

FACULTAD COMUNICACIÓN Y CIENCIAS SOCIALES  
CARRERA DE COMUNICACIÓN

---

Tesis para optar por el Título de Licenciada en Comunicación



“ESTRATEGIAS “TEAM BUILDING” Y  
LA PRODUCTIVIDAD EN LOS  
COLABORADORES DE LA  
GENERACIÓN MILLENNIAL EN  
EMPRESAS DEL SECTOR PRIVADO  
DE LIMA METROPOLITANA”

**AUTOR**

---

Claudia Graciela Solís Solari

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

---

Gestión de la Comunicación Interna

**ASESOR**

---

María del Carmen Galarreta Ugarte  
Susana Irene Dávila Fernández



## ● 21% de similitud general

Principales fuentes encontradas en las siguientes bases de datos:

- 18% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 18% Base de datos de trabajos entregados
- 6% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

### FUENTES PRINCIPALES

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	<b>renati.sunedu.gob.pe</b> Internet	3%
2	<b>repositorio.ucv.edu.pe</b> Internet	2%
3	<b>Pontificia Universidad Catolica del Peru on 2016-12-14</b> Submitted works	<1%
4	<b>repositorioacademico.upc.edu.pe</b> Internet	<1%
5	<b>hdl.handle.net</b> Internet	<1%
6	<b>Universidad Femenina del Sagrado Corazón on 2022-12-20</b> Submitted works	<1%
7	<b>slideshare.net</b> Internet	<1%
8	<b>Universidad de Ciencias y Artes de Latinoamerica on 2020-10-20</b> Submitted works	<1%

9	<b>upc.aws.openrepository.com</b>	Internet	<1%
10	<b>repositorio.ulasamericas.edu.pe</b>	Internet	<1%
11	<b>Universidad Tecnologica del Peru on 2022-04-12</b>	Submitted works	<1%
12	<b>1library.co</b>	Internet	<1%
13	<b>repositorio.unid.edu.pe</b>	Internet	<1%
14	<b>repositorio.usil.edu.pe</b>	Internet	<1%
15	<b>repositorio.unjfsc.edu.pe</b>	Internet	<1%
16	<b>repositorio.upn.edu.pe</b>	Internet	<1%
17	<b>repositorio.usmp.edu.pe</b>	Internet	<1%
18	<b>grafiati.com</b>	Internet	<1%
19	<b>repositorio.uta.edu.ec</b>	Internet	<1%
20	<b>Universidad Rey Juan Carlos on 2022-11-14</b>	Submitted works	<1%

21	<b>coursehero.com</b>	Internet	<1%
22	<b>repository.ucc.edu.co</b>	Internet	<1%
23	<b>Universidad Cesar Vallejo on 2016-05-22</b>	Submitted works	<1%
24	<b>Universidad de Piura on 2022-09-07</b>	Submitted works	<1%
25	<b>repositorio.upecen.edu.pe</b>	Internet	<1%
26	<b>repositorio.espam.edu.ec</b>	Internet	<1%
27	<b>repositorio.ucal.edu.pe</b>	Internet	<1%
28	<b>Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurimac on 2022-01-14</b>	Submitted works	<1%
29	<b>Universidad del Norte, Colombia on 2020-05-30</b>	Submitted works	<1%
30	<b>Universidad San Ignacio de Loyola on 2021-03-04</b>	Submitted works	<1%
31	<b>repositorio.uigv.edu.pe</b>	Internet	<1%
32	<b>repositorio.ulima.edu.pe</b>	Internet	<1%

33	<b>Universidad Católica de Santa María on 2023-05-03</b>	<1%
	Submitted works	
34	<b>repositorio.autonoma.edu.pe</b>	<1%
	Internet	
35	<b>tesis.pucp.edu.pe</b>	<1%
	Internet	
36	<b>reformalaboralparatodos.org.mx</b>	<1%
	Internet	
37	<b>Universidad Catolica de Trujillo on 2017-11-13</b>	<1%
	Submitted works	
38	<b>docs.google.com</b>	<1%
	Internet	
39	<b>dichosyrefranes.net</b>	<1%
	Internet	
40	<b>repositorio.upsjb.edu.pe</b>	<1%
	Internet	
41	<b>unjbg on 2023-04-20</b>	<1%
	Submitted works	
42	<b>Universidad Cesar Vallejo on 2016-06-28</b>	<1%
	Submitted works	
43	<b>Sampelle, C.M.. "Continence for women: Evaluation of AWHONN's thir...</b>	<1%
	Crossref	
44	<b>Universidad Adolfo Ibáñez on 2021-03-13</b>	<1%
	Submitted works	

45	<b>Universidad Cesar Vallejo on 2023-01-10</b> Submitted works	<1%
46	<b>cia.uagraria.edu.ec</b> Internet	<1%
47	<b>core.ac.uk</b> Internet	<1%
48	<b>repository.unimilitar.edu.co</b> Internet	<1%
49	<b>uni on 2023-04-17</b> Submitted works	<1%
50	<b>acacia.org.mx</b> Internet	<1%
51	<b>repositorio.utp.edu.pe</b> Internet	<1%
52	<b>infobae.com</b> Internet	<1%
53	<b>Universidad Continental on 2018-08-09</b> Submitted works	<1%
54	<b>docplayer.es</b> Internet	<1%
55	<b>dspaceapi.uai.edu.ar</b> Internet	<1%
56	<b>repositorio.ug.edu.ec</b> Internet	<1%

57	<b>Ortiz, Fiorella Yasmin Aquije   Cappillo, Victor Daniel Cabo   Lapoint, Art...</b>	<1%
	Publication	
58	<b>Universidad Tecnologica del Peru on 2022-08-03</b>	<1%
	Submitted works	
59	<b>Universidad del Norte, Colombia on 2022-10-10</b>	<1%
	Submitted works	
60	<b>repositorio.esan.edu.pe</b>	<1%
	Internet	
61	<b>repository.unad.edu.co</b>	<1%
	Internet	
62	<b>Reyna García Zoila. "La influencia de la cultura y el clima organizacion...</b>	<1%
	Publication	
63	<b>Universidad Continental on 2022-02-27</b>	<1%
	Submitted works	
64	<b>repositorio.udaff.edu.pe</b>	<1%
	Internet	
65	<b>repositorio.unemi.edu.ec</b>	<1%
	Internet	
66	<b>Universidad de San Martín de Porres on 2022-04-10</b>	<1%
	Submitted works	
67	<b>repositorio.uladech.edu.pe</b>	<1%
	Internet	
68	<b>Universidad Continental on 2021-05-16</b>	<1%
	Submitted works	

69	<b>repositorio.uesiglo21.edu.ar</b>	Internet	<1%
70	<b>repositorio.uncp.edu.pe</b>	Internet	<1%
71	<b>repository.eafit.edu.co</b>	Internet	<1%
72	<b>repositorio.ulacit.ac.cr</b>	Internet	<1%
73	<b>repositorio.urp.edu.pe</b>	Internet	<1%
74	<b>UNIV DE LAS AMERICAS on 2021-05-21</b>	Submitted works	<1%
75	<b>Universidad Tecnologica del Peru on 2022-07-26</b>	Submitted works	<1%
76	<b>repo.sibdi.ucr.ac.cr:8080</b>	Internet	<1%
77	<b>produccioncientificaluz.org</b>	Internet	<1%
78	<b>Pontificia Universidad Catolica del Peru on 2020-05-07</b>	Submitted works	<1%
79	<b>Universidad San Ignacio de Loyola on 2018-11-22</b>	Submitted works	<1%
80	<b>Universidad Santiago de Cali on 2022-05-21</b>	Submitted works	<1%



81	<b>creativecommons.org</b>	Internet	<1%
82	<b>digitum.um.es</b>	Internet	<1%
83	<b>e-archivo.uc3m.es</b>	Internet	<1%
84	<b>pag.org.mx</b>	Internet	<1%
85	<b>repositorio.cetys.mx</b>	Internet	<1%
86	<b>repositorio.ups.edu.pe</b>	Internet	<1%
87	<b>amazon.ae</b>	Internet	<1%
88	<b>repositorio.unu.edu.pe</b>	Internet	<1%
89	<b>Becerril Pizarro Héctor. "Percepción de autoeficacia en la interacción c...</b>	Publication	<1%
90	<b>Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) - Sede Ecu...</b>	Submitted works	<1%
91	<b>Fundación Universitaria Católica del Norte on 2021-04-29</b>	Submitted works	<1%
92	<b>Pontificia Universidad Católica del Perú on 2009-03-17</b>	Submitted works	<1%

93	<b>Universidad Alas Peruanas on 2021-11-09</b> Submitted works	<1%
94	<b>Universidad Politecnica Salesiana del Ecuador on 2022-11-08</b> Submitted works	<1%
95	<b>Universidad Privada Antenor Orrego on 2019-11-17</b> Submitted works	<1%
96	<b>Universidad de San Martín de Porres on 2018-10-06</b> Submitted works	<1%
97	<b>Universidad del Norte, Colombia on 2020-11-23</b> Submitted works	<1%
98	<b>contabilidadpractica123.blogspot.com</b> Internet	<1%
99	<b>pesquisa.bvsalud.org</b> Internet	<1%
100	<b>repositorio.ucp.edu.pe</b> Internet	<1%
101	<b>repositorio.upt.edu.pe</b> Internet	<1%
102	<b>revistas.um.es</b> Internet	<1%
103	<b>ucol on 2023-04-29</b> Submitted works	<1%
104	<b>scribd.com</b> Internet	<1%

105	<b>youtube.com</b>	Internet	<1%
106	<b>Mendoza Henao Angela María. "Los factores históricos y ambientales ...</b>	Publication	<1%
107	<b>Muñoz Nájera Margarita Teresa. "Motivos psicológicos predisponente...</b>	Publication	<1%
108	<b>Pontificia Universidad Catolica del Peru on 2017-07-09</b>	Submitted works	<1%
109	<b>Quispe Malaver, Edgardo Pascual Tacilla Becerra, Fiorella Marilu Mend...</b>	Publication	<1%
110	<b>Universidad Abierta para Adultos on 2021-09-20</b>	Submitted works	<1%
111	<b>Universidad Carlos III de Madrid on 2022-02-13</b>	Submitted works	<1%
112	<b>Universidad Ort on 2011-04-05</b>	Submitted works	<1%
113	<b>Universidad Privada Antenor Orrego on 2019-02-20</b>	Submitted works	<1%
114	<b>Universidad Santo Tomas on 2017-11-25</b>	Submitted works	<1%
115	<b>Universidad de Lima on 2019-10-14</b>	Submitted works	<1%
116	<b>Universidad de San Martín de Porres on 2022-06-18</b>	Submitted works	<1%

117	<b>University of Birmingham on 2014-01-05</b>	<1%
	Submitted works	
118	<b>liveworkingeditorial.com</b>	<1%
	Internet	
119	<b>prezi.com</b>	<1%
	Internet	
120	<b>repositorio.cidecuador.org</b>	<1%
	Internet	
121	<b>repositorio.espe.edu.ec</b>	<1%
	Internet	
122	<b>repositorio.uan.edu.co</b>	<1%
	Internet	
123	<b>repositorio.ucss.edu.pe</b>	<1%
	Internet	
124	<b>repositorio.unap.edu.pe</b>	<1%
	Internet	
125	<b>repositorio.unc.edu.pe</b>	<1%
	Internet	
126	<b>repositorio.une.edu.pe</b>	<1%
	Internet	
127	<b>repositorio.uwiener.edu.pe</b>	<1%
	Internet	
128	<b>tesis.usat.edu.pe</b>	<1%
	Internet	

129	<b>argenval.com.ar</b>	Internet	<1%
130	<b>euder.com</b>	Internet	<1%
131	<b>Miryam Gabriela Pacheco Rodriguez. "Modelo de comunicación intern...</b>	Crossref posted content	<1%
132	<b>Universidad Cesar Vallejo on 2016-03-21</b>	Submitted works	<1%
133	<b>Universidad Cesar Vallejo on 2018-08-09</b>	Submitted works	<1%
134	<b>Universidad Manuela Beltrán on 2023-04-24</b>	Submitted works	<1%
135	<b>Universidad San Ignacio de Loyola on 2022-06-22</b>	Submitted works	<1%
136	<b>Universidad del Norte, Colombia on 2015-11-06</b>	Submitted works	<1%
137	<b>espam on 2022-06-10</b>	Submitted works	<1%
138	<b>Universidad Alas Peruanas on 2022-11-03</b>	Submitted works	<1%
139	<b>Universidad Continental on 2019-10-10</b>	Submitted works	<1%
140	<b>Universidad Continental on 2023-04-21</b>	Submitted works	<1%

141

**rediab.uanl.mx**

Internet

<1%

142

**Flores Hernandez, Sandra Katia. "Correlacion De Las Practicas En Recu..."**

Publication

<1%

**Estrategias “*Team Building*” y la productividad en los colaboradores de la generación millennial en empresas del sector privado de Lima Metropolitana**

## **Dedicatoria**

*A mi mamá y a mi abuelita por creer en mí.*

*A mi abuelito por acompañarme en presencia y como luz en el cielo.*

*A mi tío por su apoyo y amor sin fronteras.*

*Por ellos y para ellos.*



## ÍNDICE

<b>RESUMEN</b> .....	5
<b>ABSTRACT</b> .....	6
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	7-8
<b>CAPÍTULO I.</b>	
<b>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b> .....	9
1.1 Descripción de la situación problemática .....	10-11
1.2 Formulación del problema .....	12
1.3 Objetivos .....	12
1.4 Justificación .....	13
<b>CAPÍTULO II.</b>	
<b>MARCO TEÓRICO</b> .....	14
2.1 Antecedentes .....	14
2.1.1 Investigaciones Internacionales .....	14-16
2.1.2 Investigaciones Nacionales .....	16-20
2.2 Bases teóricas .....	21
2.2.1 Teletrabajo como nueva modalidad laboral.....	21
2.2.2 Creación de nuevas estrategias internas.....	22
2.2.3 Sentido de pertenencia organizacional.....	23-24
2.2.4 La comunicación como influencia en la motivación laboral.....	24
2.3 Definición de términos .....	25-26
<b>CAPÍTULO III.</b>	
<b>MARCO METODOLÓGICO</b> .....	27
3.1 Diseño de investigación .....	27
3.2 Supuesto .....	28
3.3 Operacionalización de variables .....	28
3.3.1 Variable .....	29
3.3.2 Definición operacional .....	30
3.3.3 Indicadores .....	30
3.4 Población, muestreo y muestra .....	31

3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	31
3.5.1 Descripción de instrumentos .....	32
3.5.2 Validación de instrumentos por expertos.....	32
3.6 Técnicas para el procesamiento y análisis de los datos.....	33
3.7 Aspectos éticos .....	33

#### **CAPÍTULO IV.**

<b>RESULTADOS .....</b>	<b>34-54</b>
-------------------------	--------------

#### **CAPÍTULO V.**

<b>DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>55</b>
5.1 Discusión.....	55
5.2 Conclusiones.....	56-58
5.2 Recomendaciones.....	58-59

#### **Fuentes de información**

6.1 Fuentes bibliográficas .....	60-63
6.2 Fuentes electrónicas.....	63-69

#### **ANEXOS**

- I. Matriz de consistencia
- II. Matriz de operacionalización de variables
- III. Instrumentos de recolección de datos
- IV. Validación de expertos
- V. Cronograma de Gantt

## RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo identificar las nuevas estrategias “*team building*” relacionadas con la productividad de los colaboradores de la generación millennial en empresas del sector privado de Lima Metropolitana. Estas estrategias “*team building*” son actividades en su mayoría virtuales que fomentan la interacción, diversión e integración; a su vez, forman un equipo sólido enfocado en objetivos y metas, con la finalidad de mantener y mejorar una cultura organizacional eficiente y positiva. La metodología de investigación es explicativa y descriptiva, por lo que se detalla el comportamiento e interés de los colaboradores dentro del estudio y se describe las variables en torno a una generación millennial. El estudio se encuentra bajo un enfoque mixto C - cuantitativo.

La interrogante de investigación obtiene respuesta a través del desarrollo de la encuesta digital, en la cual se realizó un filtro basado en los datos demográficos y los objetivos específicos. Los resultados presentes indican la validez de información obtenida por los mismos colaboradores de la generación millennial, los cuales están enfocados en mantenerse en un espacio de trabajo donde se respete la integridad, crecimiento a nivel personal y profesional.

Es así como se comprueba la relación de las estrategias “*team building*” con la productividad y las nuevas modalidades de trabajo, siendo el bienestar laboral un elemento significativo y parte del reconocimiento y sentido de pertenencia.

Palabras clave: *Team building, productividad, generación millennial, comunicación interna, cultura organizacional, sentido de pertenencia, satisfacción laboral, bienestar laboral.*

## ABSTRACT

The objective of this research is to identify the new "*team building*" strategies related to the productivity of employees of the millennial generation in private sector companies in Metropolitan Lima. These "*team building*" strategies are mostly virtual activities that encourage interaction, fun and integration; in turn, they form a solid team focused on objectives and goals, in order to maintain and improve an efficient and positive organizational culture. The research methodology is explanatory and descriptive, so the behavior and interest of the collaborators within the study are detailed and the variables around a millennial generation are described. The study is under a mixed C-quantitative approach.

The research question is answered through the development of the digital survey, in which a filter was made based on demographic data and specific objectives. The present results indicate the validity of information obtained by the same collaborators of the millennial generation, who are focused on staying in a work space where integrity, personal and professional growth are respected.

Thus, the relationship of team building strategies with productivity and new work modalities is verified, with occupational well-being being a significant element and part of the recognition and sense of belonging.

Keywords: *Team building, productivity, millennial generation, internal communication, organizational culture, sense of belonging, job satisfaction, job well-being.*

## INTRODUCCIÓN

A raíz de la pandemia de COVID 19; durante el año 2022, los colaboradores activos viven bajo un concepto de “compromiso” ante las empresas por falta de oportunidades laborales, reducción de presupuesto y recorte de personal. Esto implicó que los colaboradores perdieran la esencia de un buen clima y reconocimiento laboral. Razón por la que, Monitor Empresarial de Reputación Corporativa - Merco Perú, en conjunto con Datum Internacional realizan cada año, una nueva edición referente a las 100 empresas más destacadas; enfocadas en crear un lazo profesional, donde el colaborador represente la parte nuclear de la organización. (Merco Perú, 2022)

Entonces, ¿Qué acciones realizan las empresas a nivel nacional para fortalecer la identificación del colaborador? Entidades, tales como Interbank, Backus, Minera Antamina, BBV y BCP - Top 5, cumplen con desarrollar espacios de trabajo donde predominan tres aspectos fundamentales: clima laboral, comunicación y modalidad teletrabajo/híbrida, componentes que son fortalecidos con tácticas que incentivan el alto desempeño y potencian grupos de mejora, como son las actividades de “*team building*” (INFOBAE, 2022).

Según el Instituto Great Place To Work, las actividades involucradas en el término “*team building*” cumplen un rol estratégico dentro de cada institución para generar un buen clima laboral, logrando de esta manera alcanzar un sitio dentro del ranking de mejores lugares de trabajo para una generación en específico, los millennials. (Instituto Great Place To Work, 2021). Quienes ocupan el 51% de la Población Económicamente Activa (PEA) en el Perú. Esta generación tiene como característica principal mantener relaciones humanas en su ámbito laboral, emplear un ahorro activo con miras al futuro y mantener una vida saludable (Gestión, 2021). De igual modo, también manifiestan su interés por el crecimiento profesional y la modernidad mediante su dominio tecnológico. (Datum Internacional, 2022).

Por consiguiente, el tema de investigación resulta pertinente debido a su proyección en torno a resultados verídicos. Conocer si las empresas peruanas son capaces de implementar nuevas estrategias de interacción, como son las de “*team building*”; englobando al colaborador millennial como elemento clave para descubrir el nivel de productividad interno.

Por esta razón, el objetivo de la presente tesis es determinar el vínculo entre las estrategias <sup>1</sup>“*team building*” implementadas por empresas del sector privado de Lima Metropolitana con la productividad en el ámbito laboral de los colaboradores millennials.

---

<sup>1</sup> Las Estrategias “*Team Building*”, son actividades virtuales que fomentan la interacción, diversión e integración; a su vez formando un equipo sólido enfocado en objetivos.

# CAPÍTULO I

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1.1 Descripción de la situación problemática

¿Se enseña a trabajar en equipo o se aprende a través de la experiencia? Lograr que los miembros de una empresa unifiquen sus funciones y habilidades para consolidar objetivos y metas, muchas veces, es poco probable; si no reciben capacitaciones o actividades que promuevan una integración activa entre equipos de trabajo a fin de alcanzar una eficiente gestión de desempeño. (Conexión ESAN, 2018)

Ante dicha postura, ¿Qué estrategia es la más adecuada para promover la interacción de forma innovadora?, según la Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado (REIFOP) afirma que las estrategias “*team building*” originarias en Estados Unidos, lograron expandirse en diferentes realidades a nivel global; incluido Perú, por sus resultados estratégicos. El propósito de las estrategias “*team building*” es garantizar un desarrollo asertivo en la comunicación interna de los colaboradores en las empresas. Técnica novedosa para incrementar el trabajo en equipo, motivación, sentido de pertenencia y productividad en ellos. (REIFOP, 2016 p.15 - 17). Sin embargo, el término de productividad es dependiente del clima laboral que maneje cada empresa, debido a que entre el 81% y 86% de los colaboradores de la generación millennials deliberan que, para un exitoso desempeño laboral, retención del talento y una productividad activa interna, se debe priorizar un buen clima laboral. Sin este último, la decisión de renuncia por parte de los millennials es inmediata.

