilidad en la empresa Atento Perú SAC Sede callao, 2020.

1.4.2 Objetivos Específicos

1) Conocer la relación de los Incentivos Monetarios y la Productividad en el Área de portabilidad en la empresa Atento Perú SAC Sede callao, 2020.
2) Conocer la relación de los Incentivos No Monetarios y la Productividad en el Área de portabilidad en la empresa Atento Perú SAC Sede callao, 2020.
3) Determinar la relación de la Motivación y la Productividad en el Área de portabilidad en la empresa Atento Perú SAC Sede callao, 2020.

1.5 Variables, dimensiones e indicadores

Tabla 1. Variables, Dimensiones e indicadores de Incentivos Laborales y Productividad

Variables	Dimensiones	Indicadores
Incentivos laborales	Incentivo Monetario	Comisión
		Bonos
	Incentivo no Monetario	Supletorios
		Adiestramiento
		Autorrealización
	Motivación	Factor Higiénico
		Factor Motivacional
Productividad	Eficiencia	Recursos
		Métodos
	Eficacia	Objetivos
		Condiciones
	Resultados	Compromiso

Fuente: Elaboración propia,2020

1.6 Justificación e Importancia de la Investigación

1.6.1. Justificación Teórica

La investigación se realizó para identificar y mejorar la Productividad en una organización, busca la aplicación de las teorías relacionadas a Incentivos laborales y productividad, para lograr determinar el nivel de relación entre la primera variable con la segunda, obteniendo los niveles de interrelación entre dichos indicadores, y así poder generar una efectiva aplicación de las teorías al análisis de los incentivos laborales y productividad.

1.6.2. Justificación práctica

La presente investigación se desarrolla con el fin de identificar la relación y su influencia de los incentivos laboras con la productividad en la empresa Atento Perú S.A.C, sede callao 2020, el resultado final de la investigación puede servir como una ayuda en la busca de mejorar los resultados de productividad en la empresa.

En la ejecución de la carrera de administrador y negocios internacionales, la investigación se justifica porque sirve para mejorar la productividad en una empresa, analizando exclusivamente los incentivos laborales empleados en la organización.

El trabajo de investigación tiene relevancia debido a que permitirá tomar referencias para futuras investigaciones enfocado en los incentivos laborales y la relación con la productividad de empresas similares y de sectores afines que atraviesan realidades parecidas.

1.6.3. Justificación Metodológica

Esta investigación aplico la encuesta como técnica de investigación y así lograr informarse con diferentes temas relacionados de los incentivos laborales y la relación con la productividad, que permitirá conocer que piensan los colaboradores estas variables; los datos serán relevantes para identificar que incentivos son más influyentes en los colaboradores. Esto dará a conocer la relación entre las dos variables a estudiar utilizando el método científico.

1.7 Antecedentes Nacionales e Internacionales

1.7.1 Antecedentes Nacionales

Hinostroza & Yupanqui (2017), en su tesis "La Política De Incentivos Y Su Impacto En El Nivel De Satisfacción De Los Colaboradores, Caso: Cooperativa Agraria Cafetalera Perene – Chanchamayo-Año 2014", donde el objetivo general fue "Determinar el impacto de la política de incentivos en el nivel de satisfacción de los colaboradores de la Cooperativa Agraria Cafetalera Perené – Chanchamayo en el año 2014",en la cual abarco el tipo de investigación fue aplicada , el nivel de investigación fue descriptivo-explicativo y el diseño no experimental, contando con una población de 19 colaboradores. Esta investigación dio como resultado un coeficiente r de 0.351, donde nos dice que existe una aceptación de la primera variable y por consecuencia tiene un impacto positivo en la segunda variable de la presente tesis y además dio a concluir que "el nivel de satisfacción en que se encuentran los colaboradores de la empresa, considerando el diseño del trabajo, la realización personal, las oportunidades de desarrollo que genera, recompensas extrínsecas y oportunidades de promoción se encontró que es medio-alto".

Caycho (2017), en su tesis "Implementación de un Sistema de Incentivos para la mejora de la productividad en una empresa de confección textil", donde planteo como objetivo

general, “Evaluar como un Sistema de Incentivos a los trabajadores permite mejorar la productividad en la Empresa de Confecciones”, en la cual abarco la metodología con enfoque cualitativo y el nivel de la investigación fue explicativa teniendo un diseño experimental , obteniendo como resultado el coeficiente r 0.577, y esto nos dice informa que se detecta una significativa diferencia de la productividad luego de la implementación del sistema, también se afirma la hipótesis planteada donde se busca establecer la diferencia significativa en la medidas de eficiencia antes y luego de la implementación del sistema. Llegando a la conclusión que “La Implementación del Sistema de Incentivos presentó un resultado favorable en cuanto a productividad que es la base de toda empresa, pues aumentando la productividad se obtiene más ingresos económicos”, los cuales son distribuidas tanto por el personal que aplico el esfuerzo para lograrlo y los trabajadores al aplicar la eficiencia.

Avellaneda, Campana, & Tolentino (2018), en su investigación titulada “Plan de Incentivos y venta de intangibles en la empresa global sales solutions line sl – gss, cercadode lima, 2016”, dicha investigación tuvo como objetivo “Establecer como el plan de incentivos influye en la venta de intangibles en la empresa Global Sales Solutions Line SL – GSS, Cercado de Lima 2016”, en la cual la investigación fue de tipo descriptiva empleando instrumentos como la encuestas, donde el resultado dio que en la productividad fue el bono el agente influyente en la realización de las ventas intangibles, esta investigación tiene como conclusión que “los bonos por producción se establece por los logros alcanzados al fijarse metas y objetivos en la producción de la labores sobre la venta de los intangibles y otros”; dichos bonos por producción se pueden dar de forma mensual semestral o anual, y esto genera que los derechos laborales puedan ser tomados en cuenta en los beneficios sociales.

Desposorio (2017), En su investigación titulada “Los incentivos laborales y su influencia en la productividad de la empresa Call Center TELEATENTO DEL PERÚ SAC, plataforma

BBVA continental, de la ciudad de Trujillo-2016", plantea como objetivo general "Determinar de qué manera influye los incentivos laborales en la productividad de la empresa Call Center Teleatento del Perú SAC, plataforma BBVA continental, de la ciudad de Trujillo-2016" en la cual su investigación fue de enfoque cualitativo con un diseño transeccional, para la cual empleo una muestra de 58 asesores, obteniendo como resultado el coeficiente r 0.985 y esto nos dice que influyen los incentivos en la productividad, además se acepta esta hipótesis que muestra que los incentivos influyen en la productividad de la empresa a investigar. Esta investigación tiene como conclusión que "el incentivo laboral que tiene más relación con la productividad y más importante para los asesores, es la maqueta y además para mejorar la productividad laboral es necesario complementarlos con los incentivos no económicos".

1.7.2. Antecedentes Internacionales

López (2013), en su investigación de tesis titulada "Incentivos para mejorar el Desempeño Laboral en los colaboradores de las empresas distribuidoras de pisos cerámicos de la ciudad de quetzaltenango", plantea como objetivo general: "Crear un programa de incentivos adecuado para que sirva como un medio para satisfacer las necesidades personales importantes de los colaboradores, mediante su trabajo en la organización, logrando satisfacer individual como grupalmente y ayudando a la vez a cumplir con los objetivos y las metas organizacionales trazadas por la institución", para la cual analiza una muestra de 46 personas, aplicando la investigación descriptiva y tomando el método aplicativo, usando la técnica de encuestas para poder recabar información, obteniendo como resultado que los trabajadores consideran que "los incentivos son un factor que ayudan a mejorar su desempeño laboral, debido a que el noventa y tres por ciento respondió que si son un factor que ayudan a mejorar el desempeño laboral", llegando a la conclusión donde se determinó que "brindarles

incentivos a los colaboradores elevara el nivel de desempeño laboral y por ende el grado de compromiso de todos los colaboradores de estas empresas", además se dio a conocer que estos incentivos son un factor de motivación indispensable para los colaboradores.

Chinchilla (2014), elaboro su tesis "Beneficios Financieros para la implementación de un modelo de compensación salarial de la mano de obra directa basado en productividad y calidad de servicio, en un call center en Guatemala", en la cual plantea como objetivo principal de la investigación "Proponer un modelo funcional de compensación salarial de la mano de obra directa basado en productividad y calidad de servicio para el Call Center XRX en Guatemala", abarco una metodología con un enfoque cualitativo utilizando el proceso inductivo utilizando la técnica de investigación documental y entrevistas, obteniendo como resultado que se comprobó que "la implementación de un modelo de compensación salarial de la mano de obra directa, basado en productividad y calidad de servicio en el Call Center XRX de Guatemala mejora los resultados de operación, incrementando el nivel de facturación"; reduciendo costos de mano de obra, operación, demoras en el tiempo de entrega y ciertas penalizaciones reflejadas en la calidad, logrando incrementar la productividad por parte del empleado. Y esta investigación concluye que "la implementación del modelo de compensación de MOD es viable para el Call Center XRX, luego de evaluar los beneficios financieros reflejados en los estados de resultados proyectados"; además "no existen restricciones legales aplicables y existe la infraestructura tecnológica y los recursos necesarios para su ejecución de manera transparente y confiable para el empleado y para XRX".

Satey (2014), en su investigación "Incentivos laborales y Clima organizacional (Estudio realizado con el personal de la delegación de recursos humanos del organismo judicial)", el estudio tuvo como objetivo principal, "Establecer un programa de capacitación como

incentivo de formación orientado al crecimiento humano y profesional de los trabajadores", en la cual emplea una metodología de investigación descriptiva, contando una población de 50 trabajadores, empleando el instrumento de cuestionarios con escala de Likert, obteniendo como resultado se afirma la hipótesis H1 que textualmente dice así, "los incentivos influyen en el clima organizacional; se puede asegurar que se acepta dicha hipótesis, ya que se evidencia a través del proceso estadístico obtenido en la presente investigación". Se concluyo que "sí existe influencia entre los incentivos laborales y el clima organizacional debido a que los incentivos provocan motivación y satisfacción en los trabajadores, lo cual tiene relación directa con el ambiente que los rodea".

Palacios (2015), en su investigación "Incentivos Laborales que llevan a los empleados del call center y bpo a permanecer en la Organización.", en la cual tuvo como objetivo principal, "Identificar los incentivos que motivan a los empleados de call center y BPO (Business Process Outsourcing) a permanecer en la empresa". En donde empleando el instrumento del cuestionario partiendo de su población en cual fue de 2409 personas, tuvo como resultado que "los empleados encuestados informaron en su gran mayoría que recibir compensaciones o incentivos son parte importante de su motivación para ser productivos, las actividades en el trabajo les ayudan a reducir los niveles de estrés", además cuando obtienen permisos y horarios que se adecuen al trabajador logran estar motivados en el trabajo

Y así mismo se llegó a la conclusión que lo que motivan a los empleados a continuar en la organización son incentivos laborales como "los reconocimientos públicos, premios por desempeño, actividades recreacionales dentro de la empresa que reduzcan el nivel de estrés, ambiente organizacional amigable, libre emisión de opiniones, bonos de productividad alcanzables, posibilidad de adecuar su horario a sus actividades diarias".

Tomasello (2017), en su tesis “Propuesta de Incentivos, beneficios y recompensas para el área de ventas de empresa inmobiliaria”, donde tuvo como objetivo general “Crear un sistema de incentivos/recompensas que aumente la productividad en el área de ventas de la Inmobiliaria Vida Nueva”, en la cual emplea la metodología cualitativa empleando el instrumento de la entrevista contando con una población de 3 gerencias inmobiliarias , el tesista llego a la conclusión que , “es relevante generar motivación y mejorar periódicamente el plan de remuneraciones basada en desempeño, dado que impacta de manera positiva en los vendedores”. El fin de la propuesta es que a de diferentes políticas que están acorde a los intereses y necesidades del empleado, se busca mejorar el desempeño por medio del incentivo a la fuerza de ventas, y esto produce una mejora en resultados dentro de la organización.

1.8 Marco Teórico

1.8.1 Incentivos laborales

Se entiende por incentivo laboral todo aquello través que impulse y motive al trabajador a poder lograr el objetivo realizado dentro de la organización, existe diferentes tipos de incentivos por el cual se opta el mejor que se adecue a los requerimientos.

Según (Garcia & Patjane, 2014) analiza y comenta que “Los incentivos laborales son entendidos como todo beneficio recibido fuera de la paga o salario percibidos”. (p.34).

De lo anteriormente planteado por el autor se deduce que, los incentivos laborales como premiaciones, bonos, vacaciones reconocimientos etc. Son una herramienta que impulsa y permite poder obtener el mejor rendimiento laboral mediante beneficios específicos.

Incentivos

Los incentivos es todo aquello que se emplea en toda organización o actividad para obtener una eficiencia de los empleados hacia los objetivos establecidos por esta misma.

Según Chiavenato(2001), informa que los incentivos "Son pagos hechos por la organización a sus trabajadores a cambio de las contribuciones, cada incentivo tiene un valor de utilidad que es subjetivo, lo que es útil para uno puede ser inútil para otro". (p.117).

El autor dice que como parte de un incentivo es todo aquello que incluya una recompensa monetaria o personal que permite al trabajador sentirse contribuido con el laborar que realiza.

Por su parte Mortimer & Laffont (2002), lo define como "El incentivo es la promesa de una compensación por realizar cierta acción que desea quien ofrece el incentivo. Siempre han existido incentivos, por lo menos desde que apareció la división de trabajo y el intercambio económico". (p.73)

Según Bohlander, Snell, & Sherman, (2001) indica que "El objetivo de los incentivos es motivar a los trabajadores de una empresa para que su desempeño sea mayor en aquellas actividades realizadas". (p.56).

Esta información reafirma el contexto de los incentivos donde actúa como un agente externo que se enfoca en los esfuerzos de los empleados y que sirve para poder llegar a los objetivos establecidos y que es recompensados de diferentes formas.

Palmero, Guerrero, Gómez, Carpi, & Gorayeb, (2011), afirma que el incentivo es "el término incentivo describe algún objeto meta que motiva al sujeto, Actúa como una guía de nuestra conducta para aproximarnos o evitar el objeto meta y se caracteriza por su subjetividad". (p.80).

Puchol (2003), manifiesta que con los incentivos "Se proponen estimular o inducir a los trabajadores a que observen una conducta determinada, que generalmente va encaminada, directa o indirectamente, a conseguir los tantas veces repetidos objetivos empresariales: más calidad, más cantidad, menos coste y mayor satisfacción". (p.236).

Origen de los incentivos.

Desde sus inicios de toda organización, se han venido empleado diferentes incentivos por lo cual Hrebiniak (2007), asegura que "el movimiento de la administración científica inició el auge de los sistemas de incentivos financieros al proporcionar estándares objetivos de desempeño mediante los cuales pudiera medirse y retribuirse la productividad del empleado". (p. 246). Frederick W. Taylor estaba convencido que si se aplicaba incentivos a los empleados podrían lograr un esfuerzo mayor aplicado a las unidades que producían.

Objetivos de los incentivos.

Existen diferentes objetivos para los incentivos, pero uno de los que más resalta según Hrebiniak (2007), comenta que "el principal objetivo de los incentivos es la motivación de los trabajadores de una organización para mejorar su desempeño

en actividades, que quizá, no lo consideran motivante con sistemas de compensación como el pago por hora, por antigüedad".

Las empresas buscaban la mejora del nivel de desempeño en la aplicación de ciertos planes de incentivos y estos planes contaban con ciertas características como:

- Incentivo a favor de la empresa y el trabajador.
- Planes con fácil compresión y explícitos con facultad de lograr un control de la producción en la organización.
- Buscar la mayor productividad.
- Valorar al personal y buscar talentos dentro del mercado laboral.

Ventajas de los incentivos

Dentro de las ventajas que brinda los incentivos en toda organización Krajewski (2008), informa que "Algunas de las razones por las que los incentivos salariales son un recurso eficaz para motivar a los trabajadores de la mayor parte de empresas y negocios son las siguientes". (p.177).:

- Para obtener una motivación adicional enfocado en objetivos concretos, los incentivos son una base que lograr el esfuerzo de cada empleado.
- Cuenta con facilidades como de llevar un control gestionarlo debido a que la recompensa se refleja en el desempeño de la actividad.
- Logra constituir un método que permita la distribución de ciertos beneficios entre las personas ejecutoras de lograr los objetivos de la organización.

Respecto a la información anteriormente brindad, se concluye que estas ventajas se pueden aplicar de manera eficiente en la organización y así pueda contribuir a la productividad de la empresa y a la satisfacción del trabajador.

Tipos de incentivos

Dentro de los diferentes incentivos que emplea diferentes organizaciones, existen dos incentivos que predomina e influye en la organización a la hora de la elaborar los incentivos.

Incentivos monetarios

Estos tipos de incentivos se emplean mucho en el ambiente laboral, como un impulso de manera física donde el trabajador se ve contribuido con algo muy relacionado al sueldo percibido.

Según (Violán, 2018), dentro de los tipos de incentivos monetarios afirma que "Cuando hablamos de incentivos monetarios, por supuesto nos referimos a aquellos aspectos relacionados con el dinero que el empleado recibe a cambio de su trabajo. Existen diversos tipos de incentivos monetarios".

- **Sueldo:** (Violán, 2018) "es el punto básico de la remuneración. Como todos sabemos, el sueldo es la cantidad de dinero que reciben los empleados por los servicios que presta a la empresa".
- **Bonos:** (Violán, 2018) "son otro tipo de beneficios económicos, representados por primas anuales, pensiones, complementos de sueldos, bonificaciones, planes de préstamos, reembolso de servicios médicos y medicinas".

- **Unidades de Producción:** (Violán, 2018) "se conciben en base al número de unidades producidas y suelen recompensar al trabajador por el volumen del rendimiento".
- **Comisiones:** (Violán, 2018) "en el caso de los comerciales o puestos de venta, el trabajador recibe un porcentaje del precio de venta fijado a cada producto o por cada nuevo cliente".
- **Méritos:** (Violán, 2018) "las empresas conceden aumentos según el mérito del empleado. Es uno de los métodos más utilizados".
- **Equipo:** (Violán, 2018) "Se recompensa el trabajo del grupo y se favorece a todos sus integrantes en función del resultado obtenido".

Dentro de estos incentivos que se basan en gran parte del dinero por ello se dice que "el dinero satisface necesidades; pero, con eso y todo, valerse de él para hacer que la gente trabaje más es una tarea compleja. En primer lugar, porque no se dispone de dinero en cantidades ilimitadas". (Varela, 2013, p. 35)

Ademas Varela (2013), informa que "existe cinco teorías sobre cómo opera el dinero a manera de incentivo. Así, el dinero puede ser":

- "Un reforzador condicionado general, pues a menudo se le asocia con satisfactores de necesidades básicas como el alimento y la bebida" Varela (2013). En conclusión, se considera como medio al dinero para satisfacer las necesidades.
- "Un incentivo condicionado, pues comúnmente se le asocia con otros incentivos básicos. El resultado es que acabamos generalizando la relación y aceptándolo como incentivo". Varela (2013). Esta teoría se

aplica con ciertas dificultades para demostrarlas en casos reales debido a que no se encuentra algún incentivo más básico aparte del dinero.

- "Un reductor de la ansiedad. La mayoría de nosotros sentimos ansiedad cuando escasea el dinero. Conforme crecemos en esta cultura, aprendemos que nos sentimos "mal" cuando no tenemos dinero y "bien" cuando sí lo tenemos". Varela (2013).
- "Un factor de higiene o de mantenimiento. Una teoría generalizada de lo que motiva a la gente a trabajar indica que en el trabajo hay ciertos rasgos, como la autonomía y la responsabilidad del individuo, que son motivadores". Varela (2013).
- Víctor Vroom (1964) "afirma que el significado del dinero como incentivo en cualquier situación específica depende de dos condiciones: Se puede emplear como instrumento para obtener algún resultado deseado si hay alguna posibilidad de que comportándose de cierta forma vendrá una recompensa monetaria". (p.35)

Analizando las herramientas de incentivos financieros o monetarios, hay dos corrientes sobre la mezcla de recompensas fijas (sueldos y prestaciones complementarias) y variables (bonos de incentivo) en las remuneraciones totales de los gerentes. Donde una de ella afirma que si a la persona se le contrata y se le paga bien espera una Retribución de un buen desempeño por su parte y la otra corriente dice que se le contrata al personal y si se desempeña bien se le paga, los incentivos con bonos son más importantes del salario.

Incentivos no monetarios

Este tipo de incentivo es uno de los más influyentes a la hora de motivar al empleador no solo económicamente si no en otros aspectos. Al respecto (Werther, 2008) manifestó que "este tipo de incentivos, son aquellos que la empresa utiliza para reconocer el trabajo y el esfuerzo extra que los trabajadores realizan". No están enfocados en una recompensa monetaria si no va más allá como reconocimiento autorrealización y satisfacción emocional por haber logrado el objetivo.

Los programas empleados son de vital importancia fomentan la retención del personal, logrando una mejor estabilidad y clima laboral.

Chiavenato (2009) informa algunos tipos de incentivos no económicos:

a) **Asistenciales**

"Su propósito de estos incentivos es ofrecer al trabajador y su familia cierto grado de seguridad en casos de presentarse situaciones imprevistas, estos son: Asistencia médica, hospitalaria, asistencia odontológica, seguro de accidentes". (Chiavenato,2009)

b) **Recreativos**

"El objetivo de estos incentivos es ofrecer diversión, medios de descanso, recreación e higiene mental, al empleado, y en algunas situaciones a su familia". (Chiavenato,2009).

c) **Supletorios**

"Buscan brindar al trabajador medios que faciliten al trabajador y este se sienta cómodo, con el fin de mejorar su calidad de vida, estos son:

comedor en el trabajo, transporte, estacionamiento, horarios móviles, cooperativas de consumos". (Chiavenato,2009).

d) Adiestramiento

"Este tipo de incentivos también son considerados como significativos para los trabajadores puesto la misma empresa le ofrece al trabajador medios para que este se prepare con el fin de que este se desempeñe de manera más eficiente". (Chiavenato,2009).

Además, se puede considerar a la seguridad, afiliación, estima y autorrealización, como incentivos no monetarios.

Las cuales Bohlander, Snell, & Sherman (2001), la definen a continuación:

- **Seguridad:** "difiera entre las personas, para unas pueden servir como un incentivo que motiva a continuar laborando en una empresa y alcanzar un nivel de satisfacción en su desempeño en el cual dirige sus energías hacia los objetivos de la empresa". (Bohlander, Snell, & Sherman, 2001).
- **Afiliación:** "la necesidad de pertenecer a un grupo donde las relaciones de los empleados conllevan a una mayor satisfacción y productividad entre ellos". (Bohlander, Snell, & Sherman, 2001).
- **Estima:** "La satisfacción puede cumplirse mediante incentivos que impliquen prestigio y poder". (Bohlander, Snell, & Sherman, 2001).
- **Autorrealización:** "Los incentivos para satisfacer estas necesidades incluyen la oportunidad para adquirir una sensación de competencia

ocupacional y logro". (Bohlander, Snell, & Sherman, 2001, p.16)

Además, en una investigación realizada por Randstad sobre employer branding arrojó que "los dos principales motivadores para los empleados son la seguridad en el empleo y un paquete salarial competitivo" (Randstad, 2017). Y además agrego que "con muchos países en una situación económica ajustada, puede ser difícil para los gerentes de contratación y dueños de pequeñas empresas ofrecer dinero extra cuando sus propios presupuestos ya están luchando para mantenerse a flote". (Randstad, 2017).

Por ello existen diferentes alternativas par aplicarlas dentro de los incentivos no monetarios por lo cual Randstad (2017) informa que:

- "Ofrece horarios de trabajo flexibles, tales como trabajar fuera de casa una vez a la semana, o para que el personal elija su propio horario de trabajo en lugar del típico 9 a 6". (Randstad, 2017).
- "Proporciona amplios planes de formación - tanto en casa como fuera de ella para que el personal complete los cursos acreditados y la formación profesional". (Randstad, 2017).
- "Ofrece un reconocimiento tangible para el personal que sobresalga, ya sea enviando un correo electrónico desde los líderes empresariales con felicitaciones por un trabajo bien hecho, mencionando sus éxitos durante las reuniones de equipo". (Randstad, 2017).
- "Proporciona un día de descanso (fuera de las vacaciones anuales) como una recompensa por la finalización de una tarea exitosa". (Randstad, 2017).

- “Crea un día temático mensual en la oficina para mejorar la energía, por ejemplo, Día internacional de la comida donde cada miembro del personal trae un plato de comida de su país o región de origen”. (Randstad, 2017).
- “Ofrecer recompensas basadas en intereses personales específicos; la membresía a un gimnasio local o entradas para el último espectáculo de teatro”. (Randstad, 2017).
- “Ofrece tiempo fuera de los compromisos normales de trabajo para trabajar en proyectos que a tu personal puedan parecerles relevantes y que no estén necesariamente relacionados con tu negocio principal”. (Randstad, 2017).
- “Crea un evento de premios mensual o trimestral que muestre los esfuerzos del personal que continuamente sobresalen en su campo”. (Randstad, 2017).
- “Proporciona la oportunidad de participar en trabajo voluntario - esto puede ofrecer no sólo un buen descanso de la oficina, pero también el beneficio añadido de la moral aumentada a través de actividades altruistas”. (Randstad, 2017).
- “Ofrece posibilidad de cambio de roles por un día, semana o mes, esto genera un ambiente desafiante, dinámico, de trabajo en equipo y las empresas cuentan con personal que comprenden el negocio desde distintas visiones”. (Randstad, 2017).

Estas alternativas cobran un gran valor a la hora de persuadir e influir al trabajador para que logre sus objetivos y así mantenerlo satisfecho con la labor que realiza.

Plan de incentivos

Existen diferentes tipos de planes, donde de manera tradicional se aplican de acuerdo con el desempeño realizado por los trabajadores.

