



UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y MARKETING



**MOTIVACIÓN LABORAL DE LOS TRABAJADORES
DEL GOBIERNO REGIONAL DE
PUNO AÑO, 2024**

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. MARY LUZ ROQUE PANTI

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN Y MARKETING

JULIACA - PERÚ

2025



UNIVERSIDAD ANDINA

NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y MARKETING

**MOTIVACIÓN LABORAL DE LOS TRABAJADORES
DEL GOBIERNO REGIONAL DE
PUNO AÑO, 2024**

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. MARY LUZ ROQUE PANTI

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN Y MARKETING**

APROBADA POR EL JURADO REVISOR:

PRESIDENTE

:



Dr. DAVID JUAN GUTIÉRREZ MAYTA

PRIMER MIEMBRO

:



Dr. Sc. SANTOTOMAS LICIMACO AGUILAR PINTO

SEGUNDO MIEMBRO

:



Dr. ROBERTO PAYE COLQUEHUANCA

ASESOR DE TESIS

:



Dr. ROBBINS FLORES AGUILAR

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN :

Administración pública (5909 - UNESCO)



RESOLUCIÓN N.º 062-2025-D-FCA-UANCV-J

Juliaca, 24 de marzo de 2025

VISTOS:

El Expediente N° 2025-000670 de fecha 17-01-2025 de **ROQUE PANTI MARY LUZ**, quien solicita nominación de jurados, fecha y hora de sustentación, para rendir el examen de sustentación y defensa de la tesis titulado: **MOTIVACIÓN LABORAL DE LOS TRABAJADORES DEL GOBIERNO REGIONAL DE PUNO AÑO, 2024**; conducente para optar el Título profesional de Licenciado(a) en **Administración y Marketing**, que fue revisada por el Director de la Unidad de Investigación y el Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas Escuela Profesional de **Administración y Marketing**.

CONSIDERANDO:

Que, de conformidad con el artículo 8º, numeral b) del Reglamento General de Grados y Títulos de la UANCV vigente, es procedente acceder a la petición del interesado.

Que, al haber cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

Y estando, la opinión favorable del Director de la Unidad de Investigación y el Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas, y las atribuciones que confiere el artículo 28º del Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO. – DECLARAR APTO para la sustentación presencial del informe Final de la investigación (borrador de Tesis), del (la) bachiller: **ROQUE PANTI MARY LUZ**, para optar el Título Profesional de Licenciado(a) en **Administración y Marketing**, en virtud de los considerandos expuestos.

ARTICULO SEGUNDO. – NOMINAR JURADOS para la sustentación presencial y defensa de la tesis a los siguientes docentes ordinarios:

- * PRESIDENTE : Dr. DAVID JUAN GUTIÉRREZ MAYTA
- * 1er. MIEMBRO : Dr. Sc. SANTOTOMAS LICIMACO AGUILAR PINTO
- * 2do. MIEMBRO : Dr. ROBERTO PAYÉ COLQUEHUANCA
- * ASESOR DE TESIS : Dr. ROBBINS FLORES AGUILAR

ARTICULO TERCERO. – PROGRAMAR FECHA Y HORA de sustentación como se detalla:

- * Lugar : salón de Grados y Títulos
- * Fecha : martes 25 de marzo de 2025
- * Hora : 10:00 am

ARTICULO CUARTO. – DISPONER que la comisión de Grados y Títulos de la Facultad, Secretarías Académicas y Administrativas, quedan encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

Regístrese, comuníquese y archívese.

UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

Dr. Sc. S. Licimaco Aguilar Pinto
DECANO (e)
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



RESOLUCIÓN N° 270-2024-UI-FCA-UANCV-J

Juliaca, 11 de julio 2024

VISTOS:

El Expediente: 2024-CU-6521 de fecha 03 de junio de 2024, del **Bach. MARY LUZ ROQUE PANTI**, quien solicita Revisión del Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis) y el **Anexo (04 o 05) "Ficha de Opinión del Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis)"** que fue revisada por el Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, Escuela Profesional de Administración y Marketing.