Asimismo, esta generación millennial está conformada por jóvenes y adultos nacidos entre el año 1980 y 2000, de modo que sus edades varían entre los 19 y 38 años, interesados mayormente por la educación, el cuidado del medio ambiente y el ámbito tecnológico. Sin embargo, no todos los millennials de Latinoamérica poseen características similares. En ese caso, ¿Cuál es el distintivo de un joven millennial peruano? En el país, existe una población de 8 millones de millennials frente a una población total de 32, 97 millones de peruanos. Por ello, el 71% se caracteriza a diferencia de los jóvenes millennials de Paraguay, Argentina, Colombia, México y Brasil, por estar en constante búsqueda de oportunidades laborales. Es decir, el 11% trabaja y estudia, pero su objetivo principal es integrar lo que les apasiona junto a su

crecimiento profesional. Lo cierto es que, si no lo logra, no tiene miedo a nuevas experiencias. (Datum Internacional, 2018).

Respecto a las empresas en nuestro país, según el Instituto Nacional de Estadística INEI, en el año 2021 se inscribieron un total de 2 millones 838 mil 494. Únicamente en Lima se establecieron 26 mil 877 empresas activas y formales. Referente a la población empresarial del presente año 2022, se ha incrementado un 6,7% a diferencia del año anterior, contando con un total de 3 millones 29 mil 585 empresas (Instituto Nacional de Estadística INEI, 2022).

En virtud de ello, frente a un posible crecimiento progresivo en la economía y el ámbito social, la realidad empresarial hizo énfasis en otras modalidades de trabajo, como es el teletrabajo o empleo remoto. Un 33% de colaboradores vienen laborando en la modalidad remota e híbrida. (Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI, 2020). Cifra diferencial respecto a años anteriores, pero no solo ha crecido el número de colaboradores que han optado por la flexibilidad y seguridad de trabajar desde casa, sino también se incrementó la cifra de desmotivación y estrés laboral. Es así que, las empresas del sector público y privado están enfocadas en custodiar el bienestar interno y desarrollar un plan estratégico reforzando la cultura organizacional, lo cual ha sido replicado en distintas entidades. (Organización Internacional del Trabajo - OIT, 2020)

Dicho de otra manera, las empresas expresan sus constantes luchas por mantener una economía activa y estable, considerando que no sólo antepusieron su estabilidad económica, sino también el seguir promoviendo y manteniendo un ambiente que represente una cultura organizacional favorable y armónica con relación a los valores de cada institución. Por consiguiente, el desempeño en la virtualidad se logra a través de un bienestar propuesto por la misma empresa y su competitividad de crecimiento profesional activa. (Conexión ESAN - ESAN Graduate School of Business, 2020)

Desde la perspectiva sudamericana, en el 2020, países como Argentina, Colombia, Brasil e inclusive Perú han puesto en práctica acciones para fortalecer e incentivar la motivación dentro de una organización en relación con el cumplimiento de objetivos, dándole un valor adicional a la rutina laboral. (Soledispa, Pionce, Sierra, 2020)



Sin embargo, ese mismo año, según estudios, el 62% de las organizaciones sudamericanas no fueron partícipes de un seguimiento a sus propios colaboradores referente a cómo se percibía el clima laboral. Dando a entender que existe una iniciativa de mejora para mantener el sentido de pertenencia de los colaboradores, pero esta no se desarrolla completamente ya que la virtualidad no ha favorecido la creación de una relación sólida y una identidad entre colaborador-empresa. De modo que, 72% de las empresas encuestadas no estaban capacitadas para un intercambio de estrategias virtuales en relación con la comunicación interna y al clima laboral. (Rodrigo Correa, 2020). Asimismo, el 66% de las empresas no cuentan con actividades o nuevas estrategias para disminuir la falta de motivación o productividad laboral. (Barómetro Edenred Perú - Gestión Perú, 2021)

La importancia del análisis es evidenciar que las empresas deben innovar en la comunicación interna y desarrollar nuevas estrategias para seguir manteniendo el clima laboral. Como bien lo describe Rosabeth Moss, en el artículo ¿Quieres mantener felices a tus empleados? en el cual sostiene que la felicidad del colaborador no equivale a un incremento financiero ni utilidades internas; sino más bien se antepone categorías que estimulan la interacción con el equipo y crecimiento profesional. Tales como: la flexibilidad en el trabajo y el respeto a su vida fuera de oficina; la honestidad desde que empieza el proceso de contratación; la oportunidad de valoración y reconocimiento; el sentido de pertenencia y conexión con los valores y objetivos de la organización (CNN, 2022).

En conclusión, la clave para alcanzar los objetivos está en enfocarse en los colaboradores como embajadores de la cultura organizacional. Si se aborda una mejora, podremos visualizar efectos laborales positivos en la empresa como; un alto índice de sentido de pertenencia, integración, bienestar mental y confianza, consolidando un proceso de identificación y productividad, con un alto desempeño profesional. (Organización Internacional del Trabajo, 2020)

## 1.2 Formulación del problema

### Problema general:

¿Cómo las estrategias “*team building*” se relacionan con la productividad de los colaboradores de la generación millennial en empresas del sector privado de Lima Metropolitana?

### Problemas específicos:

- a) ¿De qué manera las estrategias “*team building*” fortalecen la motivación de los colaboradores millennials en empresas del sector privado de Lima Metropolitana?
- b) ¿En qué medida la modalidad del teletrabajo y trabajo presencial en empresas del sector privado de Lima Metropolitana se relaciona con la productividad laboral de los colaboradores millennials?

## 1.3 Objetivos

### Objetivo General:

Definir la relación de las estrategias “*team building*” con la productividad de los colaboradores de la generación millennials en empresas del sector privado de Lima Metropolitana

### Objetivos específicos:

- a) Identificar las estrategias “*team building*” que fortalecen la motivación de los colaboradores millennials en empresas del sector privado de Lima Metropolitana.
- b) Determinar como la modalidad del teletrabajo y trabajo presencial en empresas del sector privado de Lima Metropolitana se relacionan con la productividad laboral de los colaboradores millennials.

#### **1.4 Justificación de la investigación**

La presente investigación tiene como principal objetivo otorgar un valor teórico referente a las nuevas estrategias “*team building*”, las cuales incentivan la productividad y desempeño de los colaboradores, que actualmente se encuentran realizando trabajo híbrido o remoto. De acuerdo con los estudios realizados por Justo Villafañe (2016) en su libro “La Buena Empresa”, una organización debe desarrollar un plan de comunicación asertivo conforme a la realidad en la que vivimos, en un contexto totalmente nuevo y en muchos casos, difícil de adaptarnos. Por ello, esta investigación atribuye una conveniencia, pues nos sirve para conocer en base a resultados directos, la necesidad que tiene una empresa para trabajar y lograr; no solo una identificación con el colaborador, sino también desarrollar dos pilares fundamentales hacia ellos: reconocimiento y sentido de pertenencia.

Los resultados de la información recolectada en el presente estudio tiene una relevancia social, considerando que se podrá reconocer la importancia de un buen manejo de la comunicación interna en las empresas, haciendo hincapié en el clima laboral y la consideración hacia el colaborador en base a su crecimiento y logros profesionales, siendo ellos los principales beneficiarios de los resultados de un impacto positivo y trascendental en la relación al trabajo en equipo de una buena organización.

Por este motivo, esta investigación permite una utilidad metodológica, debido a que se busca investigar y crear una nueva reestructura organizacional en la comunicación interna de las empresas mediante buenas prácticas innovadoras, con el fin que estas nuevas estrategias aporten en la integración e identificación del clima laboral de forma virtual, híbrida, semipresencial y presencial.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Antecedentes / marco contextual

##### 2.1.1 Antecedentes Internacionales

Prado C, Caterina (2020). *“Vinculación de Dimensiones de Clima Organizacional con la Satisfacción Usuaría en el Sector Público: Un Estudio Exploratorio”*. Esta investigación tiene como objetivo *“indagar en la relación entre las prácticas de gestión de personas, evaluadas en clima organizacional y la satisfacción del usuario en los servicios de la Administración Central del Estado a fin de conocer si es necesaria la presencia de una cultura organizacional basada en el liderazgo y el desempeño laboral; como principales indicadores para las gestiones dentro de un sector público orientado a la satisfacción de los colaboradores. La metodología que propuso esta tesis es de tipo descriptivo, exploratorio y correlacional, puesto que busca una conexión entre las prácticas y estrategias internas de 193 organizaciones de Servicios Públicos en Chile, mediante encuestas para considerar la satisfacción laboral como principal indicador. Los resultados manifestaron un mayor puntaje promedio en el clima organizacional con un 80,24%, pero la satisfacción del colaborador oscilaba entre el 6,3%, por debajo del promedio. El estudio concluyó, en base a los resultados en las encuestas, la importancia de seguir implementando nuevas prácticas y tecnología para incrementar de forma positiva en las evaluaciones de satisfacción. Sin embargo, referente al Sector Público, el enfoque al colaborador alusivo al desempeño laboral ha sido menor”*. Por otro lado, esta tesis sirve en la investigación para conocer el proceso de cómo obtener un buen nivel de desempeño basado en encuestas de satisfacción y estrategias de interacción que fomenten la motivación dentro del espacio laboral.

Montoya Ramírez, Manuel Fernando (2015). *“Gestión de la Innovación: efectos del clima de innovación de las empresas en el desempeño y compromiso de los trabajadores”*. El objetivo de esta tesis de doctorado fue *“determinar cómo se generará un clima de innovación en las organizaciones y creación de nuevas prácticas para las organizaciones. Los resultados afirman que el clima laboral y las innovaciones de las empresas favorecen en la identificación del colaborador con su equipo y con la misma empresa. Referente a los resultados estadísticos, se confirmó que la creación de nuevos programas para motivar e incentivar a los*

*colaboradores dan un resultado en la productividad, capacidad de compromiso y empoderamiento*". Por tal motivo, la tesis expuesta contribuye con mi investigación para tener conocimiento sobre el resultado que tienen las empresas cuando implementan prácticas novedosas y cómo el colaborador logra identificarse con la organización, como consecuencia de ello, manifiestan una productividad en sus funciones y compromiso con estas.

Rodriguez, Medina, Chavarro y Patiño (2017). *“La Comunicación Organizacional Interna y su Influencia en el Clima Laboral”*. El objetivo de este artículo fue *“determinar las estrategias comunicativas internas en las organizaciones enfocadas en mejorar el clima laboral, teniendo en cuenta el desarrollo tecnológico del siglo XXI. El desarrollo organizacional comprende procesos positivos y negativos con relación a la comunicación interna en todas las organizaciones, y dependerá que las nuevas prácticas incentiven al colaborador y se logre visualizar los resultados más favorables. La metodología es de tipo descriptiva con enfoque retrospectivo, dado que cumple una investigación cualitativa y cuantitativa basada en estudios de artículos y documentales referentes a la comunicación interna y cómo esta redirecciona el concepto de clima laboral a través de definiciones y descripciones sobre las estrategias internas de una organización. Los resultados de esta investigación revelaron que los avances que las empresas han desarrollado no solo en el uso de herramientas que benefician al equipo de trabajo en su comunicación organizacional, sino las nuevas tecnologías que favorecen, integran y actualizan los ambientes laborales. El estudio concluyó en la importancia de la percepción de cada colaborador; ya que, a raíz de esto, dependerá si los procesos internos servirán de influencia como beneficio o afectarán el clima laboral”*. Por consiguiente, la tesis proporciona a mi investigación, una perspectiva distinta ante la práctica de las nuevas estrategias, ya que no todos los colaboradores manejan el mismo concepto de clima organizacional, por lo que, antes de comenzar con la ejecución de las estrategias innovadoras, se de tener en consideración la opinión de la población o muestra.

Wiernik, Diego (2016). *“El impacto de la Cultura Organizacional sobre la Innovación en las Empresas de Telecomunicaciones”*. El objetivo de esta tesis de maestría fue *“identificar cuáles fueron las características que generan mayor impacto en un cambio beneficioso en la cultura organizacional. La metodología es de tipo descriptiva y cualitativa, puesto que busca evaluar las variables con relación a la adaptación que repercuten en la cultura organizacional, desempeño del colaborador y el reconocimiento hacia ellos. Los resultados*

*de esta investigación evidenciaron la importancia de la mejora en las prácticas de innovación en empresas de telecomunicaciones*". Además de eso, esta tesis colabora con datos verídicos para el desarrollo de mi investigación, ya que evidencia la existencia aún de empresas tradicionales que no presentan un inicio de cambios innovadores. En su mayoría, las organizaciones poseen el concepto de toma de decisión en base a bottom-up y no top-down. Esto quiere decir que, el CEO de la empresa y rangos superiores, son los integrantes principales para la toma de decisiones, y no existe una participación del colaborador común; conocimiento clave para saber cómo están constituidas las empresas del sector privado de Lima Metropolitana. Por ende, se mantiene en un ambiente tradicional, sin tomar en cuenta que la competencia amenaza con la implementación de un nuevo estilo de desarrollo enfocado en unas nuevas estrategias innovadoras relacionadas a la tecnología.

### **2.1.2 Antecedentes Nacionales**

Bellido Cumpa, Nair Gabriela (2020). *"Percepción de los trabajadores del sector servicios sobre la comunicación interna en tiempos de Covid-19"*. El objetivo de esta tesis es *"determinar cómo perciben los colaboradores del sector servicios la comunicación interna de su organización en tiempos del Covid-19. La metodología que propuso es de tipo interpretativo con enfoque cualitativo y diseño fenomenológico, por lo que investiga la situación actual en relación con el manejo de la comunicación interna. Los resultados de esta tesis de licenciatura sostienen que la comunicación interna es una oportunidad clave para que las empresas sostengan su cultura en cuanto al bienestar colectivo de la misma, afianzando la confianza y la percepción que se tiene de la empresa en conjunto con los colaboradores. El estudio concluyó en la importancia de mejorar la gestión interna empresa-colaborador, en cuanto a la efectividad de resultados. Si la misma empresa no prioriza la comunicación interna, los resultados frente a los objetivos, estando más aún en un contexto de pandemia y teletrabajo en conjunto, se vendría abajo"*. Por consiguiente, esta tesis sirve como soporte para contextualizar la realidad de los colaboradores a partir de la era pandémica y su participación en la comunicación interna para revelar cuán importante es innovar en estrategias de acuerdo a las circunstancias de un país.

Casafranca, Correa, Medina, Moane y Quispe (2020). *"Proyecto de Comunicación para el Desarrollo sobre espacios de comunicación interpersonal durante el trabajo remoto con Grupo Avatar PUCP"*. El objetivo de esta tesis fue *"lograr que los colaboradores del centro*

laboral aumenten su motivación en el trabajo remoto y fortalezcan su cohesión de equipo, para que creen espacios de comunicación interpersonal virtuales en los que participen activamente, y los incorporen de manera sostenida a su dinámica laboral. El resultado sustenta tres aspectos fundamentales para la comunicación: La interacción que había cuando se laboraba presencialmente motivaba a los colaboradores a interactuar entre equipos y en contraste con la actualidad, la modalidad remota ha hecho que esta motivación disminuya notablemente. Así como la integración de los colaboradores se manifiesta a través de la virtualidad y ha logrado que se comuniquen mediante plataformas digitales, pero no se ha viralizado la creación de ambientes de integración. En cuanto a desempeño laboral, se ha visto afectada por el poco espacio de comunicación con el mismo trabajo en equipo. El estudio concluyó en la importancia de utilizar espacios virtuales como plataformas de interacción para incrementar las actividades del clima laboral en los colaboradores que generan principalmente interacción”. Por ende, la tesis aporta respuestas de afirmación ante la interrogante de mi investigación, siendo consistente en el impacto beneficioso que trae la cultura organizacional en la evolución del desempeño de los colaboradores dentro de las empresas, correlativo con su propio bienestar. Esta cultura laboral debe incorporar nuevas actividades y estrategias lúdicas virtuales para acrecentar la motivación, confianza e identificación en los espacios de trabajo remotos.

*De la Cruz y Vilca (2020). “Influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de la empresa Sedalib S.A. Trujillo”. El objetivo de esta tesis fue “determinar la influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de la empresa Sedalib S.A Trujillo 2018. La metodología que planteó es de tipo cuantitativa y explicativa en base a un diseño de investigación no experimental, puesto que los tamaños muestrales se medirán entre dos variables: la comunicación interna y el clima organizacional en relación a la identidad, motivación, ambiente y relaciones sociales; a través de elaboraciones estadísticas. Con este estudio, se hace mención a los resultados, el 53% de los colaboradores de la empresa Sedalib en Trujillo, se sentían con carencia de identidad hacia la empresa y por consiguiente falta de compromiso en las actividades y tareas que les tocaba realizar. De esta manera lograron concluir que la comunicación interna facilita conseguir cambios en situaciones rutinarias laborales a través de un mejor comportamiento y actitudes de adaptación ante la empresa por parte de los colaboradores. Este cambio se comprueba e incrementa a través de actividades que fomentan el uso de nuevas plataformas digitales a la par de crear grupos de interacción*

*en redes sociales. Esta iniciativa es mucho más beneficiosa para la empresa y en conjunto se implementan actividades y talleres de escucha, asimismo capacitaciones en los distintos canales de comunicación. Del mismo modo, esta investigación obtuvo resultados de beneficio para la empresa referente al desarrollo de una buena comunicación interna como, por ejemplo, el incremento de capacidad para trabajar en equipo, el desarrollo de un agradable clima laboral, todo esto permitió alcanzar el crecimiento en el desarrollo de productividad en los colaboradores”.* La presente tesis demuestra el supuesto de mi investigación, con su estudio referente al dominio que tiene la comunicación interna frente al incremento de los pilares de interacción e integración mediante la implementación de nuevas ideas creativas y digitales.

*Charry Condor, Héctor Omar (2018). “La gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en el sector público”. El objetivo de este artículo fue “investigar la comunicación interna y la participación de 200 trabajadores de la sede central de la Unidad de Gestión Educativa Local N° 03, como elemento clave para lograr la satisfacción laboral mediante el derecho a la libre expresión y el conocimiento de la realidad de la organización. Este artículo analiza la estructura comunicacional con relación al clima laboral, permitiendo conocer que este está formado mediante un tono emocional por parte de los mismos colaboradores. La metodología que propuso este artículo es de tipo básica cuantitativa de diseño no experimental, en la cual se realizó una investigación a la metodología correlacional. Asimismo, para determinar los factores que relacionan la comunicación interna con el clima laboral, se realizaron encuestas. Se llegó a la conclusión que existen inconvenientes en el clima laboral de la sede central en el Ministerio de Educación. Por consiguiente, los resultados de las encuestas hacia los colaboradores fue que no poseen un buen desempeño laboral por el motivo de un mal manejo en la comunicación interna. Siendo bienestar, desempeño y motivación como los factores más bajos en desarrollo por parte de los colaboradores”.* Es preciso indicar la relevancia de esta tesis en mi presente estudio, ya que hace hincapié en la problemática de mi investigación. Asimismo, define la creación de nuevos programas innovadores relacionados a los pilares principales a desarrollar en la comunicación interna; tales como, el bienestar laboral para conectar los valores de la empresa con el sentido de pertenencia de los colaboradores y la motivación conectada al clima interno.



*Ureta Caycho, Fiorella (2018). “Cultura Organizacional y su impacto en el Desempeño Laboral de los colaboradores del área de créditos hipotecarios del Banco de Crédito del Perú”. El objetivo de este estudio fue “determinar si la cultura organizacional tiene impacto en el desempeño laboral de los colaboradores del área de Créditos Hipotecarios del BCP en el año 2018. La metodología presentada en esta tesis de licenciatura es de tipo exploratoria y explicativa. Es decir, de tipo mixta, puesto que se evaluó la data estadística y se respaldó dicha información mediante entrevistas. En una de las entrevistas, la pregunta más relevante hacia la Consultora de RR. HH, Mireya Morita fue ¿Se considera importante que exista algún tipo de estímulo para retribuir un acertado desempeño laboral? La respuesta estuvo relacionada con la importancia de la motivación y reconocimiento en cuanto a la comunicación interna, a la par de incentivos económicos y capacitaciones para un crecimiento profesional. Los resultados de esta investigación evidenciaron que, si se trabaja en la cultura corporativa y se realizan cambios positivos, el desempeño laboral de los colaboradores se incrementará por sí solo”. El estudio concluyó en la importancia de 3 elementos importantes para la cultura organizacional, lo cual es de gran aporte para mi investigación, ya que prueba la relación con los colaboradores de una empresa privada en Lima Metropolitana. Primero, la identificación de los colaboradores con la organización. Segundo, la integración, ya sea en equipo o en áreas específicas y por último, la innovación como estímulo de originalidad para desarrollar actividades rutinarias en el ámbito laboral.*

*De la Torre y Themme-Afan (2017). “Cultura Organizacional y la relación con el Desempeño Laboral en los trabajadores de la oficina de desarrollo técnico de la Biblioteca Nacional Del Perú 2016”. El objetivo de este estudio fue analizar la relación que tiene la Cultura Organizacional con el Desempeño Laboral de los trabajadores de la Oficina de Desarrollo Técnico de la Biblioteca Nacional del Perú. La metodología que propuso esta tesis de licenciatura es de tipo descriptiva, y correlacional, teniendo en cuenta que los estudios buscan evaluar y analizar dos indicadores: la cultura organizacional y el comportamiento de la población en base al desempeño laboral en las oficinas de la Biblioteca Nacional del Perú. Los resultados de esta investigación fueron presentados de forma descriptiva en base a tres niveles: Malo, Bueno y Regular; demostrando que el 54,1% de los encuestados mantiene un regular desempeño laboral, el 59,5% posee un nivel regular de cultura organizacional por falta de mejora constante en la empresa. En base a los valores, el 78,4% de los colaboradores sustenta una buena alineación frente a ellos. Referente a las creencias, clima y cultura organizacional, un 75,7% afirman un buen manejo interno. El autor finaliza posicionando la*

*idea de que la cultura organizacional se verá en incremento al éxito, si dentro de ella, se manejan los valores de la empresa hacia los mismos colaboradores. La gestión interna únicamente se ve reflejada mediante el desempeño laboral, ya que, según la investigación, los colaboradores de la Biblioteca Nacional del Perú sostienen que los altos directivos no se manifiestan en cuanto a fomentar el reconocimiento entre las distintas áreas y tampoco se mantiene la motivación en la organización. Como conclusión, una de las recomendaciones que manifiesta el autor es llevar a cabo talleres activos que promuevan y refuercen la cultura organizacional, con el propósito de contrarrestar la baja iniciativa en el desempeño laboral”.*

Por tales motivos, el presente trabajo aporta a mi investigación las claves para crear la relación que se prioriza en mi objetivo general. Las bases y cimientos se encuentran en la cultura organizacional para luego dar cabida al manejo interno en perspectiva a la consolidación de un buen desempeño por parte de los colaboradores. Se resalta que, para unificar las estrategias, sí es necesario implementar nuevas estrategias que favorezcan los valores e indicadores; pero también, la participación de los jefes o superiores y que estos a su vez, realicen un reconocimiento para fortalecer la motivación.