Dessler & Varela (2011), a continuación, presenta varios planes de incentivos:

- **Planes a destajo:** "El destajo es el plan de incentivos más antiguo, y todavía es el más común. La remuneración se liga directamente con lo que produce el trabajador: se le paga a éste una tarifa por pieza por cada unidad producida". (Dessler & Varela,2011).
- **Planes de incentivos por equipo o grupo:** "Con frecuencia, las compañías buscan pagar a grupos (en vez de a individuos) sobre una base de incentivos, como cuando quieren fomentar el trabajo en equipo". (Dessler & Varela,2011).
- **Incentivos para vendedores:** "La mayoría de las organizaciones pagan una mezcla 70% de salario base/30% de incentivo. Esto minimiza el riesgo de disminuciones desde el punto de vista del vendedor y la compañía, limitando el riesgo de que las recompensas sean demasiado grandes". (Dessler & Varela,2011).
- **Retribuciones intangibles y basadas en reconocimiento:** "Los estudios muestran que el reconocimiento tiene una influencia positiva

sobre el desempeño, ya sea solo o en conjunción con gratificaciones financieras". (Dessler & Varela,2011).

- **Pago por méritos como incentivo:** "El pago por méritos, o incremento por méritos, es cualquier aumento salarial otorgado a un trabajador con base en su desempeño individual". (Dessler & Varela,2011, p.283)

Así mismo Hinostroza & Yupanqui (2017), afirma que los programas e incentivos deben contar con algunas características:

- "Debe ser claro para ser entendido perfectamente ya que siempre existe desconfianza respecto a lo que no se entiende". (Hinostroza & Yupanqui, 2017)
- "Deben ser medibles, para de alguna manera cuantificar esa aportación adicional y/o excepcional del trabajador". (Hinostroza & Yupanqui, 2017)
- "Deben estar muy bien definidos establecidos de manera cuidadosa mediante una serie de análisis técnicos, preparados para su estudio y evaluación, permitiendo su fijación". (Hinostroza & Yupanqui, 2017)
- "Deben ser estables, como un sistema bien estudiado, medido y comprobado para incrementar la productividad, incambiable por algún tiempo, pero que puede ser mejorado". (Hinostroza & Yupanqui, 2017)
- "Debe ser valorado por el trabajador, enfocado a estimular el desarrollo de un mayor esfuerzo, para lograr un mejor rendimiento". (Hinostroza & Yupanqui, 2017, p.27)

Estos planes planteados tomando estas consideraciones permite que los incentivos puedan recalcar más en el trabajador cumpliendo con sus expectativas y logrando que pueda cumplir los objetivos planteados por la organización.

Instrumentos de aumento de productividad en los incentivos

Respecto a esto Huitz (2005), señala que "la productividad es un problema y el personal es una parte decisiva para la solución de dicho problema. Los incentivos son un instrumento importante para lograr que los trabajadores sean más productivos y realicen con alto nivel de calidad". (p.11).

Los incentivos contienen diversas formas de aplicarse, si se logra estructurar, planificar convenientemente y se aplican a los trabajadores, pueden llegar a convertirse en una de las herramientas más valiosas en lo que a motivación se refiere. Una adecuada remuneración es el estimulante más completo, pero con incentivos menos tangibles también se producen dividendos en forma de esfuerzos extras, que pueden crear un ambiente en el que los trabajadores puedan dar todo su potencial hacia el logro de los objetivos fijados por la empresa. Por lo tanto, para obtener un mejor desempeño de los trabajadores se deben implementar programas o sistemas de incentivos de acuerdo con las condiciones y características particulares de cada empresa.

Motivación

La motivación como elemento ejerce un factor principal en los trabajadores para incentivar y enfocarse al logro de los objetivos, además cobra importancia en los incentivos laborales que la emplean como una herramienta para el logro de la productividad.

“La motivación está basada en todas aquellas cosas que impulsan a un individuo a llevar a cabo ciertas acciones y mantener firme su conducta hasta lograr cumplir los objetivos planteados”. (Paredes, Macías, & Quintana, 2017); cabe resaltar para lograr estar motivado esto constituye la existencia de diferentes necesidades.

En ese sentido la motivación laboral puede definirse cuando se identifica un “alto índice de satisfacción interno para una alta motivación en estos tipos de experiencias denominadas estados psicológicos críticos como lo son significatividad del trabajo, responsabilidad y conocimiento sobre los resultados de su trabajo de los resultados de su trabajo”. (Boada, Vallejo, & Tomás, 2004.p.125).

Además, Benavidez (2017) informa que:

> La motivación permite que las personas busquen el cumplimiento de determinados objetivos, y por lo tanto el grado de motivación en una actividad específica tiene efectos directos sobre la forma en que gestione sus acciones para el cumplimiento de estos. En materia laboral, el grado de motivación toma importancia por cuanto incide directamente en la realización de la actividad asignada y consecuentemente en el funcionamiento de la empresa u organización en la cual se encuentra vinculado. (p.2)

Según lo expuesto se afirma que la motivacion es la union que hace posible satisfacer alguna necesidad acabo de una accion, esto se ve reflejado frente a ciertos estimulos percibidos que busca un esfuerzo para asi lograr el objetivo planteado, por ello Paredes, Macías, & Quintana (2017), informa de tal manera que:

> La forma de estímulo puede ser distinta de persona a persona ya que está ligada al estado de ánimo de cada individuo en particular, a la personalidad, a los intereses específicos y, en la mayoría de los casos a los proyectos a futuro, por tanto, es considerada un estado no permanente y debe de ser trabajada de manera constante y variante de modo que no desaparezca o decrezca. (p.10)

Al respecto Porret (2008) también manifiesta la definición de motivación a "lo que impulsa, dirige y mantiene el comportamiento humano dentro de la organización". Lo que se busca un trabajo dentro del ambiente laboral es buscar la eficiencia del trabajador al realizar sus actividades, para que se logre el objetivo por ello se debe buscar procesos de motivación efectivos para que se sientan cómodos en el área que laboran.

> El patrón de comportamiento varía mucho de una persona a otra, pero el proceso por el cual se llega a él es básicamente el mismo. Patrón de comportamiento Modelo Básico. Cuando una persona no consigue alcanzar una meta puede entrar en un estado de frustración, esto produce una necesidad y tensión si no se encuentra la mejor solución adecuada ya que la frustración puede permanecer, provocar una reacción negativa hacia todo aquello que considera culpable. (Porret, 2008, p.8).

Motivación e incentivos

Al respecto (Di stefano & Alderete, 2003) informa:

> Difícilmente crearan organizaciones donde las personas desarrollen su potencial si no somos capaces de entender las claves que influyen en sus

actitudes y comportamientos. Saber diferenciar los factores motivacionales y por tanto los incentivos es uno de los primeros pasos. En primer lugar, están las motivaciones o incentivos intrínsecos (aquellas actividades que realizamos por la mera satisfacción de hacerlas), los extrínsecos (las que realizamos a cambio de recompensas) y las sociales (aquellas que realizamos en la medida en que hacerlo implica un reconocimiento o mejor posicionamiento en nuestro ámbito laboral o social). (p.7)

Teoría de los dos factores de Herzberg

Chiavenato (2009), informa que en tanto "Maslow apoya su teoría de la motivación en las diferentes necesidades humanas (perspectiva introvertida), Herzberg se basa en el ambiente externo (perspectiva extravertida). Para Herzberg, la motivación para trabajar depende de dos factores":

a) Factores higiénicos: "se refieren a las condiciones que rodean a la persona en su trabajo; comprenden las condiciones físicas y ambientales del empleo, salario, beneficios sociales, políticas empresariales, tipo de supervisión, clima de las relaciones entre dirección y empleados, reglamentos internos". (Chiavenato,2009).

Estos factores aplicados en las organizaciones buscan impulsar a los empleados dentro de ellos están: comunicación con su superior, clima laboral, sueldo, estabilidad laboral, políticas de la empresa.

b) Factores motivacionales: "se refieren al contenido del puesto, a las tareas y las obligaciones relacionadas con éste; producen un efecto de

satisfacción duradera y un aumento de la productividad muy superior a los niveles normales". (Chiavenato,2009).

En la motivación interviene actitudes en busca del crecimiento y reconocimiento profesional, autorrealización, que se ve reflejado en la acción de las actividades a realizar. Si mantienen factores óptimos lograran la satisfacción que busca la empresa. Dentro de estos factores se encuentran: aplicación de habilidades, enriquecer el puesto a laboral, planteamiento de objetivos, eficiencia en el puesto.

En esencia, la teoría de los factores afirma que:

1. "La satisfacción en el puesto depende del contenido o de las actividades desafiantes y estimulantes que implica; éstos son los llamados factores motivacionales". (Chiavenato,2009).

2. "La insatisfacción en el puesto es función del ambiente, de la supervisión, de los colegas y del contexto general del puesto; son los llamados factores higiénicos". (Chiavenato,2009).

Técnicas motivacionales

Desde la perspectiva de Ruiz et al, (2013) manifiesta que "Las técnicas motivacionales resaltantes que incentivan a los colaboradores a efectuar una labor efectiva en el curso de su periodo laboral, cuyos rendimientos producidos encaminan a la cristalización de objetivos":

a) Políticas de conciliación: "Engloba medidas o decisiones orientadas a equilibrar la vida laboral, personal como familiar, evidenciándose en horarios flexibles, permisos de maternidad o paternidad superiores a los establecidos por la

normativa, trabajos a tiempo parcial, jornada reducida en contraprestación de menor sueldo". (Ruiz et al,2013).

b) Mejora de las condiciones laborales: "Implica conceder un mayor salario, adquisición de equipos de trabajo modernos, así como, adecuación de las condiciones físicas como decoración del ambiente de trabajo, iluminación, temperatura, entre otros elementos que estimulan a la ejecución de diferentes tareas asignadas". (Ruiz et al,2013).

c) Enriquecimiento del trabajo: "Corresponde a desarrollar modificaciones en el esquema de trabajo, a fin de optimizar la eficiencia de las operaciones, confiriendo autonomía al colaborador por medio de su participación en las decisiones orientadas a la mejora de resultados registrados en determinada área". (Ruiz et al,2013).

d) Adecuación de la persona al puesto de trabajo: "Se transferirá a los colaboradores a puestos que concuerden con sus habilidades, destrezas, competencias o capacidades, con el propósito de incrementar sus rendimientos como satisfacción por la labor ejercida". (Ruiz et al,2013).

e) El reconocimiento del trabajo: "Concierne a elogiar la labor meritoria efectuada por el colaborador, por medio de palabras de agradecimiento, carta de felicitaciones, propuesta de ascenso, premios pecuniarios, regalos, entre otros incentivos que animen al empleado a continuar realizando su trabajo con notable esmero". (Ruiz et al,2013).

f) Formación y desarrollo profesional: "Aduce al otorgamiento de capacitaciones periódicas direccionadas al crecimiento profesional dentro de la compañía, así como, a optimizar las tareas designadas". (Ruiz et al,2013).

g) Dirección participativa por objetivos: “Corresponde a efectuar una negociación de los objetivos a concretar en un determinado plazo, mostrando atribuciones realistas que generen un reto en su realización, asimismo, se evalúen con frecuencia que permita definir su nivel de alcance”. (Ruiz et al,2013).

h) Evaluación del desempeño: “Implica un proceso continuo orientado a evaluar la efectividad del desempeño de los colaboradores, ameritando realizar un comparativo de las exigencias demandadas por el puesto con los rendimientos demostrados, cuyos resultados se evidencien con la cristalización de las metas propuestas”. (Ruiz et al,2013, p.24)

Motivación en el trabajo

Sum Mazariegos, (2015). La motivación en el trabajo es el conjunto de fuerzas internas y externas que hacen que un individuo de lo mejor de él y así también elija un acto de acción y se conduzca de cierta manera por medio de la dirección y el enfoque de la conducta, el nivel de esfuerzo aportado y la persistencia de la conducta. En la mecánica de la motivación de los empleados influye una serie de factores que los directivos deben considerar y comprender.

- “En primer lugar, los papeles y roles en los que participan en su vida personal y profesional del sujeto, debido a que las personas se encuentran insertos en un sistema social y amplio”. (Sum Mazariegos, 2015)
- “En segundo lugar, se debe comprender el concepto de individualidad, en el cual cada individuo cuenta con factores motivacionales propios,

ya que esto ayuda a que los impulsos que permiten desplegar su potencial son diversos". (Sum Mazariegos, 2015)

- "En tercer lugar, figura la personalidad la cual está condicionada a factores genéticos y a la influencia del entorno lo que se refleja en expresiones individuales de carácter". (Sum Mazariegos, 2015)

La unión de los elementos presentados está enfocada en los objetivos personales de cada trabajador en la organización.

1.8.2. Productividad

Carro & Gonzales (2012), en su investigación afirma que "La productividad implica la mejora del proceso productivo. La mejora significa una comparación favorable entre la cantidad de recursos utilizados y la cantidad de bienes y servicios producidos". (p.1).

> La productividad es un indicador que refleja que tan bien se están usando los recursos de una economía en la producción de bienes y servicios; traducida en una relación entre recursos utilizados y productos obtenidos, denotando además la eficiencia con la cual los recursos humanos, capital, conocimientos, energía, etc. Son usados para producir bienes y servicios en el mercado. (Alva & Juarez, 2014.p.32).

También Mejía (2000) hace una afirmación en cuanto al costo producido en relación con la productividad dice lo siguiente: "Mientras más bajo costo se tiene, sin pérdida de calidad, más competitivos será en el mercado. La eficiencia y la productividad mejoran especialmente con el uso de modernas tecnologías que elevan el rendimiento de los procesos productivos o intelectuales". (p.32)

Según Coulter (2000), afirma que productividad es "El volumen total de bienes producidos, dividido entre la cantidad de recursos utilizados para generar esa producción". (p.17)

"Productividad en términos de empleados es sinónimo de rendimiento, en un enfoque sistemático, se dice que algo o alguien es productivo con una cantidad de recursos (Insumos) en un periodo de tiempo dado se obtiene el máximo de productos". (Guitierrez, Huaman, & Araujo, 2014.p.22).

> La productividad laboral se define como la producción promedio por trabajador en un período de tiempo. Puede ser medido en volumen físico o en términos de valor (precio por volumen) de los bienes y servicios producidos. La teoría económica sostiene que las remuneraciones deben reflejar la productividad laboral, de manera que lo producido en promedio por los trabajadores alcance para cubrir los costos salariales. (IPE, 2007).

Además, Prokopenko (1989), explica que "la productividad en realidad está relacionada con cualquier tipo de organización o sistema, incluidos los servicios, y en particular la información". (p.5)

Importancia de la Productividad

Prokopenko (1989), habla sobre "La importancia de la productividad para aumentar el bienestar nacional se reconoce ahora universalmente. No existe ninguna actividad humana que no se beneficie de una mejor productividad".

Hoy en la actualidad, se toma en consideración la productividad como indicador de un crecimiento económico mundial, también se logra visualizar la

competitividad internacional a través de la productividad, esto conlleva a tomar en cuenta los costos de producción frente a producción de esta.

"Una organización puede ser eficiente en sus operaciones y no ser eficaz, o viceversa. También puede no ser eficiente ni eficaz. Lo ideal es una empresa eficiente y eficaz". (Chiavenato I. , 2009).

Indicadores de Productividad

Según Chiavenato (2009), "Toda organización debe considerarse de manera simultánea desde los puntos de vista de la eficacia y de la eficiencia". Eficacia es una medida normativa del logro de resultados, mientras que eficiencia es una medida normativa de la utilización de los recursos en los procesos.

Eficacia: "la eficacia de una organización se refiere a su capacidad de satisfacer una necesidad de la sociedad mediante los productos (bienes o servicios) que proporciona, mientras que la eficiencia es una relación técnica entre entradas y salidas". (Chiavenato I. , 2009).

También Bouza(2000), dice que "eficacia es la fuerza para poder obrar, es decir, disponer de la capacidad ejecutiva necesaria para poder hacer algo, además es un punto de referencia para lograr algo que se ha demostrado que es posible". (p.53).

Eficiencia: "Es una relación entre costos y beneficios; asimismo, se refiere a la mejor forma de realizar las cosas (método), a fi n de que los recursos (personas, máquinas, materias primas) se apliquen de la forma más racional posible". (Chiavenato, 2009). La eficiencia se enfoca en la optimización de recursos disponibles a través de los procedimientos y formas adecuadas.

Por su parte Bouza (2000), afirma que eficiencia "Es la virtud y facultad para lograr un efecto determinado. Es la relación recursos y resultados bajo condiciones reales. También es el poder lograr un efecto, una consecuencia, lo cual también puede interpretarse como alcanzar un propósito". (p.53).

Resultados: "El resultado es el efecto o consecuencia de una acción, proceso o situación. Este concepto es aplicable en distintos contextos" (Westreicher, 2020) , además se entiende como la conclusión o fruto de una acción u operación donde se aplica la efectividad y eficacia es el fruto o conclusión de un acto u operación

Factores del mejoramiento de la productividad

Así mismo Prokopenko (2009), informa que el proceso de producción:

> Es un sistema social complejo, adaptable y progresivo. Las relaciones recíprocas entre trabajo, capital y el medio ambiente social y organizativo son importantes en tanto están equilibradas y coordinadas en un conjunto integrado. El mejoramiento de la productividad depende de la medida en que se pueden identificar y utilizar los factores principales del sistema de producción social. (p.9).

Mukherjee & Singh (2009), informa que existen "dos categorías principales de factores de productividad: Externos (no controlables) e Internos (controlables)".

Factores externos

Mukherjee & Singh (2009) informa que "los factores externos son aquellos que quedan fuera del control de la empresa y se pueden agrupar en: ajustes estructurales, recursos naturales y administración pública e infraestructura".

A diferencia de las empresas que no pueden intervienen en esos aspectos. El comportamiento de la organización que está enfocada en su productividad tiene como seguimiento a lo que intervienen o afectan en ella, como los factores externos.

Bain (2003), informa que existe dentro de estos factores lo siguiente:

- Ajustes estructurales: “Los cambios estructurales de la sociedad influyen a menudo en la productividad nacional y de la empresa independientemente de la dirección adoptada por las compañías, a largo plazo los cambios en la productividad tienden a modificar a esta estructura”. (Bain, 2003).
- Cambios económicos: “El traslado de empleo de la agricultura a la industria manufacturera; el paso del sector manufacturero a las industrias de servicio; el impacto estructural de las actividades de investigación, desarrollo y tecnología, las economías de escala, y la competitividad industrial”. (Bain, 2003).
- Recursos naturales: “Comprenden la mano de obra, capacidad técnica, educación, formación profesional, salud, actitudes, motivaciones, y perfeccionamiento profesional; la tierra y el grado de erosión que tiene, la contaminación del suelo, la disponibilidad de tierras, la energía y su oferta”. (Bain, 2003).
- Administración pública e infraestructura: “Comprende las leyes, reglamentos o prácticas institucionales que se llevan a cabo y que repercuten directamente en la productividad”. (Bain, 2003).
- Cambios demográficos y sociales: “Dentro de este aspecto destacan las tasas de natalidad y las de mortalidad, ya que a largo plazo tienden

a repercutir en el mercado de trabajo, la incorporación de mujeres a la fuerza de trabajo y los ingresos que perciben". (p.28)

Factores internos

Prokopenko (2009), en su investigación afirma que ciertos factores internos se adecuan en mejor forma que otros. Por ello lo divide en factores duros y blandos. "Los factores duros incluyen los productos, la tecnología, el equipo y las materias primas, mientras que los factores blandos incluyen la fuerza de trabajo, los sistemas y procedimientos de organización, los estilos de dirección y los métodos de trabajo".

Factores duros:

- Producto: "La productividad de este factor significa el grado en el que el producto satisface las exigencias del cliente; y se le puede mejorar mediante un perfeccionamiento del diseño y de las especificaciones". (Prokopenko, 2009).
- Planta y equipo: "La productividad de este factor se puede mejorar el prestar atención a la utilización, la antigüedad, la modernización, el costo, la inversión, el equipo producido internamente, el mantenimiento y la expansión de la capacidad, control de la producción, entre otros". (Prokopenko, 2009).
- Tecnología: "La innovación tecnológica constituye una fuente importante de aumento de la productividad, ya que se puede lograr un mayor volumen de bienes y servicios, un perfeccionamiento de la calidad, la introducción de nuevos métodos de comercialización". (Prokopenko, 2009).

- Materiales y energía: “En este rubro, hasta un pequeño esfuerzo por reducir el consumo de materiales y energía puede producir notables resultados. Además, se pone énfasis en las materias primas y los materiales s indirectos”. (Prokopenko, 2009).

Factores blandos:

- Persona.: “Se puede mejorar la productividad de este factor para obtener la cooperación y participación de los trabajadores, a través de una buena motivación, de la constitución de un conjunto de valores favorables al aumento de la productividad”. (Prokopenko, 2009).
- Organización y sistemas: “Para mejorar su productividad se debe volver más flexible, capaz de prever los cambios del mercado y de responder a ellos, estar pendientes de las nuevas capacidades de la mano de obra, de las innovaciones tecnológicas”. (Prokopenko, 2009).
- Métodos de trabajo: “Se debe realizar un análisis sistemático de los métodos actuales, la eliminación del trabajo innecesario y la realización del trabajo necesario con más eficacia, a través de un estudio del trabajo y de la formación profesional”. (Prokopenko, 2009).
- Estilos de dirección: “Es el responsable del uso eficaz de todos los recursos sometidos al control de la empresa, debido a que influye en el diseño organizativo, las políticas de personal, la descripción del puesto de trabajo, la planificación y control operativos”. (Prokopenko, 2009).

Problemas para medir la productividad

Prokopenko (2009) en su investigación afirma, “con cualquier cambio de organización, la introducción de un sistema de medición de la productividad tropieza con resistencias. Entre ellas cabe mencionar las siguientes”:

- Errores y usos indebidos de la medición potenciales: la incertidumbre de los trabajadores es saber que la directiva de la organización no conoce a detalle todo el proceso y depende de su evolución la medición de datos.
- Revelación de un rendimiento insuficiente: uno de los factores que genera un aumento de tiempo innecesario para los trabajadores es el papeleo frente a los informes que solicita los jefes para poder controlar sus avances.
- Reducción del personal: el tomar como indicador la productividad de cada trabajadora conlleva a que los trabajadores puedan sentir temor que se ve reflejado en la rotación del personal.
- Reducción de la autonomía: “Los diversos miembros del personal difieren por su deseo de autonomía. La introducción de controles de gestión más estrictos que resulten de la medición de la productividad puede considerarse como una restricción”. (p.62).

Modelos de ventas en la productividad

Ventas personalizadas: “hoy en día, las empresas no se preocupan solamente en desarrollar estrategias centradas en el producto, sino que también están enfocadas

en lo que realmente necesita su cliente. Ofreciéndoles por ello una estrategia basada en la personalización de ventas". (Suárez,2021).

Ventas Desafiantes: "es una estrategia eficaz, que le da seguridad al cliente en todo momento y permite el incremento en las ventas directas". (Polo, 2021), esta tecnica se basa en presentar un producto o servicio como solucion innovadora, por lo que se demuestra la necesidad que el posible cliente no tenia idea.

1.8.3. La empresa: "Atento Perú SAC"

A) Reseña Histórica

La empresa "Atento Perú SAC" tuvo su origen en Perú 1999, siendo hoy la empresa más importante dentro de la industria del país, cuenta con 3 centrales de relacionamiento y más de 14501 empleados.

Atento en América latina es una de la compañía líder en en BPO (Business process Outsourcing) y CEM (Customer Experience Management), además de ser reconocida una de las mejores dentro de las 25 multinacional en su sector, según Great Place to Work.

Además, brinda sus servicios a diferentes compañías en los sectores que se relaciona.

Misión:

"Contribuir al éxito de las empresas garantizando la mejor experiencia para sus clientes."

Visión:

"Convertirnos en el proveedor líder de soluciones de experiencia de clientes en nuestros mercados."

B) Razón Social y Ubicación

Razón Social: "TELEATENTO DEL PERU S.A.C"

Razón comercial: Atento Perú SAC

RUC: “20414989277”

La empresa “TELEATENTO DEL PERU S.A.C” cuenta con su domicilio fiscal en “av. Molina Nro. 190 Asc. Santa Anita Baja, Ate – Lima”.

Figura 1 Logo de la empresa “Atento Perú SAC”

Fuente: Página web de la empresa (https://atento.com.pe)

Figura 2. Ubicación de la empresa “Atento Perú SAC”

Fuente: Web (https://trabajoatento.com/)

1.9 Definición de términos Básicos.

1. **Incentivos: “**es un estímulo que establece u otorga el empleador, con la finalidad de que sus trabajadores ya sea individualmente o como miembros de un equipo,

eleven sus niveles de producción en la empresa o mejoren los estándares de desempeño laboral". (Krajewski, 2008).

2. **Incentivos laborales**: "es la recompensa total, que abarca los aspectos económicos y no económicos, condicionada a la medición del resultado de un trabajo o a la observancia de ciertas normas de conducta. (Rodriguez, 2017).

3. **Incentivo monetario:** Todo empleado que está laborando bajo un sistema de incentivos financieros o monetario advierten que su desempeño determina el ingreso que obtiene, uno de los objetivos de este tipo de incentivos consiste en que se premie el mejor desempeño de manera regular y periódica", además mencionan que "La organización se beneficia porque estas compensaciones se otorgan en relación directa con la productividad y no a través del método indirecto del número de horas que se haya trabajado". (Werther, 2008)

4. **Incentivo no monetario: "**Son remuneraciones que no implican un pago en moneda y representan un reconocimiento o premio que el trabajador le signa muchas veces más valor que al propio dinero". (Werther, 2008), por eso, las empresas deben velar por conseguir un buen equilibrio entre la remuneración económica y la no económica, teniendo muy en cuenta que la económica es sólo un elemento más y no siempre el definitivo.

5. **Motivación. –** "La motivación es el concepto que usamos al describir las fuerzas que actúan sobre un organismo o en su interior para que inicie y dirija la conducta". (Aguilar, Villegas, & Ortiz, 2016) **.**

6. **Comisión. – "**Es cuando al trabajador se le otorga un pago por haber realizado un trabajo, especialmente un porcentaje de la cantidad total de la transacción del negocio". (William et al, 1998)

7. **Call Center:** Es una oficina centralizada que se utiliza para recibir y transmitir un gran volumen de llamadas telefónicas, tanto de soporte de productos entrantes o consultas de información de los consumidores como de llamadas salientes para telemarketing, clientela, servicios de productos y cobro de deudas. (Bergevin, 2010)

8. **Productividad:** "Es un indicador que refleja que tan bien se están usando los recursos de una economía en la producción de bienes y servicios; traducida en una relación entre recursos utilizados y productos obtenidos"**.** (Alva & Juarez, 2014)

9. **Eficacia:** "Resultado logrado en comparación con el resultado posible". (Prokopenko, 1989)**.**

10. **Eficiencia:** "Grado de eficacia con que se utilizan los recursos para crear un producto útil". (Prokopenko, 1989).