CONSIDERANDO:

Que, las Unidades de Investigación son unidades académicas que agrupan a docentes y estudiantes de diversas disciplinas, en razón del desarrollo de investigación científica, tecnológica y humanista de acuerdo al Estatuto Universitario Modificado 2020 de nuestra primera Casa Superior de Estudios.

Que, el (la) **Bach. MARY LUZ ROQUE PANTI**, quien solicita la revisión del Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis) del tema titulado: **MOTIVACIÓN LABORAL DE LOS TRABAJADORES DEL GOBIERNO REGIONAL DE PUNO AÑO, 2024**; conducente para optar el Título Profesional de Licenciado(a) en **Administración y Marketing**.

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

Que, el Comité de Investigación emitió su opinión favorable al Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis).

Que, el Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, Escuela Profesional de Administración y Marketing, corroboró el asesoramiento en el Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis) del Dr. **ROBBINS FLORES AGUILAR**.

Estando, la opinión favorable del comité de Investigación, en concordancia con el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R, de conformidad a lo que establece la Ley Universitaria N° 30220, Ley de Creación de la UANCV N° 23738 y Modificatoria N° 24661 y el Estatuto de la UANCV, que confiere facultades a la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO. - APROBAR Y AUTORIZAR EL INFORME FINAL DE LA INVESTIGACIÓN (BORRADOR DE TESIS), para la **REVISIÓN DE SIMILITUD TURNITIN**, del tema titulado: MOTIVACIÓN LABORAL DE LOS TRABAJADORES DEL GOBIERNO REGIONAL DE PUNO AÑO, 2024; presentado por el (la) **Bach. MARY LUZ ROQUE PANTI**, para optar el Título Profesional de Licenciado(a) en **Administración y Marketing**, en virtud de los considerandos expuestos.

ARTÍCULO SEGUNDO. - RATIFICAR, como ASESOR al Dr. **ROBBINS FLORES AGUILAR**.

ARTÍCULO TERCERO.- DISPONER, que la facultad, secretarías académicas y administrativas, quedan encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese y Archívese.

ROBERTO - INVESTIGAR

DISTRIBUCIÓN:
- Decanatura
- Interesado (1)
- Archivo FCA (1)





RESOLUCIÓN N° 019-2024-UI-FCA-UANCV-I

Juliaca, 12 de abril de 2024

VISTOS:

El Expediente: 2024-CU-799 de fecha 12 de marzo de 2024, el cual solicita Revisión de propuesta de Investigación y el Anexo (02 o 03) "Ficha de Opinión de la Propuesta de Investigación" que fue revisada por el Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, Escuela Profesional de Administración y Marketing.

CONSIDERANDO:

Que, las Unidades de Investigación son unidades académicas que agrupan a docentes y estudiantes de diversas disciplinas, en razón del desarrollo de investigación científica, tecnológica y humanista de acuerdo al Estatuto Universitario Modificado 2020 de nuestra primera Casa Superior de Estudios.

Que, el (la) Bach. MARY LUZ ROQUE PANTI, quien solicita la revisión y aprobación de la Propuesta de Investigación de Título: MOTIVACIÓN LABORAL DE LOS TRABAJADORES DEL GOBIERNO REGIONAL DE PUNO AÑO, 2024; conducente para optar el Título profesional de Licenciado(a) en Administración y Marketing.

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

Que, el Comité de Investigación emitió su opinión favorable a la Propuesta de Investigación.

Que, el Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, Escuela Profesional de Administración y Marketing, corroboró la propuesta del ASESOR Dr. ROBBINS FLORES AGUILAR, quien debe estar acreditado y facultado para orientar y ayudar al asesorado en el proceso de elaboración del trabajo de investigación (Tesis).