## **2.2 Bases teóricas**

### **2.2.1 Teletrabajo como nueva modalidad laboral**

De acuerdo con la Ley N.º 30036, la cual regula el teletrabajo en base al Congreso de la República (2015), establece el concepto de teletrabajo como un servicio con la característica peculiar de crear una conexión laboral a través de la tecnología. Asimismo, esta nueva modalidad debe contar con los mismos derechos de un trabajo presencial, inclusive con las mismas características laborales de acuerdo al Decreto Legislativo.

Para el docente, conferencista e investigador de la Universidad Anáhuac de México, Julio Téllez (2020) el teletrabajo es una modalidad que no todos la pueden realizar por más flexible que este parezca. El colaborador que necesita, debe o quiere realizar teletrabajo debe contar con ciertas características innatas de adaptación. Como requisitos para un desarrollo ideal, el perfil del colaborador debe tener habilidades tecnológicas, actitudes idóneas en resolución de problemas y tolerancia al control y reorganización. Según la investigación del autor, no solo es un trabajo unipersonal, sino más bien, también afecta a las empresas, pues estas deben y tienen la obligación de contar con un plan ideado para el manejo de una buena comunicación durante el teletrabajo. De esa forma se debe respetar los derechos de los colaboradores, la igualdad de condición en aspectos tecnológicos, la jornada laboral y capacitaciones frente a la nueva modalidad, todos estos elementos como condiciones de trabajo.

Por otro lado, el autor manifiesta ciertas ventajas en cuanto a la distribución de horas laborales, un menor coste en presupuesto hacia gastos en transporte, alimentación e incluso vestimenta. También rescata el compromiso e igualdad en la contratación de mujeres gestantes durante el teletrabajo. Como desventajas, en primer lugar, se encuentra el aislamiento social, pues únicamente la interacción entre colaboradores está relacionada al trabajo y aspectos de este mismo. Por ende, no se crea un interés más allá de lo laboral, sencillamente una cordialidad efímera en cuanto a la socialización entre equipos de colaboradores. De tal forma que, la comunicación interna se convierte en un componente de baja prioridad en preservar por parte de los mismos colaboradores.

### **2.2.2 Creación de nuevas estrategias internas**

García (1998) sostiene que la comunicación interna prioriza al colaborador ante las necesidades de mejora en la organización, tales como la toma de decisiones, capacitaciones constantes y espacios de participación en equipo.

Para Videnza Consultores (2020) en su informe para el Diario Gestión, sostiene que nos encontramos en una nueva era para la comunicación interna, pues ahora esta busca priorizar y generar una comunicación con mayor cercanía, contrarrestando la creación rutinaria de laborales en teletrabajo e incentivando el compromiso de los colaboradores con los objetivos y metas de la organización. Asimismo, existe un mayor enfoque en la preocupación por el bienestar hacia el colaborar, ya sea familia, emocional y profesional. En el trabajo hacia una buena comunicación interna se valora más la comunicación como estrategia para transformar y motivar el cambio hacia una cultura de propuestas y retroalimentación por parte del colaborador y también de la misma empresa.

En la Encuesta de Comunicación Interna, APOYO Consultoría (2020) se señala que el principal objetivo de la comunicación interna, con un 74%, es fortalecer la cultura organizacional, pues es a través de ella que surge el compromiso con las metas y la aceptación de cambios frente a la modalidad laboral remota o teletrabajo. Por consiguiente, dentro de las tareas más importantes que debe de cumplir el área de comunicación interna, es la de la planificación de la comunicación, con un 50,5% de votos a favor. En contraste, se le otorga un 29% a la generación de espacios de escucha. En esta perspectiva, la participación e integración de los mismos colaboradores no se enfocan como prioridad en las empresas peruanas que realizan trabajo remoto.

Es en esa situación que las redes sociales se hacen presente para crear e incluso mantener la conexión y vínculo emocional entre colaborador-empresa, indispensable en tiempos de teletrabajo. Por tal razón, la cultura organizacional presenta distintas métricas para conocer a sus colaboradores, cómo piensan y actúan ante la empresa, tal como la medición por encuestas, en la cual el 77,2% está a favor de esta herramienta, pues en muchas ocasiones, es totalmente anónima. Según la encuesta de “escucha permanente”, señala que el 55% de los colaboradores siente ansiedad y el 45% optimismo frente a la empresa y sus funciones como tal.

### 2.2.3 Sentido de pertenencia organizacional

De León y Jiménez (2014). “*Sentido de pertenencia y compromiso organizacional: predicción del bienestar*”, en la Revista de Psicología PUCP. Manifiestan una asociación entre el sentido de pertenencia con el compromiso organizacional. Se hace hincapié en la pertenencia del colaborador con la empresa o grupo de equipo, ya que es importante para su salud emocional y mental asociada con las funcionalidades psicológicas y sociales. Según la investigación, se realizó un análisis de bienestar, en el cual se incorporaron las respuestas emocionales de los colaboradores con respecto al tema de satisfacción fundamental en el crecimiento profesional y personal. El reforzamiento en el sentido de pertenencia hacia los grupos o áreas dentro de la empresa favorece en el bienestar, pues permite como empresa, observar el engagement basándose en el estado mental positivo frente al cumplimiento laboral. Se llega a la conclusión que es acertada la idea de implementar recursos como una táctica para enfrentar posibles contratiempos o conflictos. Los recursos deben estar alineados con el apoyo social hacia el colaborador. También un punto importante es que el mismo colaborador puede motivarse con un índice más comprometedor hacia el ámbito laboral, pero en ocasiones, un mal manejo puede ocasionar experiencias de estrés laboral, vulnerabilidad y cuestionamiento e inclusive un compromiso débil disfrazado de un bajo rendimiento. Lograr crear un vínculo resistente sirve como protección para satisfacer las necesidades del colaborador.

Martínez, A. y Porras Rojas, K. (2012). “*Diseño Programa de Bienestar Laboral*”, la investigación tuvo como objetivo general el diseño de un programa enfocado en el bienestar laboral, para incrementar y reforzar el sentido de pertenencia y productividad laboral. Para ello, se detalla que la calidad de vida laboral está constituida por las condiciones laborales seguras y adaptadas a la realidad de cada área y empresa; enfocada al colaborador. Estas condiciones laborales se desarrollan con el fin que el colaborador participe a través de su óptimo desempeño, así como también de su crecimiento profesional. Esto conlleva a una conexión entre el colaborador y la productividad, la cual se estima debe ser autogestionada con la ayuda del entorno laboral. La tesis hace presente un valor clave para el éxito en el desempeño laboral y es el estilo de liderazgo, valores, políticas, cultura y soporte interno emocional; los que influyen en el manejo de una productividad orientada a las buenas condiciones laborales brindadas. Por otro lado, la conducta laboral está sujeta a una buena comunicación interna determinada por la motivación y sentido de pertenencia con la empresa. El constante trabajo orientado a alcanzar las metas y objetivos, son una acción - respuesta al componente de calidad

laboral. Se sustenta que, si los colaboradores de una empresa no tienen una conexión de identificación laboral con los objetivos, no se identificarán con la misma empresa.

Como resultado de esta investigación, los colaboradores no se muestran conformes con el manejo de la comunicación interna de la empresa, enfatizando que no se ha desarrollado, ni priorizado el monitoreo del clima laboral. Asimismo, el resultado de las encuestas presentaron un déficit en manejo y planificación de condiciones externas como actividades físicas, de integración y recreativas. Inclusive fechas especiales y aniversarios no se toman en cuenta para incentivar a los colaboradores. Por ende, no existe una razón de interacción social, motivación, productividad, satisfacción ni sentido de pertenencia.

#### **2.2.4 La comunicación como influencia en la motivación laboral**

Costa, Joan (2015). *“El futuro de la comunicación en las organizaciones”*, sostiene y hace énfasis en la actitud del colaborador como punto clave para desarrollar un cuestionamiento del futuro de la empresa relacionado con la comunicación corporativa. Cuando no se tiene claro el concepto, es en gran medida, porque las estructuras mentales de los stakeholders internos impiden concretar su definición como empresa.

La reestructura de un nuevo paradigma en base a la competitividad se enfoca en cuatro pilares para su desarrollo: 1)La identidad 2)La cultura, 3)La comunicación, 4)La imagen. Los cuales no solo cumplen la función de generar resultados óptimos para la empresa, sino también de impartir y considerar los valores corporativos como el desempeño y motivación, claves para el camino al éxito en el futuro empresarial. Entre tanta tecnología y digitalización a través de nuevas plataformas, surge la cultura de los intangibles, que da paso a la creación de nuevos valores corporativos alineados con la empresa y con el colaborador mismo. Por consiguiente, se valoran las nuevas necesidades de los colaboradores, formando nuevos programas de calidad para la integración y nuevas tendencias de consolidación en la identidad corporativa. La nueva mentalidad estratégica se abre camino y deja de estar alienada en su totalidad a lo científico, y empieza a despertar una estrategia creativa específica en los valores y en la gestión de la comunicación a nivel global.

### **2.3 Definición de términos básicos**

**Clima laboral:** Un concepto multidimensional, ya que es el estudio de las acciones y actividades laborales enfocadas en el factor humano. Esto está arraigado a la percepción que se crea desde un inicio en cuanto a nivel de satisfacción y productividad del mismo colaborador.

**Colaborador:** Una pieza humana de interés y por ende la más crucial dentro de una empresa. Ellos son el vínculo entre los procesos internos, ya que manejan la habilidad de adaptación, llevando así, a la empresa al camino de la eficiencia y competitividad.

**Comunicación interna:** La comunicación interna determina intercambios de ideas entre colaboradores para brindar soluciones a sus necesidades y trabajar en una percepción integral ligada hacia el cumplimiento de las metas.

**Cultura organizacional:** La cultura organizacional es el atributo más resaltante de una empresa orientada a los valores, estrategia interna, sus políticas y propósitos. Es la que tiene gran parte de la influencia en el desempeño del colaborador.

**Gestión humana:** Es el principal indicador de motivación, evaluación de desempeño, desarrollo de capacitación y talento dentro de una organización, debido a que comprende el comportamiento humano de los colaboradores.

**Generación Millennial:** La generación millennial perteneciente entre los 18 y 35 años, adultos jóvenes con mayor toma de decisión frente a otras generaciones. Se precisa un alto interés por el desarrollo profesional y una búsqueda de experiencias.

**Integración:** Una interacción de talentos y apoyo personal y profesional entre colaboradores para conseguir una adaptabilidad dentro de la organización.

**Modalidad híbrida:** Es la creación de un nuevo arquetipo de ambiente profesional, que une la presencialidad con el trabajo virtual. Siendo la empresa, la entidad autónoma en tomar la decisión del número de días laborales híbridos.

Motivación laboral: Estado psicológico que está enfocado en estimular el interés del colaborador mediante nuevas experiencias a través de indicadores emocionales. Las condiciones de trabajo deben proporcionar un crecimiento a ese talento humano dentro de la organización.

Política de gestión humana: Orientación aplicada a los colaboradores con el fin de mejorar las estrategias de desarrollo y establecer nuevas acciones válidas como apoyo al desempeño.

Productividad laboral: Es la evaluación del comportamiento de los colaboradores frente a resultados de objetivos o metas laborales.

Reconocimiento: Compuesto de tácticas que las empresas deben implementar para recompensar sobre el buen desempeño, la representación de valores, sentido de pertenencia, y participación asertiva de los colaboradores.

Sentido de pertenencia: Sentimiento individual que el colaborador manifiesta dentro de la organización. A su vez, crea un sentido de compromiso y lealtad en sus acciones hacia el trabajo en equipo.

Team Building: El término “*team building*” refuerza el desempeño interno de una empresa a través de ejercicios de interacción y también muestra una mejora en la comunicación de los colaboradores, creando equipos de trabajo líderes.

Teletrabajo: Modalidad de forma virtual en la cual se implementan las nuevas tecnologías (TIC) enfocadas al colaborador para su participación en la comunicación y trabajo a distancia.



## CAPÍTULO III

### MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1 Diseño de investigación

Según Marroquín, Roberto (2012), la metodología de investigación explicativa se enfoca en la causa-efecto de las situaciones dentro del estudio. Este tipo de investigación se emplea en la presente tesis, con el fin de descubrir la relación que tiene el clima laboral con el mismo colaborador en cuanto a su desempeño. Así se obtendrá respuestas a la causa para incrementar y mejorar la productividad laboral, motivación y desempeño.

Martines, Catherin (2021), identifica que la investigación de tipo descriptiva busca describir y especificar las características del estudio, sin buscar el porqué de la causa. Este tipo permite un estudio de las características de nuestro objeto a través de técnicas o herramientas; como método observacional, estudio de casos y encuestas.

Asimismo, es de enfoque mixto C - cuantitativo. En otras palabras, el enfoque cualitativo es de mayor predominancia en la presente investigación basado en los resultados del enfoque cuantitativo para obtener nuevas respuestas referente al objetivo de estudio. Este enfoque mixto es de gran utilidad para demostrar la oportunidad que nos brinda las cifras porcentuales e información descriptiva para comprender los resultados a través de técnicas que fundamentan los conceptos y construcción de una nueva estrategia en la investigación (Obez, R., Avalos, L., Steier, M., & Balbi, M., 2018).

La técnica desarrollada es mediante una encuesta virtual, basada en pautas separadas por secciones y tiempos con previa autorización de manejo de datos, dirigida a colaboradores millennials en teletrabajo y semipresencialidad laboral en Lima Metropolitana.

## 3.2 Supuesto

### Supuesto general:

Las estrategias “*team building*” se relacionan significativamente con la productividad a través de actividades y dinámicas colectivas e innovadoras, donde su principal objetivo es elevar el rendimiento laboral, sentido de pertenencia y motivación de los colaboradores de la generación millennial en la modalidad del teletrabajo/híbrido de empresas del sector privado.

### Supuestos específicos:

- a) Las estrategias “*team building*” fortalecen la motivación de los colaboradores millennials a través de actividades que incentivan la integración entre equipos, enfocadas en el bienestar mental y físico, en conjunto con la productividad. La motivación lograda a través de las estrategias “*team building*” refuerzan las funciones internas entre áreas y esto es evidenciado mediante el desempeño laboral.
  
- b) Las nuevas modalidades laborales como son la semipresencialidad y el trabajo remoto en las empresas del sector privado de Lima Metropolitana evidencian la existencia de la productividad en la generación millennial sin la obligación de realizar trabajo totalmente presencial para lograr mostrar un índice de rendimiento favorable.

## 3.3 Operacionalización de variables

Sonia Betancur López (2000) detalla que la operacionalización debe constituir la descripción y ejecución de cada variable relacionada al objeto de estudio. Por ello, Quintana, Silvestre (2020) fundamenta que la operacionalización de variables consiste en el procedimiento metódico encaminado a la implementación práctica a través de las variables de investigación, su medición y los indicadores.

Es por eso que, en la presente investigación se opta por desarrollar un enfoque dual mediante la variable dependiente e independiente orientada a conocer los métodos de medición para cada una de ellas y manifestar el raciocinio de su funcionalidad. Asimismo, La Revista del Instituto Nacional de Higiene “Rafael Rangel” (2018) ratifica el término de la investigación como un

proceso para encontrar la forma de validarla a través de los indicadores; teniendo como base los objetivos y la hipótesis.

### **3.3.1 Variable**

Carballo, Miriam y Guelmes, Esperanza (2016) sostienen que una variable es la creación de un criterio integrado con la intención de un desarrollo científico y teórico en base a la investigación. Asimismo, para agregarle relevancia se justifica a través de los indicadores.

Para la investigación se tiene en cuenta dos variables, con el fin de analizar sus conceptos y correlacionarse para identificar si tiene dominio sobre otra, o son independientes; teniendo en consideración primordial, a nuestro objeto de estudio: los colaboradores.

#### **3.3.1.1 Variable independiente**

##### **Estrategias “*team building*”**

Variable independiente. Dinámicas implementadas para destacar las habilidades y fomentar la productividad, trabajo en equipo y motivación de los colaboradores de una organización. El indicador para evaluar la viabilidad de las estrategias será mediante una encuesta virtual.

#### **3.3.1.2 Variable dependiente**

##### **Incremento de la productividad**

Variable dependiente. Se da en base a la complicitad entre los conocimientos y las habilidades propias del colaborador enfocadas para el logro de un fin, o para alcanzar una meta establecida de forma eficiente. El indicador para evaluar la productividad laboral será mediante una encuesta virtual.

### 3.3.2 Definición operacional

Jimenez Garcéz, Clementina (2016) sustenta la definición operacional como un compuesto de indicadores que calcularán las variables expuestas. Esto quiere decir que se debe recopilar una cuantiosa investigación de datos y conceptos para concluir si las variables son adecuadas de operar para el tipo de estudio presentado.

Para la investigación sobre cómo las estrategias “*team building*” se relacionan con la productividad, se introducen dos variables que serán ejecutadas con ayuda de una encuesta digital. Para la variable independiente: “*team building*” y la variable dependiente: productividad, se aborda un formulario de interrogantes enfocadas en cuatro aspectos: Datos sociodemográficos, Teletrabajo/Híbrido, Estrategias “*team building*” y Productividad. Esta evaluación está dirigida para colaboradores de la generación millennial en empresas del sector privado de Lima Metropolitana. Además, para profundizar la importancia de las opiniones de académicos orientados en el manejo de habilidades laborales, comunicadores corporativos y psicólogos laborales, se planea una ficha técnica de validación, con el propósito de obtener una mayor evaluación y valor agregado de veracidad en las variables de la presente investigación.

### 3.3.3 Indicadores

Nº	Variable	Indicadores
1	Estrategias “ <i>team building</i> ”	<ul style="list-style-type: none"><li>● Porcentaje de estrategias “<i>team building</i>”</li><li>● Porcentaje de desarrollo</li><li>● Número de habilidades</li></ul>
2	Nivel de la productividad	<ul style="list-style-type: none"><li>● Nivel de motivación</li><li>● Nivel de desarrollo de habilidades</li><li>● Nivel de interacción</li><li>● Nivel de productividad</li><li>● Nivel de conexión laboral</li><li>● Porcentaje de aprendizaje</li></ul>

Fuente: Elaboración Propia

### 3.4 Población, muestreo y muestra

La población está conformada por colaboradores millennials entre hombres y mujeres que trabajaban en la modalidad de teletrabajo y/o semipresencialidad en empresas privadas en Lima Metropolitana. La población ha sido distribuida de la siguiente manera:

En el presente año, en nuestro país, la generación millennials está conformada por 8 millones 377 mil peruanos (EUDE Business School, 2019) de los cuales se estima aproximadamente 2 millones 646 mil pertenecientes a Lima Metropolitana. (Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI, 2022).

La población estimada ha sido distribuida de la siguiente manera:

- Población: 2 millones 646 mil millennials peruanos
- Muestreo: No probabilístico
- Muestra: 100 millennials laboral y económicamente activos

*Tabla de Distribución de la Población:*

Modalidad	Cargo	Experiencia	Nº de muestra
Teletrabajo/Híbrido	Colaboradores millennials	Medición por antigüedad	100 colaboradores millennial

*Fuente: Elaboración Propia*

### 3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La investigación se lleva a la práctica mediante las técnicas de recolección de información en empresas del sector privado en Lima Metropolitana. A continuación, la descripción de las técnicas que se implementan para el presente estudio.

### 3.5.1 Descripción de instrumentos

Rocco, Leonardo y Oliari, Natalia (2007), sostienen que una encuesta virtual es una técnica de recaudación de información basada en preguntas puntuales, las cuales permiten una mayor viabilidad de respuestas al tratarse de una encuesta creada en plataformas online. A su vez, se considera interactiva, ya que nos concede un mejor alcance en la evaluación estadística con el apoyo de gráficos, cuadros y barras.

La encuesta se ha elegido como instrumento principal para esta investigación, puesto que las interrogantes pueden ser pautadas mediante instrucciones manejables por el entrevistado, optimizando su tiempo y precisando indirectamente sus respuestas. Asimismo, el acceso a la conectividad representa la localización innecesaria, por lo que es más pertinente que el número de encuestas se maximice. Por consiguiente, el desarrollo de esta encuesta digitalizada se lleva a cabo mediante un presupuesto financiero mínimo o nulo. (p. 3-4).

Nº	Variables	Técnica de investigación
1	Estrategias “ <i>team building</i> ”	Encuesta virtual a colaboradores millennials
2	Incremento de la productividad	

*Fuente: Elaboración Propia*

### 3.5.2 Validación de instrumentos por expertos

La autenticidad del instrumento será desarrollada por expertos en el dominio del instrumento de estudio en la presente investigación. Los profesionales en el campo son líderes que aportan una guía de validez.

Se ha elegido a cinco expertos, los cuales poseen una trayectoria y conocimiento educativo en el área para el propósito principal de resolver las interrogantes ante la relación de las estrategias “*team building*” con la productividad de los colaboradores de la generación millennial en empresas del sector privado de Lima Metropolitana.

Se adjunta en el anexo IV la validación de 4 expertos: número de anexo, los cuales aprobaron la presente investigación de forma beneficiosa mediante su retroalimentación y comentarios.

### **3.6 Técnicas para el procesamiento y recolección de datos**

Echaiz Rodas, Carlos (2019), define el procesamiento de datos precisando en tres aspectos: conceptos, desarrollo y análisis de información. En otras palabras, es el desarrollo de normativas prescindibles para que el estudio se obtenga en base a un tiempo establecido y bajo un sistema académico. Por consiguiente, en la última etapa, el análisis de datos es caracterizado por brindar respuestas de la investigación a través de los instrumentos elegidos para el análisis, reconocimiento y creación de marcos estadísticos. Ambos procesos alcanzan la recopilación de información verídica para el correspondiente manejo de data (p. 5-6).