II. METODO

2.1 Tipo y diseño de la investigación

2.1.1. Enfoque

La presente investigación se efectuó con un enfoque cuantitativo, que según **Hernández**, **Fernández y Baptista (2014),** se aplican elementos cuantitativos cuando "se analizan las mediciones obtenidas utilizando métodos estadísticos y se extrae una serie de conclusiones respecto a las hipótesis". (p. 4-17). Se emplea este enfoque a base de un problema basado en la realidad de una empresa, y se tiene como soporte a los cuestionarios relacionados en los incentivos laborales y la productividad donde se obtuvo resultados para la evaluación y contrastación de la hipótesis.

La investigación es de tipo aplicada, que según **Vara (2010)** es basa que "su interés es práctico, pues sus resultados son utilizados en la solución de problemas reales". (p. 187).

La presente investigación busca brindar información para poder dar una sugerencia para mejorar la situación de una empresa para así ver "la relación de los incentivos laborales con la productividad en la empresa atento Perú S.A.C sede callao 2020".

La investigación aplicó un nivel **descriptivo,** que según **Vara (2012)** "Evalúa la relación entre dos o más variables. Intenta explicar cómo se comporta una variable en función de otras. Usa instrumentos estandarizados como la observación estructurada, etc. Realiza análisis cuantitativo usando estadística y finanzas". (P. 203)

El **diseño** de la investigación es "no experimental y de corte transversal" tomando estas consideraciones:

a. "Diseño no experimental", que según **Hernández, Fernández y Baptista (2014**) "son estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos". (p. 152).

b. "Diseño Transversal", según **Hernández, Fernández y Baptista (2014)** "recolectan datos en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado". (p. 152).

2.2. Población y Muestra

2.2.1. Población

La presente investigación obtiene una población a los asesores de la sede callao de la empresa Atento Perú S.A.C que son 57 que brindaron su información que es factor importante para la investigación.

"La población es el conjunto de la totalidad de las medidas de la (s) variable (s) en estudio, en cada una de las unidades del universo" (Supo, 2018, p.4).

Tabla 2. Población de la Investigación

Colaboradores	Hombres	Mujeres	General	Porcentaje
Asesor	19	38	57	100%
Total	19	38	57	100%

Fuente: Elaboración propia, 2021

De la población total se analizará a los involucrados en los incentivos laborales y la productividad, por lo tanto, participarán como unidad de análisis el personal de ventas de portabilidad que son 57 colaboradores que pueden aportar datos a la investigación.

2.2.2. Muestra

La presente investigación tuvo como muestra donde "se ha utilizado el método probabilístico, aplicando la formula generalmente aceptada para poblaciones menores de 100,000". (Del Cid, Mendez y Sandoval, 2011, p. 174)

.

$$n = \frac{N \times Z_a{}^2 \times p \times q}{d^2 \times (N-1) + Z_a{}^2 \times p \times q}$$

"Donde:

- ✓ **n:** Tamaño de la muestra que se va a considerar en la investigación
- ✓ **p y q:** Representan la probabilidad de la población de estar o no incluida en la muestra de acuerdo con la doctrina, cuando se conoce la probabilidad por estudios estadísticos, se asume que p y q tienen el valor de 0.50 cada uno.
- ✓ **Z:** Representa las unidades de desviación estándar que en la curva normal definen una probabilidad de error =0.05, lo que equivale a un intervalo de confianza del 95% en la estimación de la muestra, por lo tanto, se asume Z=1.96
- ✓ **N:** El total de la población, considerando a todos los que participan directamente en la investigación.
- ✓ **d:** Representa el error estándar de la estimación, en este caso se ha tomado 5%."

"Entonces:

$$n = \frac{57x1.96^2\ X0.5X0.5}{0.05^2(57-1) + 1.96^2\ X0.5X0.5}$$

n=50

Tabla 3. Distribución de la Muestra de la Investigación

Tipo de colaboradores	Varones	Mujeres	Total	Porcentaje
Asesor	12	38	50	100%
Total	12	38	50	100%

Fuente: Elaboración propia, 2021

La investigación se llevó a cabo en la "Atento Perú S.A.C, sede callao 2020". Los participantes para el presente trabajo de investigación son los 50 colaboradores que conforman la muestra del estudio. Además, se detalla la siguiente información:

A) Criterios de inclusión

Se tomo en cuenta a los colaboradores que brindaron información y datos de vital importancia para el desarrollo de la investigación.

B) Criterios de exclusión

No se tomó en consideración a los supervisores o gerencia debido a que la investigación estaba enfocada en los asesores y su comportamiento.

2.3. Técnicas para la recolección de datos

"El método utilizado para la realización de esta investigación fue la **encuesta**, la cual consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir". (Sampieri et. al., 2003).

En el transcurso de la investigación fue aplicada las encuestas a los colaboradores de la empresa, para así obtener información relevante en relación con las variables Incentivos laborales, Productividad. Las encuestas los autores basaron su respuesta en la percepción y experiencia respecto a los ítems de cada variable.

2.4. Validez y confiabilidad de instrumentos

2.4.1 Validez

"Un instrumento de medición es válido cuando mide aquello para lo cual está destinado" (Bernal, 2010, p.247). De acuerdo con ello, es preciso mencionar que, la "validez de los instrumentos de recolección de datos se llevó a cabo por medio del juicio de expertos, los cuales otorgaron su opinión según su criterio y a través de su firma".

2.4.2 Confiabilidad

"La confiabilidad de un cuestionario se refiere a la consistencia de las puntuaciones obtenidas por las mismas personas, cuando se las examina en distintas ocasiones con los mismos cuestionarios" (Bernal, 2010, p.247).

Tabla 4.Análisis de Confiabilidad del Instrumento

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,958	24

	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P1. ¿Está satisfecho con los incentivos económicos de la empresa?	,958
P2. ¿El esquema de comisiones le permite a usted poder llegar al objetivo?	,957

P3. ¿La empresa brinda incentivos adecuados que permitan lograr el objetivo de ventas?	,956
P4. ¿Respecto a la maqueta de ventas actual, conoce todos los pasos y formas de poder lograr el objetivo de ventas planteado?	,956
P5. ¿La empresa tiene consideración o tolerancia a los trabajadores que estudian o se capacitan constantemente?	,956
P6. ¿La empresa le brinda soporte técnico efectivo ante cualquier incidente en el sistema informático que maneja el asesor de ventas?	,956
P7. ¿La empresa le brinda capacitaciones constantes referentes a su labor, que le permita mejorar en sus actividades diarias?	,955
P8. ¿La empresa brinda oportunidades de mejora formativa para el trabajador que no logra al objetivo de ventas planteado?	,955
P9. ¿El reconocimiento social por haber logrado el objetivo de venta del mes es significativo emocional y socialmente?	,957
P10. ¿Se siente estable en el puesto que trabaja?	,958
P11. ¿Existe una retroalimentación efectiva por parte de los supervisores de la empresa?	,956
P12. ¿Se encuentra lo suficientemente motivado para realizar las labores diarias?	,955
P13. ¿La empresa brinda todas las herramientas hardware necesarias para mejorar la productividad?	,955
P14. ¿La empresa brinda todas las herramientas software necesarios para mejorar la productividad?	,956
P15. ¿Los planes de portabilidad de la empresa satisface los recursos para lograr los objetivos de ventas?	,957
P16. ¿los métodos de ventas personalizadas aplicadas por la empresa son eficientes para lograr los objetivos?	,955
P17: ¿El método de ventas desafiantes aplicado por la empresa genera resultados positivos?	,955
P18. ¿El método de ventas de soluciones se aplica satisfactoriamente como alternativas de ventas?	,955

P19. ¿Los objetivos de ventas planteados por la gerencia son factibles para su cumplimiento?	,955
P20. ¿La comunicación de los objetivos se realiza coherentemente por parte de los gerentes al personal de ventas?	,954
P21. ¿Usted como asesor de ventas siente que es realmente productivo con su trabajo?	,957
P22. ¿Los servicios de apoyo a la empresa como el back office contribuyen a la productividad?	,956
P23. ¿Cumple satisfactoriamente con el objetivo mensual de ventas planteado por la empresa?	,958
P24. Respecto a la gestión que realizas ¿abordas todas tus llamadas con empatía y proactividad?	,959

Fuente: encuesta realizada, análisis en SPSS,2020

Se obtuvo como resultado de acuerdo con el alfa de Cronbach un 0.958 para el cuestionario, esto demuestra que se podrá explicar las variables debido a que muestran una alta confiabilidad.

2.5. Procesamiento y análisis de datos

Los datos son brindados por los asesores a través de la encuesta enfocada en el área de portabilidad, y esto permite que cada asesore brinde su punto de vista de acuerdo con los ítems que se le plantean. Luego se procederá a utilizar la herramienta de software SPSS. Y en dicho análisis se relaciona los incentivos laborales y su relación con la productividad. Para analizar la influencia de ambas variables procederé a utilizar la prueba estadística un 0.522* (p=0.000) como significativo, correspondiente a un nivel de confiabilidad del 95%.

2.6 Aspectos éticos

La presente investigación se desarrolló en base a los principios de éticos siguientes:

- Consentimiento informado, lo cual quiere decir que en todo momento las personas involucradas tuvieron conocimiento del objetivo de la presente, además de que el tratamiento de la información proporcionada fue para fines netamente académicos.
- Respeto por la propiedad intelectual, por lo cual se referenció y citó a cada una de las fuentes a las que se recurrió.
- Respeto por los derechos fundamentales. En todo momento se buscó respetar los derechos de las personas involucradas.

III. RESULTADOS

3.1. Resultados descriptivos

3.1.1. Resultados descriptivos de la variable Incentivos Laborales

Para presentar los resultados de la variable Incentivos laborales, se planteó el instrumento de la encuesta para la recepción de toda la información de las variables basado en 24 preguntas, aplicando la conceptualización de variables se pudo lograr estableces los ítems, basando también en los indicadores que representa cada variable , todas las preguntas se aplicó las de tipo cerradas donde se busca que “la escala de 1 a 5 la percepción sobre los diferentes ítems de la variable, teniendo como la escala de valoración con las siguientes alternativas”:

Tabla 5. Resultados sobre P1 ¿Está satisfecho con los incentivos económicos de la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	2,0	2,0	2,0
	Casi nunca	2	4,0	4,0	6,0
	Algunas veces	25	50,0	50,0	56,0
	Casi siempre	15	30,0	30,0	86,0
	Siempre	7	14,0	14,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos de la encuesta en Atento SAC, 2020.

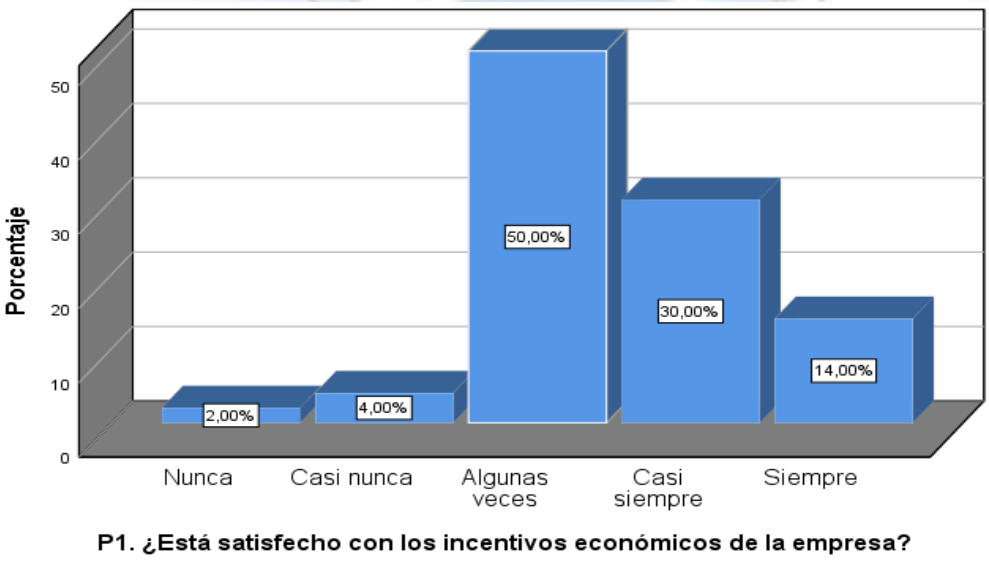


Figura 3 . Resultados sobre P1 ¿Está satisfecho con los incentivos económicos de la empresa?

Fuente: Base de datos de la encuesta en Atento SAC, 2020.

Interpretación: Los resultados indican que sobre la pregunta si ¿Está satisfecho con los incentivos económicos de la empresa?, el 2% indico que nunca están satisfechos, el 4% casi nunca están satisfechos, el 50% indican que algunas veces están satisfechos, mientras que el 30% expresa que casi siempre está satisfecho y el 14% indica siempre está satisfecho con los incentivos económicos de la empresa. Este resultado indica que el 44% tiene niveles favorables satisfechos en referencia en los incentivos económicos pudiendo mejorar este resultado con algunas decisiones sobre la mejora porcentual.

Tabla 6.Resultados sobre P2 ¿El esquema de comisiones le permite a usted poder llegar al objetivo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	6	12,0	12,0	12,0
	Casi nunca	6	12,0	12,0	24,0
	Algunas veces	27	54,0	54,0	78,0
	Casi siempre	10	20,0	20,0	98,0
	Siempre	1	2,0	2,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos de la encuesta en Atento SAC, 2020.

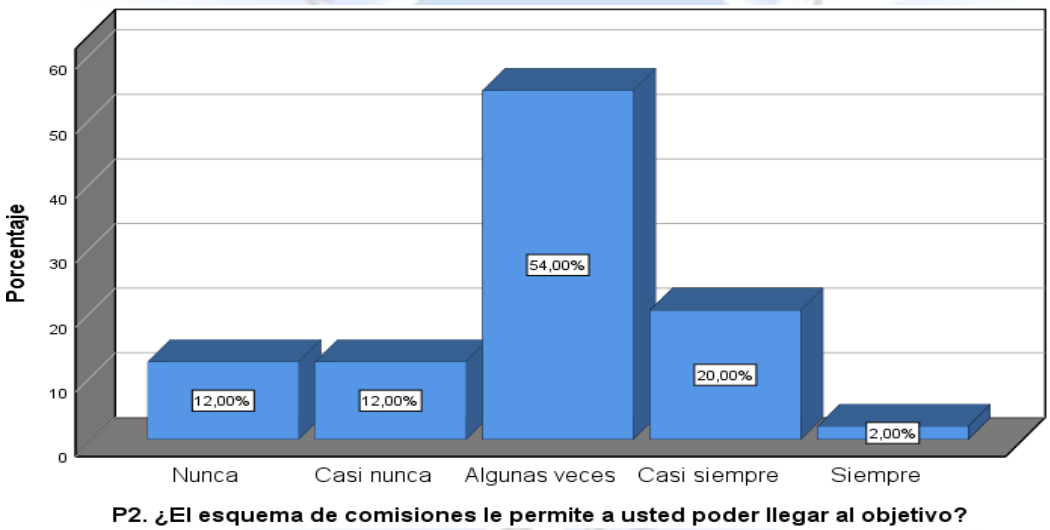


Figura 4. Resultados sobre P2 ¿El esquema de comisiones le permite a usted poder llegar al objetivo?

Fuente: Base de datos de la encuesta en Atento SAC, 2020.

Interpretación: Los resultados indican que sobre la pregunta si ¿El esquema de comisiones le permite a usted poder llegar al objetivo?, el 12 % indico que nunca le permite llegar al objetivo, el 12% indico que casi nunca le permite llegar al objetivo, el 54 % indico que algunas veces le permite llegar al objetivo, el 20% indico que casi siempre y el 2 % indico que siempre le permite llegar al objetivo. Estos resultados nos dicen que el 22% tiende a llegar a los objetivos de la empresa y esto es de suma importancia para la empresa.

Tabla 7. Resultados sobre P3 ¿La empresa brinda incentivos adecuados que permitan lograr el objetivo de ventas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	4,0	4,0	4,0
	Casi nunca	5	10,0	10,0	14,0
	Algunas veces	23	46,0	46,0	60,0
	Casi siempre	17	34,0	34,0	94,0
	Siempre	3	6,0	6,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos de la encuesta en Atento SAC, 2020.

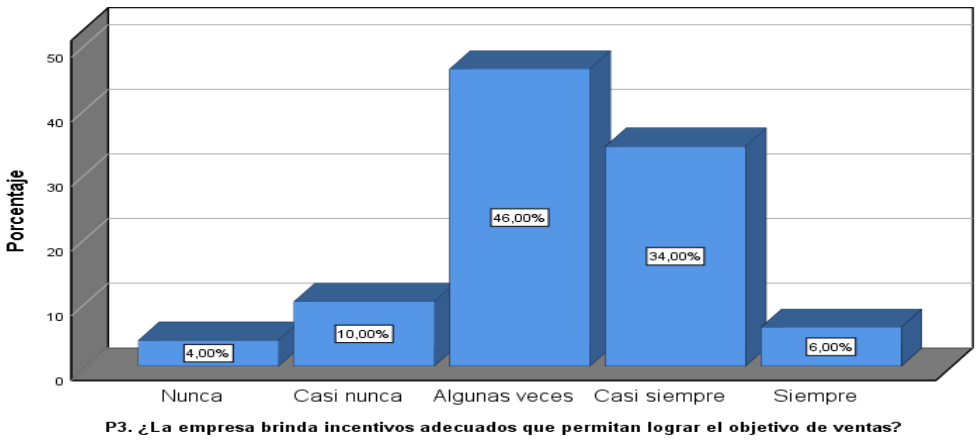


Figura 5 . Resultados sobre P3 ¿La empresa brinda incentivos adecuados que permitan lograr el objetivo de ventas?

Fuente: Base de datos de la encuesta en Atento SAC, 2020.

Interpretación: Los resultados indican que sobre la pregunta si ¿La empresa brinda incentivos adecuados que permitan lograr el objetivo de ventas?, el 4% indico que nunca, el 10% que casi nunca, el 46% indico que algunas veces si brinda incentivos adecuados, el 34% casi siempre y el 6% siempre la empresa si brinda incentivos adecuado. Estos resultados nos dicen que el 40% tiene niveles favorables de satisfacción en referencia a los incentivos adecuados que brinda la empresa y se debe tomar en cuenta a la hora de plantear estos incentivos.

Tabla 8. Resultados sobre P4 ¿Respecto a la maqueta de ventas actual, conoce todos los pasos y formas de lograr el objetivo de ventas planteado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	4,0	4,0	4,0
	Casi nunca	1	2,0	2,0	6,0
	Algunas veces	9	18,0	18,0	24,0
	Casi siempre	17	34,0	34,0	58,0
	Siempre	21	42,0	42,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos de la encuesta en Atento SAC, 2020.

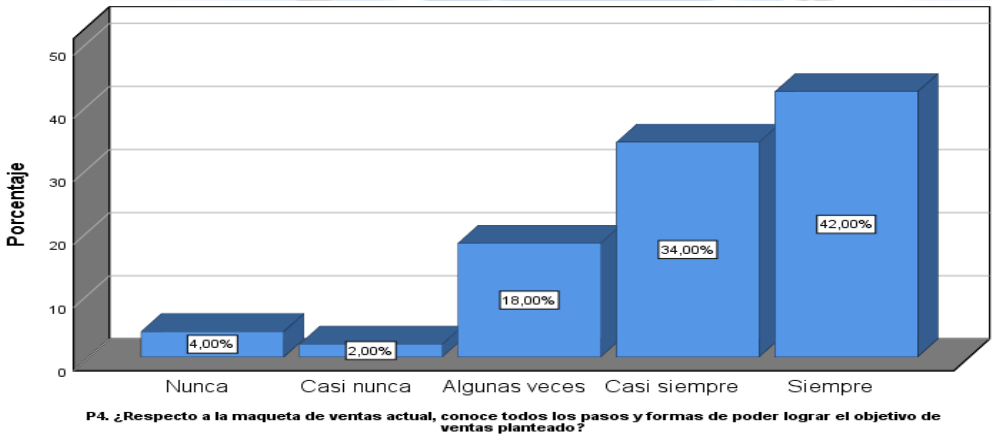


Figura 6.Resultados sobre P4 ¿Respecto a la maqueta de ventas actual, conoce todos los pasos y formas de lograr el objetivo de ventas planteado?

Fuente: Base de datos de la encuesta en Atento SAC, 2020.

Interpretación: Los resultados indican que sobre la pregunta si ¿Respecto a la maqueta de ventas actual, conoce todos los pasos y formas de lograr el objetivo de ventas planteado?, el 4% indico que nunca, el 2% casi nunca, el 18% indico que algunas veces si conoce los pasos y forma de lograr el objetivo, el 34% casi siempre y el 42% siempre conoce todos los pasos y formas para lograr la meta de ventas planteado. Estos resultados nos indican que el 76% si sabe cómo poder llegar y cumplir los objetivos planteados y esto permite que la empresa pueda evaluar la información brindad por estos resultados.

Tabla 9. Resultados sobre P5 ¿La empresa tiene consideración o tolerancia a los trabajadores que estudian o se capacitan constantemente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	4,0	4,0	4,0
	Casi nunca	3	6,0	6,0	10,0
	Algunas veces	7	14,0	14,0	24,0
	Casi siempre	18	36,0	36,0	60,0
	Siempre	20	40,0	40,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos de la encuesta en Atento SAC, 2020

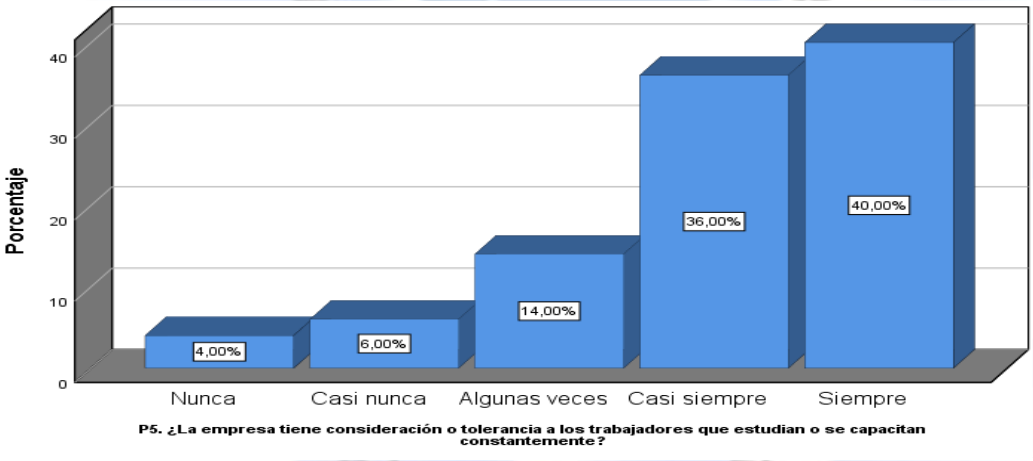


Figura 7. Resultados sobre P5 ¿La empresa tiene consideración o tolerancia a los trabajadores que estudian o se capacitan constantemente?

Fuente: Base de datos de la encuesta en Atento SAC, 2020.

Interpretación: Los resultados indican que sobre la pregunta si ¿La empresa tiene consideración o tolerancia a los trabajadores que estudian o se capacitan constantemente?, el 4% indico que nunca, el 6% indico que casi nunca, el 14% indico que algunas veces, el 36% indico que casi siempre y el 40% indico que siempre tiene consideración o tolerancia a los trabajadores que estudian o se capacitan constantemente. Estos resultados nos dicen que el 76% tiene niveles favorables satisfechos en referencia a que si se tiene consideración o tolerancia y esto sirve para que la empresa pueda obtener una observación de lo que realiza.

Tabla 10. Resultados sobre P6 ¿La empresa le brinda soporte técnico efectivo ante cualquier incidente en el sistema informático que maneja el asesor de ventas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	4,0	4,0	4,0
	Casi nunca	1	2,0	2,0	6,0
	Algunas veces	8	16,0	16,0	22,0
	Casi siempre	19	38,0	38,0	60,0
	Siempre	20	40,0	40,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos de la encuesta en Atento SAC, 2020

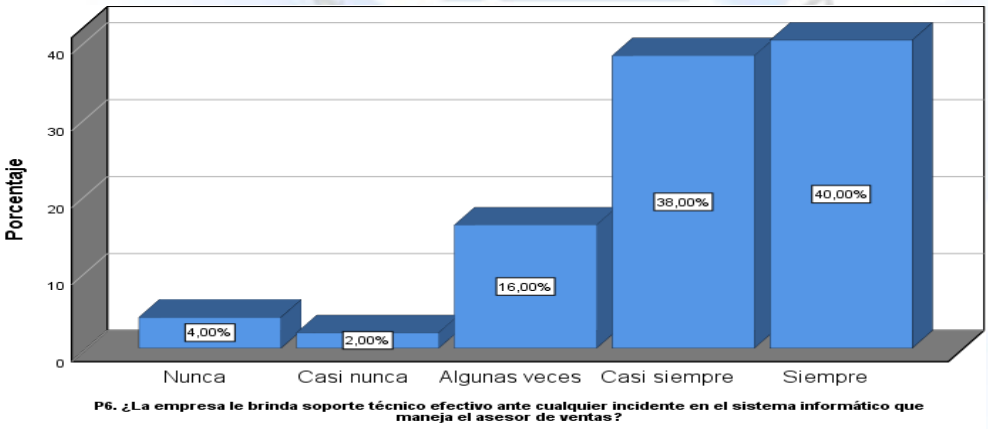


Figura 8. Resultados sobre P6 ¿La empresa le brinda soporte técnico efectivo ante cualquier incidente en el sistema informático que maneja el asesor de ventas?

Fuente: Base de datos de la encuesta en Atento SAC, 2020

Interpretación: Los resultados indican que sobre la pregunta si ¿La empresa le brinda soporte técnico efectivo ante cualquier incidente en el sistema informático que maneja el asesor de ventas?, el 4% indico que nunca, el 2% indico que casi nunca, el 16% indico que algunas veces, el 38% indico que casi siempre y el 40% indico que siempre la empresa brinda soporte técnico efectivo ante cualquier incidente en el sistema informativo. Estos resultados nos dicen que el 78% tiene niveles favorables para la empresa a la hora de brindar el apoyo al asesor de ventas.