Estando, la opinión favorable del comité de Investigación, en concordancia con el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R, de conformidad a lo que establece la Ley Universitaria N° 30220, Ley de Creación de la UANCV N° 23738 y Modificatoria N° 24661 y el Estatuto de la UANCV, que confiere facultades a la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO.- APROBAR Y AUTORIZAR LA EJECUCIÓN DE LA PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN, titulado: MOTIVACIÓN LABORAL DE LOS TRABAJADORES DEL GOBIERNO REGIONAL DE PUNO AÑO, 2024; presentado por el (la) Bach. MARY LUZ ROQUE PANTI, en virtud de los considerandos expuestos.

ARTÍCULO SEGUNDO.- RECONOCER, como ASESOR al Dr. ROBBINS FLORES AGUILAR.

ARTÍCULO TERCERO.- DISPONER que la facultad, secretarías académicas y administrativas, quedan encargados del cumplimiento de la presente resolución

Regístrese, Comuníquese y Archívese.

UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
DIRECCIÓN
UNIDAD DE
INVESTIGACIÓN
JULIACA - PUNO
Dr. Sr. S. Esteban Aguilar Pinto
DIRECTOR
UNIDAD INVESTIGACIÓN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

DISTRIBUCIÓN:
Decanatura
Interesado (1)
Archivo FCA (1)



INFORME DE ORIGINALIDAD

17%

INDICE DE SIMILITUD

15%

FUENTES DE INTERNET

8%

PUBLICACIONES

10%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

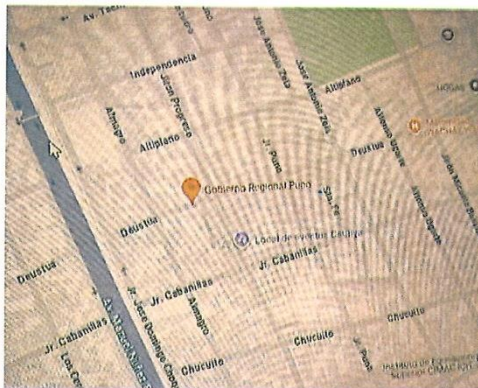
1	Submitted to Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez Trabajo del estudiante	6%
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	3%
3	repositorio.uancv.edu.pe Fuente de Internet	2%
4	repositorio.unap.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	1library.co Fuente de Internet	<1%
7	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	<1%
8	www.scribd.com Fuente de Internet	<1%



Metadatos complementarios - UANCV

MOTIVACIÓN LABORAL DE LOS TRABAJADORES DEL GOBIERNO REGIONAL DE PUNO AÑO, 2024	
Datos de autor	
Nombres y apellidos	MARY LUZ ROQUE PANTI
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	48586507
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0004-7513-2216
Datos de asesor	
Nombres y apellidos	ROBBINS FLORES AGUILAR
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	02426851
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0002-6313-4052
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	DAVID JUAN GUTIERREZ MAYTA
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02409816
Miembro del jurado 1	
Nombres y apellidos	SANTOTOMÁS LICÍMACO AGUILAR PINTO
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02291995
Miembro del jurado 2	
Nombres y apellidos	ROBERTO PAYÉ COLQUEHUANCA
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02145441



Datos de investigación	
Línea de investigación	Administración pública (5909 - UNESCO)
Grupo de investigación	No aplica.
Agencia de financiamiento	Sin financiamiento.
Ubicación geográfica de la investigación	<p>https://www.google.com/maps/place/Gobierno+Regional+Puno/@-15.5056226,-70.1283183,17z/data=!4m6!3m5!1s0x915d69eb3c0d2fdd:0x844d168a75a514db!8m2!3d-15.5056226!4d-70.125738!16s%2Fg%2F1v3_3rqq?authuser=0&entry=ttu&g_ep=EgoyMDIIMDUxMi4wIKXMDSoASAFQAw%3D%3D</p> 
Año o rango de años en que se realizó la investigación	julio 2024 - marzo 2025 2024 – 2025
URL de disciplinas OCDE https://purl.org/pe-repo/ocde/ford (concytec-pe.github.io) - Librería	Negocios, Administración https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.04