### **3.7 Aspectos éticos**

González, Manuel (2002) en la Revista Iberoamericana de Educación considera que la ética en una investigación busca un impacto creíble y crítico dentro del método. Esta se apoya en el reconocimiento del individuo y los resultados que se obtengan en base de sus interacciones (p.85-103).

Desde la perspectiva ética, la presente investigación es factible, puesto que posee una ética comunicativa para obtener nuevas teorías y respuestas orientadas a los objetivos ante la relación de las estrategias “*team building*” y la productividad. Por lo tanto, su tratamiento es solo con propósitos académicos bajo los lineamientos de la universidad y con el compromiso de la confidencialidad del caso.

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS

En el presente capítulo se expondrán a detalle los resultados en base a la recolección de información a través de una encuesta digital. Se hace hincapié en la participación de los colaboradores activos pertenecientes a la generación millennial entre los 18 a 35 años, que actualmente se encuentran laborando o se han desempeñado profesionalmente en la modalidad del trabajo remoto/híbrido en empresas del sector privado de Lima Metropolitana. Se considera pertinente mencionar el número de participantes en la presente encuesta, siendo un total de 100 colaboradores millennials, quienes contribuyeron respondiendo de manera fidedigna. Asimismo, los participantes ejecutan una valoración de respuesta del 100% en relación a las estrategias virtuales “*team building*” con la productividad laboral. Adicionalmente, la presente encuesta digital consta de 3 secciones, las cuales se detallan a continuación con sus debidos resultados.

#### Sección 1: Datos Demográficos

##### Figura 1: Género

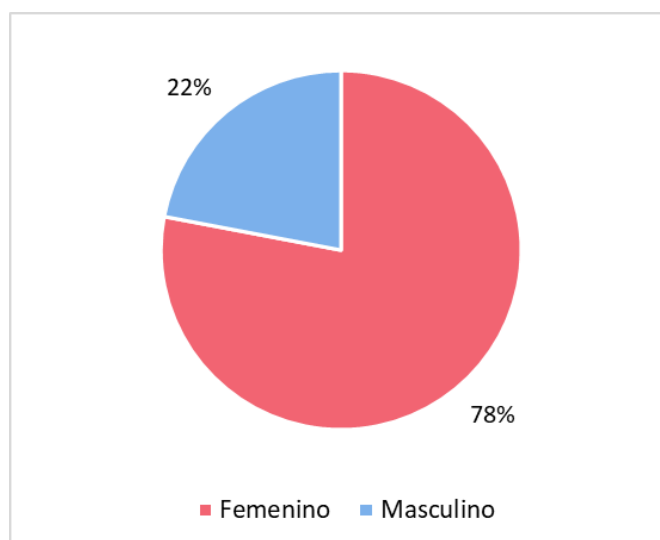
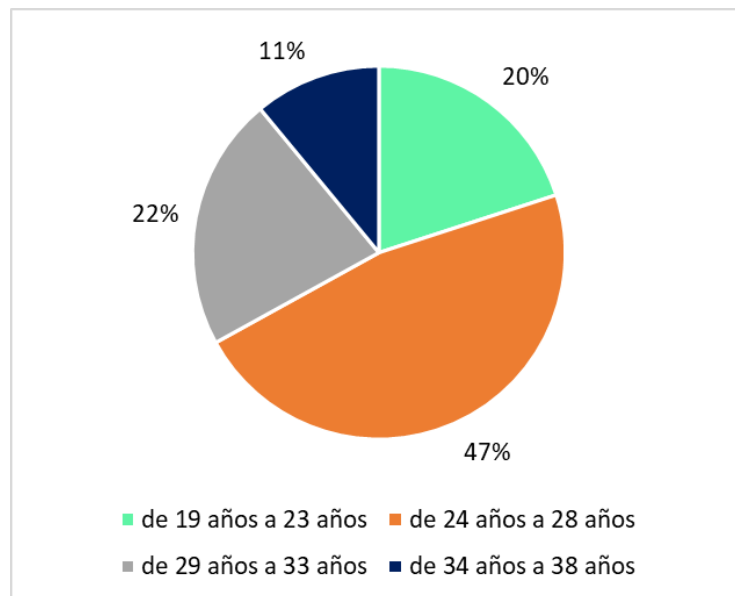


Figura 1. Elaboración propia - Sección 1 Datos demográficos



Referente a la presente encuesta, se obtuvo las respuestas de un total de 100 colaboradores millennials laboralmente activos en empresas del sector de Lima Metropolitana, equivalente al 100%. Observando un diferencial por género, siendo el femenino, el predominante con 78% a comparación del masculino, con 22%.

**Figura 2: Marcar el rango de edad dentro del cual te encuentras**



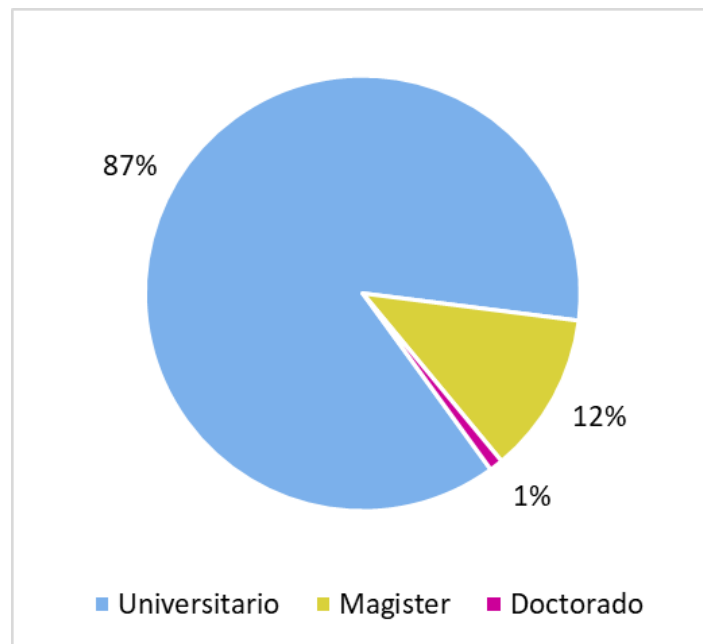
*Figura 2. Elaboración propia - Sección 1 Datos demográficos*

Según el gráfico, se hace un énfasis en el rango de edad en el cual se encuentran los participantes, ya que es primordial para obtener un filtro relacionado a nuestras variables de estudio. El grupo encuestado mantiene una amplitud de edad acorde a la muestra no probabilística de la presente investigación, siendo los 19 años la edad mínima y 38 años la edad máxima para pertenecer a la generación millennial.

Se clasifica de la siguiente manera:

- 20% de los encuestados se encuentra entre los 19 a 23 años.
- 47% de los encuestados se ubican entre los 24 a 28 años.
- 22% de los encuestados manifiestan tener entre 29 a 33 años.
- 11% de los encuestados tienen entre 34 a 38 años.

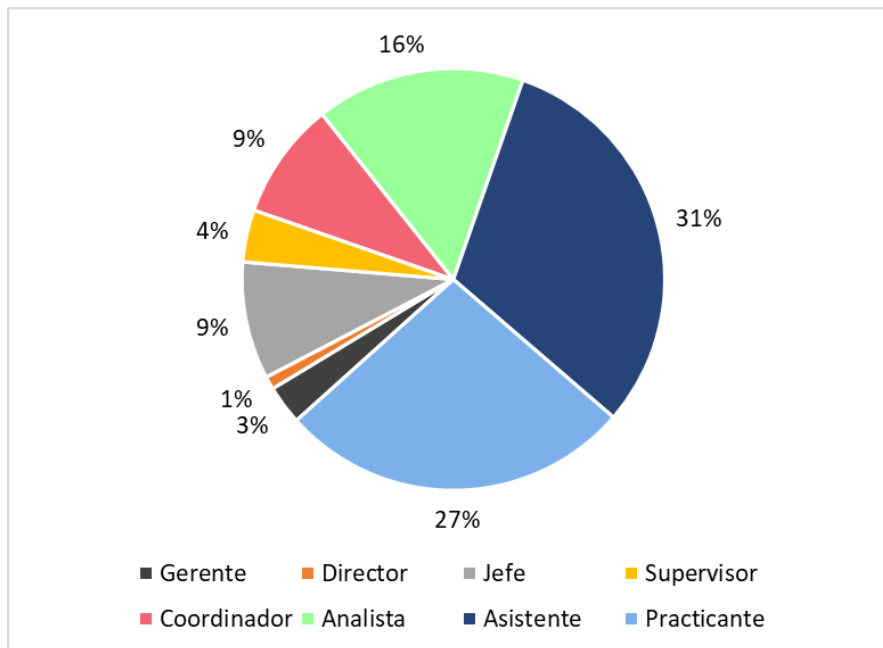
**Figura 3: ¿Qué grado de instrucción de estudios posees?**



*Figura 3. Elaboración propia - Sección 1 Datos demográficos*

Respecto al grado de instrucción de estudios, se divide en tres secciones: Universitario, Magister y Doctorado. Se presenta un margen diferencial de porcentaje entre los tres grados, siendo el Universitario el de mayor número de participantes encuestados con un total de 87%. En segunda posición, se encuentra el grado de Magister con un 12% y en último lugar se obtiene 1% en el grado de Doctorado. Se pone en manifiesto que estas cifras hacen referencia al 100%.

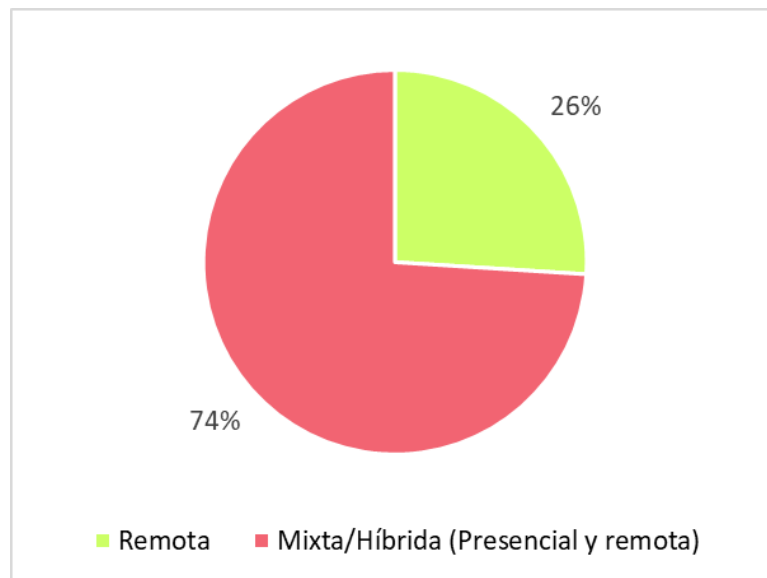
**Figura 4: ¿Cuál es tu cargo en la empresa en la cual trabajas?**



*Figura 4. Elaboración propia - Sección 1 Datos demográficos*

En concordancia con la información previa, se estima conveniente conocer el rango, ocupación o posición que desempeña el colaborador millennial dentro de una empresa privada de Lima Metropolitana. Para ello, se divide en 8 subcategorías. El 31% se ubica en la posición de asistente, siendo el porcentaje de mayor índice de rango laboral. Luego, se aproxima con 21% el puesto de Practicante; el 16% labora como analista, mientras que el cargo de coordinador y jefe ocupa el 9%. El 4% de encuestados afirma laborar como Supervisor; el 3% como Gerente y en última posición laboral se manifiesta el cargo de director con 1% frente al total del 100%.

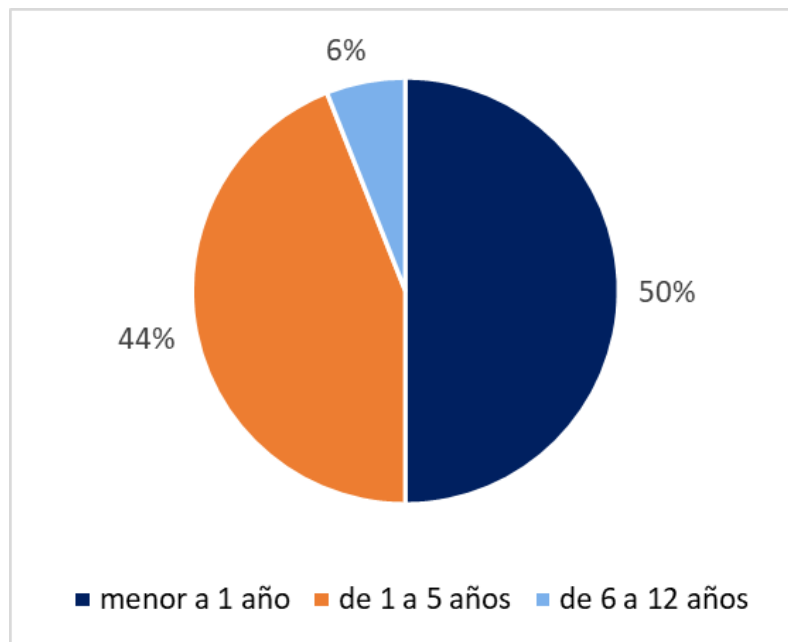
**Figura 5: ¿En qué modalidad laboras actualmente?**



*Figura 5. Elaboración propia - Sección 1 Datos demográficos*

Como se observa en el gráfico; en el país, las empresas privadas han designado dos modalidades de trabajo: remota e híbrida. Es crucial conocer la implementación de estas y su porcentaje de cómo labora un colaborador millennial en la actualidad. Ante ello, el 74% de encuestados afirma desempeñarse profesionalmente bajo la modalidad mixta/híbrida, es decir, de forma presencial en el lugar de trabajo/oficina y a su vez de manera remota, ambas alternativas cubren los días y horarios laborales. Mientras que el 26% realiza sus funciones totalmente virtuales desde cualquier establecimiento, mayormente en sus hogares.

**Figura 6: Selecciona tu antigüedad en la empresa**

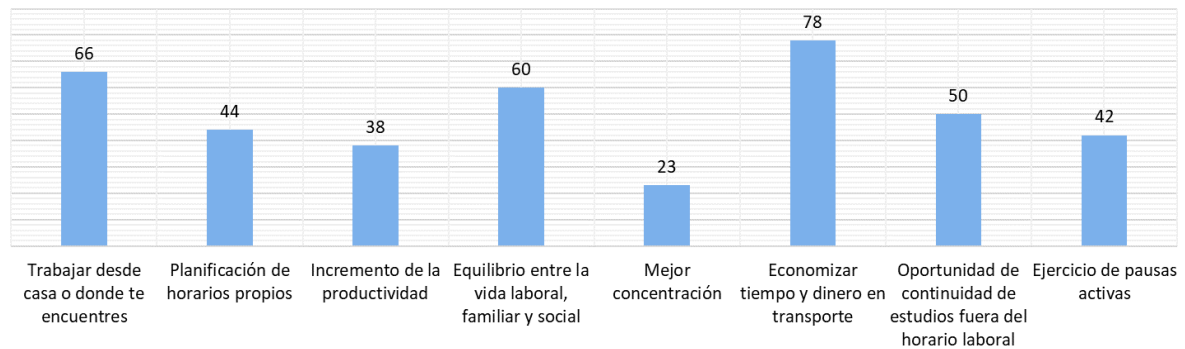


*Figura 6. Elaboración propia - Sección 1 Datos demográficos*

Las respuestas adquiridas referente a la antigüedad que poseen los colaboradores millennials de la empresa donde trabajan, permiten obtener una visualización general del porcentaje de cada uno frente al total de participantes. El mayor porcentaje se presenta en el rango de menor a 1 año laboral, con un 50%; de 1 a 5 años se obtiene el 44% y de 6 a 12 años únicamente el 6% de los encuestados millennials.

## Sección 2: Teletrabajo/Híbrido

**Figura 1: Elige los beneficios de la modalidad del teletrabajo según tu experiencia laboral**



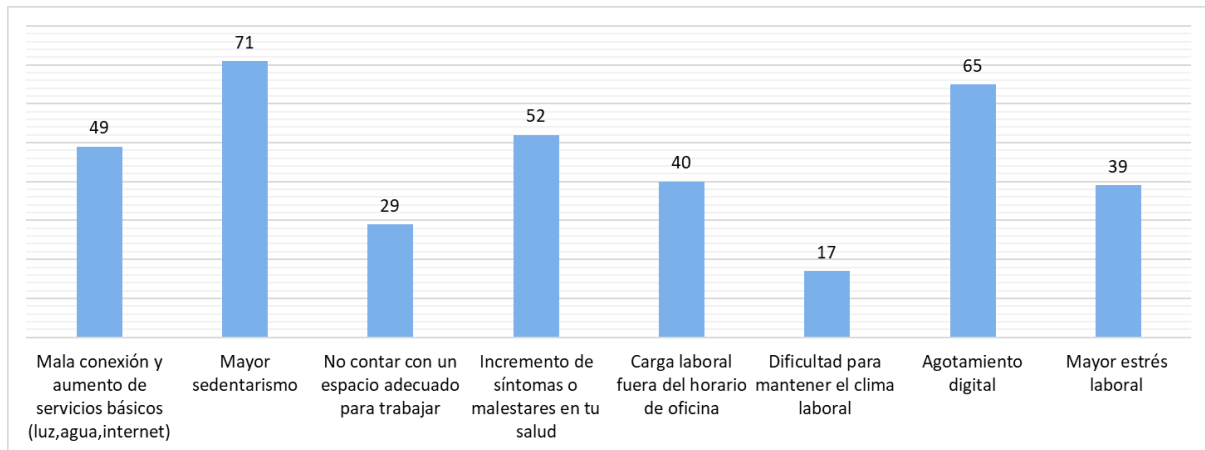
*Figura 1. Elaboración propia - Sección 2 Teletrabajo/híbrido*

Ante la nueva modalidad del teletrabajo como alternativa laboral, es oportuno mencionar los beneficios elegidos por la población encuestada con relación a su experiencia laboral. Los resultados obtenidos permiten conocer las ventajas con mayor índice de interés. Estas se dividen en 8 alternativas, siendo el beneficio con mayor porcentaje el de economizar tiempo y dinero en transporte con un 78% de elección, luego la opción de Trabajar desde casa o donde te encuentres ocupa el segundo lugar con un 66%.

Por consiguiente, con el 60% se posiciona en obtener equilibrio entre la vida laboral, familiar y social. El 50% de colaboradores millennials prefieren la oportunidad de continuidad de estudios fuera del horario laboral; es decir, al terminar la jornada de trabajo en la modalidad remota pueden inscribirse con facilidad a un curso/programa de estudio para incrementar su conocimiento profesional.

Por otro lado, la planificación de horarios propios se manifiesta con 44% se preferencia como utilidad en la vida laboral/personal de los encuestados. Asimismo, el ejercicio de pausas activas en casa o en el lugar donde se encuentre trabajando el colaborador, destina un 42% de decisión; el incremento de la productividad ocupa un 38% y como último beneficio un 23% de colaboradores laboralmente activos eligen mejorar la concentración en el teletrabajo.

**Figura 2: Elige las desventajas de la modalidad del teletrabajo según tu experiencia laboral**

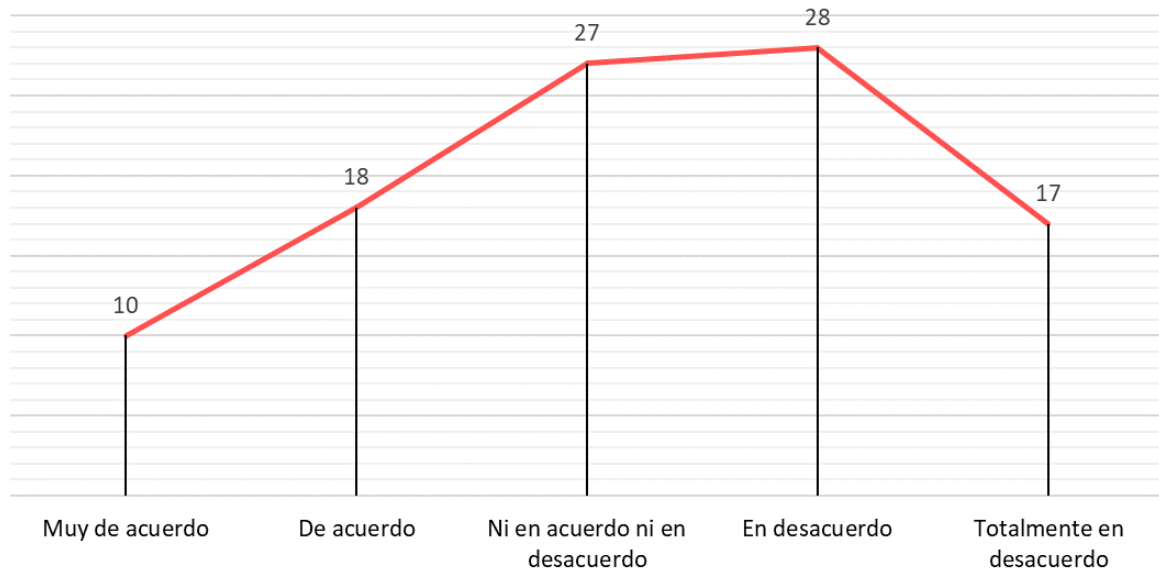


*Figura 2.* Elaboración propia - Sección 2 Teletrabajo/híbrido

Según los resultados frente a la pregunta del formulario, existe una brecha extensa entre las desventajas elegidas por el total de la población encuestada. El porcentaje máximo en la elección de los colaboradores fue 71% referente al enunciado de mayor sedentarismo cuando la modalidad es el teletrabajo; 65% manifiesta un agotamiento digital como segunda desventaja con un elevado índice de elección; 52% elige el incremento de síntomas o malestares en la salud debido a un mayor tiempo sin pausas activas en un mismo lugar frente a una computadora.