Tabla 11. Resultados sobre P7 ¿La empresa le brinda capacitaciones constantes referentes a su labor, que le permita mejorar en sus actividades diarias?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	2,0	2,0	2,0
	Casi nunca	3	6,0	6,0	8,0
	Algunas veces	15	30,0	30,0	38,0
	Casi siempre	15	30,0	30,0	68,0
	Siempre	16	32,0	32,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos de la encuesta en Atento SAC, 2020

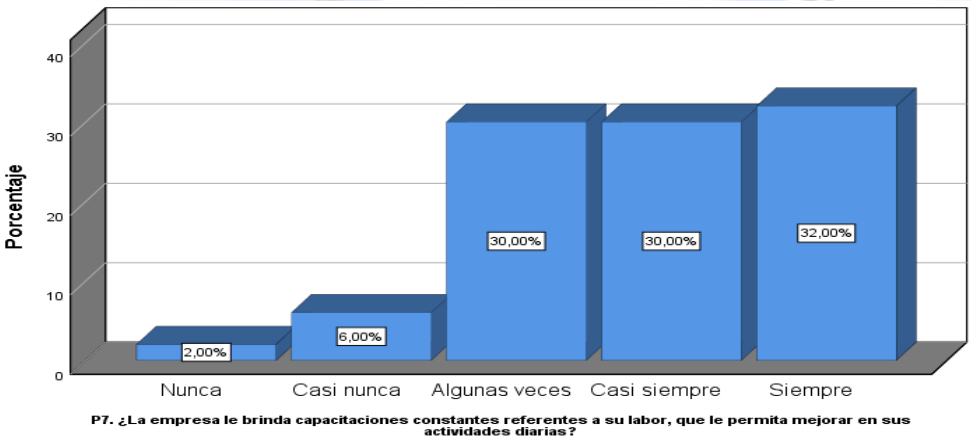


Figura 9. Resultados sobre P7 ¿La empresa le brinda capacitaciones constantes referentes a su labor, que le permita mejorar en sus actividades diarias?

Fuente: Base de datos de la encuesta en Atento SAC, 2020

Interpretación: Los resultados indican que sobre la pregunta si ¿La empresa le brinda capacitaciones constantes referentes a su labor, que le permita mejorar en sus actividades diarias?, el 2% indico que nunca, el 6% indico que casi nunca, el 30% indico que algunas veces, el 30% indico que casi siempre y el 32% indico que siempre la empresa brinda capacitaciones constantes referentes a su labora que le permita mejorar en sus actividades diarias. Estos resultados nos dicen que el 62% tiene niveles favorables para la empresa indicando que los asesores están en constante capacitaciones.

Tabla 12. Resultados sobre P8 ¿La empresa brinda oportunidades de mejora formativa para el trabajador que no logra al objetivo de ventas planteado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	4,0	4,0	4,0
	Casi nunca	6	12,0	12,0	16,0
	Algunas veces	15	30,0	30,0	46,0
	Casi siempre	18	36,0	36,0	82,0
	Siempre	9	18,0	18,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos de la encuesta en Atento SAC, 2020

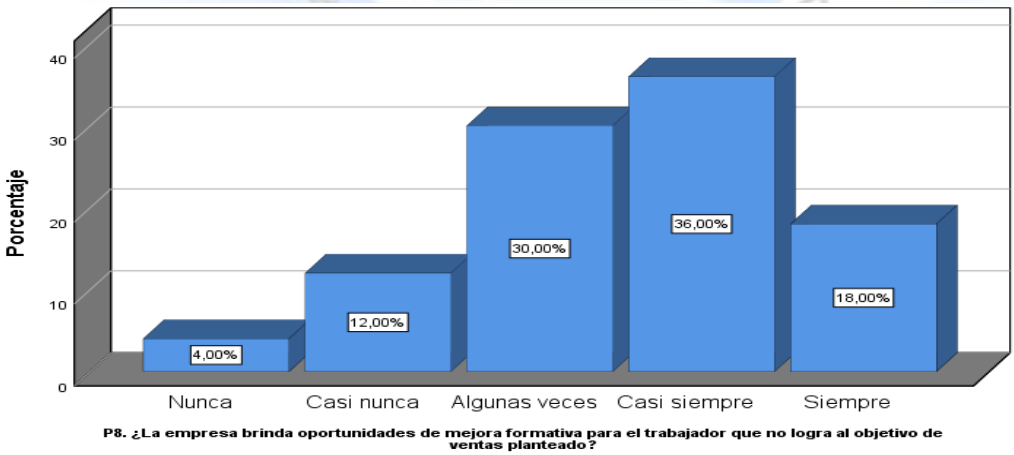


Figura 10. Resultados sobre P8 ¿La empresa brinda oportunidades de mejora formativa para el trabajador que no logra al objetivo de ventas planteado?

Fuente: Base de datos de la encuesta en Atento SAC, 2020

Interpretación: Los resultados indican que sobre la pregunta si ¿La empresa brinda oportunidades de mejora formativa para el trabajador que no logra al objetivo de ventas planteado?, el 4% indico que nunca, el 12% indico que casi nunca, el 30% indico que algunas veces, el 36% indico que casi siempre y el 18% indico que siempre la empresa brinda oportunidades de mejora formativa para el trabajador que no logra el objetivo de ventas planteado. Estos resultados nos dicen que el 54% tiene resultados favorables en referencia a las oportunidades de mejora formativa, este punto es muy importante para la toma de decisiones de la empresa.

Tabla 13. Resultados sobre P9 ¿El reconocimiento social por haber logrado el objetivo de venta del mes es significativo emocional y socialmente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	3	6,0	6,0	6,0
	Algunas veces	15	30,0	30,0	36,0
	Casi siempre	23	46,0	46,0	82,0
	Siempre	9	18,0	18,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos de la encuesta en Atento SAC, 2020

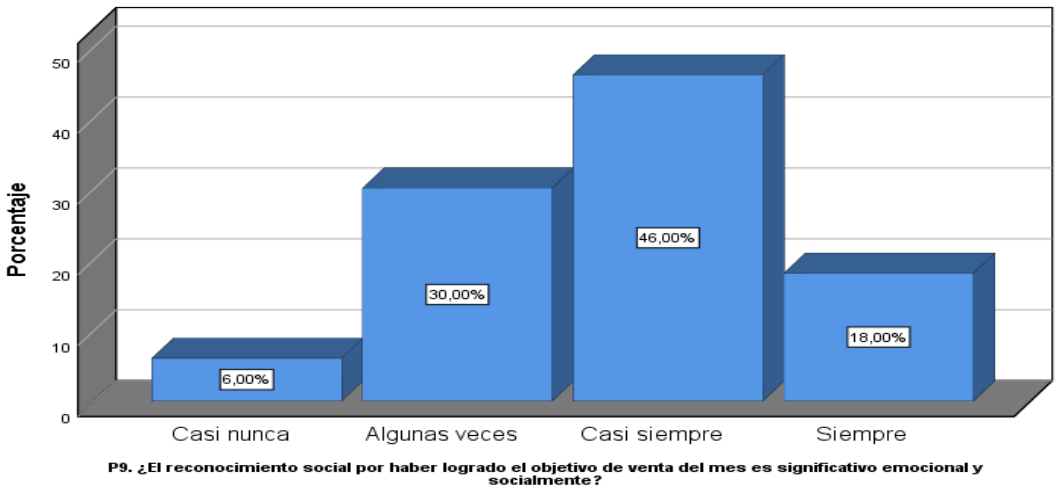


Figura 11. Resultados sobre P9 ¿El reconocimiento social por haber logrado el objetivo de venta del mes es significativo emocional y socialmente?

Fuente: Base de datos de la encuesta en Atento SAC, 2020

Interpretación: Los resultados indican que sobre la pregunta si ¿El reconocimiento social por haber logrado el objetivo de venta del mes es significativo emocional y socialmente?, el 6% indico que casi nunca, el 30% indico que algunas veces, el 46% indico que casi siempre y el 18% indico que siempre el reconocimiento social por haber logrado el objetivo de venta del mes es significativo emocional y socialmente. Estos resultados indican que el 64% tiene niveles no favorables en referente al reconocimiento social por haber logrado el objetivo de venta del mes indicando que es significativo emocional y socialmente eso es un punto importante para tomar en cuenta en las decisiones que toma la empresa.

Tabla 14. Resultados sobre P10 ¿Se siente estable en el puesto que trabaja?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	5	10,0	10,0	10,0
	Casi nunca	6	12,0	12,0	22,0
	Algunas veces	21	42,0	42,0	64,0
	Casi siempre	12	24,0	24,0	88,0
	Siempre	6	12,0	12,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos de la encuesta en Atento SAC, 2020

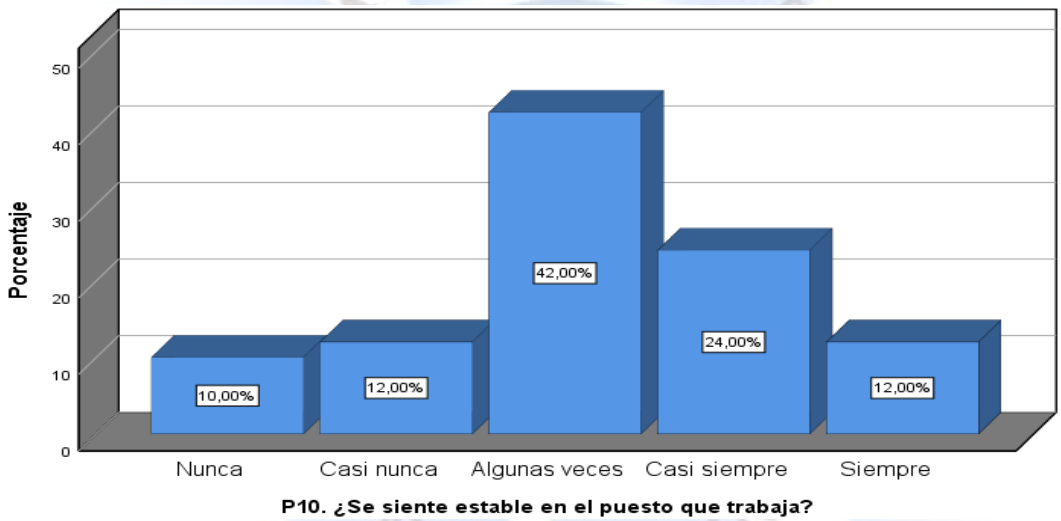


Figura 12. Resultados sobre P10 ¿Se siente estable en el puesto que trabaja?

Fuente: Base de datos de la encuesta en Atento SAC, 2020

Interpretación: Los resultados indican que sobre la pregunta si ¿Se siente estable en el puesto que trabaja?, el 10% indico que nunca, el 12% indico que casi nunca, el 42% indico que algunas veces, el 24% indico que casi siempre y el 12% indico que siempre se sienten estables en el puesto que trabaja. Estos resultados nos dicen que el 36% tiene niveles no favorables en referente a la estabilidad de los asesores en la empresa, esta información puede ser de mucha utilidad a la hora de toma de decisiones.

Tabla 15. Resultados sobre P11 ¿Existe una retroalimentación efectiva por parte de los supervisores de la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	2,0	2,0	2,0
	Casi nunca	3	6,0	6,0	8,0
	Algunas veces	13	26,0	26,0	34,0
	Casi siempre	21	42,0	42,0	76,0
	Siempre	12	24,0	24,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos de la encuesta en Atento SAC, 2020

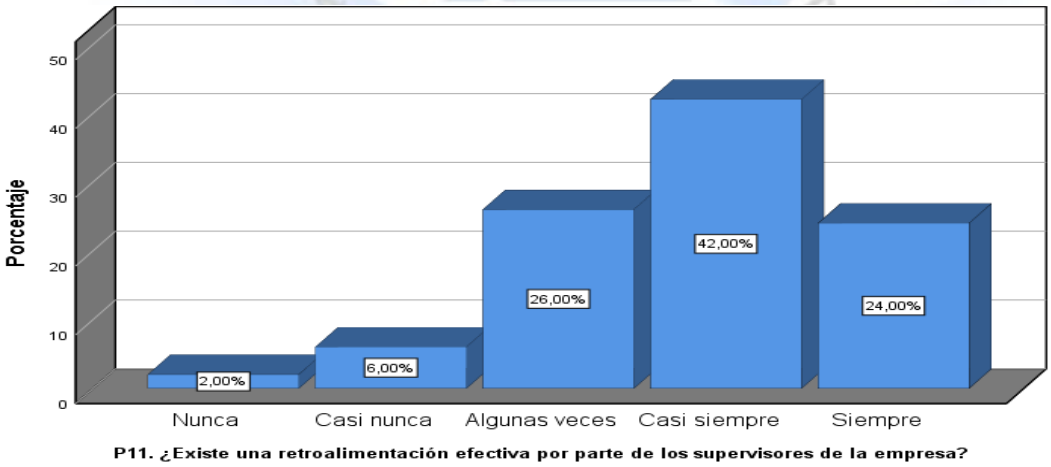


Figura 13. Resultados sobre P11 ¿Existe una retroalimentación efectiva por parte de los supervisores de la empresa?

Fuente: Base de datos de la encuesta en Atento SAC, 2020

Interpretación: Los resultados indican que sobre la pregunta si ¿Existe una retroalimentación efectiva por parte de los supervisores de la empresa?, el 2% indico que nunca, el 6% indico que casi nunca, el 26% indico que algunas veces, el 42% indico que casi siempre y el 24% indico que siempre existe una retroalimentación efectiva por parte de los supervisores de la empresa. Estos resultados nos dicen que 66% tiene niveles favorables en referente a una retroalimentación efectiva por parte de la empresa.

Tabla 16. Resultados sobre P12 ¿Se encuentra lo suficientemente motivado para realizar las labores diarias?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	2,0	2,0	2,0
	Casi nunca	1	2,0	2,0	4,0
	Algunas veces	13	26,0	26,0	30,0
	Casi siempre	24	48,0	48,0	78,0
	Siempre	11	22,0	22,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos de la encuesta en Atento SAC, 2020

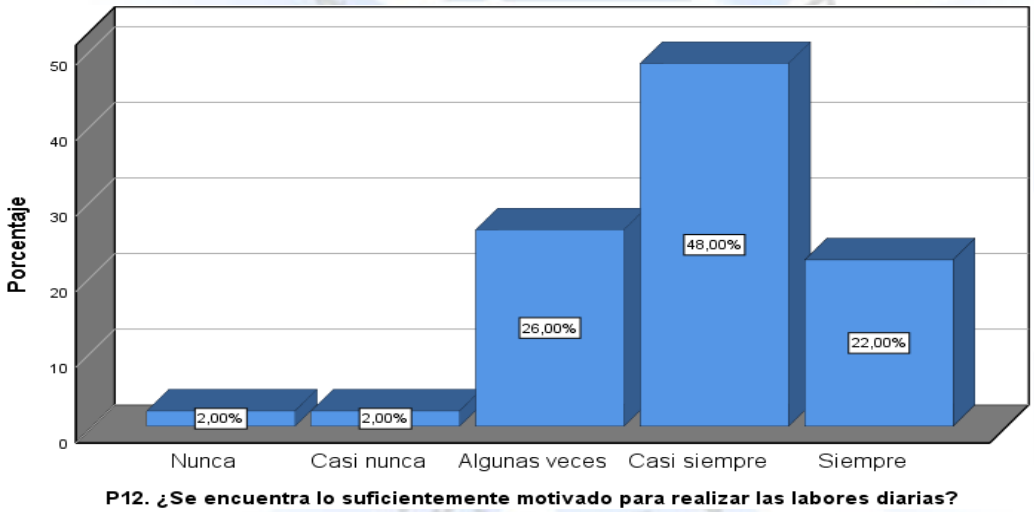


Figura 14. Resultados sobre P12 ¿Se encuentra lo suficientemente motivado para realizar las labores diarias?

Fuente: Base de datos de la encuesta en Atento SAC, 2020

Interpretación: Los resultados indican que sobre la pregunta si ¿Se encuentra lo suficientemente motivado para realizar las labores diarias?, el 2% indico que nunca, el 2% indico que casi nunca, el 26% indico que algunas veces, el 48% indico que casi siempre y el 22% indico que siempre se encuentra lo suficientemente motivado para realizar las labores diarias. Estos resultados nos dicen que el 68% tiene niveles favorables en referencia a la motivación de los asesores para la labor que realizan, es de vital importancia esta información para que la empresa tenga un panorama de cómo se encuentra su personal.

3.1.2. Resultados descriptivos de la variable Productividad

Tabla 17. Resultados sobre P13 ¿La empresa brinda todas las herramientas hardware necesarias para mejorar la productividad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	2,0	2,0	2,0
	Casi nunca	1	2,0	2,0	4,0
	Algunas veces	11	22,0	22,0	26,0
	Casi siempre	21	42,0	42,0	68,0
	Siempre	16	32,0	32,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos de la encuesta en Atento SAC, 2020

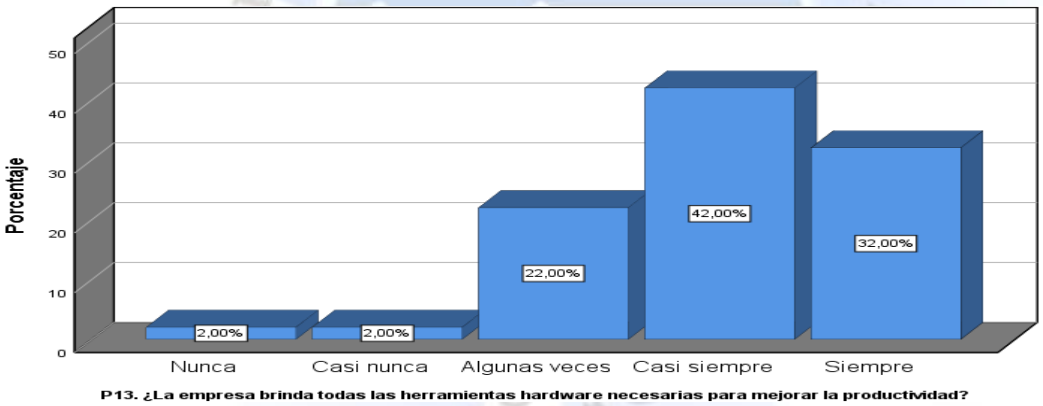


Figura 15. Resultados sobre P13 ¿La empresa brinda todas las herramientas hardware necesarias para mejorar la productividad?

Fuente: Base de datos de la encuesta en Atento SAC, 2020

Interpretación: Los resultados indican que sobre la pregunta si ¿La empresa brinda todas las herramientas hardware necesarias para mejorar la productividad?, el 2% indico que nunca, el 2% indico que casi nunca, el 22% indico que algunas veces, el 42% indico que casi siempre y el 32% indico que siempre la empresa brinda todas las herramientas hardware necesarias para mejorar la productividad. Estos resultados dicen que el 74% tiene niveles favorables en referente a la empresa que brinda todas las herramientas de hardware necesarias, esta información brinda un panorama de cómo la empresa brinda ese apoyo en hardware a los asesores.

Tabla 18. Resultados sobre P14 ¿La empresa brinda todas las herramientas software necesarios para mejorar la productividad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	2	4,0	4,0	4,0
	Algunas veces	12	24,0	24,0	28,0
	Casi siempre	23	46,0	46,0	74,0
	Siempre	13	26,0	26,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos de la encuesta en Atento SAC, 2020

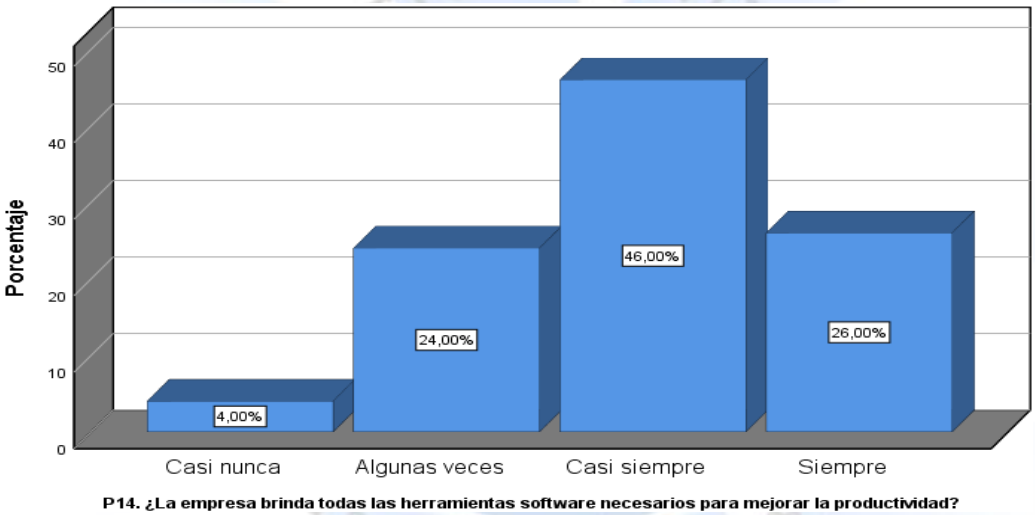


Figura 16. Resultados sobre P14 ¿La empresa brinda todas las herramientas software necesarias para mejorar la productividad?

Fuente: Base de datos de la encuesta en Atento SAC, 2020

Interpretación: Los resultados indican que sobre la pregunta si ¿La empresa brinda todas las herramientas software necesarias para mejorar la productividad?, el 4% indico que casi nunca, el 24% indico que algunas veces, el 46% indico que casi siempre y el 26% indico que siempre la empresa brinda todas las herramientas software necesarias para mejorar la productividad. Los resultados muestran que el 72% tiene niveles favorables en referente a que la empresa brinda software necesario para mejorar la productividad. Esto conlleva a saber que la empresa si brinda apoyo en software a los asesores.

Tabla 19. Resultados sobre P15 ¿Los planes de portabilidad de la empresa satisface los recursos para lograr los objetivos de ventas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	5	10,0	10,0	10,0
	Casi nunca	7	14,0	14,0	24,0
	Algunas veces	24	48,0	48,0	72,0
	Casi siempre	13	26,0	26,0	98,0
	Siempre	1	2,0	2,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos de la encuesta en Atento SAC, 2020

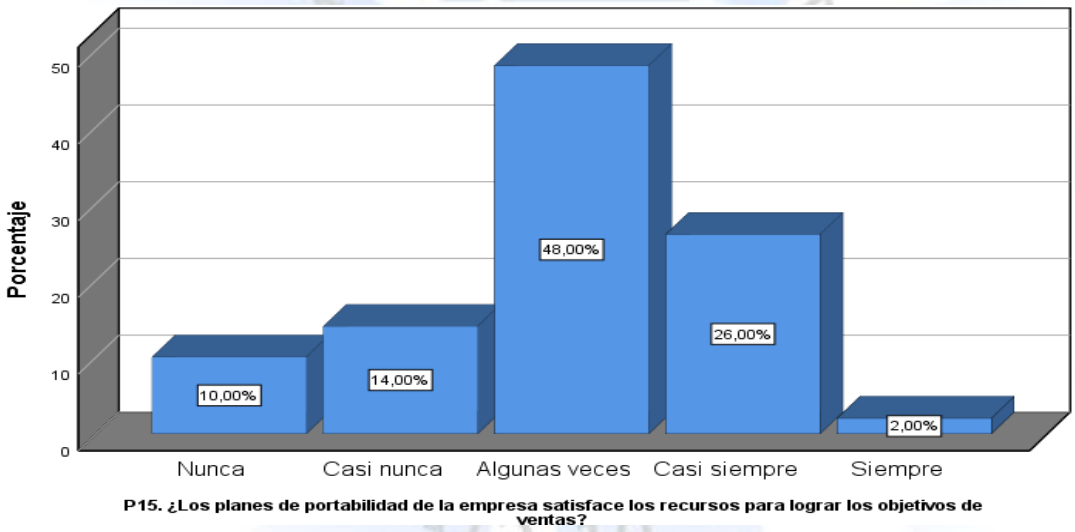


Figura 17. Resultados sobre P15 ¿Los planes de portabilidad de la empresa satisface los recursos para lograr los objetivos de ventas?

Fuente: Base de datos de la encuesta en Atento SAC, 2020

Interpretación: Los resultados indican que sobre la pregunta si ¿Los planes de portabilidad de la empresa satisface los recursos para lograr los objetivos de ventas?, el 10% indico que nunca, el 14% indico que casi nunca, el 48% indico que algunas veces, el 26% indico que casi siempre y el 2% indico que siempre los planes de portabilidad de la empresa satisfacen los recursos para lograr los objetivos de ventas. Estos resultados nos muestran que el 28% tiene niveles favorables en referencia a que los planes satisfacen los recursos para lograr los objetivos de ventas. Este es un punto para evaluar y poder emplearla a la hora de toma de decisiones.

Tabla 20. Resultados sobre P16 ¿los métodos de ventas personalizadas aplicadas por la empresa son eficientes para lograr los objetivos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	6,0	6,0	6,0
	Casi nunca	7	14,0	14,0	20,0
	Algunas veces	15	30,0	30,0	50,0
	Casi siempre	22	44,0	44,0	94,0
	Siempre	3	6,0	6,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos de la encuesta en Atento SAC, 2020

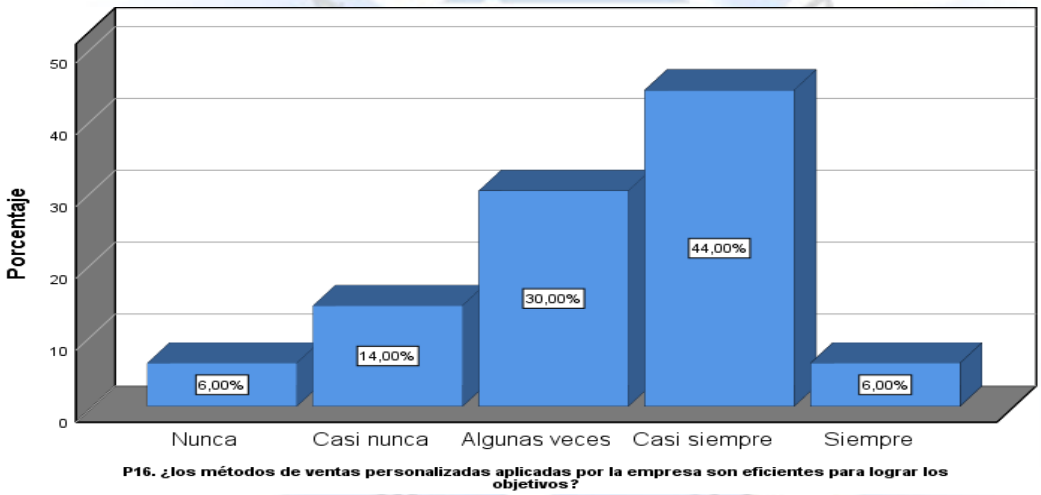


Figura 18. Resultados sobre P16 ¿los métodos de ventas personalizadas aplicadas por la empresa son eficientes para lograr los objetivos?