UNIVERSIDAD ANDINA
"MESTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN
Dr. Roberto Pared Cordero
DIRECTOR
OFICINA DE INVESTIGACIÓN CERCAS ADMINISTRATIVAS

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo MARY LUZ ROQUE PANTI, identificado con DNI
Nro. 48586507, en mi condición de egresado de:

- Escuela Profesional**
 Programa de Segunda Especialidad,
 Programa de Maestría o Doctorado

ADMINISTRACIÓN Y MARKETING

informo que he elaborado el/la Tesis o Trabajo de Investigación, Trabajo Académico
denominada:

MOTIVACIÓN LABORAL DE LOS TRABAJADORES DEL GOBIERNO REGIONAL
DE PUNO AÑO, 2024

Asesorado por: Dr. ROBBINS FLORES AGUILAR

Es un tema original.

Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

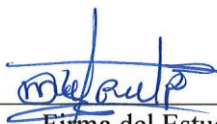
Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

El incumplimiento de lo declarado da lugar a responsabilidad del declarante, en consecuencia; a través del presente documento asumo frente a terceros, la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez y/o la Administración Pública toda responsabilidad que pueda derivarse por el trabajo final presentado. Lo señalado incluye responsabilidad pecuniaria incluido el pago de multas u otros por los daños y perjuicios que se ocasionen.

Juliaca 20 de AGOSTO del 2025



Firma del Asesor
(obligatoria)



Firma del Estudiante
(obligatoria)



Huella



DEDICATORIA

A Dios por haberme permitido avanzar con mi carrera profesional, dedico este proyecto a mis padres y que con su ejemplo y cariño me apoyaron en todo momento y fueron mi impulso para culminar con éxito esta etapa de mi vida.



AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi asesor el Dr. ROBBINS FLORES AGUILAR quien durante este tiempo nos brindó su apoyo mutuo e incondicional, además de darnos confianza para seguir adelante como futuros profesionales.



ÍNDICE

DEDICATORIA.....	i
AGRADECIMIENTO.....	ii
ÍNDICE.....	iii
ÍNDICE DE TABLAS.....	vi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	vii
RESUMEN.....	viii
ABSTRACT.....	ix
INTRODUCCIÓN.....	x

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema.....	11
1.2. Formulación del problema.....	13
1.3. Justificación del estudio.....	13
1.3.1. Justificación teórica.....	13
1.3.2. Justificación práctica.....	13
1.3.3. Justificación metodológica.....	14

CAPÍTULO II

OBJETIVOS

2.1. Objetivo general.....	15
2.2. Objetivos específicos.....	15

CAPÍTULO III

FUNDAMENTOS TEÓRICOS

3.1. Antecedentes de la investigación.....	16
--	----



- 3.1.1. Antecedentes a nivel internacional..... 16
- 3.1.2. Antecedentes a nivel nacional 18
- 3.1.3. Antecedentes a nivel regional 22
- 3.2. Bases teóricas 27
- 3.3. Marco conceptual 28

CAPÍTULO IV

HIPÓTESIS

- 4.1. Hipótesis general..... 29
- 4.2. Hipótesis específicas 29
- 4.3. Variables 29
- 4.4. Operacionalización de variables 30

CAPÍTULO V

PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

- 5.1. Enfoque de la investigación 31
- 5.2. Métodos de investigación..... 31
- 5.3. Tipo de investigación 31
- 5.4. Nivel de investigación..... 31
- 5.5. Diseño de la investigación 32
- 5.6. Población y muestra 32
- 5.6.1. Población..... 32
- 5.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos..... 33
- 5.7.1. Técnica 33
- 5.7.2. Instrumento..... 33
- 5.8. Confiabilidad y validez del instrumento 33