Por otro lado, 49% decide como desventaja una mala conexión y aumento de servicios básicos, ya que su hogar hace alusión a una oficina de lunes a viernes, inclusive fines de semana; 40% designa como un inconveniente constante la carga laboral fuera del horario de oficina; 39% selecciona mayor estrés laboral en sexta posición; 29% asegura que el no contar con un espacio adecuado para trabajar resulta bastante difícil para realizar sus labores profesionales de manera productiva y por último el 17% encuentra dificultad para mantener el clima laboral.

**Figura 3: ¿La interacción con tus compañeros de trabajo se vio afectada a partir de la modalidad de teletrabajo?**



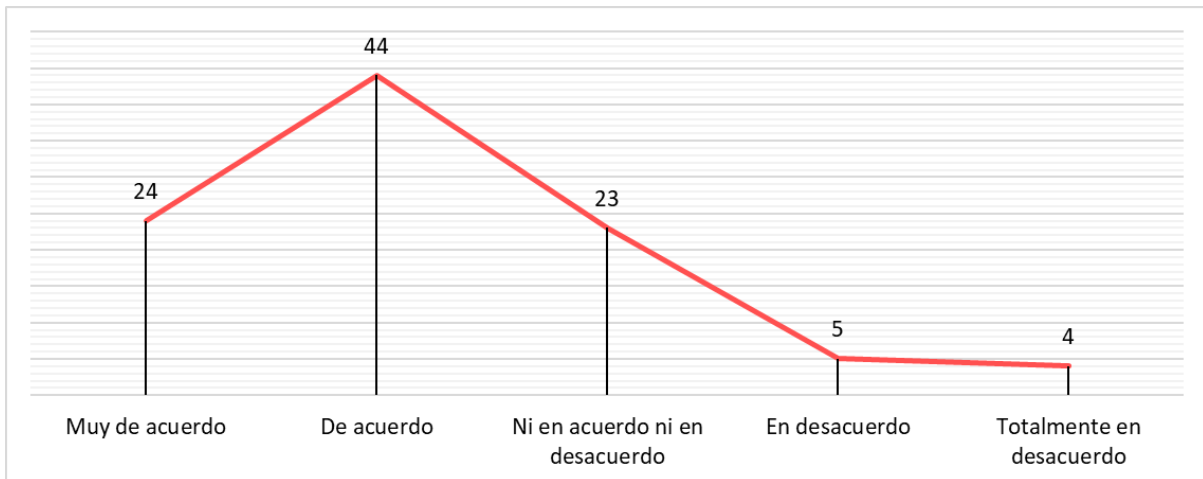
*Figura 3. Elaboración propia - Sección 2 Teletrabajo/híbrido*

La evolución que tiene la modalidad de teletrabajo en las empresas privadas de Lima Metropolitana también trae consigo aspectos muy interesantes a desarrollar, como es la interacción entre colaboradores y cuán significativo es para la población mantener o crear un lazo laboral con sus compañeros de trabajo.

De tal forma que, frente a una muestra no probabilística de 100 personas, se comprueba que 27 son los participantes que se muestran indecisos si existe una diferencia o cambio en la relación comunicativa. 28 de los encuestados considera y afirma que se vio afectada la interacción en su equipo a partir del trabajo remoto. A pesar de ello, 45 de los colaboradores revelan que están totalmente en desacuerdo que exista una alteración negativa entre los compañeros de oficina, pese a que aún siguen laborando en la modalidad de trabajo remoto.



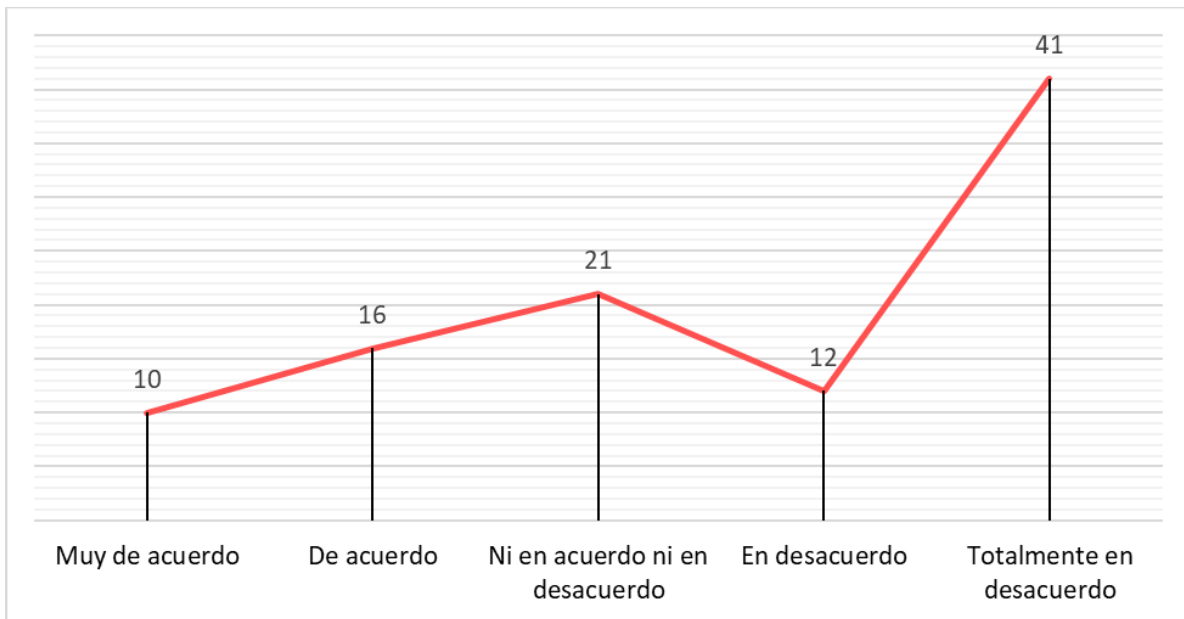
**Figura 4: ¿Consideras que tu empresa fomenta y mantiene la productividad en tiempos de teletrabajo?**



*Figura 4. Elaboración propia - Sección 2 Teletrabajo/híbrido*

La figura 4 involucra la variable dependiente: productividad, por ese motivo es primordial presentar la cantidad de colaboradores que consideran si la empresa donde laboran, fomenta y mantiene la productividad en tiempos de teletrabajo. 9 encuestados afirma una disconformidad, ya que la empresa no ha desarrollado un plan estratégico para que, a pesar de estar en la modalidad remota, se incentive la productividad y crecimiento interno. Pese a que la cifra de oposición es menor al 50%, un total de 23 personas mantiene una postura incierta al no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo. Por el contrario, 68 de 100 personas encuestadas considera positivo el desarrollo de las medidas para sostener la productividad que se tenía en su organización y la mejora continua que se busca en los próximos años.

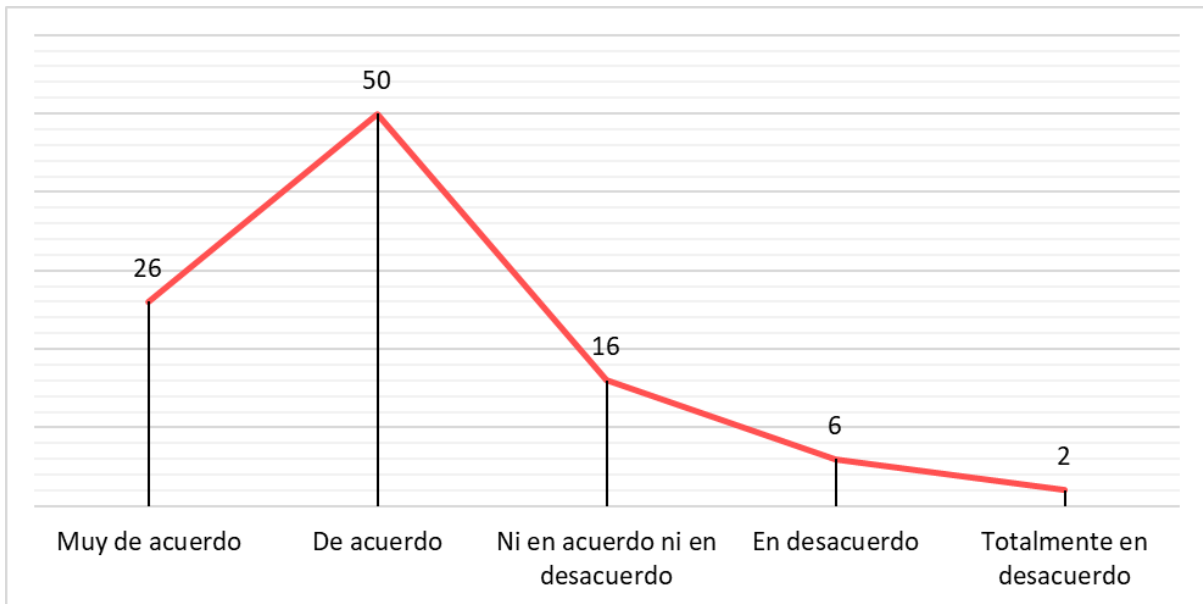
**Figura 5: ¿Estás conforme con que la presencialidad en la oficina es sinónimo de productividad?**



*Figura 5. Elaboración propia - Sección 2 Teletrabajo/híbrido*

En el enunciado, se asocia la presencialidad en la oficina como sinónimo de productividad y se obtiene que 26 encuestados sobre el total de 100, afirman estar conformes. En otras palabras, los colaboradores millennials si consideran favorable ir a la oficina para impulsar su productividad laboral. Si bien esta cifra ocupa una cantidad muy por debajo del total, cabe mencionar que 21 encuestados se muestra inestable de opinión considerando poco relevante el ir o no a la oficina para promover de manera autónoma la productividad. Por consiguiente, 53 personas de 100, evidencian su discrepancia y no están de acuerdo con ir presencialmente a un lugar de trabajo para ser productivos en sus funciones.

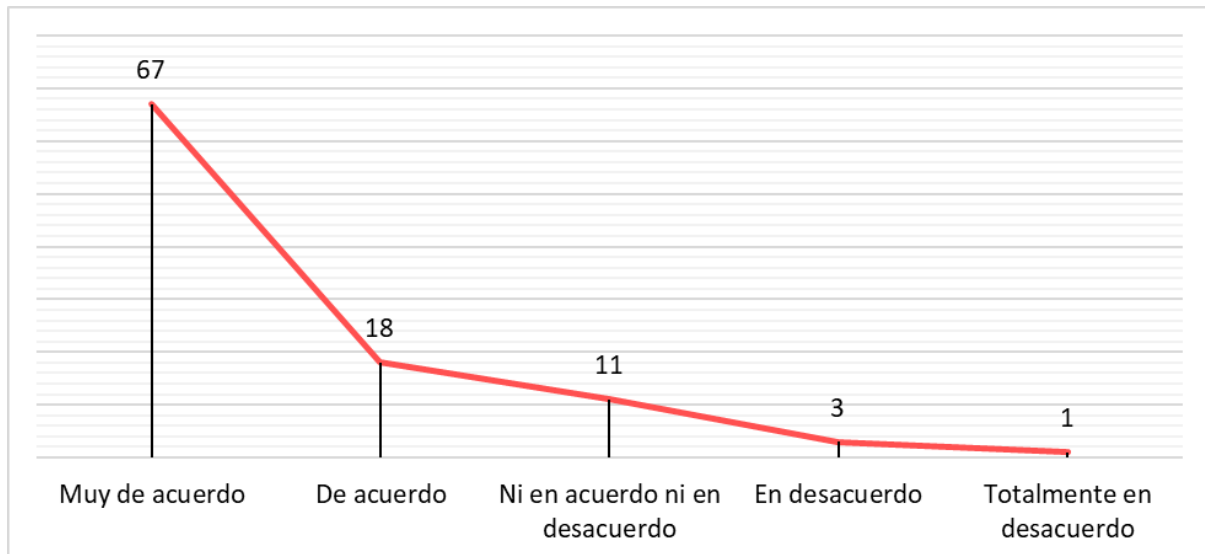
**Pregunta 6: ¿La empresa muestra confianza en el desarrollo de tus funciones y respeto en tu horario laboral?**



*Figura 6.* Elaboración propia - Sección 2 Teletrabajo/híbrido

Es preciso indicar que en el presente año, las empresas del sector privado de Lima Metropolitana han implementado tanto la modalidad remota como híbrida, eligiendo la propicia en relación al equipo de trabajo que se maneja. Por ello, la figura 6 expresa un resultado referente a ambas modalidades. Un total de 8 colaboradores millennials perciben una falta de confianza en el desarrollo de sus funciones y respeto en su horario laboral; 16 de los encuestados se muestran indistintos ante la confianza de la empresa sobre ello, y 76 del 100% de encuestados confirma que sí existe un respeto hacia su desempeño y su tiempo de trabajo, respetando su tiempo personal y apostando por sus habilidades.

**Figura 7: El no tener un buen ambiente laboral, ¿Es sinónimo de búsqueda de otras oportunidades laborales?**

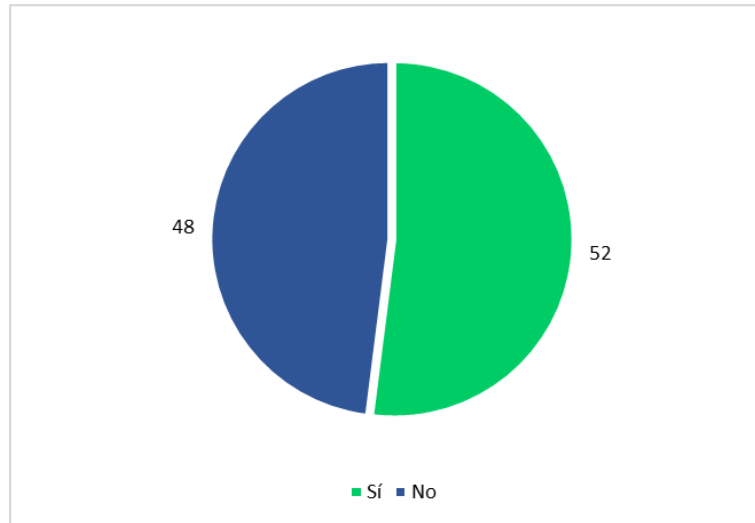


*Figura 7. Elaboración propia - Sección 2 Teletrabajo/híbrido*

Los resultados demuestran que del total de 100 colaboradores millennials partícipes de la presente encuesta, 85 de ellos confirman que es indispensable rodearse de un buen ambiente laboral para mantener ese sentido de pertenencia con relación a la empresa y al mismo equipo de trabajo, optando por la decisión de renuncia y búsqueda de alternativas laborales. Pese a lo cual 11 encuestados encuentran ambigua la decisión de comenzar una búsqueda laboral solo por no poseer un espacio de interacción estable y adecuado. Desde otra perspectiva, simplemente 4 personas están desinteresadas en retirarse de su trabajo por falta de un buen ambiente laboral y mucho menos la alternativa de comenzar la averiguación de nuevas oportunidades en otras organizaciones.

### Sección 3: Estrategias “team building”

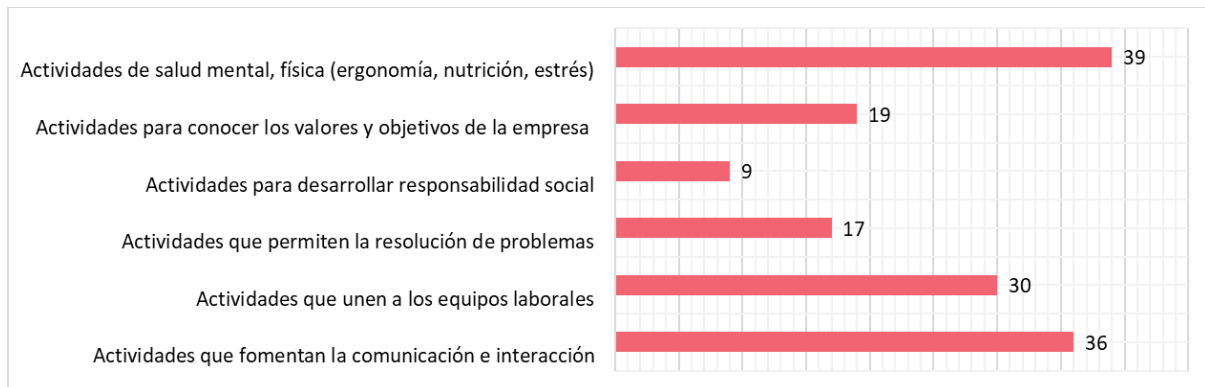
**Figura 1: ¿Existe un espacio virtual para el desarrollo de actividades “team building” en la empresa en la que trabajas?**



*Figura 1. Elaboración propia - Sección 3 Estrategias “team building”*

El cuestionamiento referente a la Figura 1 facilita conocer si las empresas de Lima Metropolitana manejan un plan estratégico relacionado a la innovación y la creación de nuevas estrategias, entre ellas las de “team building”. Los resultados presentes son de gran aporte para validar si es correcto relacionar estas estrategias con la productividad, la cual es nuestra variable dependiente y estudio principal de la investigación. Del total, que equivale a 100 personas encuestadas laboralmente activas, 52 de ellas afirman la existencia de un espacio virtual para la implementación de actividades “team building” en la empresa donde se encuentran actualmente trabajando, ya sea de forma remota o híbrida. Aun cuando se obtiene un porcentaje mayor al 50%, también es preciso señalar que 48 de los participantes no poseen un espacio para incentivar estas estrategias ni mucho menos crearlas.

**Figura 1.1: Si la respuesta al enunciado anterior fue un SÍ. Por favor elegir las actividades “team building” que la empresa en la que trabajas desarrolla:**



*Figura 1.1. Elaboración propia - Sección 3 Estrategias “team building”*

A partir de los 52 colaboradores millennials que contestaron “Sí” al enunciado anterior correspondiente a la Figura 1, se logra obtener una cantidad de respuestas filtradas con opción múltiple para conocer las estrategias “team building” que las empresas privadas desarrollan. 39 encuestados indican que sus empresas ponen en práctica actividades de salud mental y físicas (ergonomía, nutrición, estrés); 36 colaboradores afirman haber participado en actividades que fomentan la comunicación e interacción; 30 de ellos conoce que su organización promueve actividades que unen a los equipos de trabajo; 19 ha visualizado noticias en su empresa referente a actividades que permiten conocer los valores y objetivos de la compañía; 17 cooperan en actividades que permiten la resolución de problemas y 9 de ellos han ingresado a alguna actividad para desarrollar responsabilidades sociales (voluntariado virtual).

**Figura 1.2: Si la respuesta al enunciado anterior fue un NO. Selecciona las habilidades que te gustaría desarrollar o potenciar a través de actividades “team building”, siendo 1 el de menor interés y 5 el de mayor interés.**

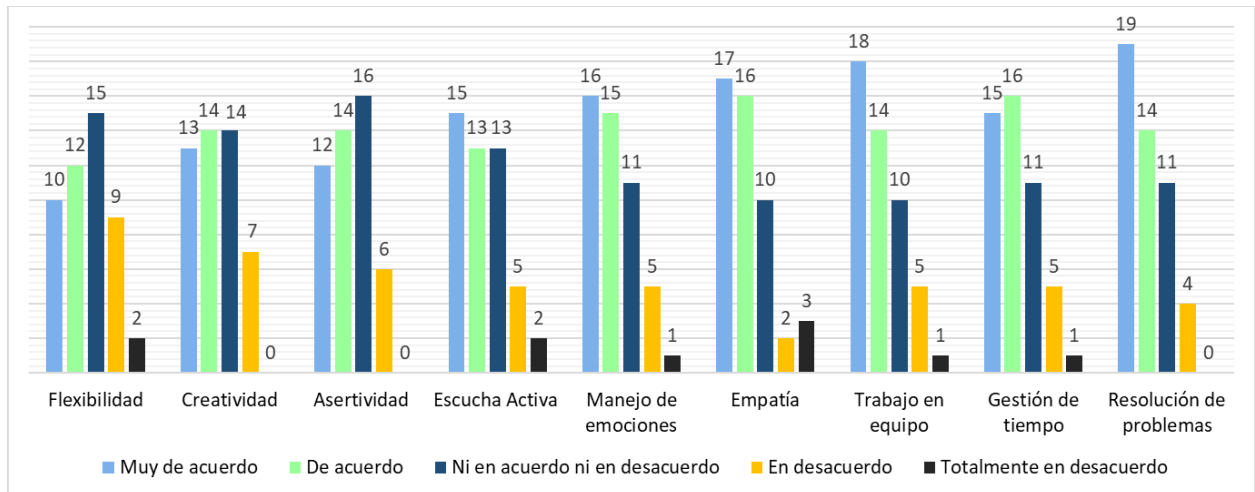


Figura 1.2. Elaboración propia - Sección 3 Estrategias “team building”

En líneas generales, las 9 habilidades poseen una cantidad de votos favorables sobre el interés por desarrollarlas y potenciarlas a través de las actividades “team building”. Según la cantidad total de participantes, se puede afirmar que están totalmente de acuerdo con la resolución de problemas, el trabajo en equipo, la empatía, el manejo de las emociones y la escucha activa; siendo estas, las 5 principales a elección por los colaboradores millennials con un total de 85% sobre el 100%. No obstante, solo el 10% de los encuestados indican un desacuerdo total en incrementar nuevas habilidades.

## Figura 2: ¿Qué incluirías en las actividades en la empresa que trabajas, para potenciar la productividad y motivación de los colaboradores millennials?