Fuente: Base de datos de la encuesta en Atento SAC, 2020

Interpretación: Los resultados indican que sobre la pregunta si ¿los métodos de ventas personalizadas aplicadas por la empresa son eficientes para lograr los objetivos?, el 6% indico que nunca, el 14% indico que casi nunca, el 30% indico que algunas veces, el 44% indico que casi siempre y el 6% indico que siempre los métodos de ventas personalizadas aplicas para la empresa son eficientes para lograr los objetivos. Estos resultados muestran que el 52% tiene niveles favorables referentes a las ventas personalizadas aplicadas por la empresa que resultan ser eficientes, este es un punto importante para tomar en cuenta en las tomas de decisiones.

Tabla 21. Resultados sobre P17 ¿El método de ventas desafiantes aplicado por la empresa genera resultados positivos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	2,0	2,0	2,0
	Casi nunca	5	10,0	10,0	12,0
	Algunas veces	24	48,0	48,0	60,0
	Casi siempre	17	34,0	34,0	94,0
	Siempre	3	6,0	6,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos de la encuesta en Atento SAC, 2020

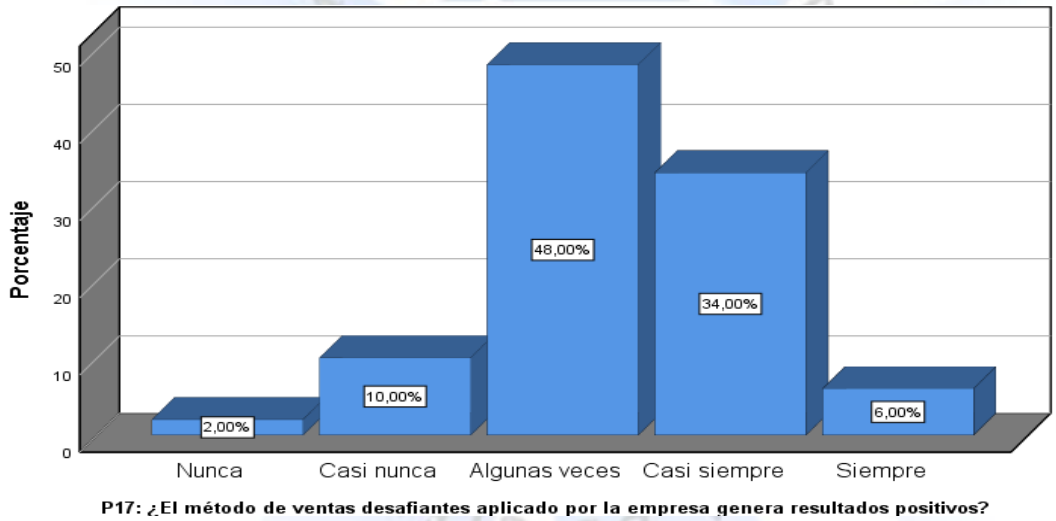


Figura 19. Resultados sobre P17 ¿los métodos de ventas desafiantes aplicado por la empresa generan resultados positivos?

Fuente: Base de datos de la encuesta en Atento SAC, 2020

Interpretación: Los resultados indican que sobre la pregunta si ¿los métodos de ventas desafiantes aplicado por la empresa generan resultados positivos?, el 2% indico que nunca, el 10% indico que casi nunca, el 48% indico que algunas veces, el 34% indico que casi siempre y el 6% indico que siempre los métodos de ventas desafiantes aplicado por la empresa generan resultados positivos. Estos resultados nos muestran que el 36% tiene niveles favorables referente a los métodos de ventas desafiantes, indicando que puede emplearse una mejora referente a ese método.

Tabla 22. Resultados sobre P18 ¿El método de ventas de soluciones se aplica satisfactoriamente como alternativas de ventas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	2,0	2,0	2,0
	Casi nunca	5	10,0	10,0	12,0
	Algunas veces	17	34,0	34,0	46,0
	Casi siempre	22	44,0	44,0	90,0
	Siempre	5	10,0	10,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos de la encuesta en Atento SAC, 2020

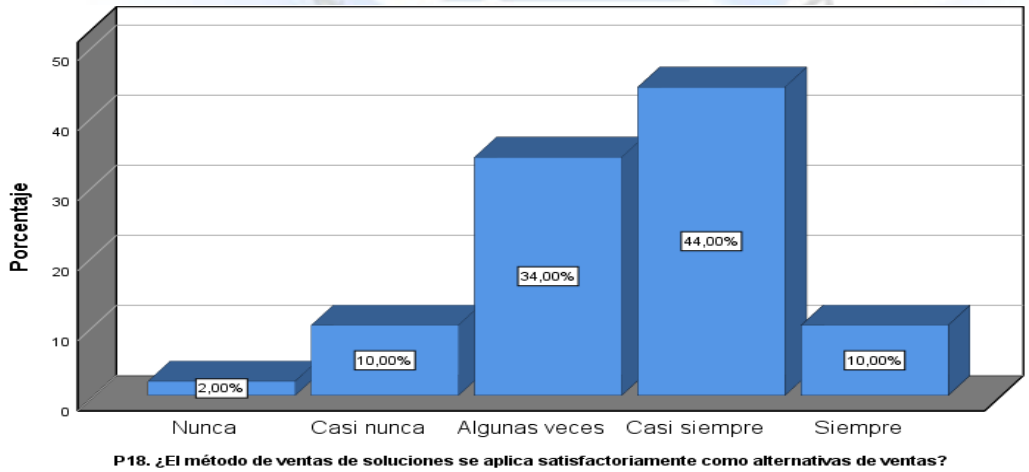


Figura 20. Resultados sobre P18 ¿El método de ventas de soluciones se aplica satisfactoriamente como alternativas de ventas?

Fuente: Base de datos de la encuesta en Atento SAC, 2020

Interpretación: Los resultados indican que sobre la pregunta si ¿El método de ventas de soluciones se aplica satisfactoriamente como alternativas de ventas?, el 2% indico que nunca, el 10% indico que casi nunca, el 34% indico que algunas veces, el 44% indico que casi siempre y el 10% indico que siempre el método de ventas de soluciones se aplica satisfactoriamente como alternativas de ventas. Estas resultas muestran que el 54% tiene niveles favorables referentes al método de ventas de soluciones que se aplica satisfactoriamente como alternativas de ventas, esto se puede considerar a la hora de la toma de decisiones por la empresa.

Tabla 23. Resultados sobre P19 ¿Los objetivos de ventas planteados por la gerencia son factibles para su cumplimiento?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	4,0	4,0	4,0
	Casi nunca	7	14,0	14,0	18,0
	Algunas veces	18	36,0	36,0	54,0
	Casi siempre	20	40,0	40,0	94,0
	Siempre	3	6,0	6,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos de la encuesta en Atento SAC, 2020

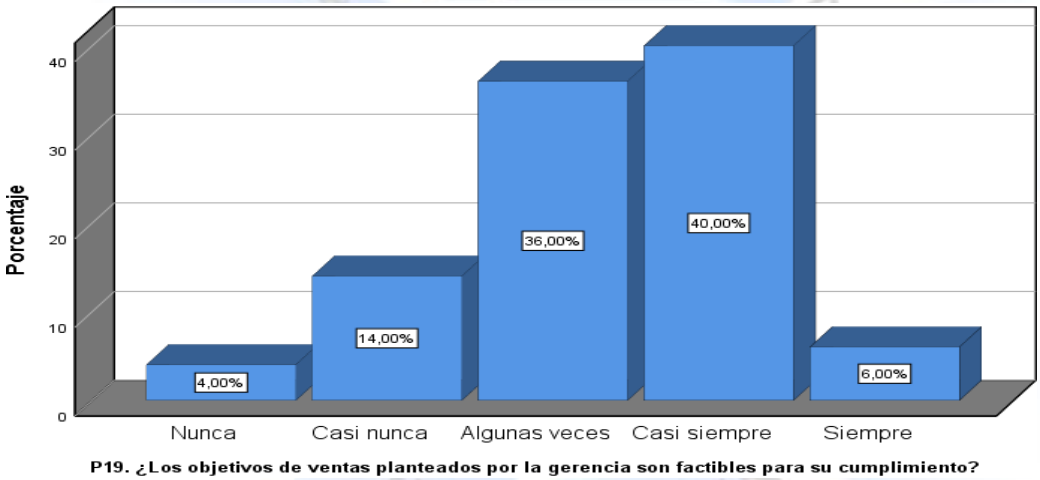


Figura 21. Resultados sobre P19 ¿Los objetivos de ventas planteados por la gerencia son factibles para su cumplimiento?

Fuente: Base de datos de la encuesta en Atento SAC, 2020

Interpretación: Los resultados indican que sobre la pregunta si ¿Los objetivos de ventas planteados por la gerencia son factibles para su cumplimiento?, el 4% indico que nunca, el 14% indico que casi nunca, el 36% indico que algunas veces, el 40% indico que casi siempre y el 6% indico que siempre los objetivos de ventas planteados por la gerencia son factibles para su cumplimiento. Estos resultados muestran que 46% tienen niveles favorables referentes a los objetivos de ventas planteados por la gerencia son factibles. Esto puede obtener tomar como referencia a la empresa a la hora de plantear estrategias para el logro de objetivos.

Tabla 24. Resultados sobre P20 ¿La comunicación de los objetivos se realiza coherentemente por parte de los gerentes al personal de ventas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	4,0	4,0	4,0
	Casi nunca	9	18,0	18,0	22,0
	Algunas veces	11	22,0	22,0	44,0
	Casi siempre	20	40,0	40,0	84,0
	Siempre	8	16,0	16,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos de la encuesta en Atento SAC, 2020

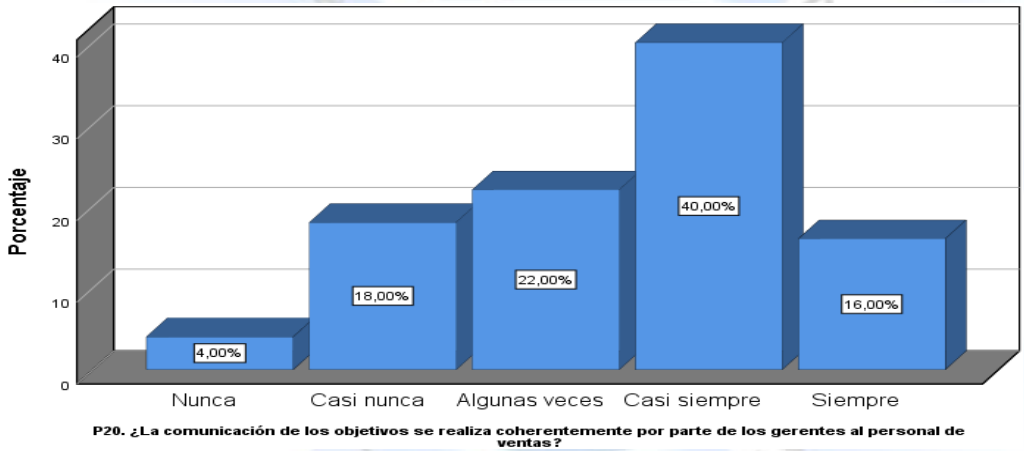


Figura 22. Resultados sobre P20 ¿La comunicación de los objetivos se realiza coherentemente por parte de los gerentes al personal de ventas?

Fuente: Base de datos de la encuesta en Atento SAC, 2020

Interpretación: Los resultados indican que sobre la pregunta si ¿La comunicación de los objetivos se realiza coherentemente por parte de los gerentes al personal de ventas?, el 4% indico que nunca, el 18% indico que casi nunca, el 22% indico que algunas veces, el 40% indico que casi siempre y el 16% indico que siempre la comunicación de los objetivos se realiza coherentemente por parte de los gerentes al personal de ventas. Estos resultados muestran que el 56% tiene niveles favorables referentes a la comunicación de los objetivos que se realiza coherentemente por parte de los gerentes al personal de ventas, esto sirve para la toma de decisiones de la empresa.

Tabla 25. Resultados sobre P21 ¿Usted como asesor de ventas siente que es realmente productivo con su trabajo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	2,0	2,0	2,0
	Casi nunca	2	4,0	4,0	6,0
	Algunas veces	8	16,0	16,0	22,0
	Casi siempre	20	40,0	40,0	62,0
	Siempre	19	38,0	38,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos de la encuesta en Atento SAC, 2020

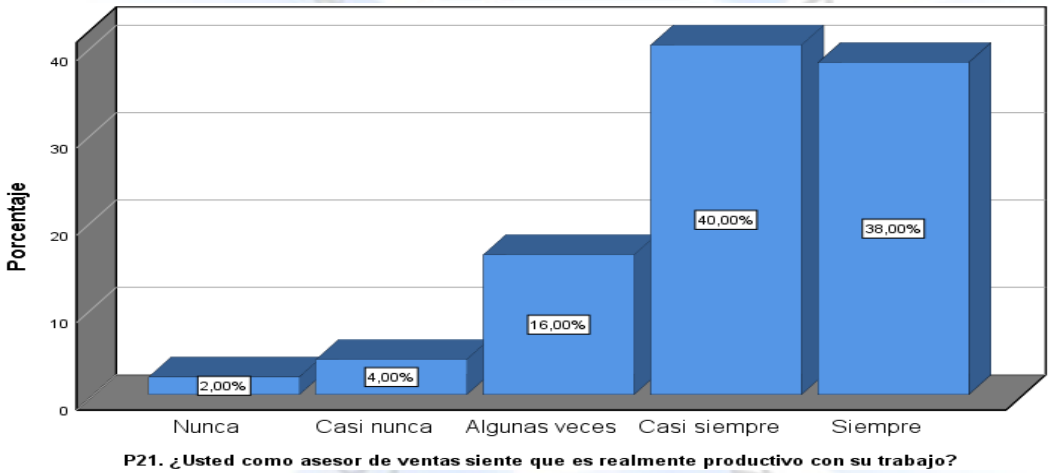


Figura 23. Resultados sobre P21 ¿Usted como asesor de ventas siente que es realmente productivo con su trabajo?

Fuente: Base de datos de la encuesta en Atento SAC, 2020

Interpretación: Los resultados indican que sobre la pregunta si ¿Usted como asesor de ventas siente que es realmente productivo con su trabajo?, el 2% indico que nunca, el 4% indico que casi nunca, el 16% indico que algunas veces, el 40% indico que casi siempre y el 38% indico que siempre el asesor de ventas se siente realmente productivo con su trabajo. Este resultado demuestra que el 78% tiene niveles favorables referentes al asesor se siente productivo con su trabajo, esto ayuda a la empresa para saber cómo se encuentra su personal.

Tabla 26. Resultados sobre P22 ¿Los servicios de apoyo a la empresa como el back office contribuyen a la productividad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	4,0	4,0	4,0
	Casi nunca	2	4,0	4,0	8,0
	Algunas veces	13	26,0	26,0	34,0
	Casi siempre	12	24,0	24,0	58,0
	Siempre	21	42,0	42,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos de la encuesta en Atento SAC, 2020

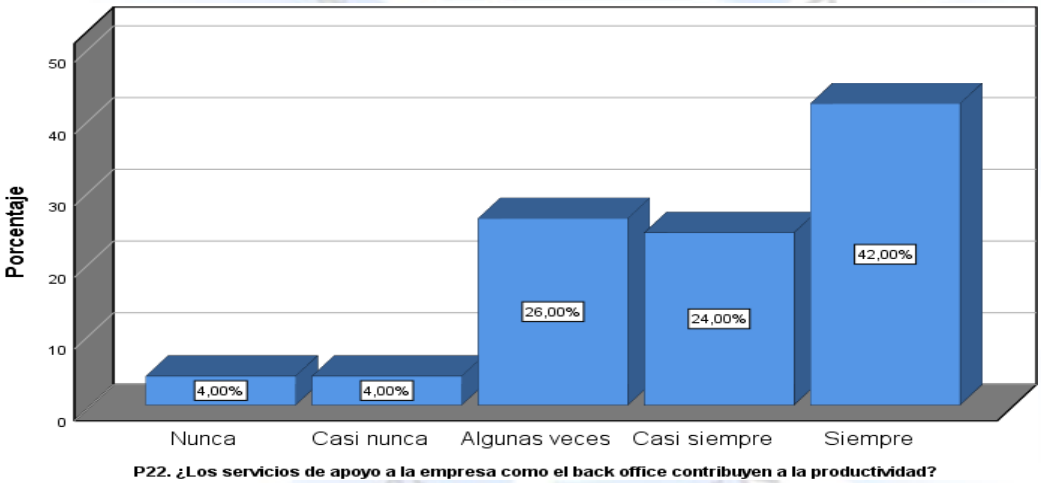


Figura 24. Resultados sobre P22 ¿Los servicios de apoyo a la empresa como el back office contribuyen a la productividad?

Fuente: Base de datos de la encuesta en Atento SAC, 2020

Interpretación: Los resultados indican que sobre la pregunta si ¿Los servicios de apoyo a la empresa como el back office contribuyen a la productividad?, el 4% indico que nunca, el 4% indico que casi nunca, el 26% indico que algunas veces, el 24% indico que casi siempre y el 42% indico que siempre los servicios de apoyo a la empresa como el back office contribuyen a la productividad. Estos resultados nos muestran que el 66% tiene niveles favorables referente a los servicios de apoyo como el back office que contribuyen a la productividad, esto sirve para a la empresa para considerar los sistemas de apoyo a la hora de toma de decisiones.

Tabla 27. Resultados sobre P23 ¿Cumple satisfactoriamente con el objetivo mensual de ventas planteado por la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	2	4,0	4,0	4,0
	Algunas veces	21	42,0	42,0	46,0
	Casi siempre	22	44,0	44,0	90,0
	Siempre	5	10,0	10,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos de la encuesta en Atento SAC, 2020

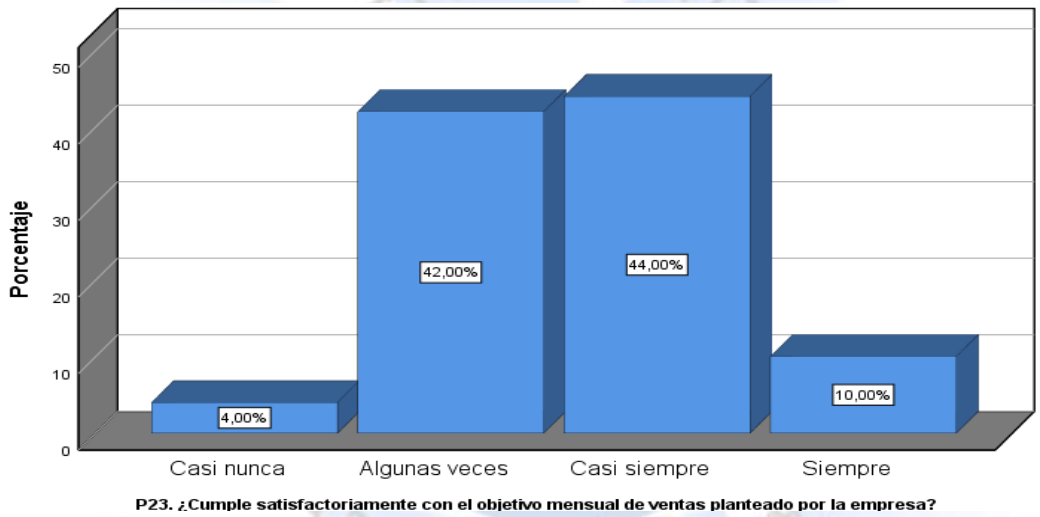


Figura 25. Resultados sobre P23 ¿Cumple satisfactoriamente con el objetivo mensual de ventas planteado por la empresa?

Fuente: Base de datos de la encuesta en Atento SAC, 2020

Interpretación: Los resultados indican que sobre la pregunta si ¿Cumple satisfactoriamente con el objetivo mensual de ventas planteado por la empresa?, el 4% indico que casi nunca, el 42% indico que algunas veces, el 44% indico que casi siempre y el 10% indico que siempre cumple satisfactoriamente con el objetivo mensual de ventas planteado por la empresa. Este resultado nos muestra que el 54% tiene niveles favorables referente a que los asesores cumplen con el objetivo mensual de ventas planteado, esta información puede ser empleada a la hora de plantear estrategias de ventas por la empresa.

Tabla 28. Resultados sobre P24 Respecto a la gestión que realizas ¿abordas todas tus llamadas con empatía y proactividad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	1	2,0	2,0	2,0
	Algunas veces	3	6,0	6,0	8,0
	Casi siempre	21	42,0	42,0	50,0
	Siempre	25	50,0	50,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos de la encuesta en Atento SAC, 2020

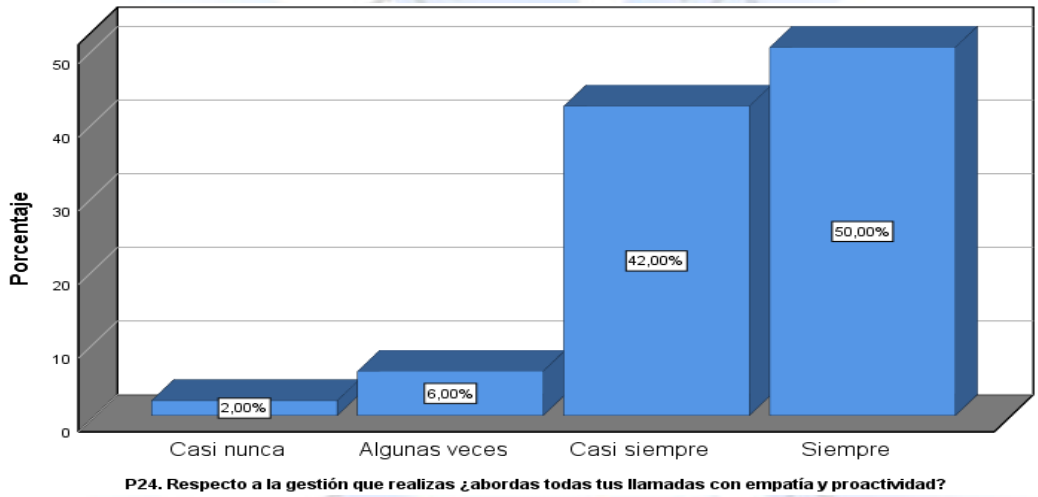


Figura 26. Resultados sobre P24 Respecto a la gestión que realizas ¿abordas todas tus llamadas con empatía y proactividad?

Fuente: Base de datos de la encuesta en Atento SAC, 2020

Interpretación: Los resultados indican que sobre la pregunta si ¿Cumple satisfactoriamente con el objetivo mensual de ventas planteado por la empresa?, el 2% indico que casi nunca, el 6% indico que algunas veces, el 42% indico que casi siempre y el 50% indico que siempre aborda todas las llamadas con empatía y proactividad. Esto resultado muestran que un 92% tiene niveles favorables referentes al abordaje de llamadas con empatía y proactividad, este indicador muestra a la empresa el compromiso de los asesores con sus llamadas para el logro de los objetivos.

3.2. Prueba de normalidad

Para la prueba de normalidad se consideró lo siguiente:

H0: la variable tiene distribución normal

H1: la variable no tiene distribución normal

Estadístico de contraste: Normalidad de Shapiro-Wilk (muestra hasta 50 datos)

Indicador de decisión: significancia > 0.05 (5%) se acepta H0

Tabla 29. Prueba de normalidad

		Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Muestra	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Incentivos laborales	Muestra	,102	50	,200*	,948	50	,028
Productividad	Muestra	,103	50	,200*	,956	50	,061

*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Base de datos de la encuesta en Atento SAC, 2020

Interpretación:

Para las dos variables se logra obtener una significancia mayor a 0.05 (5%), por lo que se acepta la hipótesis nula que manifiesta que los datos tienen comportamiento normal.

3.3. Contrastación de las hipótesis

Dentro de los contrastes de la hipótesis planteada se obtuvo dos tipos: la hipótesis de investigación y la hipótesis nula, los cuales se presentarán estadísticamente:

- ✓ **Hi (Hipótesis de la investigación):**

  Afirma que existe algún grado de relación o asociación e influencia entre las dos variables.

- ✓ **Ho (Hipótesis Nula):**

  Representa la afirmación de que no existe asociación o influencia entre las dos variables estudiadas.

En el análisis se utilizaron los siguientes parámetros o indicadores.

Indicador de contraste: Coeficiente de Correlación de Pearson (r).

Indicador de decisión: significancia bilateral p-value ≤ 5% (0.05)

3.3.1. Contrastación de la hipótesis general

Hipótesis General: "Los Incentivos laborales y su relación con la Productividad en el Área de portabilidad en la empresa Atento Perú SAC Sede callao, 2020"

Hipótesis estadísticas:

Hipótesis de la investigación: (Hi) "Existe influencia directa y significativa entre los Incentivos Laborales y la Productividad en el Área de portabilidad en la empresa Atento Perú SAC Sede Callao, 2020"

Hi = r > 0

Hipótesis Nula: (Ho). "No existe influencia directa y significativa entre los Incentivos Laborales y la Productividad en el Área de portabilidad en la empresa Atento Perú SAC Sede Callao, 2020"

Ho = r ≤ 0

Para comprobar esta hipótesis se procedió a solicitar al programa estadístico SPSS V.26 que correlacionara ambas variables con los siguientes resultados:

Tabla 30. Matriz de correlaciones de la hipótesis general

		Incentivos laborales	Productividad
Incentivos laborales	Correlación de Pearson	1	,901**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	50	50
Productividad	Correlación de Pearson	,901**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	50	50

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

Fuente: Elaboración propia con el paquete SPSS v.26, 2021

La correlación encontrada es positiva alta (0,901= 90.1%), con una significancia de 0.000 por lo tanto se considera aprobada la Hipótesis General y se rechaza la hipótesis nula.

3.3.2. Contrastación de la hipótesis especifica 1

H. E 1: "Existe una relación significativa de los incentivos monetarios y la productividad en el Área de portabilidad en la empresa Atento Perú SAC Sede callao, 2020".

Hipótesis estadísticas:

Hipótesis de la investigación: (Hi). "Existe influencia directa y significativa entre los incentivos monetarios y la productividad en el Área de portabilidad en la empresa Atento Perú SAC Sede callao, 2020"

Hi = r > 0

Hipótesis Nula (Ho). "No existe influencia directa y significativa entre los incentivos monetarios y la productividad en el Área de portabilidad en la empresa Atento Perú SAC Sede callao, 2020"

Ho = r ≤ 0

Para comprobar esta hipótesis se procedió a solicitar al programa estadístico SPSS V.26 que correlacionara ambas variables con los siguientes resultados:

Tabla 31. Matriz de correlaciones de la hipótesis específica 1

		Incentivos Monetarios	Productividad
Incentivos Monetarios	Correlación de Pearson	1	,760**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	50	50
Productividad	Correlación de Pearson	,760**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	50	50

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

Fuente: Elaboración propia con el paquete SPSS v.26, 2021

La correlación encontrada es positiva media (0,760 = 76.0%) con una significancia de 0.000 por lo tanto se considera aprobada la Hipótesis Especifica 1 y se rechaza la hipótesis nula.

3.3.3. Contrastación de la hipótesis especifica 2

H. E 2: "Existe una relación de los incentivos no monetarios y la productividad en el Área de portabilidad en la empresa Atento Perú SAC Sede callao, 2020".

Hipótesis estadísticas:

Hipótesis de la investigación: (Hi) "Existe influencia directa y significativa entre los incentivos no monetarios y la productividad en el Área de portabilidad en la empresa Atento Perú SAC Sede callao, 2020".

Hi = r > 0

Hipótesis Nula (Ho). “No existe influencia directa y significativa entre los incentivos no monetarios y la productividad en el Área de portabilidad en la empresa Atento Perú SAC Sede callao, 2020”

Ho = r ≤ 0

Para comprobar esta hipótesis se procedió a solicitar al programa estadístico SPSS V.26 que correlacionara ambas variables con los siguientes resultados:

Tabla 32. Matriz de correlaciones de la hipótesis específica 2

		Incentivos no Monetario	Productividad
Incentivos no Monetario	Correlación de Pearson	1	,838**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	50	50
Productividad	Correlación de Pearson	,838**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	50	50

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

Fuente: Elaboración propia con el paquete SPSS v.26, 2021

La correlación en contratada es positiva media (0,838 = 83.8%) con una significancia de 0.000 por lo tanto se considera aprobada la Hipótesis Especifica 2 y se rechaza la hipótesis nula.

3.3.4. Contrastación de la hipótesis especifica 3

H. E 3: “Existe una relación de la motivación y la productividad en el Área de portabilidad en la empresa Atento Perú SAC Sede callao, 2020”.

Hipótesis estadísticas:

Hipótesis de la investigación: (Hi) “Existe influencia directa y significativa entre la Motivación y la productividad en el Área de portabilidad en la empresa Atento Perú SAC Sede callao, 2020”.

Hi = r > 0

Hipótesis Nula (Ho). “No existe influencia directa y significativa entre la motivación y la productividad en el Área de portabilidad en la empresa Atento Perú SAC Sede callao, 2020”

Ho = r ≤ 0

Para comprobar esta hipótesis se procedió a solicitar al programa estadístico SPSS V.26 que correlacionara ambas variables con los siguientes resultados:

Tabla 33. Matriz de correlaciones de la hipótesis específica 3

		Motivación	Productividad
Motivación	Correlación de Pearson	1	,787**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	50	50
Productividad	Correlación de Pearson	,787**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	50	50

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

Fuente: Elaboración propia con el paquete SPSS v.26, 2021

La correlación en contratada es positiva media (0,787 = 78.7%) con una significancia de 0.000 por lo tanto se considera aprobada la Hipótesis Especifica 3 y se rechaza la hipótesis nula.

IV. DISCUSION

El objetivo general del estudio fue “Determinar la relación entre los incentivos laborales y la productividad en el Área de portabilidad en la empresa Atento Perú SAC Sede callao, 2020”, “para cumplirlo se realizaron encuestas y análisis de datos recolectados de la” “Atento Perú SAC, sede callao”.

Los resultados de la prueba de hipótesis analizada mediante las correlaciones bivariadas de Pearson, para las hipótesis planteadas en la investigación han logrado exponer que existe relación positiva moderada a alta demostrando la coherencia de la investigación y los resultados obtenidos en ella.

Referente a la hipótesis general se obtuvo que: “Los Incentivos laborales y su relación con la Productividad en el Área de portabilidad en la empresa Atento Perú SAC sede callao, 2020”, se ha obtenido un coeficiente de correlación de Pearson de 0,901 (90.1%) con un nivel de significancia bilateral de 0,000, este resultado es válido debido a que el error es menor al aceptable de 0,05 (5%) lo cual indica que la correlación es alta, aceptándose la hipótesis general de investigación y rechazando la hipótesis nula.

Estos resultados comparten una similitud en la investigación por Caycho (2017), que obtuvo como resultado el coeficiente r 0.577.sin embargo son diferentes a los resultados

obtenidos por Hinostroza & Yupanqui (2017), que obtuvo como resultados un coeficiente r de 0.351. por lo tanto, podemos afirmar que si existe la correlación en diferentes niveles en función a la organización donde se analizó la investigación.

Con respecto a la hipótesis específica 1 de la investigación "Existe una relación de los incentivos monetarios y la productividad en el Área de portabilidad en la empresa Atento Perú SAC Sede callao, 2020", el resultado fue favorable a la investigación en niveles de 0,760, con un nivel de significancia bilateral de 0,000, se afirma que existe una relación significativa de los incentivos monetarios y la productividad en la empresa.

Con respecto a la hipótesis específica 1 de la investigación "Existe una relación de los incentivos no monetarios y la productividad en el Área de portabilidad en la empresa Atento Perú SAC Sede callao, 2020", el resultado fue favorable a la investigación en niveles de 0,838, con un nivel de significancia bilateral de 0,000, se afirma que existe una relación significativa de los incentivos no monetarios y la productividad en la empresa.

Con respecto a la hipótesis específica 1 de la investigación "Existe una relación de la motivación y la productividad en el Área de portabilidad en la empresa Atento Perú SAC Sede callao, 2020", el resultado fue favorable a la investigación en niveles de 0,787, con un nivel de significancia bilateral de 0,000, se afirma demuestra que existe una relación significativa de la motivación y la productividad en la empresa.

V. CONCLUSIONES

1) La investigación logro demostrar que Los incentivos laborales tienen relación con la productividad en "el área de portabilidad en la empresa Atento Perú SAC sede callao, 2020", lo demuestra el indicador estadístico de Pearson a nivel del 90.1%, por ello es importante que la empresa tome en consideración este punto, a la hora de elaborar estrategias para aumentar su productividad.
2) "Se demuestra que existe una relación significativa de los incentivos monetarios y la productividad en el Área de portabilidad en la empresa Atento Perú SAC Sede callao, 2020", respaldado en el indicador estadístico de Pearson con un 76% que es un nivel moderado, según los trabajadores encuestados. Esto se debe a que los incentivos monetarios cuentan con un factor importante en los asesores a la hora de buscar el logro de objetivos de la empresa.
3) La investigación demuestra que "existe una relación de los incentivos no monetarios y la productividad en el Área de portabilidad en la empresa Atento Perú SAC Sede callao, 2020", respaldado por el indicador estadístico de Pearson con un 83.8% que es un nivel moderado favorable, según los trabajadores encuestados. Esto se debe a que los incentivos no monetarios, no están siendo aplicados de la forma correcta debido a que, dentro de los incentivos laborales, este es uno de los puntos, por el cual

los encuestados demuestran que se le tome más en consideración a la hora de tomar decisiones referentes a las estrategias que emplea la empresa.

4) Se expone que hay una relación de la motivación y la productividad en el Área de portabilidad en la empresa Atento Perú SAC Sede callao, 2020, respaldado por el indicador estadístico Pearson con un 78.7% que es un nivel moderado, según los trabajadores encuestados. La interpretación debe ser lo más objetiva posible, pues si se toma en consideración a la motivación, se ve como un factor importante, a la hora de buscar la proactividad y compromiso del asesor y si se interpretan de manera efectiva, esto se verá reflejado en el logro de objetivos, generando un mejor impacto en la productividad de la empresa.

VI. RECOMENDACIONES

1) La gerencia general debe promover y plantear una mejora respecto al esquema de comisiones y beneficios que emplea como estrategia, implementando incentivos no monetarios y la motivación como puntos importantes para que el asesor pueda llegar a los objetivos planteados, y así poder lograr la productividad requerida por la organización.
2) La gerencia de portabilidad junto con otras áreas involucradas debe analizar los resultados planteados por esta investigación, y optar por una evaluación para determinar si los incentivos monetarios que emplean logran obtener satisfechos a los asesores con los incentivos que perciben, caso contrario buscar otras alternativas para que solo se enfoquen en el cumplimiento de objetivo de ventas que plantea la empresa.

3) La gerencia encargada, en el plan de incentivo, debe enfocar los incentivos más relevantes como los incentivos no monetarios implementando el reconocimiento público, línea de carrera, estima, autorrealización y adiestramiento, que, según los resultados, logra obtener más relación con la productividad, el cual se podría tomar

en consideración a la hora de establecer los beneficios que brinda la empresa a los asesores al lograr el objetivo.

4) La gerencia, además de implementar y mejorar los incentivos ya percibidos, debe aplicar la motivación como instrumento en las capacitaciones y en la metodología de trabajo, para que los trabajadores pueden obtener una mayor eficiencia para el logro de objetivos de la empresa.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

aguaeden. (2019). *incentivos economicos.* blog de notas, Madrid. Recuperado el 23 de mayo de 2019, de https://www.aguaeden.es/blog/tipos-y-ventajas-de-incentivos-monetarios

Aguilar, k., Villegas, f., & Ortiz, K. (2016). *Analisis de los incentivos laborales y su influencia en el desempeño de los empleados de la empresa.* Universidad estatal de Milagro, milagro. Obtenido de http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/2843/1/AN%c3%81LISIS%20DE%20INCENTIVOS%20LABORALES%20Y%20SU%20INFLUENCIA%20EN%20EL%20DESEMPE%c3%91O%20DE%20LOS%20EMPLEADOS%20DE%20LA%20EMPRESA%20DE%20ELECTRODOM%c3%89STICOS%20MARCIMEX%20S.A.%20DE%20LA%20

Aguilar, M. a., Pérez, F., & Madriz, D. (2012). Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/2150/215026158003.pdf

Alva, J. L., & Juarez, j. (2014). *"RELACIÓN ENTRE EL NIVEL DE SATISFACCION LABORAL Y EL NIVELDE PRODUCTIVIDAD DE LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA CHIMU AGROPECUARIA S.A DEL DISTRITO DE TRUJILLO-2014".* Obtenido de http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/9100/desposoriojara_maria.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ameghino, G. (2018). Obtenido de https://www.infocapitalhumano.pe/recursos-humanos/articulos/la-eficacia-de-los-incentivos-no-economicos-en-el-personal/

Anthony, R., & Govindarajan, V. (2008). *Sistemas de control de gestion.* madrid, españa: McGraw-Hill Interamericana.

Avellaneda, J. e., Campana, A. S., & Tolentino, j. s. (2019 de FEBRERO de 2018). *PLAN DE INCENTIVOS Y VENTA DE INTANGIBLES EN LA EMPRESA GLOBAL SALES SOLUTIONS LINE SL – GSS, CERCADODE LIMA, 2016.* UNIVERSIDAD LAS AMERICAS. Recuperado el 1 de MAYO, de http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/194/PLAN-DE-INCENTIVOS-Y-VENTAS-DE-INTANGIBLES-17.09.17-1.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Bain. (2003). *INFLUENCIA DE LA MOTIVACION LABORAL EN LA PRODUCTIVIDAD.* tesis, Huancayo. Recuperado el 22 de junio de 2019, de http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/2474/Gutierrez%20Huaman-Huaman%20Araujo.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Bain, d. (2003). *Productividad La Solucion a Los Problemas.* Obtenido de https://kupdf.net/download/productividad-la-solucion-a-los-problemas-david-bain_59822c02dc0d6028052bb187_pdf

Barnard, C. (1964). *EL CONCEPTO DE INCENTIVO EN LA ADMINISTRACIÓN.* Revista, Bogota. Recuperado el 24 de junio de 2019, de https://www.redalyc.org/pdf/419/41911848006.pdf

Benavidez, O. (2017). MOTIVACIÓN LABORAL DE LOS EGRESADOS DEL PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD DE NARIÑO. *MOTIVACIÓN LABORAL.* Universidad de Nariño, Bogota, colombia. Obtenido de http://www.scielo.org.co/pdf/tend/v18n1/v18n1a02.pdf

Bergevin, A. &. (2010). *call center.* Obtenido de https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/23592/GUSTAVO%20CARRETERO%20CALLE%20-%20JOANNE%20HUAMAN%20VILLEGAS.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Boada, J., Vallejo, R., & Tomás, E. (2004). El burnout y las manifestaciones psicosomáticas como consecuentes del clima organizacional y de la motivación. *El burnout y las manifestaciones psicosomáticas como consecuentes del clima organizacional y de la motivación.* Universidad de Oviedo, españa, españa. Obtenido de http://www.psicothema.com/pdf/1171.pdf

Bohlander, G., Snell, S., & Sherman, A. (2001). *incentivos.* tesis , Universidad de las Américas Puebla, mexico, puebla. Recuperado el 23 de junio de 2019, de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/garcia_g_b/capitulo2.pdf

Bouza Suárez, A. (enero de 2000). Reflexiones acerca del uso de los conceptos de eficiencia, eficacia y efectividad en el sector salud. *Revista Cubana de Salud Pública, 26*(1), 56. Recuperado el 2020, de https://www.redalyc.org/pdf/214/21400107.pdf

Carrasco. (2007). *La política de incentivos y su impacto en el nivel de satisfacción de los colaboradores.* tesis, Universidad de Nacional del Centro del Perú, Tarma, TARMA. Recuperado el 21 de junio de 2019, de repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/4760/Hinostroza%20Espinoza%20-%20Yupanqui%20Ramos.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Carro, R., & Gonzales, D. (2012). *Productividad y Competividad.* Publicacion, Universidad Nacional de Mar del Plata, Mar de plata. Obtenido de http://nulan.mdp.edu.ar/1607/1/02_productividad_competitividad.pdf

castillo et al. (2014). *Estrés laboral en enfermería y factores asociados.* cartagena. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/817/81730850005.pdf

Castro Pérez, L. A., Rivera León, F. A., & Serna Silva, G. J. (2018). Obtenido de https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/article/view/15421/13270

Caycho, G. (2017). *Implementación de un sistema de incentivos para la mejora de la productividad en una empresa de confección textil.* UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS, LIMA. Obtenido de https://core.ac.uk/download/pdf/323351918.pdf

Chiavenato. (2001). *Administracion de Recursos Humanos* (Vol. quinto). (L. S. Arévalo, Ed.) bogota, colombia: McGRAW-HILL INTERAMERICANA, S. A. . Obtenido de https://cucjonline.com/biblioteca/files/original/f37a438c7c5cd9b3e4cd837c3168cbc6.pdf

Chiavenato, i. (2009). *Administración De Recursos Humanos.* (:. E. Gutiérrez, Ed.) mexico: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Obtenido de http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1145/1/Chiavenato-Recursos%20humanos%209na%20ed.pdf

Chiavenato, I. (2009). *Administración de Recursos Humanos.* mexico, Mexico: The McGraw-Hill Companies, Inc. Obtenido de http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1145/1/Chiavenato-Recursos%20humanos%209na%20ed.pdf

Chinchilla, E. a. (2014). *BENEFICIOS FINANCIEROS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN MODELO DE COMPENSACIÓN SALARIAL DE LA MANO DE OBRA DIRECTA BASADO EN PRODUCTIVIDAD Y CALIDAD DE SERVICIO, EN UN CALL CENTER EN GUATEMALA.* UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA. Obtenido de http://www.repositorio.usac.edu.gt/1102/1/03_4847.pdf

Chung. (2012). *Eka*. Obtenido de https://ekaenlinea.com/las-empresas-apuestan-m%C3%A1s-a-incentivos-extra-sueldo/

Cicerone, L. (2013). *Call center y Sindrome de burn out* . tesis , Universidad Abierta Interamericana, Rosario, rosario . Recuperado el 3 de mayo de 2019, de http://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC112354.pdf

COSIO, B. C. (2015). *INCENTIVOS LABORALES QUE LLEVAN A LOS EMPLEADOS DEL CALL CENTER Y BPO A.* tesis, UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR, GUATEMALA, GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN. Recuperado el 26 de mayo de 2019, de http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2015/01/01/Palacios-Barbara.pdf

Coulter. (2000). *RELACIÓN ENTRE EL NIVEL DE SATISFACCION LABORAL Y EL NIVEL DE PRODUCTIVIDAD.* UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO, TRUJILLO. Recuperado el 20 de JUNIO de 2019, de http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/716/1/ALVA_JOSE_SATISFACCI%C3%93N_LABORAL_AGROPECUARIA.pdf

Delors. (2012). *PROPUESTA DE UN PROGRAMA DE INCENTIVOS LABORALES PARA MEJORAR LA MOTIVACIÓN EN LOS TRABAJADORES DEL MOLINO DEL AGRICULTOR-LAMBAYEQUE, 2016* . Universidad del Señor del Sipan , pimentel. Obtenido de http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/4208/Bravo%20Vidarte%20-%20Oliva%20Bances.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Depositorio. (2017). *´´LOS INCENTIVOS LABORALES Y SU INFLUENCIA EN LA PRODUCTIVIDAD DE LA EMPRESA CALL CENTER TELEATENTO PERU SAC, PLATAFORMA BBVA CONTINENTAL, DE LA CIUDAD DE TRUJILLO-2016´´.* UNIVERSIDAD NACIONAL DE TRUJILLO. Recuperado el 1 de MAYO de 2019, de http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/9100/desposoriojara_maria.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Desposorio, M. (2017). Los incentivos laborales y su influencia en la productividad de la empresa Call Center Teleatento del Peru SAC, plataforma BBVA continental, de la ciudad de Trujillo-2016. *Tesis.* Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo, Trujillo , Perú. Recuperado el 20 de marzo de 2020, de https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/9100/desposoriojara_maria.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Dessler, G., & Varela, R. (2011). *Administración de recursos humanos* (quinta ed., Vol. quinto). (G. D. Chávez, Ed.) mexico, mexico: PEARSON EDUCACIÓN. Obtenido de http://www.url.edu.gt/PortalURL/Biblioteca/Contenido.aspx?o=6216&s=49

Di stefano, V., & Alderete, V. (2003). *Motivacion e Incentivos al Personal.* trabajo, congreso internacional de costos, uruguay. Obtenido de http://200.16.86.50/digital/33/revistas/cse/motivacioneincentivos-motivacion.pdf

EANPC. (1959). *productividad.* revista. Recuperado el 23 de junio de 2019, de http://acuerdosrevista.mincit.gov.co/index.php/component/k2/item/369-tiempos-modernos

economiaes.com. (s.f.). *economiaes.com*.

emprendedor, s. (2009). *productividad.* sitio wed. Recuperado el 01 de julio de 2019, de http://www.emprendedorsublime.com/2009/10/26/definiciones/definicion-de-productividad_/

envaseempaque. (16 de octubre de 2014). *ENVASES Y EMPAQUES*. Obtenido de http://envasempaque-d5ng-iutirlagrupoe.blogspot.com/2014/10/tipos-de-impresion.html

Funes, E. (2014). *Beneficios financieros para la implementación de un modelo de compensación salarial.* TESIS, UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA, GUATEMALA. Recuperado el 1 de MAYO de 2019, de http://www.repositorio.usac.edu.gt/1102/1/03_4847.pdf

FUNES, E. A. (2014). *BENEFICIOS FINANCIEROS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN MODELO.*

Garcia, B., & Patjane, k. (2014). ercepción e importancia de los incentivos de los trabajadores de nivel operativo de hoteles ubicados en el centro de la ciudad de Puebla. *Tesis profesional de titulacion profesional.* puebla. Obtenido de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/garcia_g_b/portada.html

Gironelli, p. (24 de julio de 2011). *Los sitemas de impresion*. Recuperado el 23 de septiembre de 2019, de http://www.photomagazine.com.ar/2011/07/los-sistemas-de-impresion/

Gorbaneff, y. e. (2009). *EL CONCEPTO DE INCENTIVO EN ADMINISTRACIÓN. UNA REVISION DE LA LITERATURA.* revista , Pontificia universidad javeriana, BOGOTA, bogota. Recuperado el 23 de junio de 2019, de https://www.redalyc.org/pdf/419/41911848006.pdf

Guitierrez, P., Huaman, p., & Araujo, F. (2014). *INFLUENCIA DE LA MOTIVACION LABORAL EN LA PRODUCTIVIDAD.* tesis, UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CENTRO DEL PERÚ, huancayo.

Recuperado el 13 de junio de 2019, de http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/2474/Gutierrez%20Huaman-Huaman%20Araujo.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Hinostroza, D. A., & Yupanqui, K. T. (2017). *La política de incentivos y su impacto en el nivel de satisfacción de los colaboradores , caso: Cooperativa Agraria Cafetalera Perene.* Universidad de Nacional del Centro del Perú, tarma. Recuperado el 12 de junio de 2019, de http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/4760/Hinostroza%20Espinoza%20-%20Yupanqui%20Ramos.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Hrebiniak, L. (2007). *La política de incentivos y su impacto en el nivel de satisfaccion de los colaboradores.* tesis, tarma. Recuperado el 14 de junio de 2019, de http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/4760/Hinostroza%20Espinoza%20-%20Yupanqui%20Ramos.pdf?sequence=1&isAllowed=y

HUANACO, R. (2014). *"CONTROL DE CALIDAD EN UNA EMPRESA DE EMPAQUES FLEXIBLES".* tesis, LIMA, LIMA. Recuperado el 27 de SEPTIEMBRE de 2019, de http://cybertesis.uni.edu.pe/bitstream/uni/3607/1/huanuco_cr.pdf

Huitz. (2005). *Importancia de la implementación de incentivos para los trabajadores en la empresa industria.* tesis, Universidad Rafael Landiva, guatemala. Obtenido de http://biblio3.url.edu.gt/Publi/Tesis/2005/01/01/Guillermo-Jose.pdf

IPE. (1 de octubre de 2007). Productividad laboral. *IPE*. Recuperado el 01 de JULIO de 2019, de https://www.ipe.org.pe/portal/productividad-laboral/

Kowtha y Leng. (1999). *EL CONCEPTO DE INCENTIVO EN LA ADMINISTRACIÓN.* REVISTA, BOGOTA. Recuperado el 24 de JUNIO de 2019, de https://www.redalyc.org/pdf/419/41911848006.pdf

Krajewski, l. (2008). *Administración De Operaciones. Estrategia y Análisis* (Vol. quinto). (L. M. Castill, Ed., & M. d. Villarreal, Trad.) mexico, mexico: Pearson Educación. Obtenido de https://www.academia.edu/8583854/Administracion_De_Operaciones_LEE_J_KRAJEWSKI_1_

León, E. P. (JUNIO de 2014). *´´Incentivos laboralres y clima organizacional´´.* TESIS, UNIVERSIDAD RAFAEL LANDIVAR, Quetzaltenango. Recuperado el 1 de MAYO de 2019, de http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/05/43/Satey-Elcira.pdf

Lopez. (2014). *El economista*. Obtenido de https://www.eleconomista.com.mx/tags/Revista_

López, L. F. (2013). *INCENTIVOS PARA MEJORAR EL DESEMPEÑO LABORAL EN LOS COLABORADORES DE LAS EMPRESAS DISTRIBUIDORAS DE PISOS CERÁMICOS DE LA CIUDAD DE QUETZALTENANGO".* Universidad Rafael Landívar, QUETZALTENANGO. Obtenido de http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2013/01/01/Lopez-Luis.pdf

Mejia. (2000). *NFLUENCIA DE LA MOTIVACION LABORAL EN LA PRODUCTIVIDAD EN LA FINANCIERA UNO OECHSLE.* Universidad nacional del centro del Perú, Huancayo. Recuperado el 23 de mayo de 2019, de http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/2474/Gutierrez%20Huaman-Huaman%20Araujo.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Meyers, f. (2004). *Estudio de tiempos y movimientos para la manufactura ágil.* Mexico, Mexico. Obtenido de https://www.academia.edu/28556729/Meyers_Estudio_de_Tiempos_y_Movimientos_para_la_Manufactura_Agil_2_ed

Mortimer & Laffont, M. (2002). *EL CONCEPTO DE INCENTIVO EN ADMINISTRACION. UNA REVISTA DE LITERATURA.* UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA, BOGOTA. Recuperado el 24 de 08 de 2020, de https://www.redalyc.org/pdf/419/41911848006.pdf

Mortimer,Laffont. (2002). *EL CONCEPTO DE INCENTIVO EN LA ADMINISTRACION.* REVISTA, BOGOTA, BOGOTA. Recuperado el 23 de MAYO de 2019, de https://www.redalyc.org/pdf/419/41911848006.pdf

Mukherjee, & Singh. (1975). *Un enfoque sistémico sobre los factores determinantes de la Productividad.* UMSNH , Escuela de Economia. Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5900456

Newstrom. (2011). Motivacion laboral. *Motivacion laboral.* Universidad de Sonora, mexico, mexico. Obtenido de http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/21866/Capitulo3.pdf

Nikita Céspedes,Pablo Lavado y Nelson Ramírez Rondá. (2016). *La productividad en el peru.* informe, universidad del pacifico, lima . Recuperado el 18 de junio de 2019, de http://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/1083/C%C3%A9spedesNikita2016.pdf

Orianna, G. (2015). *NÁLISIS DE INCENTIVOS LABORALES OTORGADOS A LOS.* Tesis, UNIVERSIDAD DE CARABOBO, Estado de caraboro, Caraboro. Recuperado el 1 de junio de 2019, de http://mriuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/handle/123456789/3460/12038.pdf?sequence=4