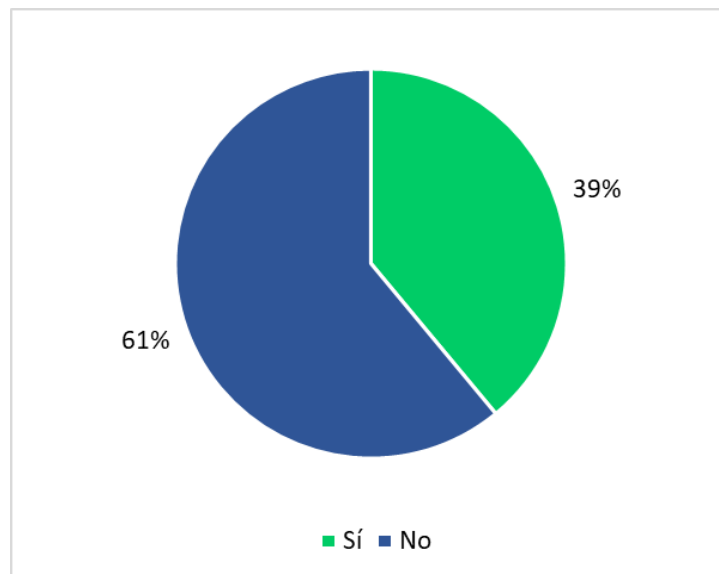


Figura 2. Elaboración propia - Sección 3 Estrategias “team building”

Las respuestas referentes a la figura 2, permite un mejor entendimiento sobre el pensamiento de los 100 colaboradores millennials que trabajan en empresas del sector privado de Lima Metropolitana. Los resultados indican que incluirían los encuestados en las actividades que sus empresas organizan para hacer mejoras en el reforzamiento de la productividad y motivación laboral. 74 de 100 participantes manifestaron que las actividades físicas y juegos virtuales desempeñan un rol importante en las nuevas acciones que tome una organización, puesto que sirve para potenciar el sentido de equipo y se logre una mejor ánimo y eficiencia en sus funciones entre equipos de trabajo. 69 de ellos desea incluir espacios de escucha activa sobre inconformidades y mejoras; 60 participantes se orientan por trabajar en charlas de crecimiento profesional, permitiendo conocer el potencial de realizar una línea de carrera; 56 colaboradores millennials optan por cursos offline dirigidos por los mismos CEO o jefes de cada área y también la implementación de espacios de reconocimiento. 47 prefiere concursos de nuevos proyectos en equipo fomentando un mayor índice de interacción; 31 se inclina por charlas de orientación en el manejo de presupuestos; 30 por conocer cómo puede ser partícipe de proyectos enfocados en el desarrollo del país, tales como voluntarios. Por último, pese a que vivimos en una era totalmente inmersa en la tecnología, únicamente 20 de 100 personas desea que se ponga en práctica los proyectos influencers, compartiendo experiencias en redes sociales.



**Figura 3: Para enfrentar el estrés, la depresión o el desánimo, ¿La empresa en la que trabajas realiza acciones, charlas, capacitaciones o actividades de salud mental/motivación?**

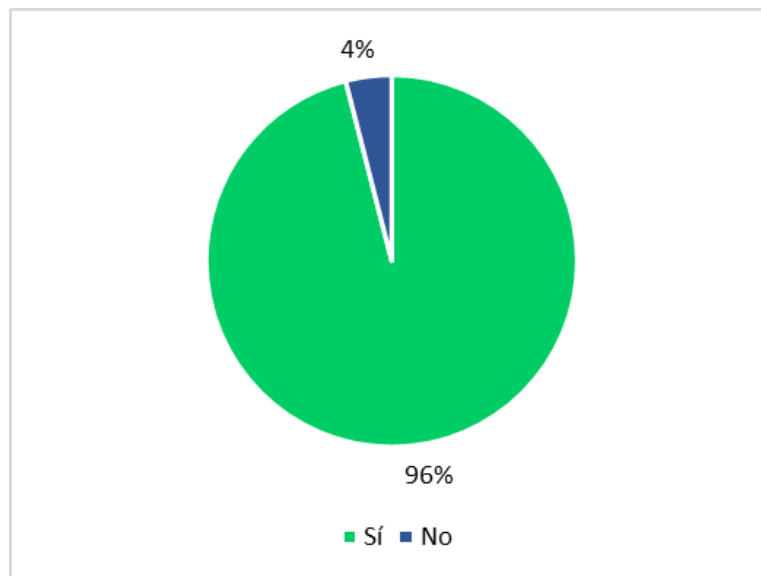


*Figura 3. Elaboración propia - Sección 3 Estrategias “team building”*

El grupo de colaboradores millennials encuestados consolida sus respuestas con 61% sobre 100% del total y afirman que las empresas privadas de Lima Metropolitana donde laboran, no cuentan con charlas ni actividades de salud mental o motivación para enfrentar el estrés laboral y depresión. Por otro lado, 39% afirma sí recibir una orientación interna en cuanto a temas relacionados al bienestar mental a través de webinars o capacitaciones por parte de sus organizaciones.

#### Sección 4: Productividad

**Figura 1: ¿Sientes que las estrategias “*team building*” son un plus para desarrollar la motivación, sentido de pertenencia y productividad entre compañeros de trabajo?**



*Figura 1.* Elaboración propia - Sección 4 Productividad

Con respecto al enunciado, de los 100 colaboradores encuestados 96% afirman sentir que las estrategias “*team building*” sí funcionan para desarrollar una mejor motivación interpersonal e intrapersonal. Además de fortalecer el sentido de pertenencia y productividad entre compañeros de trabajo. Por otro lado, únicamente 4% de los colaboradores millennials no consideran que las estrategias “*team building*” sean oportunas a impulsar dentro del área de trabajo.

**Figura 2: Recopilación de las alternativas que garantizan las estrategias “team building”**

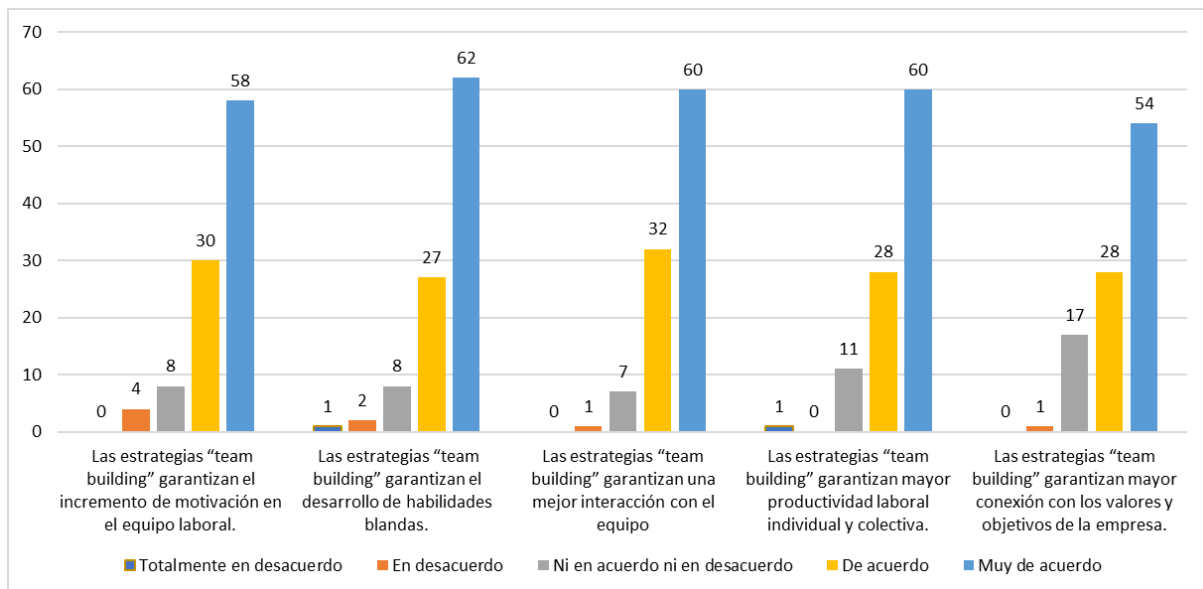


Figura 2. Elaboración propia - Sección 4 Productividad

Los resultados finales evidencian una mayor inclinación por la aprobación de los colaboradores millennials con un aproximado de 54 a 62 personas, quienes valoran y están totalmente de acuerdo con la implementación de las estrategias “team building” como garantía en el incremento de la motivación laboral, el desarrollo de habilidades blandas, mejora de la interacción en equipo, mayor productividad individual y colectiva, y mayor conexión con los valores de la empresa. Del mismo modo, se puede apreciar la participación entre 4 a 0 participantes, los cuales manifiestan su negativa referente a que las estrategias “team building” no potencian una evolución positiva en las subcategorías, siendo esta cantidad de participantes sólo el 4% de un total de 100%.

**Figura 3: Después de una estrategia “team building”, ¿Qué es lo más importante para tu aprendizaje?**

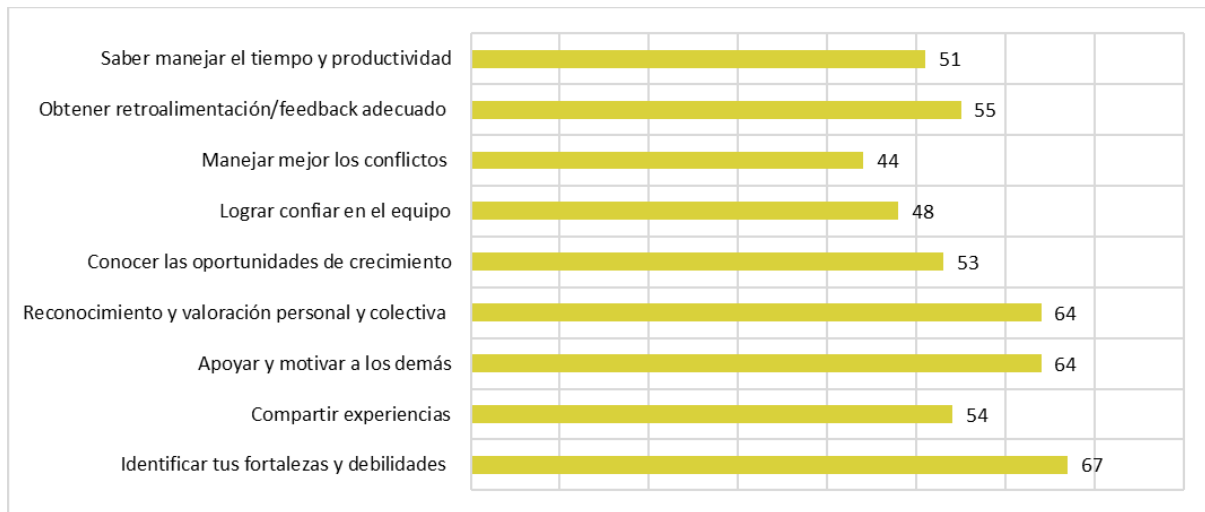


Figura 3. Elaboración propia - Sección 4 Productividad

Se obtiene el resultado mayor con la cantidad de 67 participantes, quienes consideran que después de una estrategia “team building” lo más importante para su aprendizaje es identificar sus fortalezas y debilidades, consolidando un mejor manejo profesional. Por consiguiente, se muestra un empate entre percibir el reconocimiento y valoración personal en conjunto con el aprendizaje de un buen manejo de la motivación y apoyo a los demás, permitiendo desarrollar la capacidad humana en ambas alternativas. 55 de los colaboradores millennials creen conveniente después de cualquier actividad de interacción, obtener retroalimentación/feedback adecuado por parte de los miembros del equipo; un 54 de los encuestados se inclina por compartir experiencias; 53 de ellos muestran más interés en potenciar su conocimiento a través de descubrir las oportunidades de crecimiento que poseen dentro de la empresa donde laboran; 51 de los participantes aspira a saber manejar su tiempo y productividad mediante las estrategias “team building”. Desde otra perspectiva, con 48 de elección se evidencia que el querer lograr confiar en el equipo también es un punto determinante y por último, 44 de las respuestas se direccionaron a lograr un mejor manejo de conflictos laborales.

## CAPÍTULO V

### DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1 Discusión

Los resultados obtenidos permiten el desarrollo de un análisis comparativo frente a una nueva generación que posee una personalidad impetuosa y, sobre todo, arraigada a sus ideales. La interrogante de estudio logra precisar una respuesta positiva referente a la relación de la variable dependiente e independiente. Asimismo, esto favorece a la creación de un prototipo de colaborador millennial, con el fin de conseguir una descripción que incluya comportamiento e interés profesional. Además, los resultados posibilitan determinar el objeto de estudio demográficamente, pero también, su desempeño laboral mediante resultados estadísticos en base a la técnica de la encuesta digital.

Por otro lado, se concreta la propuesta de implementar estrategias “*team building*” para motivar al colaborador millennial en su espacio laboral presencial o remoto. Estas prácticas, en su mayoría recreacionales, poseen beneficios y resultados de mayor interacción, sin afectar la productividad. Es decir, que este elemento se correlaciona con las nuevas estrategias ejecutadas por las empresas del sector privado.

Según el estudio, la metodología explicativa y descriptiva faculta un enfoque que detalla las características de las dos variables y cómo estas se relacionan. Dando como respuesta la importancia de acciones orientadas a la búsqueda de un buen ambiente laboral y espacios que fomenten la responsabilidad emocional.

Por último, más del 50% de los colaboradores millennials considera innecesario el retorno a las oficinas, ya que el desarrollo de las habilidades funcionales orientadas al desempeño, no son sinónimo de presencialidad. Es por ello que esta generación se dió cuenta que el teletrabajo es una oportunidad de equilibrio entre sus actividades personales y las pausas digitales ante el agotamiento tecnológico. Por consiguiente, la empresa debe fomentar mayores espacios de aprendizaje, reconocimiento y sentido de pertenencia.

## 5.2 Conclusiones

Tras el análisis en los resultados de la investigación, se obtiene una descripción real sobre cómo es la generación millennial en la actualidad. La población encuestada, la cual es predominada por el género femenino con un 78%, se encuentra entre los 19 a 38 años, quienes poseen el grado universitario y se desempeña actualmente como practicante, asistente y analista menor a 1 año de antigüedad en la empresa donde se encuentran, de los cuales 74% laboran en la modalidad híbrida. Asimismo, la realización de la encuesta digital ha permitido identificar características dominantes que los colaboradores millennials manifiestan, conocimiento que lleva a evaluar el porqué de la existencia del objetivo general de investigación.

Se precisa puntualizar en el objetivo general afirmando la existencia de una relación entre las estrategias “*team building*” implementadas en las organizaciones con la productividad de los colaboradores. A causa de las respuestas por parte de los 100 encuestados, 96 de ellos afirman sentir que las estrategias “*team building*” favorecen la motivación personal y profesional, así como también el sentido de pertenencia asociada a los valores de la empresa y la productividad laboral. Pese a que se encuentran en trabajo remoto o híbrido, un 53% no considera indispensable la presencialidad total en un ambiente u oficina para potenciar su productividad. En la misma línea, las empresas han demostrado que existe una seguridad y confianza con las funciones de los colaboradores, 76% confirma sentirse cómodo con la gestión de su empresa en cuanto a la supervisión de actividades.

Referente al primer objetivo específico, se identificó a través del 52% de afirmación la existencia de estrategias “*team building*” implementadas en las empresas privadas de Lima Metropolitana, de las cuales predominan las actividades de salud mental, ergonomía y nutrición. Estas actividades fomentan la unión e interacción colectiva entre los miembros de áreas de trabajo para incrementar su motivación y optimizar su productividad en un espacio donde todos sigan una misma estructura de aprendizaje y sientan un apoyo colectivo. Pero, así como existen diversas actividades dentro de las estrategias “*team building*”, también la población encuestada precisó con un 9% su poco interés por las actividades de responsabilidad social, específicamente en el desarrollo de voluntariados nacionales.

Desde otro punto de vista, es notoria la cantidad de participantes que indicaron no contar con estrategias “*team building*” en sus ambientes laborales, ante ese 48%, se precisa mencionar su interés en querer ser partícipes y poder desarrollar habilidades que sean potenciadas a través del aprendizaje en la resolución de problemas, conocer cómo trabajar mejor en equipo, a empatizar consigo mismo y con sus compañeros y sobre todo a entender el manejo de las emociones. Habilidades importantes para potenciar y fortalecer la motivación y productividad interna.

De igual manera, se confirma el segundo objetivo específico, en vista de que las nuevas modalidades laborales como son el teletrabajo y el trabajo presencial, implementadas en empresas de Lima Metropolitana también se relacionan con la productividad en los colaboradores de la generación millennial; a continuación, se especifica los beneficios y desventajas que consideran significativas la muestra del 100%.

Las ventajas de realizar teletrabajo, con un 78%, es el ahorro de tiempo y dinero. Por consiguiente, trabajar desde casa también es una opción facilitadora para los colaboradores millennials. Pero; sobre todo, el poder contar con un equilibrio entre sus vidas personales y sociales, que muchas veces pasan a no ser una prioridad por la poca flexibilidad que las empresas brindan a sus trabajadores. Este último punto, está muy relacionado con la oportunidad de continuar estudiando; ya que, al contar con un trabajo remoto o híbrido, se posee más tiempo para optimizar un crecimiento profesional, enunciado que obtuvo el 50% de preferencia. No obstante, también existen desventajas, en su mayoría, relacionadas a la salud física y mental. Entre el 52% y 71% de los colaboradores millennial, manifiestan padecer un mayor sedentarismo, agotamiento digital e incremento de malestares físicos (cuello y espalda).

Considerando una mayor información de la opinión de los colaboradores referente a las modalidades de trabajo, se consolida verídica la relación con la productividad. 68% de los encuestados manifiesta que las empresas donde se encuentran trabajando, sin ningún tipo de diferencia entre modalidades, han fomentado de manera adecuada la productividad entre equipos. De lo cual, el 28%, afirma no sentir ni percibir un cambio negativo en la relación con los miembros de su equipo cuando se optó por realizar teletrabajo. Pero 85% de ellos sí precisan, que de haber realizado teletrabajo junto a un ambiente laboral inestable, tomaban la decisión inmediata de iniciar un proceso de búsqueda de oportunidades laborales.

De acuerdo con los resultados de la presente investigación se afirma que las estrategias “*team building*” cumplen una relación entre la productividad y las nuevas modalidades de trabajo. Se concluye que estas actividades potencian e incentivan al colaborador como individuo y al equipo de trabajo como colectivo para fortalecer sus habilidades, sentidos de pertenencia, interacción, aprendizaje y motivación.

### **5.3 Recomendaciones**

En busca de hacer mejoras referentes al tema de investigación, se toma en consideración las respuestas de los 100 colaboradores millennials activos laboralmente. A partir de los resultados por objetivo, es preciso proponer un reajuste estructural basado en el nivel de interacción y productividad, ya que el 74% de los encuestados incluirían actividades físicas y juegos virtuales. Por ello, se recomienda iniciar con pausas activas ante las altas cifras de sedentarismo, estrés y agotamiento digital para potenciar la productividad y que no exista una inconformidad o bajo desempeño laboral por consecuencia de falta de motivación.

Paralelamente, es primordial un mayor enfoque en el desarrollo de un buen ambiente laboral para conocer las fortalezas y debilidades como equipo y potenciarlas en un espacio estable. Puesto que, el 69% considera necesario los espacios de escucha activa sobre inconformidades y mejoras. Si no se toma acción, según las cifras, 85% de colaboradores millennials son decisivos al momento de renunciar por un mal ambiente laboral.

Con respecto al primer objetivo específico, es imprescindible y recomendable diversificar las actividades que se implementan dentro de las estrategias “*team building*”, ya que no solo se debe enfocar en temas de bienestar físico y mental, sino también en actividades que puedan ser beneficiosas para el desarrollo de nuestro país, fortaleciendo la motivación del colaborador desde distintos aspectos. Puesto que solo el 9% de los encuestados afirmó contar con charlas sobre responsabilidad social y este es un tema crucial para promover el sentido humanitario.

Se sugiere, en base a los resultados, dividir en categorías los temas de salud mental y físicos, debido a que los colaboradores millennials encuestados, afirman con un 31% conocer que sus empresas realizan capacitaciones de bienestar mental y salud física pero no se enfatiza en los



trastornos mentales. Como evidencia de ello, el 61% indicó no contar con actividades para aprender a lidiar o manejar el estrés, la depresión y el desánimo laboral.

En relación con el segundo objetivo específico, se recomienda mantener un cambio de estrategia en cuanto a la modalidad de trabajo, según la investigación, no es indispensable que el colaborador se encuentre de forma presencial la totalidad de días laborales. Para ello, se considera pertinente iniciar con la modalidad híbrida para conocer el manejo interno y cómo se desempeña el colaborador de manera autónoma en responsabilidad de funciones.

Finalmente se ratifica que, muchas veces, el estar presente en un espacio virtual, no es sinónimo de aprendizaje ni interés. Por ello, se recomienda realizar un monitoreo de las estrategias “*team building*” para conocer el proceso y saber la interacción desarrollada a partir de la productividad, considerando prudente y favorable una evaluación de satisfacción.

## FUENTES DE INFORMACIÓN

### 6.1 Fuentes bibliográficas

Almanza, W. (2019). Modelo Team building para mejorar el trabajo en equipo en las municipalidades distritales de la provincia de Tacna, año 2015 [Tesis de Doctorado, Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann – Tacna. Repositorio UNJBG. [http://repositorio.unjbg.edu.pe/bitstream/handle/UNJBG/3616/65\\_2019\\_almanza\\_quispe\\_ws\\_espg\\_doctorado\\_administracion.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unjbg.edu.pe/bitstream/handle/UNJBG/3616/65_2019_almanza_quispe_ws_espg_doctorado_administracion.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Bellido, N. (2020) Percepción de los trabajadores del sector servicios sobre la comunicación interna en tiempos de Covid-19. [Tesis de Bachiller, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Académico UPC. [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/653884/Bellido\\_CN.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/653884/Bellido_CN.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

Casafranca, A., Correa, C., & Medina, D. (2020) La Junta: Proyecto de Comunicación para el Desarrollo sobre espacios de comunicación interpersonal durante el trabajo remoto con Grupo Avatar PUCP. [Tesis de Bachiller, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio de la Pontificia Universidad Católica del Perú. <https://acortar.link/gosdx>

Costa, J. (Eds.) (2015). *El futuro de la comunicación en las organizaciones*. Editorial “Quipus”-Ciespal. [https://issuu.com/ricardoburga/docs/costa\\_joan\\_-\\_el\\_futuro\\_de\\_las\\_organ](https://issuu.com/ricardoburga/docs/costa_joan_-_el_futuro_de_las_organ)

De la Cruz, M. & Vilva, A. (2020) Influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de la empresa Sedalib S.A. [Tesis de Licenciatura, Universidad Privada Antenor Orrego]. Repositorio UPAO. <https://acortar.link/p7RnEX>

De la Torre, L., & Themme-Afan, K. (2017) Cultura Organizacional y la relación con el Desempeño Laboral en los trabajadores de la oficina de desarrollo técnico de la Biblioteca Nacional Del Perú 2016. [Tesis de Licenciatura, Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio de la Universidad San Ignacio de Loyola. <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/98758027-def1-4066-b958-6653fffc9ec1/content>

Drago, D. (2020) Diseño e implementación de programa de reconocimiento para una empresa del sector de energía. [Tesis de Licenciatura, Universidad de Piura]. Repositorio de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. [https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/5062/TSP\\_AE-L\\_042.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/5062/TSP_AE-L_042.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Echaiz, C. (2019) EL TRABAJO DE CAMPO, [Material de Estudio, INSTITUTO PARA LA CALIDAD DE LA EDUCACIÓN - USMP] Repositorio Coordinación Académica de Posgrado USMP. <https://www.usmp.edu.pe/iced/carpeta-2019-1/pdfs/materiales/de/3/seminario-tesis-3.pdf>

García, J. (1998), La comunicación interna. Editorial Díaz de Santos S.A.