Orozco cango, s. c. (2015). *"PROPUESTA DE MEJORA EN LOS PROCESOS DEL ÁREA DE CALL CENTER TÉCNICO DE UNA EMPRESA DE TELECOMUNICACIONES".* TESIS, UPC, Lima, Lima. Recuperado el 23 de JUNIO de 2019, de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/582088/Orozco_CS.pdf;jsessionid=5ABEA61F11D2671E175B7688B89223D3?sequence=1

Orozco, E. S. (2016). *PLAN DE MEJORA PARA AUMENTAR LA PRODUCTIVIDAD EN EL AEREA DE PRODUCCION DE LA EMPRESA DE CONFECCIONES DEPORTIVAS TODO SPORT.* TESIS , UNIVERSIDAD DEL SEÑOR DE SIPAN , PIMENTEL. Recuperado el 22 de JUNIO de 2019 , de http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/2312/Orozco%20Cardozo%20Eduard.pdf;jsessionid=9EAC3A292154328DB1005C34C926A332?sequence=1E

Padilla. (2016). Obtenido de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/26389/palomino_mz.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Palacios, B. (2015). *"INCENTIVOS LABORALES QUE LLEVAN A LOS EMPLEADOS DEL CALL CENTER Y BPO A PERMANECER EN LA ORGANIZACIÓN.".* UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR. Obtenido de http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2015/01/01/Palacios-Barbara.pdf

Palmero, F., Guerrero, C., Gómez, C., Carpi, A., & Gorayeb, R. (2011). *Manual de teorías emocionales y motivacionales.* Universidad Jaume I, castello, España. Obtenido de http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/id/82295/s57.pdf

Paredes, D., Macías, V., & Quintana, R. (2017). Factores de satisfacción laboral que inciden en el Clima organizacional de los empleados de las PyMEs de comercio ubicadas en Villa Juárez, Sonora, México. *Factores de satisfacción laboral que inciden en el Clima organizaciona.* Universidad Estatal de Sonora, mexico, mexico. Obtenido de http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com/inicio/wp-content/uploads/2017/07/25-3.pdf

Paucar, G. I. (2017). *IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE INCENTIVOS PARA LA MEJORA DE LA PRODUCTIVIDAD EN UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN TEXTIL´´.* TESIS, UNMSM. Recuperado el 1 de MAYO de 2019, de http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/6412/Caycho_pg.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Polo Moya, D. (6 de febrero de 2021). *Gestionar Facil*. Obtenido de https://www.gestionar-facil.com/tecnicas-de-ventas/tecnica-del-vendedor-retador/

Porret. (2008). *Recursos Humaos.* Madrid, España. Obtenido de http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2014/05/43/Ochoa-Katleen.pdf

Prokopenko. (1989). *La Gestion de la Productividad.* Informe, Organizacion Internacional del Trabajo, Ginebra. Obtenido de https://www.ingenieriademetodos.com/app/download/9185588769/La+gesti%C3%B3n+de+la+productividad+OIT.pdf?t=1509937247&mobile=1

Prokopenko, J. (1989). *La Gestion de la Productividad.* ginebra: Organización Internacional del Trabajo. Recuperado el 23 de mayo de 2019, de file:///C:/Users/Joaquin/Downloads/La%20gestión%20de%20la%20productividad%20OIT.pdf

Puchol, l. (2003). DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS . En l. Puchol, *DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS* (pág. 433). Madrid, España: Díaz de Santos, S. A. Obtenido de file:///C:/Users/Joaquin/Downloads/Direccion_y_gestion_de_recursos_humanos.pdf

Randstad. (14 de 06 de 2017). *Randstad.* Obtenido de https://www.randstad.cl/tendencias360/archivo/10-incentivos-no-monetarios-para-recompensar-a-tus-trabajadores_1501/

Rodriguez, d. (2017). *LOS INCENTIVOS LABORALES Y SU INFLUENCIA EN EL RENDIMIENTO DE LOS COLABORADORES.* TRUJILLO. Obtenido de http://www.dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/9106/rodriguezaliaga_deysi.pdf?sequence=1&isAllowed=y

RODRIGUEZ, L. F. (2013). *"INCENTIVOS PARA MEJORAR EL DESEMPEÑO LABORAL EN LOS COLABORADORES DE LAS EMPRESAS DISTRIBUIDORAS DE PISOS CERÁMICOS DE LA CIUDAD DE QUETZALTENANGO.*

Rodríguez, L. F. (2013). *"Incentivos para mejorar el desepmeño laboral en los colaboradores de las empresas distrubuidoras de pisos cerámicos de la ciudad de Quetzaltenango".* TESIS, UNIVERSIDAD RAFAEL LANDIVAR, QUETZALTENANGO. Recuperado el 1 de MAYO de 2019, de http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2013/01/01/Lopez-Luis.pdf

Ruiz et al. (2013). *Recursos humanos y responsabilidad social corporativa.* Obtenido de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/26389/palomino_mz.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Sanleón, r. (23 de marzo de 2002). *http://www.guiaenvase.com/bases/guiaenvase.nsf/V02wn/impresoras?OpenDocument*. Recuperado el 12 de septiembre de 2019

Satey, E. (2014). *"INCENTIVOS LABORALES Y CLIMA ORGANIZACIONAL".* Universidad Rafael Landívar, Quetzaltenango. Obtenido de http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/05/43/Satey-Elcira.pdf

Sum Mazariegos, M. (2015). *MOTIVACIÓN Y DESEMPEÑO LABORAL.* QUETZALTENANGO. Obtenido de http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2015/05/43/Sum-Monica.pdf

Taylor. (1976). *EL CONCEPTO DE INCENTIVO EN ADMINISTRACIÓN.* REVISTA, Revista de Economía Institucional. Recuperado el 20 de junio de 2019

Taylor, f. (1984). *El Concepto de incentivo en la administración.* Revista, Bogota. Recuperado el 24 de junio de 2019, de https://www.redalyc.org/pdf/419/41911848006.pdf

Tomasello, M. (2017). *PROPUESTA DE INCENTIVOS, BENEFICIOS Y RECOMPENSAS PARA EL ÁREA DE VENTAS DE EMPRESA.* UNIVERSIDAD DE CHILE, SANTIAGO. Recuperado el 26 de MAYO de 2019, de http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/145542/Tomasello%20Ubilla%20Maria.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Umaña. (2004). *Esquemas de incentivos para la Carrera Docente .* Departamento Nacional de Planeación. Obtenido de https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Estudios%20Econmicos/270.pdf

Varela, r. (2013). *Administración de la Compensación sueldos, salarios y prestaciones* (SEGUNDA ed., Vol. SEGUNDO). (F. H. Carrasco, Ed.) mexico, MEXICO: PEARSON EDUCACIÓN. Obtenido de https://cucjonline.com/biblioteca/files/original/8b6446e4bc766d7b63f03b4170474e49.pdf

Villegas. (1997). *Percepción e importancia de los incentivos de los trabajadores de nivel operativo de hoteles ubicados en el centro de la ciudad de Puebla.* tesis, Universidad de las americas puebla, mexico, Puebla. Recuperado el 24 de junio de 2019, de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/garcia_g_b/capitulo2.pdf

Violán, M. Á. (2018). *Incentivos monetarios para premiar al empleado.* Recuperado el 12 de JUNIO de 2019, de https://retos-directivos.eae.es/la-mejor-manera-de-premiar-a-tus-empleados-incentivos-monetarios/

Werther, W. (2008). *Administración de recursos humanos.* McGraw-Hill Interamericana. Obtenido de https://repositorio.unibague.edu.co/jspui/bitstream/20.500.12313/837/1/Trabajo%20de%20grado.%20pdf

Westreicher, G. (14 de junio de 2020). *Economipedia.com*. Obtenido de https://economipedia.com/definiciones/resultado.html

William et al. (1998). Obtenido de http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/4208/Bravo%20Vidarte%20-%20Oliva%20Bances.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de Consistencia

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variable	Indicador	
Problema General	**Objetivos General**	**Hipótesis General**	**Variable 1**	**Indicador V1**	**Metodología**
¿Cuál es la relación entre los incentivos laborales y la productividad en el Área de portabilidad en la Empresa Atento Perú SAC Sede callao, 2020?	Determinar la relación entre los incentivos laborales y la productividad En el Área de portabilidad en la Empresa Atento Perú SAC Sede Callao, 2020.	Los incentivos Laborales tienen relación con la productividad en el Área de portabilidad en la empresa Atento Perú SAC Sede callao, 2020.	**Incentivos Laborales**	1.Incentivos Monetarios 2.Incentivosno Monetarios 3.Motivación	Enfoque: Cuantitativo Tipo: Aplicada Nivel: Descriptivo Diseño de la Investigación: No experimental, Transversal Instrumentos: cuestionarios Contrastación de hipótesis con el SPSS v.26.
Problemas Específicos	**Objetivos Específicos**	**hipótesis Especificas**	**Variable 2**	**Indicador V2**	
1) ¿Conocer cuál es la relación de los incentivos monetarios y la productividad en el Área de portabilidad en la Empresa Atento Perú SAC Sede callao, 2020?	1) Conocer la relación de los incentivos monetarios y la productividad en el Área de portabilidad en la empresa Atento Perú SAC Sede callao, 2020	Existe una relación significativa de los incentivos monetarios y la productividad en el Área de portabilidad en la empresa Atento Perú SAC Sede callao, 2020.	**Productividad**	1.Eficiencia	
2) ¿Conocer la relación de los incentivos no monetarios y la productividad en el Área de portabilidad en la Empresa Atento Perú SAC Sede callao, 2020?	2) Conocer la relación de los incentivos no monetarios y la productividad en el Área de portabilidad en la empresa Atento Perú SAC Sede callao, 2020.	Existe una relación de los incentivos no monetarios y la productividad en el Área de portabilidad en la empresa Atento Perú SAC Sede callao, 2020.		2.Eficacia	
3) ¿Determinar la relación de la motivación y la productividad en el Área de portabilidad en la Empresa Atento Perú SAC Sede callao, 2020?	3) Determinar la relación de la motivación y la productividad de en el área de portabilidad en la empresa Atento Perú SAC Sede Callao, 2020.	Existe una relación de la motivación y la productividad en el Área de portabilidad en la empresa Atento Perú SAC Sede callao, 2020		3. Resultados	

Fuente: Elaboración propia, 2021.

**** Matriz de conceptualización y Operacionalización de la variable 1: Incentivos laborales***

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala	Ítems
Incentivos Laborales	Según Rodríguez (2017) nos dice que es la recompensa total, que abarca los aspectos económicos y no económicos, condicionada a la medición del resultado de un trabajo o a la observancia de ciertas normas de conducta. Es todo aquello que estimula o induce a los Trabajadores a Tener una Conducta de conseguir objetivos de más calidad, cantidad,menos, costo y mayor satisfacción.	Los incentivos laborales involucran los aspectos como incentivo monetario y no monetario que se convierte en una fuerza impulsadora para el logro de los objetivos manteniendo a los trabajadores motivados	1. Incentivos Monetarios	Comisiones	Ordinal	P1. ¿Está satisfecho con los incentivos económicos de la empresa?
					Ordinal	P2. ¿El esquema de comisiones le permite a usted poder llegar al objetivo de ventas?
				Bonos	Ordinal	P3. ¿La empresa brinda incentivos adecuados que permitan lograr el objetivo de ventas?
					Ordinal	P4. ¿Respecto a la maqueta de ventas actual, conoce todos los pasos y formas de poder lograr el objetivo de ventas planteado?
			2. Incentivos No Monetarios	Supletorios	Ordinal	P5. ¿La empresa tiene consideración o tolerancia a los trabajadores que estudian o se capacitan constantemente?
					Ordinal	P6. ¿La empresa brinda soporte técnico efectivo ante cualquier incidente en el sistema informativo que maneja el asesor de ventas?
				Adiestramiento	Ordinal	P7. ¿La empresa le brinda capacitaciones constantes referentes a su labor, que le permita mejorar en sus actividades diarias?
					Ordinal	P8. ¿La empresa brinda oportunidades de mejora formativa para el trabajador que no logra al objetivo de ventas planteado?
				Autorrealización	Ordinal	P9. ¿El reconocimiento social por haber logrado el objetivo de venta del mes es significativo emocional y socialmente?
			3. Motivación	Factores Higiénicos	Ordinal	P10. ¿Se siente estable en el puesto que trabaja?
					Ordinal	P11. ¿Existe una retroalimentación efectiva por parte de los supervisores de la empresa?
				Factores Motivacionales	Ordinal	P12. ¿Se encuentra lo suficientemente motivado para realizar las labores diarias?

Fuente: Elaboración propia, 2021.

**** Matriz de conceptualización y Operacionalización de la variable 1: Productividad***

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala	Ítems
Productividad	Según Alva y Juarez (2014) Es un indicador que refleja que tan bien se están usando los recursos de una economía en la producción de bienes y servicios; traducida en una relación entre recursos utilizados y productos obtenidos, denotando además la eficiencia con la cual los recursos humanos, capital, conocimientos, Energía, etc. Son usados para producir bienes y servicios en el mercado.(pag.13)	La productividad es el resultado del manejo de los recursos que se tiene en una organización donde busca la eficacia y eficacia e intervienen los factores externos y los factores Internos Para así poder Lograr el objetivo deseado.	1. Eficiencia	Recursos	Ordinal	P13. ¿La empresa brinda todas las herramientas *hardware* necesarias para mejorar la productividad?
					Ordinal	P14. ¿La empresa brinda todas las herramientas *software* necesarios para mejorar la productividad?
					Ordinal	P15. ¿Los planes de portabilidad de la empresa satisface los recursos para lograr los objetivos de ventas?
				Métodos	Ordinal	P16. ¿Los métodos de ventas personalizadas aplicadas por la empresa son eficientes para lograr los objetivos?
					Ordinal	P17. ¿El método de ventas desafiantes aplicado por la empresa genera resultados positivos?
					Ordinal	P18. ¿El método de ventas de soluciones se aplica satisfactoriamente como alternativas de ventas?
			2. Eficacia	Objetivos	Ordinal	P19. ¿Los objetivos de ventas planteados por la gerencia son factibles para su cumplimiento?
					Ordinal	P20. ¿La comunicación de los objetivos se realiza coherente por parte de los gerentes al personal de venta?
				Condiciones	Ordinal	P21. ¿Usted como asesor de ventas siente que es realmente productivo con su trabajo?
					Ordinal	P22. ¿Los servicios de apoyo a la empresa como el back office contribuyen a la productividad?
			3.Resultados	Compromiso	Ordinal	P23. ¿Cumple satisfactoriamente con el objetivo mensual de ventas planteado por la empresa?
					Ordinal	P24. Respecto a la gestión que realizas ¿abordas todas tus llamadas con empatía y proactividad?

Fuente: Elaboración propia, 2021.

Anexo 2. Instrumentos de recolección de datos

Estimado colaborador, se ha diseñado el presente cuestionario para evaluar su percepción sobre las variables relacionadas al estudio: "Los Incentivos laborales y la Relación con la Productividad en la empresa Atento Perú SAC Sede Callao, 2020". Estos datos serán de mucha importancia para mejorar el desempeño laboral en la empresa. Por lo que se le ruega responder las alternativas de manera imparcial y objetiva. Recuerde que el presente instrumento es anónimo.

Instrucciones: Marque con una **X** la alternativa válida de acuerdo con el ítem en los casilleros siguientes:

Escala de Codificación				
1	**2**	**3**	**4**	**5**
Nunca	Casi Nunca	Algunas Veces	Casi siempre	Siempre

Edad: ……. Género: M ( ) F ( )

Sobre la Variable: Incentivos Laborales

Incentivos Laborales	1	2	3	4	5
P1. ¿Está satisfecho con los incentivos económicos de la empresa?					
P2. ¿El esquema de comisiones le permite a usted poder llegar al objetivo de ventas?					
P3. ¿La empresa brinda incentivos adecuados que permitan lograr el objetivo de ventas?					
P4. ¿Respecto a la maqueta de ventas actual, conoce todos los pasos y formas de poder lograr el objetivo de ventas planteado?					
P5. ¿La empresa tiene consideración o tolerancia a los trabajadores que estudian o se capacitan constantemente?					
P6. ¿La empresa le brinda soporte técnico efectivo ante cualquier incidente en el sistema informático que maneja el asesor de ventas?					
P7. ¿La empresa le brinda capacitaciones constantes referentes a su labor, que le permita mejorar en sus actividades diarias?					
P8. ¿La empresa brinda oportunidades de mejora formativa para el trabajador que no logra al objetivo de ventas planteado?					

P9. ¿El reconocimiento social por haber logrado el objetivo de venta del mes es significativo emocional y socialmente?					
P10. ¿Se siente estable en el puesto que trabaja?					
P11. ¿Existe una retroalimentación efectiva por parte de los supervisores de la empresa?					
P12. ¿Se encuentra lo suficientemente motivado para realizar las labores diarias?					

Sobre la Variable: Productividad

Productividad	1	2	3	4	5
P13. ¿La empresa brinda todas las herramientas *hardware* necesarias para mejorar la productividad?					
P14. ¿La empresa brinda todas las herramientas *software* necesarios para mejorar la productividad?					
P15. ¿Los planes de portabilidad de la empresa satisface los recursos para lograr los objetivos de ventas?					
P16. ¿los métodos de ventas personalizadas aplicadas por la empresa son eficientes para lograr los objetivos?					
P17: ¿El método de ventas desafiantes aplicado por la empresa genera resultados positivos?					
P18. ¿El método de ventas de soluciones se aplica satisfactoriamente como alternativas de ventas?					
P19. ¿Los objetivos de ventas planteados por la gerencia son factibles para su cumplimiento?					
P20. ¿La comunicación de los objetivos se realiza coherentemente por parte de los gerentes al personal de venta?					
P21. ¿Usted como asesor de ventas siente que es realmente productivo con su trabajo?					
P22. ¿Los servicios de apoyo a la empresa como el back office contribuyen a la productividad?					
P23. ¿Cumple satisfactoriamente con el objetivo mensual de ventas planteado por la empresa?					
P24. Respecto a la gestión que realizas ¿abordas todas tus llamadas con empatía y proactividad?					

¡Muchas gracias! su amable colaboración será importante para nosotros.

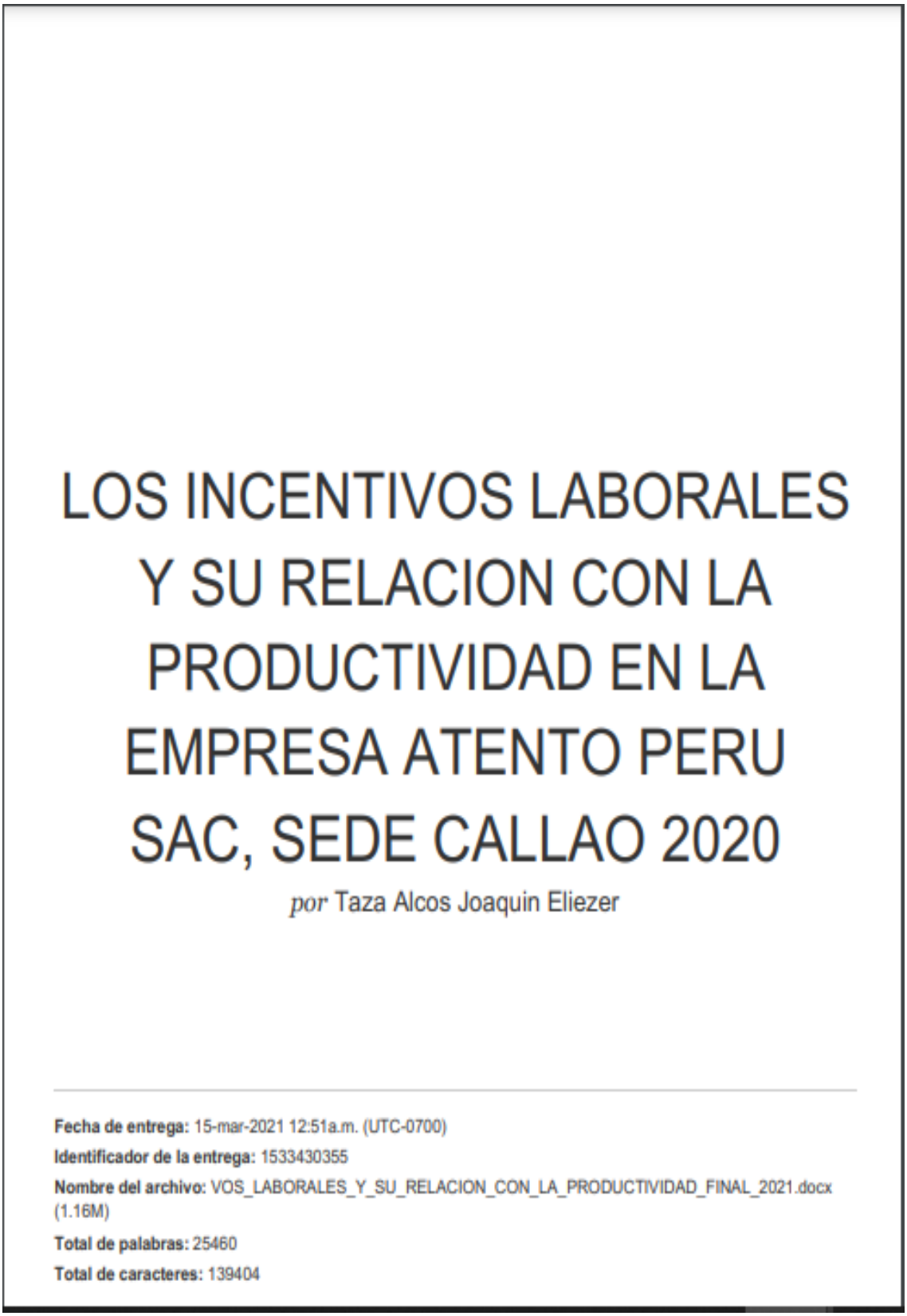
Anexo 3. Base de datos

	Incentivos Laborales												Productividad											
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24
Asesor 1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Asesor 2	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	5
Asesor 3	5	5	4	5	5	5	5	4	3	3	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4
Asesor 4	3	2	3	5	5	5	5	4	5	3	5	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	5	3	5
Asesor 5	2	2	3	3	4	4	2	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	3	4
Asesor 6	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4
Asesor 7	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	4	3	4	4
Asesor 8	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	3	3	3	4	4	5	5	5	5	5
Asesor 9	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4
Asesor 10	2	1	3	3	3	3	3	2	3	1	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	4	4	3	4
Asesor 11	3	3	2	4	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	4
Asesor 12	4	1	3	2	1	1	1	1	3	1	1	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1	1	3	5
Asesor 13	5	3	4	5	5	5	4	4	4	3	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	3	5
Asesor 14	3	3	4	5	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4
Asesor 15	3	3	3	5	5	5	3	3	3	4	5	5	5	5	3	4	3	3	3	4	5	4	4	5
Asesor 16	3	3	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	3	3	4	4	4	4	3	4	3	5
Asesor 17	3	3	3	5	5	5	5	3	5	3	5	3	4	4	3	4	5	5	3	4	5	4	3	5
Asesor 18	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5
Asesor 19	3	3	3	5	2	4	4	5	5	3	3	4	5	5	1	1	3	3	3	4	5	5	3	5
Asesor 20	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5
Asesor 21	4	4	4	4	3	4	4	4	4	1	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	5	3	4	5
Asesor 22	3	3	3	3	4	5	5	5	3	3	5	4	5	5	3	4	3	3	3	3	5	5	4	4
Asesor 23	4	3	3	4	4	5	5	5	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	5	5	4	5
Asesor 24	5	1	3	5	3	2	4	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	4	3	2	2	3	3	4

Asesor 25	3	3	3	5	5	5	5	5	4	1	3	5	5	5	2	3	5	4	5	5	5	5	4	5
Asesor 26	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	5	3	3	3	3	3	3	3	5	3	4
Asesor 27	3	2	3	4	4	4	4	1	3	3	4	3	4	4	1	4	3	4	3	3	5	5	3	5
Asesor 28	3	1	2	3	5	5	3	3	3	3	2	3	4	4	1	2	2	2	2	2	2	3	2	3
Asesor 29	3	3	3	4	1	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	2	4	2	3	4
Asesor 30	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	5
Asesor 31	4	3	3	5	2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
Asesor 32	3	4	4	5	4	5	5	4	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5
Asesor 33	3	1	1	1	3	5	4	3	2	2	4	3	3	4	1	2	3	3	2	4	4	3	4	2
Asesor 34	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	5	4	4	3	3	3	3	2	4	2	3	5
Asesor 35	3	2	3	4	5	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	5	4	4	5	5	4	5
Asesor 36	1	1	1	1	2	1	2	2	3	1	3	2	2	2	1	1	2	2	1	1	3	1	3	4
Asesor 37	5	3	5	5	5	5	5	3	4	3	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5
Asesor 38	4	3	3	5	5	5	3	4	5	2	4	3	5	5	3	4	3	4	4	5	3	3	4	5
Asesor 39	3	2	2	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	2	4
Asesor 40	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5
Asesor 41	4	3	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5
Asesor 42	5	3	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	4
Asesor 43	3	3	3	3	4	4	3	2	3	4	3	4	4	4	2	3	3	3	2	3	4	3	4	4
Asesor 44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Asesor 45	4	3	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5
Asesor 46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4
Asesor 47	3	2	2	4	4	4	3	3	3	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	5	3	5
Asesor 48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
Asesor 49	3	3	4	3	4	3	3	3	5	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	2	4	4	3	3
Asesor 50	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	2	3	4	4	4	3	4	4	4	3

Fuente: Encuesta en la empresa "Atento Perú S.A.C

Anexo 4. Evidencia de similitud digital



LOS INCENTIVOS LABORALES Y SU RELACION CON LA PRODUCTIVIDAD EN LA EMPRESA ATENTO PERU SAC, SEDE CALLAO 2020

por Taza Alcos Joaquin Eliezer

Fecha de entrega: 15-mar-2021 12:51a.m. (UTC-0700)

Identificador de la entrega: 1533430355

Nombre del archivo: VOS_LABORALES_Y_SU_RELACION_CON_LA_PRODUCTIVIDAD_FINAL_2021.docx (1.16M)