Hernández, J., Gallarzo, M., & Espinoza, J. (2011). Desarrollo Organizacional. En Domínguez, G. (Ed.), (pp. 376) Editorial Pearson Educación. [https://www.pucesa.edu.ec/wp-content/uploads/2019/11/3\\_Desarrollo-organizacional.pdf](https://www.pucesa.edu.ec/wp-content/uploads/2019/11/3_Desarrollo-organizacional.pdf)

López, Á. (2017) EL SENTIDO DE PERTENENCIA (SP) COMO ELEMENTO DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL (CO): FACTORES QUE INCIDEN EN SU DESARROLLO. [Universidad Santo Tomás]. Repositorio USTA. <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/4482/lopezangela2017.pdf?sequence=1>

Lorenzo, E. (2018) La Productividad Laboral y Competencia Laboral de los servidores públicos de la Dirección General de Formación Profesional y Capacitación Laboral del MTPE – Lima, 2017. [Tesis de Maestría, Escuela de Postgrado Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio UCV. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/23150/LORENZO\\_GEP.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=Los%20autores%20Robbins%20y%20Judge,de%20eficacia%20como%20de%20eficiencia](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/23150/LORENZO_GEP.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=Los%20autores%20Robbins%20y%20Judge,de%20eficacia%20como%20de%20eficiencia)

Martínez, A., & Porras Rojas, K. (2012) Diseño Programa de Bienestar Laboral. [Tesis de Titulación, Universidad Jorge Tadeo Lozano]. Repositorio de la Universidad Jorge Tadeo Lozano. <https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/1628/T199.pdf>

Montoya, M. (2015) *Gestión de la Innovación: efectos del clima de innovación de las empresas en el desempeño y compromiso de los trabajadores*. [Tesis de Doctorado, Universidad Politécnica de Cataluña]. <https://onx.la/1fead>

Prado C. (2022) *Vinculación de Dimensiones de Clima Organizacional con la Satisfacción Usuaría en el Sector Público: Un Estudio Exploratorio*. [Tesis de Postgrado, Universidad de Chile]. Repositorio de la Facultad de Economía y Negocios. <https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/179520/Tesis%20-%20Caterina%20Prado.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Rodriguez, H., Solano, N., Chavarro, Y., & Patiño, Y. (2017) *LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL INTERNA Y SU INFLUENCIA EN EL CLIMA LABORAL*. [Tesis de Psicología, Universidad Cooperativa de Colombia]. Repositorio de la Facultad de Psicología [https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/35093/1/2017\\_comunicacion\\_organizacion\\_laboral.pdf](https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/35093/1/2017_comunicacion_organizacion_laboral.pdf)

Solís, C. (2014) *MEDICIÓN DEL CLIMA ORGANIZACIONAL EN UNA SECUNDARIA GENERAL DEL ESTADO DE DURANGO*. [Tesis de Maestría, UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN]. Repositorio de la UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN. <http://eprints.uanl.mx/4306/1/1080259372.pdf>

Ureta, F. (2018) *Cultura organizacional y su impacto en el desempeño laboral de los colaboradores del área de créditos hipotecarios del Banco de Crédito del Perú en el año 2018*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. <http://dx.doi.org/10.19083/tesis/625160>

Villafañe, J. (2016). *La Buena Empresa*. Editorial Pearson.

Wiernik, D. (2016) *El Impacto de la Cultura Organizacional sobre la Innovación en las Empresas de Telecomunicaciones*. [Tesis de Maestría, Universidad de San Andrés]. Repositorio de la Universidad de San Andrés. <https://repositorio.udesar.edu.ar/jspui/bitstream/10908/11887/1/%5bP%5d%5bW%5d%20T.M.%20Ges.%20Wiernik%2c%20Diego%20Ariel.pdf>

## 6.2 Fuentes electrónicas

¿Cómo mantener un buen clima laboral en tiempos de pandemia? (2020). Conexión Esan. <https://bit.ly/3seaEqp>

10 estrategias que motivan a los empleados. (2018). EQUIPOS Y TALENTO. <https://www.equiposytalento.com/noticias/2018/02/19/10-estrategias-que-motivan-a-los-empleados>

Arce, D. (2022). *Cómo identificar las relaciones y prácticas “tóxicas” que aparecieron con el teletrabajo*. América Economía. <https://www.americaeconomia.com/como-identificar-las-relaciones-y-practicas-toxicas-que-aparecieron-con-el-teletrabajo>

Asociación Universitaria de Formación del Profesorado (AUFOP). (2016). Team building. Retos y ventajas de su aplicación en el contexto educativo. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado (REIFOP)*. Volumen 55. <https://bit.ly/3TJnsB1>

Barrios, A. (2018) En Martínez, A., Aponte, C., Ugarte, C., Yélamo, C., López, E., Márquez, L., González, M., Márquez, M., Díaz, M., & Trombino, V. (Eds.), *Revista del Instituto Nacional de Higiene “Rafael Rangel”*, vol 49 (2). [http://www.inhrr.gob.ve/portal\\_2020/doc/revista-inhrr-ORDINARIA-II-2018.pdf](http://www.inhrr.gob.ve/portal_2020/doc/revista-inhrr-ORDINARIA-II-2018.pdf)

Betancur, S. (2000). Operacionalización de Variables. *Hacia la Promoción de la Salud*, vol.5, pp. 19-28. <https://revistasoj.s.ucaldas.edu.co/index.php/hacialapromociondelasalud/article/view/1847>

Calderón, G., Murillo, S., & Torres, K. (2003). *Cultura organizacional y bienestar laboral*. *Cuadernos de Administración*, vol. 16, núm. 25, pp. 109-137. <https://www.redalyc.org/pdf/205/20502506.pdf>

*Características de los millennials en el mercado laboral y tecnológico*. (2020). Inese. <https://www.inese.es/caracteristicas-de-los-millennials-en-el-mercado-laboral-y-tecnologico/>

Carballo, M, & Guelmes, E. (2016). Algunas consideraciones acerca de las variables en las investigaciones que se desarrollan en educación. *Revista Universidad y Sociedad*, vol 8 (1), pp. 140-150.

Chaparro, L. (2006). Motivación laboral y clima organizacional en empresas de telecomunicaciones. (Factores diferenciadores entre las empresas pública y privada) INNOVAR. *Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, vol. 16, núm. 28, pp. 7-32.

Charry, H. (2018) LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EL CLIMA ORGANIZACIONAL EN EL SECTOR PÚBLICO COMUNI@CCION. *Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, vol. 9, núm. 1, pp. 25-34. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=449856234001>

Correa, R. (2020). *Estudio Mandomedio revela qué opinan los trabajadores sobre el teletrabajo y el clima laboral en sus empresas durante esta crisis*. Mandomedio Consulting. <https://mandomedio.com/blog/clima-laboral-estudio-mandomedio-del-teletrabajo/>

Dávila de León, C., & Jiménez G. (2014). Sentido de pertenencia y compromiso organizacional: predicción del bienestar. *Revista de Psicología (PUCP)*, Vol. 32, núm 2. <http://www.scielo.org.pe/pdf/psico/v32n2/a04v32n2.pdf>

*Diagnóstico de la comunicación interna en el Perú y los retos frente al Covid-19.*(2020). y APOYO Comunicación de Perú. <https://www.apoyocomunicacion.com/repositorio/2020/Diagnostico-de-la-comunicacion-interna-en-el-Peru-y-los-retos-frente-al-COVID-19.pdf>

*El 73% de trabajadores indica que carga laboral se incrementó entre 1 y 5 horas al día.* (2021). Diario Gestión. <https://gestion.pe/economia/management-empleo/el-73-de-trabajadores-indica-que-carga-laboral-se-incremento-entre-1-y-5-horas-al-dia-noticia/>

*El teletrabajo durante la pandemia de COVID-19 y después de ella – Guía práctica.* (2020). Oficina Internacional del Trabajo – Ginebra: OIT, 2020. <https://bit.ly/3ePZTHV>

*En Lima Metropolitana el 75,5% de las empresas se encuentran operativas.* (2020). Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). <https://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/en-lima-metropolitana-el-755-de-las-empresas-se-encuentran-operativas-12390/>

*Encuesta millennial y Gen Z 2021 Un llamado a la rendición de cuentas y a la acción| Perú.* (2021). Deloitte. <https://www2.deloitte.com/pe/es/pages/about-deloitte/articles/encuesta-millennial-generacion-z-2021.html>

*Estrategias de Team Building: equipos unidos y competitivos.* (2022). Triangle Solutions RRHH. <https://www.trianglerrhh.es/estrategias-de-team-building-equipos-unidos-y-competitivos/>

García, M. (2009) Clima Organizacional y su Diagnóstico: Una aproximación Conceptual. *Cuadernos de Administración*, núm. 42, pp. 43-61. <https://www.redalyc.org/pdf/2250/225014900004.pdf>

González, M. (2002). Aspectos éticos de la investigación cualitativa. *Revista Iberoamericana De Educación*. vol 29, pp. 85-103. <https://doi.org/10.35362/rie290952>

Guevara, G., Verdesoto, A., & Castro, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Revista Científica Mundo de la Investigación y del Conocimiento*, vol 4(3), pp.163-173. <https://recimundo.com/index.php/es/article/view/860/1363>

Herrera, N. (2022). *Demografía Empresarial en el Perú*. Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). [https://m.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin\\_demografia\\_empresarial\\_i\\_tri\\_m\\_2022.pdf](https://m.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin_demografia_empresarial_i_tri_m_2022.pdf)

Jimenez, C. (2016). OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES [Diapositivas de PowerPoint]. UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO FACULTAD DE MEDICINA. <http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/31576/secme-16514.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

*Las 100 empresas líderes en el Perú para atraer y retener talento, según ranking Merco Talento 2022.* (2022). Infobae. <https://bit.ly/3F1i8on>

LEY QUE REGULA EL TELETRABAJO. LEY N° 30036. (15 de mayo del 2013) [https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4\\_uibd.nsf/DD7DF93E4B76742105257EF4000325BA/\\$FILE/30036.pdf](https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/DD7DF93E4B76742105257EF4000325BA/$FILE/30036.pdf)

*Lima supera los 10 millones de habitantes al año 2022.* (2022). Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). <https://m.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/noticias/nota-de-prensa-no-006-2022-inei.pdf>

*Los Mejores Lugares para Trabajar Millennials Perú 2021* (2021). Instituto Great Place To Work. <https://bit.ly/3TAUYK9>

Marroquin, R.. (Año). *DE LA METODOLOGÍA*. [Diapositivas de PowerPoint]. UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN ENRIQUE GUZMÁN Y VALLE. <http://www.une.edu.pe/Titulacion/2013/exposicion/SESION-3-DE%20LA%20METODOLOGIA.pdf>

Martínez, C. (2021) *Investigación Descriptiva: Tipos y Características*. Studocu. <https://www.studocu.com/co/document/universidad-metropolitana-colombia/derecho-ciencias/investigacion-descriptiva/23364893>

Martínez, M. (2021). *Perú multiplicó sus "miniempresarios" en el año de la pandemia*. Swissinfo (SWI). [https://www.swissinfo.ch/spa/per%C3%BA-empresas\\_per%C3%BA-multiplic%C3%B3-sus--miniempresarios--en-el-a%C3%B1o-de-la-pandemia/46453112](https://www.swissinfo.ch/spa/per%C3%BA-empresas_per%C3%BA-multiplic%C3%B3-sus--miniempresarios--en-el-a%C3%B1o-de-la-pandemia/46453112)

*Más de 45,000 empresas cerraron en el 2020 en el Perú, pero se crearon más de 235,000 emprendimientos.* (2021) RPP Noticias. <https://rpp.pe/economia/economia/mas-de-45000-empresas-cerraron-en-el-2020-pero-cuantas-empresas-se-crearon-en-el-peru-durante-el-ano-de-la-pandemia-2020-coronavirus-en-peru-noticia-1326343?ref=rpp>

Merlano,S. (2004). *La comunicación interna en las organizaciones*. Contribuciones a la Economía.



[https://www.eumed.net/ce/2012/smm.html#:~:text=Seg%C3%BAAn%20Pizzolante%20\(2004\)%20la%20comunicaci%C3%B3n,la%20empresa%20con%20visi%C3%B3n%20global](https://www.eumed.net/ce/2012/smm.html#:~:text=Seg%C3%BAAn%20Pizzolante%20(2004)%20la%20comunicaci%C3%B3n,la%20empresa%20con%20visi%C3%B3n%20global)

*Millennials: la generación que más empleo busca en Perú.* (2019). EUDE Business School. <https://www.eude.pe/blog/2019/10/02/millennials-generacion-empleo-peru/>

Moss, R. (2022). *¿Quieres mantener felices a tus empleados? Depende de estos cinco factores.* CNN en Español. <https://cnnespanol.cnn.com/2022/05/18/opinion-mantener-felices-empleados-trax/>

Obez, R., Avalos, L., Steier, M., & Balbi, M. (2018) Técnicas mixtas de recolección de datos en la investigación cualitativa. Proceso de construcción de las prácticas evaluativas de los profesores expertos en la UNNE. *Congreso Ibero-Americano de Investigación Cualitativa (CIAIQ)*, vol. 1, pp. 587-598. <https://proceedings.ciaiq.org/index.php/ciaiq2018/article/download/1685/1637/>

Pachon, J. (2021). *¿Por qué un colaborador es el elemento más importante de una organización para el 2021?*. Salvadora. <https://zalvadora.com/noticias/por-que-un-colaborador-es-el-elemento-mas-importante-de-una-organizacion-para-el-2021>

Pilligua, C., & Arteaga, F. (2019) El clima laboral como factor clave en el rendimiento productivo de las empresas. estudio caso: Hardepex Cía. Ltda. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, vol. 15 (28). <https://www.redalyc.org/journal/4096/409659500007/409659500007.pdf>

*Políticas de Gestión Humana* (2016) Celsia. <https://www.celsia.com/wp-content/uploads/2021/03/politicas-de-gestion-humana-v3-celsia-1.pdf>

Prieto, R., Villasmil, M., & Urdaneta, L. (2011). GESTION HUMANA EN ORGANIZACIONES POSTMODERNAS. BASE FUNDAMENTAL HACIA LA EXCELENCIA ORGANIZACIONAL. *CICAG*, vol. 8, núm. 2. [https://redib.org/Record/oai\\_articulo1875449-gestion-humana-en-organizaciones-postmodernas-base-fundamental-hacia-la-excelencia-organizacional](https://redib.org/Record/oai_articulo1875449-gestion-humana-en-organizaciones-postmodernas-base-fundamental-hacia-la-excelencia-organizacional)

Quintana, S. (2020). La Operacionalización de variables; “CLAVE” para armar una Tesis Parte 1. Universidad San Martín de Porres. <https://unsm.edu.pe/wp-content/uploads/2020/05/silvestre-quintana-articulo-unsm-13-05-2020.pdf>

Ramírez, R., Chacón, H., & Valencia, K. (2019). GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO COMO ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS. *Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales*, vol 16 (1) 1. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6844336>

Roca, C. (2021). *Las 16 actividades de team building que encantarán a tu equipo*. The Power Business School. <https://www.thepowermba.com/es/blog/actividades-de-team-building>

Rocco, L. & Oliari, N. (2007). *La encuesta mediante internet como alternativa metodológica*. VII Jornadas de Sociología. <https://cdsa.academica.org/000-106/392.pdf>

Sánchez, F. (2019). Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: consensos y disensos. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, vol 13(1), pp. 102-122. doi: <https://doi.org/10.19083/ridu.2019.644>

Soledispa, X., Pionce, J., Sierra, M. (2022). La gestión administrativa, factor clave para la productividad y competitividad de las microempresas. *Dominio de las Ciencias*, Vol. 8, núm 1, pp. 280-294. <http://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/index>

Tellez, J. (2020) *Teletrabajo*. Instituto de Investigaciones Jurídicas de la Universidad Anáhuac de México. <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/5/2458/43.pdf>

Videnzia Consultores. (2020). *La reinención de la comunicación interna en tiempos de pandemia*. Diario Gestión. <https://gestion.pe/blog/evidencia-para-la-gestion/2020/07/la-reinencion-de-la-comunicacion-interna-corporativa-en-tiempos-de-pandemia.html/>

Villanueva, R. (2022). ¿EN QUÉ SE DIFERENCIAN LOS MILLENNIALS DEL PERÚ?. *Datum Internacional*. [https://www.datum.com.pe/new\\_web\\_files/files/pdf/Millennials.pdf](https://www.datum.com.pe/new_web_files/files/pdf/Millennials.pdf)

Ybañez, I. (2021). Millennials y Generación Z: qué les preocupa y qué esperan de las empresas. *Diario Gestión*. <https://bit.ly/3TGSNUY>

## **ANEXOS**

I. Matriz de consistencia

II. Matriz de operacionalización de variables

III. Instrumentos de recolección de datos

IV. Validación de expertos

V. Cronograma de Gantt

## I. MATRIZ DE CONSISTENCIA

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología
<p><b>Problema principal</b></p> <p>¿Cómo las estrategias “<i>team building</i>” se relacionan con la productividad de los colaboradores de la generación millennial en empresas del sector privado de Lima Metropolitana?</p> <p><b>Problemas secundarios</b></p> <p>a) ¿Cuáles son las características diferenciales de la modalidad del teletrabajo y el trabajo presencial para mantener la productividad laboral en los colaboradores millennial?</p> <p>b) ¿Qué estrategias “<i>team building</i>” desarrollan las organizaciones para mantener la motivación de los colaboradores millennials?</p> <p>c) ¿De qué manera las estrategias “<i>team building</i>” fortalecen el sentimiento de pertenencia de los colaboradores millennials?</p>	<p><b>Objetivo principal</b></p> <p>Determinar la relación de las estrategias “<i>team building</i>” con la productividad de los colaboradores de la generación millennial en empresas del sector privado de Lima Metropolitana</p> <p><b>Objetivos secundarios</b></p> <p>a) Describir las características diferenciales de la modalidad del teletrabajo y el trabajo presencial para mantener la productividad laboral en los colaboradores millennial.</p> <p>b) Analizar las estrategias “<i>team building</i>” que fortalecen el sentimiento de pertenencia de los colaboradores millennials.</p> <p>c) Identificar las estrategias “<i>team building</i>” que desarrollan las organizaciones para mantener la productividad de los colaboradores millennials.</p>	<p><b>Supuesto</b></p> <p>Las estrategias “<i>team building</i>” se relacionan significativamente con la productividad, elevando el rendimiento, sentido de pertenencia y motivación de los colaboradores de la generación milenial en la modalidad del teletrabajo/híbrido de empresas del sector privado.</p>	<p>Variable independiente:</p> <p>Estrategias “<i>team building</i>”</p> <p>Variable dependiente:</p> <p>Incremento de la productividad</p>	<p>Estrategias “<i>team Building</i>”</p> <p>Productividad</p>	<p>Porcentaje de estrategias “<i>team building</i>”</p> <p>Número de habilidades</p> <p>Nivel de motivación</p> <p>Nivel de desarrollo de habilidades</p> <p>Nivel de interacción</p> <p>Nivel de productividad</p> <p>Nivel de conexión laboral</p>	<p><b>Método General:</b> Proceso sistemático</p> <p><b>Tipo de investigación:</b> Cualitativa - No experimental</p> <p><b>Nivel de investigación:</b> Descriptiva y explicativa</p> <p><b>Población y muestra:</b> Población: 8 millones de millennials económicamente activos en Lima (INEI)</p> <p>Muestra: 100 millennials económicamente activos</p> <p><b>Muestreo:</b> No-Probabilístico</p> <p><b>Técnicas e instrumentos:</b> Encuesta digital Matriz de información y Cuestionario virtual</p>

## II. MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítem	Escala de medidas
Variable independiente: Estrategias “ <i>team building</i> ”	Dinámicas implementadas y proyectadas como una técnica novedosa para destacar las habilidades, fomentar la productividad, motivación, sentido de pertenencia y trabajo en equipo de los colaboradores. (REIFOP)	Ambas variables serán ejecutadas con ayuda de una encuesta digital.  Se incluye un formulario de interrogantes enfocadas en cuatro aspectos: Datos sociodemográficos, Teletrabajo/Híbrido, Estrategias “ <i>team building</i> ” y productividad.	Datos demográficos	Porcentaje de género y edad Porcentaje de grado profesional Porcentaje de ocupación laboral Porcentaje de modalidad laboral Número de años de antigüedad	1 - 6	Ordinal
Variable dependiente: Incremento de la productividad	Se da en base a la complicitad entre los conocimientos y las habilidades propias del colaborador enfocadas para alcanzar una meta establecida de forma eficiente.	Encuestados: Colaboradores millennials y expertos académicos orientados en el manejo de habilidades laborales, comunicadores corporativos y psicólogos laborales.	Teletrabajo/Híbrido	Porcentaje beneficios y desventajas Porcentaje de interacción Porcentaje de satisfacción	7 - 13	Ordinal
			Estrategias “Team Building”	Porcentaje de estrategias “ <i>team building</i> ” Porcentaje de desarrollo Número de habilidades	14 - 18	Ordinal
			Productividad	Porcentaje de motivación Porcentaje de desarrollo de habilidades Porcentaje de productividad Nivel de conexión laboral	19 - 25	Ordinal

### III. INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

#### **Encuesta digital:**

Tesis para optar el título profesional de Licenciada en Comunicaciones  
Estrategias “*Team Building*” y la productividad en los colaboradores.

Estimado(a),

Esta investigación está a cargo de Claudia Solís Solari, Bachiller de la Facultad de Comunicación y Diseño en UCAL. El objetivo es conocer cómo se relacionan las estrategias virtuales “*team building*” con la productividad de los colaboradores de la generación millennial en empresas del sector privado de Lima Metropolitana. Por lo tanto, su tratamiento será solo con propósitos académicos y con el compromiso de la confidencialidad del caso.

Si te encuentras entre los 19 y 38 años (generación millennial) y actualmente estás laborando en la modalidad de teletrabajo/híbrida en una empresa del sector privado en Lima Metropolitana, te invitamos a participar del siguiente formulario garantizando que el tiempo invertido sólo será de 10 minutos.

---

He leído y acepto voluntariamente participar en esta encuesta.

- Sí, acepto participar voluntariamente en esta investigación

#### **Parte 1 (Datos sociodemográficos):**

Seleccione sólo una alternativa por cada enunciado

##### **Pregunta 1: Género\***

- Femenino
- Masculino

##### **Pregunta 2: Marca el rango de edad dentro del cual te encuentras\***

- de 19 años a 23 años
- de 24 años a 28 años
- de 29 años a 33 años
- de 34 años a 38 años

##### **Pregunta 3: ¿Qué grado de instrucción de estudios posees? \***

- Universitario
- Magister
- Doctorado

**Pregunta 4: ¿Cuál es tu cargo en la empresa en la cual trabajas?\***

- Gerente
- Director
- Jefe
- Supervisor
- Coordinador
- Analista
- Asistente
- Practicante

**Pregunta 5: ¿En qué modalidad laboras actualmente?\***

- Remota
- Mixta/Híbrida (Presencial y remota)

**Pregunta 6: Selecciona tu antigüedad en la empresa\***

- menor a 1 año
- de 1 a 5 años
- de 6 a 12 años

**Parte 2 (Teletrabajo/Híbrido):**

Marca las siguientes preguntas, Puedes seleccionar una a más alternativas por cada enunciado

**Pregunta 1: Elige los beneficios de la modalidad del teletrabajo según tu experiencia laboral**

- Trabajar desde casa o donde te encuentres
- Planificación de horarios propios
- Incremento de la productividad
- Equilibrio entre la vida laboral, familiar y social
- Mejor concentración
- Economizar tiempo y dinero en transporte
- Oportunidad de continuidad de estudios fuera del horario laboral
- Ejercicio de pausas activas

**Pregunta 2: Elige las desventajas de la modalidad del teletrabajo según tu experiencia laboral**

- Mala conexión y aumento de servicios básicos (luz, agua, internet)
- Mayor sedentarismo
- No contar con un espacio adecuado para trabajar
- Incremento de síntomas o malestares en tu salud
- Carga laboral fuera del horario de oficina
- Dificultad para mantener el clima laboral

- Agotamiento digital
- Mayor estrés laboral

**Pregunta 3: ¿La interacción con tus compañeros de trabajo se vió afectada a partir de la modalidad de teletrabajo?**

- Muy de acuerdo
- De acuerdo
- Ni en acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

**Pregunta 4: ¿Consideras que tu empresa fomenta y mantiene la productividad en tiempos de teletrabajo?**

- Muy de acuerdo
- De acuerdo
- Ni en acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

**Pregunta 5: ¿Estás conforme con que la presencialidad en la oficina es sinónimo de productividad?**

- Muy de acuerdo
- De acuerdo
- Ni en acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

**Pregunta 6: ¿La empresa muestra confianza en el desarrollo de tus funciones y respeto en tu horario laboral?**

- Muy de acuerdo
- De acuerdo
- Ni en acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

**Pregunta 7: El no tener un buen ambiente laboral, ¿Es sinónimo de búsqueda de otras oportunidades laborales?**

- Muy de acuerdo
- De acuerdo
- Ni en acuerdo ni en desacuerdo



- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

**Parte 3 (estrategias “team building”):**

Las Estrategias “Team Building”, son actividades virtuales que fomentan la interacción, diversión e integración; a su vez formando un equipo sólido enfocado en objetivos.

**Pregunta 1: ¿Existe un espacio virtual para el desarrollo de actividades “team building” en la empresa en la que trabajas?**

- Sí
- No

Pregunta 1.1 (Si la respuesta fue un SÍ):

**Por favor elegir las actividades “team building” que la empresa en la que trabajas desarrolla:**

- Actividades que fomentan la comunicación e interacción
- Actividades que unen a los equipos laborales
- Actividades que permiten la resolución de problemas
- Actividades para desarrollar responsabilidad social (voluntariado virtual)
- Actividades para conocer los valores y objetivos de la empresa
- Actividades de salud mental, física (ergonomía, nutrición, estrés)

Si la respuesta fue NO, pasamos a la pregunta 2

**Pregunta 2: Selecciona las habilidades que te gustaría desarrollar o potenciar a través de actividades “team building”, siendo 1 el de menor interés y 5 el de mayor interés.**

- ( ) Flexibilidad
- ( ) Creatividad
- ( ) Asertividad
- ( ) Escucha Activa
- ( ) Manejo de emociones
- ( ) Empatía
- ( ) Trabajo en equipo
- ( ) Gestión de tiempo
- ( ) Resolución de problemas

**Pregunta 3: ¿Qué incluirías en las actividades en la empresa que trabajas, para potenciar la productividad y motivación de los colaboradores millennials?**

- Espacios de escucha activa sobre inconformidades y mejoras
- Charlas de crecimiento interno profesional (línea de carrera)
- Proyectos internos de voluntariado enfocados en el desarrollo del país
- Concursos de nuevos proyectos en equipo
- Espacios de reconocimiento al trabajo
- Charlas de orientación de manejo de presupuestos
- Proyectos influencers (compartir experiencias en redes sociales)
- Cursos offline disponibles 24/7 desarrollados por los CEO/Gerentes/Jefes/Líderes de cada área
- Actividades físicas y juegos virtuales

**Pregunta 4: Para enfrentar el estrés, la depresión o el desánimo, ¿La empresa en la que trabajas realiza acciones, charlas, capacitaciones o actividades de salud mental/motivación?**

- Sí
- No

**Parte 4 (Productividad):**

Las Estrategias “*Team Building*”, son actividades en su mayoría virtuales que fomentan la interacción, diversión e integración; a su vez formando un equipo sólido enfocado en objetivos.

Seleccione sólo una alternativa por cada enunciado

**Pregunta 1: ¿Sientes que las actividades “*team building*” son un plus para desarrollar la motivación, sentido de pertenencia y productividad entre compañeros de trabajo?**

- Sí
- No

**Pregunta 2: Las estrategias “*team building*” garantizan el incremento de motivación en el equipo laboral**

poco probable O 1    O 2    O 3    O 4    O 5 muy probable

**Pregunta 3: Las estrategias “team building” garantizan el desarrollo de habilidades blandas**

poco probable O 1    O 2    O 3    O 4    O 5 muy probable

**Pregunta 4: Las estrategias “team building” garantizan una mejor interacción con el equipo**

poco probable O 1    O 2    O 3    O 4    O 5 muy probable

**Pregunta 5: Las estrategias “team building” garantizan mayor productividad laboral individual y colectiva**

poco probable O 1    O 2    O 3    O 4    O 5 muy probable

**Pregunta 6: Las estrategias “team building” garantizan mayor conexión con los valores y objetivos de la empresa**

poco probable O 1    O 2    O 3    O 4    O 5 muy probable

**Pregunta 7: Después de una actividad “team building”, ¿Qué es lo más importante para tu aprendizaje?**

Selecciona las 5 que sientas que encajen con tu perfil profesional.

- Identificar tus fortalezas y debilidades
- Compartir experiencias
- Apoyar y motivar a los demás
- Reconocimiento y valoración personal y colectiva
- Conocer las oportunidades de crecimiento
- Lograr confiar en el equipo
- Manejar mejor los conflictos
- Obtener retroalimentación/feedback adecuado
- Saber manejar el tiempo y productividad

**Parte 5 (Agradecimiento):**

¡Muchas gracias por tu tiempo y disposición!

Tu información será de gran ayuda para identificar mejor las Estrategias “*Team Building*” y la relación de los colaboradores millennials con la productividad.

## IV. VALIDACIÓN DE EXPERTOS

**UCAL | Universidad de Ciencias y Artes de América Latina**  
**FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**  
**JUICIO DE EXPERTOS**

---

### **I. DATOS GENERALES**

1. **APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO:**  
REYES QUINCHO, FERNANDO MIGUEL
2. **GRADO ACADÉMICO:**  
MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS (MBA).
3. **INSTITUCIÓN DONDE LABORA:**  
CREDICORP
4. **TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:**  
ESTRATEGIAS “TEAM BUILDING” Y LA PRODUCTIVIDAD EN LOS COLABORADORES DE LA GENERACIÓN MILLENNIAL EN EMPRESAS DEL SECTOR PRIVADO DE LIMA METROPOLITANA
5. **AUTOR DEL INSTRUMENTO:**  
CLAUDIA GRACIELA SOLÍS SOLARI
6. **GRADO Y ESPECIALIDAD A OBTENER:**  
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN CON MENCIÓN EN IMAGEN CORPORATIVA
7. **NOMBRE DEL INSTRUMENTO:**  
ENCUESTA DIGITAL
8. **CRITERIO DE APLICABILIDAD:**
  - a. De 01 a 09 (No válido, reformular). Deficiente: D
  - b. De 10 a 12 (No válido, reformular). Regular: R
  - c. De 13 a 15 (Válido, mejorar). Bueno: B
  - d. De 16 a 18 (Válido, precisar). Muy bueno: MB
  - e. De 19 a 20 (Válido, aplicar). Excelente: E

## II. ASPECTOS A EVALUAR

Indicadores de evaluación del instrumento	Criterios cualitativos y cuantitativos	D 01 a 09	R 10 a 12	B 13 a 15	MB 16 a 18	E 19 a 20
1. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado.					20
2. Objetividad	Está expresado con conductas observables.					19
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				19	
4. Organización	Existe una organización y lógica.					18
5. Suficiencia	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.					19
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar los aspectos del estudio.					19
7. Consistencia	Basado en el aspecto teórico, científico y del tema de estudio.					19
8. Coherencia	Entre las variables, dimensiones e indicadores.					19
9. Metodología	La estrategia responde al propósito del estudio					19
10. Conveniencia	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías.					19
Subtotal					19	171
Promedio					19	

Valoración cuantitativa: Sí.

Valoración cualitativa: Sí.

Opinión de aplicabilidad: El instrumento es válido y se puede aplicar.

Lugar y fecha: Lima, 2 de septiembre de 2022



**Nombre y Apellido:** Fernando Miguel Reyes Quincho

**DNI:** 10766169

**UCAL | Universidad de Ciencias y Artes de América Latina**  
**FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**  
**JUICIO DE EXPERTOS**

---

**I. DATOS GENERALES**

1. **APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO:**  
ARIAS FARFÁN, JENNY
2. **GRADO ACADÉMICO:**  
BACHILLER en COMUNICACIÓN SOCIAL
3. **INSTITUCIÓN DONDE LABORA:**  
OBEN GROUP
4. **TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:**  
ESTRATEGIAS “TEAM BUILDING” Y LA PRODUCTIVIDAD EN LOS COLABORADORES DE LA GENERACIÓN MILLENNIAL EN EMPRESAS DEL SECTOR PRIVADO DE LIMA METROPOLITANA
5. **AUTOR DEL INSTRUMENTO:**  
CLAUDIA GRACIELA SOLÍS SOLARI
6. **GRADO Y ESPECIALIDAD A OBTENER:**  
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN CON MENCIÓN EN IMAGEN CORPORATIVA
7. **NOMBRE DEL INSTRUMENTO:**  
ENCUESTA DIGITAL
8. **CRITERIO DE APLICABILIDAD:**
  - a. De 01 a 09 (No válido, reformular). Deficiente: D
  - b. De 10 a 12 (No válido, reformular). Regular: R
  - c. De 13 a 15 (Válido, mejorar). Bueno: B
  - d. De 16 a 18 (Válido, precisar). Muy bueno: MB
  - e. De 19 a 20 (Válido, aplicar). Excelente: E

## II. ASPECTOS A EVALUAR

Indicadores de evaluación del instrumento	Criterios cualitativos y cuantitativos	D 01 a 09	R 10 a 12	B 13 a 15	MB 16 a 18	E 19 a 20
1. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado.					19
2. Objetividad	Está expresado con conductas observables.					19
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					19
4. Organización	Existe una organización y lógica.				18	
5. Suficiencia	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.				18	
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar los aspectos del estudio.					19
7. Consistencia	Basado en el aspecto teórico, científico y del tema de estudio.					19
8. Coherencia	Entre las variables, dimensiones e indicadores.					19
9. Metodología	La estrategia responde al propósito del estudio					19
10. Conveniencia	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías.					19
Subtotal					36	152
Promedio					18.8	

Valoración cuantitativa: Sí.

Valoración cualitativa: Sí.

Opinión de aplicabilidad: El instrumento es válido y se puede aplicar.

Lugar y fecha: Lima, 30 de agosto 2022



**Nombre y Apellido:** Jenny Arias Farfán

**DNI:** 46060598



**UCAL | Universidad de Ciencias y Artes de América Latina**  
**FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**  
**JUICIO DE EXPERTOS**

---

**I. DATOS GENERALES**

1. **APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO:**  
VIVAR FARFÁN, RODRIGO
2. **GRADO ACADÉMICO:**  
MAGÍSTER EN PUBLICIDAD
3. **INSTITUCIÓN DONDE LABORA:**  
CONSULTOR EXTERNO
4. **TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:**  
ESTRATEGIAS “TEAM BUILDING” Y LA PRODUCTIVIDAD EN LOS COLABORADORES DE LA GENERACIÓN MILLENNIAL EN EMPRESAS DEL SECTOR PRIVADO DE LIMA METROPOLITANA
5. **AUTOR DEL INSTRUMENTO:**  
CLAUDIA GRACIELA SOLÍS SOLARI
6. **GRADO Y ESPECIALIDAD A OBTENER:**  
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN CON MENCIÓN EN IMAGEN CORPORATIVA
7. **NOMBRE DEL INSTRUMENTO:**  
ENCUESTA DIGITAL
8. **CRITERIO DE APLICABILIDAD:**
  - a. De 01 a 09 (No válido, reformular). Deficiente: D
  - b. De 10 a 12 (No válido, reformular). Regular: R
  - c. De 13 a 15 (Válido, mejorar). Bueno: B
  - d. De 16 a 18 (Válido, precisar). Muy bueno: MB
  - e. De 19 a 20 (Válido, aplicar). Excelente: E

## II. ASPECTOS A EVALUAR

Indicadores de evaluación del instrumento	Criterios cualitativos y cuantitativos	D 01 a 09	R 10 a 12	B 13 a 15	MB 16 a 18	E 19 a 20
1. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado.					19
2. Objetividad	Está expresado con conductas observables.					19
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					19
4. Organización	Existe una organización y lógica.					19
5. Suficiencia	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.					19
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar los aspectos del estudio.					19
7. Consistencia	Basado en el aspecto teórico, científico y del tema de estudio.					19
8. Coherencia	Entre las variables, dimensiones e indicadores.					19
9. Metodología	La estrategia responde al propósito del estudio					19
10. Conveniencia	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías.					19
Subtotal						19
Promedio						19

Valoración cuantitativa: Sí.

Valoración cualitativa: Sí.

Opinión de aplicabilidad: El instrumento es válido y se puede aplicar.

Lugar y fecha: Lima, 24 de agosto 2022



**Nombre y Apellido:** Rodrigo Vivar Farfán

**DNI:** 08208368

**UCAL | Universidad de Ciencias y Artes de América Latina**  
**FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**  
**JUICIO DE EXPERTOS**

---

**I. DATOS GENERALES**

1. **APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO:**  
ALIAGA ABANTO, YULEISY ROSARIO
2. **GRADO ACADÉMICO:**  
MAGÍSTER EN GESTIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL CONSUMIDOR
3. **INSTITUCIÓN DONDE LABORA:**  
APPLAUDO
4. **TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:**  
ESTRATEGIAS “TEAM BUILDING” Y LA PRODUCTIVIDAD EN LOS COLABORADORES DE LA GENERACIÓN MILLENNIAL EN EMPRESAS DEL SECTOR PRIVADO DE LIMA METROPOLITANA
5. **AUTOR DEL INSTRUMENTO:**  
CLAUDIA GRACIELA SOLÍS SOLARI
6. **GRADO Y ESPECIALIDAD A OBTENER:**  
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN CON MENCIÓN EN IMAGEN CORPORATIVA
7. **NOMBRE DEL INSTRUMENTO:**  
ENCUESTA DIGITAL
8. **CRITERIO DE APLICABILIDAD:**
  - a. De 01 a 09 (No válido, reformular). Deficiente: D
  - b. De 10 a 12 (No válido, reformular). Regular: R
  - c. De 13 a 15 (Válido, mejorar). Bueno: B
  - d. De 16 a 18 (Válido, precisar). Muy bueno: MB
  - e. De 19 a 20 (Válido, aplicar). Excelente: E

## **II. ASPECTOS A EVALUAR**

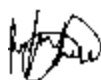
Indicadores de evaluación del instrumento	Criterios cualitativos y cuantitativos	D 01 a 09	R 10 a 12	B 13 a 15	MB 16 a 18	E 19 a 20
1. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado.					20
2. Objetividad	Está expresado con conductas observables.				18	
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					20
4. Organización	Existe una organización y lógica.					20
5. Suficiencia	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.					19
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar los aspectos del estudio.				17	
7. Consistencia	Basado en el aspecto teórico, científico y del tema de estudio.					20
8. Coherencia	Entre las variables, dimensiones e indicadores.					19
9. Metodología	La estrategia responde al propósito del estudio					19
10. Conveniencia	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías.					19
Subtotal					35	156
Promedio					19.1	

Valoración cuantitativa: Sí.

Valoración cualitativa: Válido, precisar.

Opinión de aplicabilidad: El instrumento es válido y se puede aplicar.

Lugar y fecha: Lima, 29 de AGOSTO 2022



**Nombre y Apellido: YULEISY ALIAGA**

**DNI: 76317052**

**UCAL | Universidad de Ciencias y Artes de América Latina**  
**FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**  
**JUICIO DE EXPERTOS**

---

**I. DATOS GENERALES**

1. **APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO:**  
PÉREZ NARREA, ROXANA FABIOLA
2. **GRADO ACADÉMICO :**  
LICENCIADA EN PSICOLOGÍA SOCIAL
3. **INSTITUCIÓN DONDE LABORA:**  
A.W. FABER — CASTELL
4. **TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:**  
ESTRATEGIAS “TEAM BUILDING” Y LA PRODUCTIVIDAD EN LOS COLABORADORES DE LA GENERACIÓN MILLENNIAL EN EMPRESAS DEL SECTOR PRIVADO DE LIMA METROPOLITANA
5. **AUTOR DEL INSTRUMENTO :**  
CLAUDIA GRACIELA SOLÍS SOLARI
6. **GRADO Y ESPECIALIDAD A OBTENER:**  
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN CON MENCIÓN EN IMAGEN CORPORATIVA
7. **NOMBRE DEL INSTRUMENTO :**  
ENCUESTA DIGITAL
8. **CRITERIO DE APLICABILIDAD :**
  - a. De 01 a 09 (No válido, reformular). Deficiente: D
  - b. De 10 a 12 (No válido, reformular). Regular: R
  - c. De 13 a 15 (Válido, mejorar). Bueno: B
  - d. De 16 a 18 (Válido, precisar). Muy bueno: MB
  - e. De 19 a 20 (Válido, aplicar). Excelente

## II. ASPECTOS A EVALUAR

Indicadores de evaluación del instrumento	Criterios cualitativos y cuantitativos	D 01 a 09	R 10 a 12	B 13 a 15	MB 16 a 18	E 19 a 20
1. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado.				18	
2. Objetividad	Está expresado con conductas observables.				18	
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					19
4. Organización	Existen una organización y lógicas.					19
5. Suficiencia	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.					19
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar los aspectos del estudio.					19
7. Consistencia	Basado en el aspecto teórico, científico y del tema de estudio.					19
8. Coherencia	Entre las variables, dimensiones e indicadores.					19
9. Metodología	La estrategia responde al propósito del estudio					19
10. Conveniencia	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías.				18	
Subtotal					54	133
Promedio					18.7	

Valoración cuantitativa: Sí.

Valoración cualitativa: Sí.

Opinión de aplicabilidad: El instrumento es válido y se puede aplicar.

Lugar y fecha: Lima, 02 de Setiembre 2022



**Nombre y Apellido:** Roxana Pérez Narrea

**DNI:** 42500359

## V. CRONOGRAMA DE GANTT

ETAPAS		MESES													
		ABRIL		MAYO		JUNIO		JULIO		AGOSTO		SETIEMBRE		OCTUBRE	
		1°	2°	1°	2°	1°	2°	1°	2°	1°	2°	1°	2°	1°	2°
1	Diseño	X													
2	Observaciones			X											
3	Entrevistas previas					X	X								
4	Lectura de fuentes bibliográficas	X	X		X		X		X						
5	Clasificación material				X	X									
6	Tratamiento de la información				X	X	X								
7	Trabajo de campo							X	X						
8	Entrevistas									X	X	X	X		
9	Análisis / Interpretación					X	X	X	X						
10	Redacción preliminar					X	X	X	X						

<b>11</b>	Digitalización		X				X	X	X	X	X	X		X	
<b>12</b>	Presentación														X
<b>13</b>	Cierre														X