Total de palabras: 25460

Total de caracteres: 139404

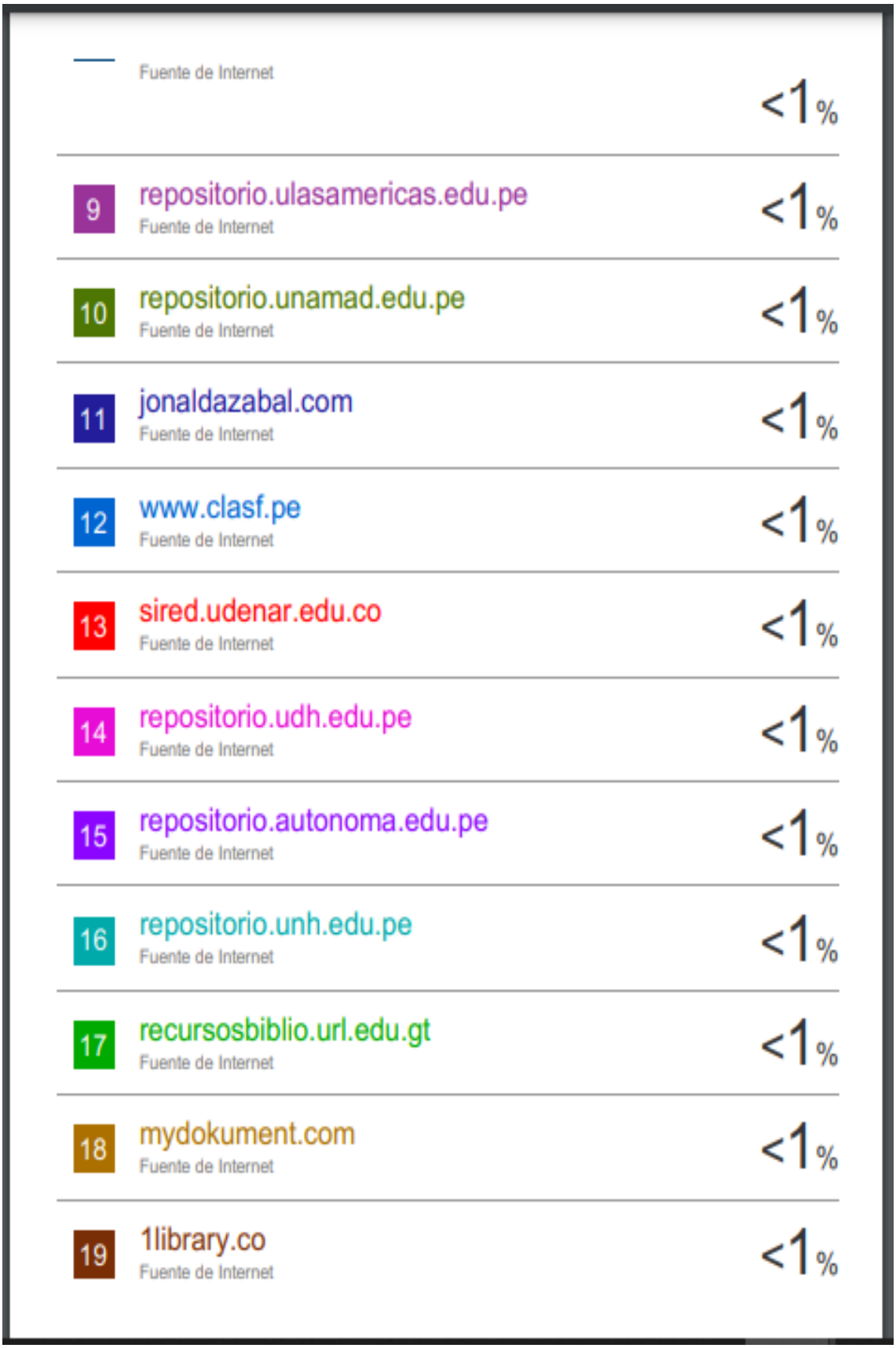
LOS INCENTIVOS LABORALES Y SU RELACION CON LA PRODUCTIVIDAD EN LA EMPRESA ATENTO PERU SAC, SEDE CALLAO 2020

INFORME DE ORIGINALIDAD

20%	20%	3%	9%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

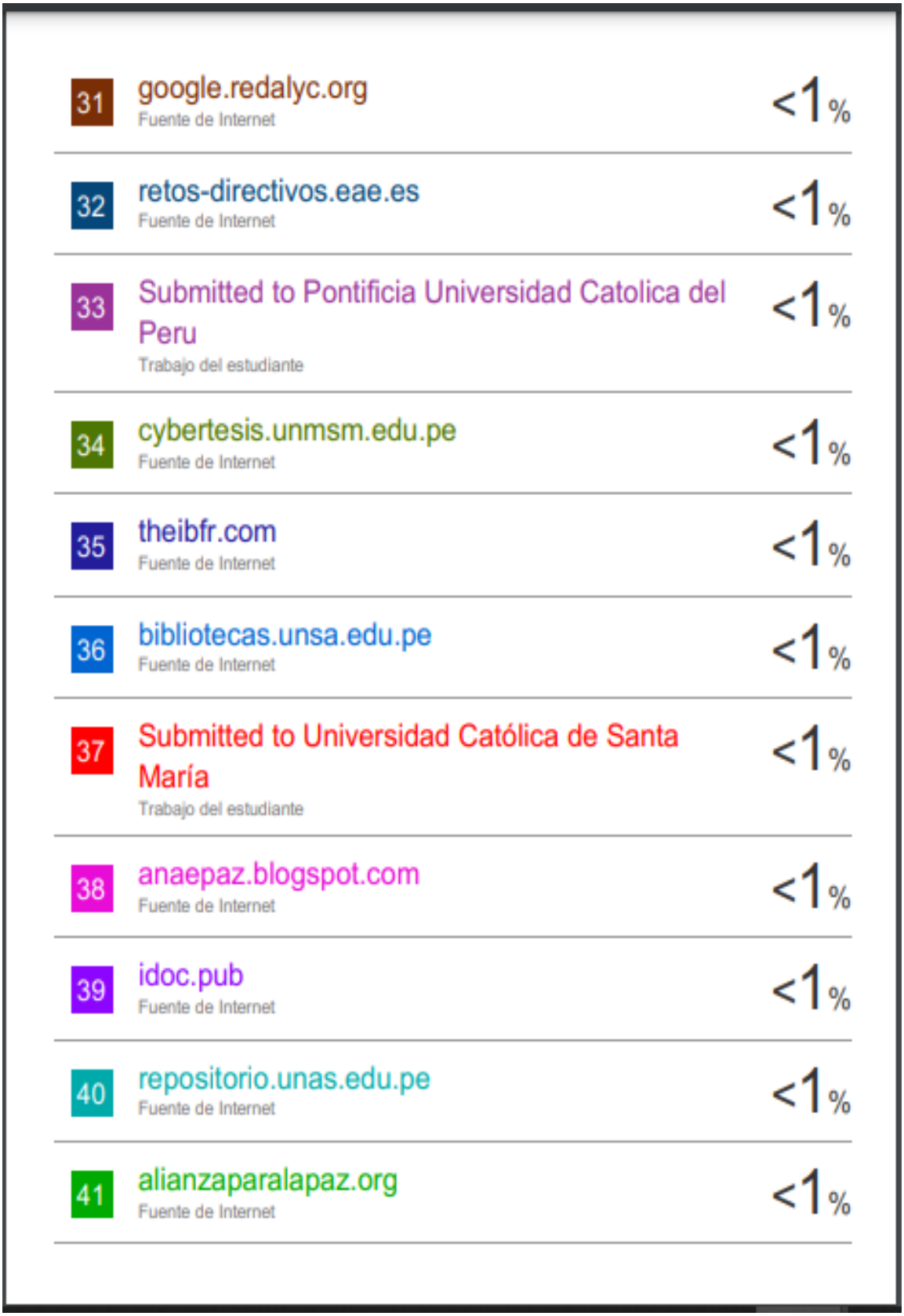
FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.upci.edu.pe Fuente de Internet	5%
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	3%
3	dspace.unitru.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
5	repositorio.unfv.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	Submitted to Universidad Peruana de Ciencias e Informatica Trabajo del estudiante	<1%
7	repositorio.upla.edu.pe Fuente de Internet	<1%
8	repositorio.uss.edu.pe	

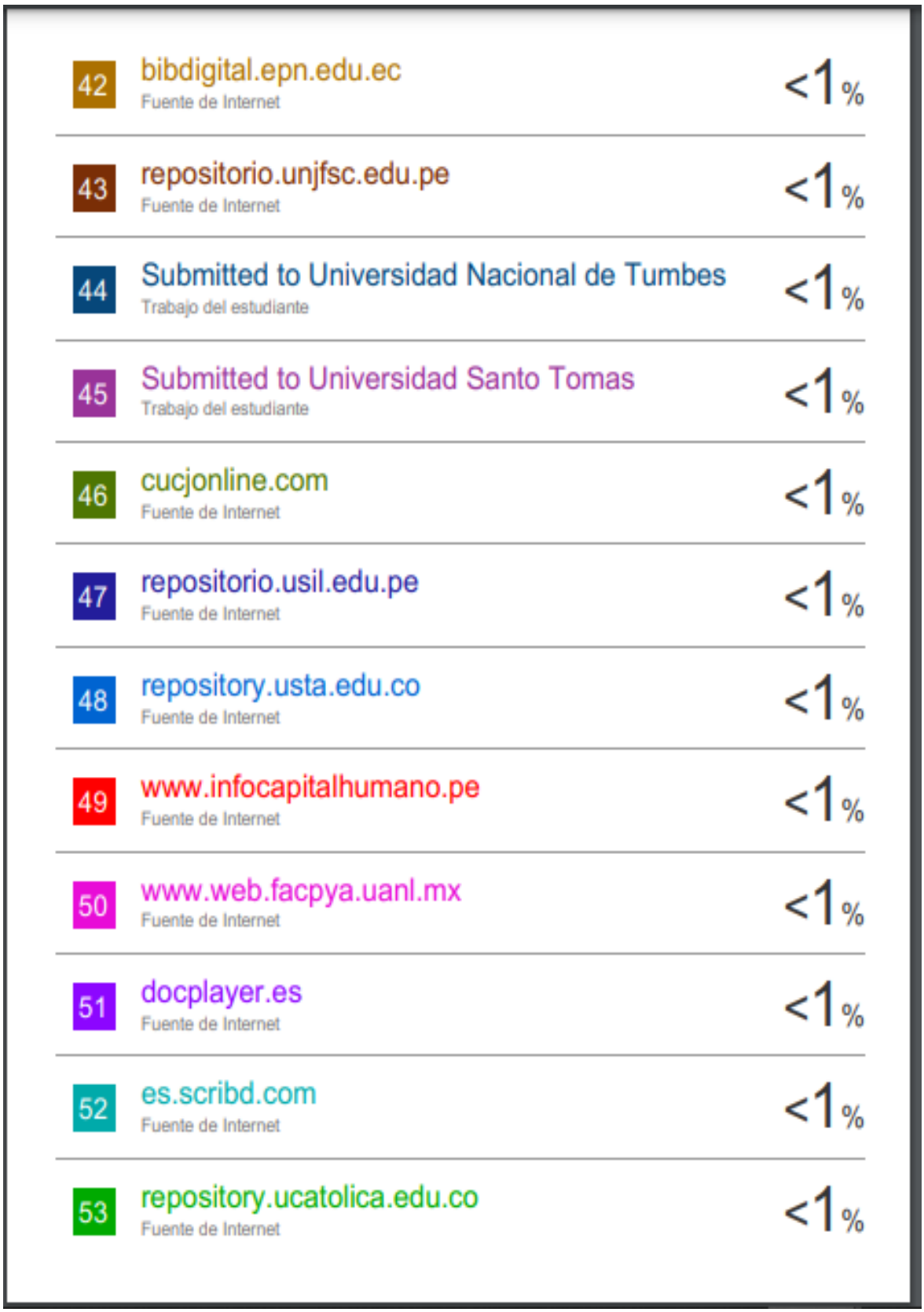


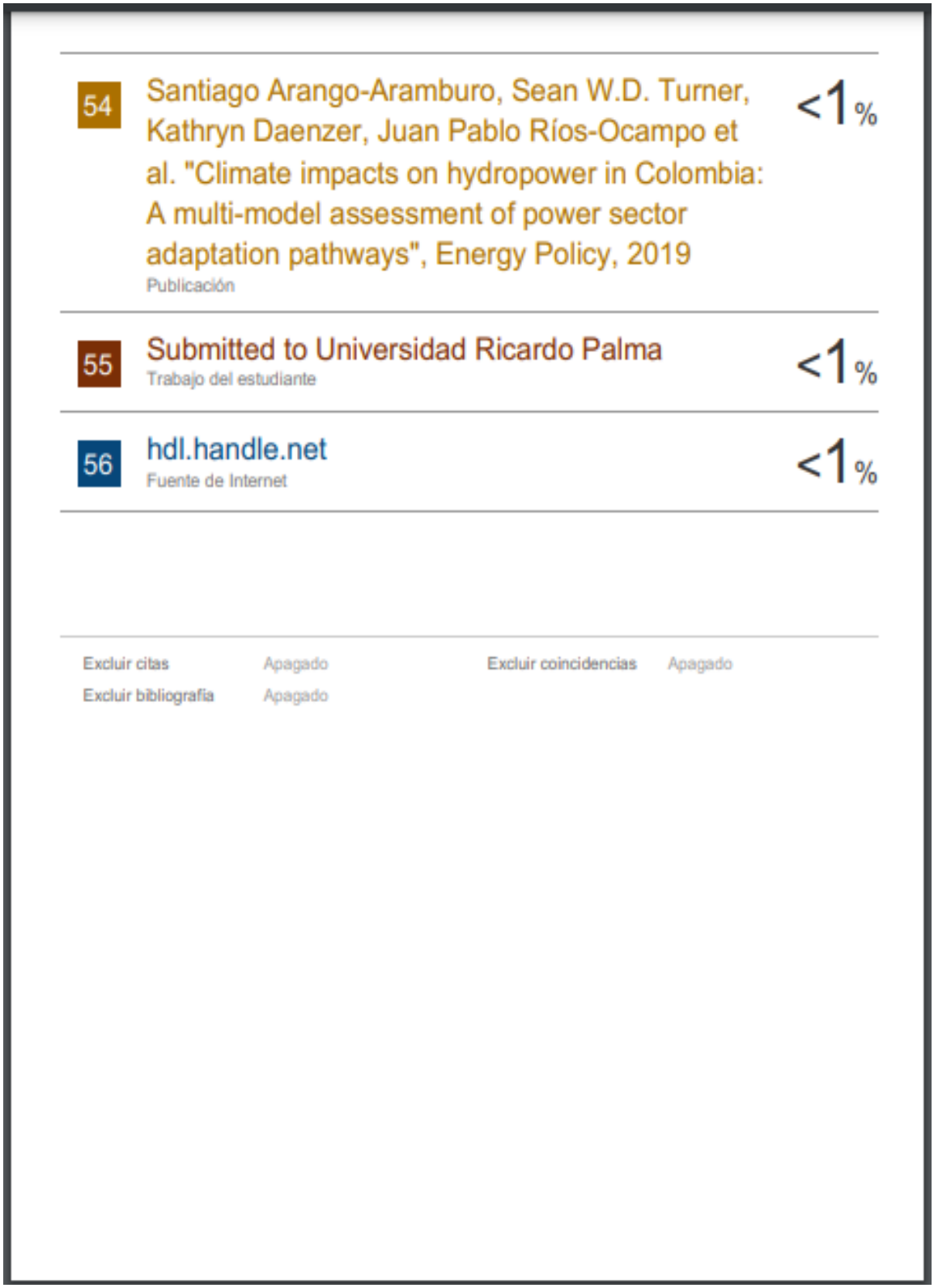
	Fuente de Internet	<1%
9	repositorio.ulasamericas.edu.pe Fuente de Internet	<1%
10	repositorio.unamad.edu.pe Fuente de Internet	<1%
11	jonaldazabal.com Fuente de Internet	<1%
12	www.clasf.pe Fuente de Internet	<1%
13	sired.udenar.edu.co Fuente de Internet	<1%
14	repositorio.udh.edu.pe Fuente de Internet	<1%
15	repositorio.autonoma.edu.pe Fuente de Internet	<1%
16	repositorio.unh.edu.pe Fuente de Internet	<1%
17	recursosbiblio.url.edu.gt Fuente de Internet	<1%
18	mydokument.com Fuente de Internet	<1%
19	1library.co Fuente de Internet	<1%

20	polodelconocimiento.com Fuente de Internet	<1%
21	eprints.uanl.mx Fuente de Internet	<1%
22	repositorio.espam.edu.ec Fuente de Internet	<1%
23	Submitted to Universidad Católica San Pablo Trabajo del estudiante	<1%
24	Submitted to Universidad Tecnologica del Peru Trabajo del estudiante	<1%
25	Submitted to Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco Trabajo del estudiante	<1%
26	repositorio.unemi.edu.ec Fuente de Internet	<1%
27	repositorio.unprg.edu.pe Fuente de Internet	<1%
28	Submitted to Universidad Tecnologica de Honduras Trabajo del estudiante	<1%
29	www.repositorio.usac.edu.gt Fuente de Internet	<1%
30	repositorio.uandina.edu.pe Fuente de Internet	<1%



31	google.redalyc.org Fuente de Internet	<1%
32	retos-directivos.eae.es Fuente de Internet	<1%
33	Submitted to Pontificia Universidad Catolica del Peru Trabajo del estudiante	<1%
34	cybertesis.unmsm.edu.pe Fuente de Internet	<1%
35	theibfr.com Fuente de Internet	<1%
36	bibliotecas.unsa.edu.pe Fuente de Internet	<1%
37	Submitted to Universidad Católica de Santa María Trabajo del estudiante	<1%
38	anaepaz.blogspot.com Fuente de Internet	<1%
39	idoc.pub Fuente de Internet	<1%
40	repositorio.unas.edu.pe Fuente de Internet	<1%
41	alianzaparalapaz.org Fuente de Internet	<1%


42 bibdigital.epn.edu.ec
Fuente de Internet
<1%
43 repositorio.unjfsc.edu.pe
Fuente de Internet
<1%
44 Submitted to Universidad Nacional de Tumbes
Trabajo del estudiante
<1%
45 Submitted to Universidad Santo Tomas
Trabajo del estudiante
<1%
46 cucjonline.com
Fuente de Internet
<1%
47 repositorio.usil.edu.pe
Fuente de Internet
<1%
48 repository.usta.edu.co
Fuente de Internet
<1%
49 www.infocapitalhumano.pe
Fuente de Internet
<1%
50 www.web.facpya.uanl.mx
Fuente de Internet
<1%
51 docplayer.es
Fuente de Internet
<1%
52 es.scribd.com
Fuente de Internet
<1%
53 repository.ucatolica.edu.co
Fuente de Internet
<1%



54	Santiago Arango-Aramburo, Sean W.D. Turner, Kathryn Daenzer, Juan Pablo Ríos-Ocampo et al. "Climate impacts on hydropower in Colombia: A multi-model assessment of power sector adaptation pathways", Energy Policy, 2019 Publicación	<1%
55	Submitted to Universidad Ricardo Palma Trabajo del estudiante	<1%
56	hdl.handle.net Fuente de Internet	<1%

Excluir citas	Apagado	Excluir coincidencias	Apagado
Excluir bibliografía	Apagado		

Anexo 5. Autorización de publicación en repositor

UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS E INFORMÁTICA
La Universidad del futuro, hoy

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJO DE INVESTIGACION O TESIS EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UPCI

1.- DATOS DEL AUTOR

Apellidos y Nombres: Taza Alcos, Joaquin Eliezer

DNI: 72934301 Correo electrónico: Tazaalcas@gmail.com

Domicilio: Mz 64 Lote 16 AV Flavs, calle 17 - SATelite - VENTANILLA - CALLAO

Teléfono fijo: _____ Teléfono celular: 934506802

2.- IDENTIFICACIÓN DEL TRABAJO o TESIS

Facultad/Escuela: CIENCIAS EMPRESARIALES Y DE NEGOCIOS

Tipo: Trabajo de Investigación Bachiller ( ) Tesis (x)

Título del Trabajo de Investigación / Tesis:

"Los Incentivos Laborales y su Relación con La Productividad en La Empresa Atento Perú SAC Sede Callao 2020"

3.- OBTENER:

Bachiller ( ) Titulo (X) Mg ( ) Dr ( ) PhD ( )

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN EN VERSIÓN ELECTRONICA

Por la presente declaro que el (trabajo/tesis) _____ indicada en el ítem 2 es de mi autoría y exclusiva titularidad, ante tal razón autorizo a la Universidad Peruana Ciencia e Informática para publicar la versión electrónica en su Repositorio Institucional (http://repositorio.upci.edu.pe), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art 23 y Art. 33.

Autorizo la publicación (marque con una X):
(X) Sí, autorizo el depósito total.
( ) Sí, autorizo el depósito y solo las partes: _____
( ) No autorizo el depósito.

Huella digital

Como constancia firmo el presente documento en la ciudad de Lima, a los 20 días del mes de FEBRERO de 2021.

Firma

Anexo 6. Formatos de Validación de Instrumento

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO POR JUICIO DE EXPERTO

I. DATOS GENERALES:

Apellidos y Nombre del Informante: HERMOZA OCHANTE, RUBEN EDGAR
Institución donde labora: Universidad Peruana de Ciencias e Informática - UPCI
Nombre del Instrumento que motiva la evaluación: Cuestionario de la tesis:
"LOS INCENTIVOS LABORALES Y SU RELACION CON LA PRODUCTIVIDAD EN LA EMPRESA ATENTO PERU SAC, SEDE CALLAO 2020"
Autor del Instrumento: Bachiller **TAZA ALCOS, JOAQUIN ELIEZER**

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 – 20%	Regular 21 40%	Bueno 41 – 60%	Muy Bueno 61 – 80%	Excelente 81 – 100%
METODOLOGÍA	Considera que los Ítems miden lo que el investigador pretende medir				X	
COHERENCIA	Considera que los Ítems utilizados son propios del campo que se está investigando					X
CONSISTENCIA	Existe Consistencia entre los indicadores y los índices					X
ORGANIZACIÓN	Considera Organizado el desarrollo del Marco Teórico					X
CLARIDAD	La investigación está desarrollada en un lenguaje apropiado					X
OPERACIONA-LIZACION	Presenta operacionalizada sus variables e indicadores				X	
ESTRATEGIAS	Considera adecuado los Métodos estadísticos para contrastar las hipótesis					X
ACTUALIDAD	Presenta Antecedentes actualizados hasta con tres años de antigüedad					X

III. OPINIÓN PARA APLICAR EL INSTRUMENTO:

Qué aspectos se tienen que Modificar, aumentar o suprimir en los Instrumentos de Investigación:
Ninguno.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Muy bueno.....

Lima, 24 de febrero del 2021.

Mg. Rubén E. Hermoza Ochante
Reg. CIP N° 167882
DOCENTE
Firma del Experto Informante
DNI: 42037740 Telf./Cel.: 941463983

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO POR JUICIO DE EXPERTO

I. DATOS GENERALES:

Apellidos y Nombre del Informante: ESCALANTE CANO, ERIC JULIAN
Institución donde labora: Universidad Peruana de Ciencias e Informática - UPCI
Nombre del Instrumento que motiva la evaluación: Cuestionario de la tesis:
"LOS INCENTIVOS LABORALES Y SU RELACION CON LA PRODUCTIVIDAD EN LA EMPRESA ATENTO PERU SAC, SEDE CALLAO 2020"
Autor del Instrumento: Bachiller **TAZA ALCOS, JOAQUIN ELIEZER**

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 – 20%	Regular 21 40%	Bueno 41 – 60%	Muy Bueno 61 – 80%	Excelente 81 – 100%
METODOLOGÍA	Considera que los Ítems miden lo que el investigador pretende medir				X	
COHERENCIA	Considera que los Ítems utilizados son propios del campo que se está investigando					X
CONSISTENCIA	Existe Consistencia entre los indicadores y los indices					X
ORGANIZACIÓN	Considera Organizado el desarrollo del Marco Teórico					X
CLARIDAD	La investigación está desarrollada en un lenguaje apropiado					X
OPERACIONA-LIZACION	Presenta operacionalizada sus variables e indicadores				X	
ESTRATEGIAS	Considera adecuado los Métodos estadísticos para contrastar las hipótesis					X
ACTUALIDAD	Presenta Antecedentes actualizados hasta con tres años de antigüedad					X

III. OPINIÓN PARA APLICAR EL INSTRUMENTO:

Qué aspectos se tienen que Modificar, aumentar o suprimir en los Instrumentos de Investigación:
Ninguno.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Muy bueno.....

Lima, 24 de febrero del 2021.

Firma del Experto Informante
DNI: 08472343 Telf./Cel.: 902892056

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO POR JUICIO DE EXPERTO

I. DATOS GENERALES:

Apellidos y Nombre del Informante: MELGAREJO MENDOZA, PAULO CESAR
Institución donde labora: Universidad Peruana de Ciencias e Informática - UPCI
Nombre del Instrumento que motiva la evaluación: Cuestionario de la tesis:
"LOS INCENTIVOS LABORALES Y SU RELACION CON LA PRODUCTIVIDAD EN LA EMPRESA ATENTO PERU SAC, SEDE CALLAO 2020"
Autor del Instrumento: Bachiller **TAZA ALCOS, JOAQUIN ELIEZER**

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 – 20%	Regular 21 40%	Bueno 41 – 60%	Muy Bueno 61 – 80%	Excelente 81 – 100%
METODOLOGÍA	Considera que los Ítems miden lo que el investigador pretende medir				X	
COHERENCIA	Considera que los Ítems utilizados son propios del campo que se está investigando					X
CONSISTENCIA	Existe Consistencia entre los indicadores y los indices					X
ORGANIZACIÓN	Considera Organizado el desarrollo del Marco Teórico					X
CLARIDAD	La investigación está desarrollada en un lenguaje apropiado					X
OPERACIONA-LIZACION	Presenta operacionalizada sus variables e indicadores				X	
ESTRATEGIAS	Considera adecuado los Métodos estadísticos para contrastar las hipótesis					X
ACTUALIDAD	Presenta Antecedentes actualizados hasta con tres años de antigüedad					X

III. OPINIÓN PARA APLICAR EL INSTRUMENTO:

Qué aspectos se tienen que Modificar, aumentar o suprimir en los Instrumentos de Investigación:
Ninguno.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Muy bueno.....

Lima, 24 de febrero del 2021.

Firma del Experto Informante
DNI: 04069109 Telf./Cel.: 945380532