5.8.1. Confiabilidad 33

5.8.2. Validez 33

5.9. Procedimientos de tratamiento de datos..... 34

5.10. Contrastación de hipótesis 34

5.11. Contratación de hipótesis general 34

CAPÍTULO VI

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

6.1. Presentación de resultados 35

6.1.1. Motivación 35

6.1.2. Motivación intrínseca 37

6.1.3. Motivación extrínseca 38

6.2. Discusión de resultados..... 39

CONCLUSIONES 40

RECOMENDACIONES 41

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 42

ANEXOS 50

Anexo 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA 51

Anexo 2: MATRIZ DE DATOS 52

Anexo 3: Instrumento(s) de investigación..... 64

Anexo 4: Validación de instrumentos 65



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de variables.....	30
Cuadro 2 Prueba estadística de la motivación.....	34
Cuadro 3 Distribución de frecuencias rendimiento.....	35
Cuadro 4 Distribución de frecuencias motivación intrínseca	37
Cuadro 5 Distribución de frecuencias motivación extrínseca.....	38



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Distribución de frecuencias rendimiento	36
Figura 2 Distribución de frecuencias motivación intrínseca	37
Figura 3 Distribución de frecuencias motivación extrínseca	38



RESUMEN

La presente investigación se realizó con la finalidad de conocer la motivación en los trabajadores del gobierno regional de Puno, realizamos un estudio con 178 empleados. Para ello, utilizamos un enfoque numérico y métodos de investigación específicos. Analizamos las situaciones tal como son, sin intentar cambiar nada. Para recopilar la información, utilizamos cuestionarios y encuestas. Posteriormente, analizamos la información con el programa SPSS v.26. En este análisis, utilizamos la prueba de chi cuadrado, que ayuda a explicar la importancia de la motivación para los trabajadores. Los resultados mostraron que la motivación era importante para los trabajadores, con un significativo 60,5% de ellos motivados casi en todo momento.

Palabras clave: Motivación, trabajadores



ABSTRACT

This research aimed to understand employee motivation in the Puno regional government. We conducted a study with 178 employees. To do so, we used a numerical approach and specific research methods. We analyzed situations as they were, without attempting to change anything. To collect the information, we used questionnaires and surveys. We subsequently analyzed the data using SPSS v. 26. In this analysis, we used the chi-square test, which helps explain the importance of motivation for employees. The results showed that motivation was important to employees, with a significant 60.5% of them being motivated almost all the time.

Keywords: motivation, workers



INTRODUCCIÓN

Como institución estatal responsable de administrar una región con el fin de satisfacer las necesidades de esa región en su conjunto, el Gobierno Regional de Puno ha estado plagado durante mucho tiempo de insatisfacción e ineficacia de los empleados en esta área.

El ser humano es objeto de varias ideas que compiten entre sí. Creemos que la mejor manera de aprender sobre cómo funcionan las empresas es observar cómo los empleados crecen y cambian a medida que los inspiramos a diario. Del mismo modo, esta frase puede significar diferentes cosas para diferentes personas; En términos generales, se refiere a los pasos tomados para determinar si una entidad determinada, logró con éxito todos sus objetivos previstos. Las evaluaciones realizadas a nivel organizacional suelen dar como resultado que las personas alcancen sus objetivos estratégicos.

Capítulo I: Inicialmente, tenemos el problema, luego lo formulamos y, finalmente, lo justificamos. Luego, tenemos los objetivos generales, que esbozan el logro deseado, y los objetivos específicos, que contienen las hipótesis que se basan en los objetivos y variables. Finalmente, operacionalizamos el problema.

Capítulo II: incluye no sólo el marco conceptual y los fundamentos teóricos, sino también un marco para la realización y discusión de este estudio a la luz de los hallazgos.

Capítulo III: incluye las técnicas e instrumentos utilizados para esta investigación, junto con detalles sobre su confiabilidad y validez, además de la metodología, estilo, grado, tipo y enfoque de la investigación. También muestra la población y la muestra que se obtuvieron a través de los diferentes métodos de muestreo.

Capítulo IV: En esta sección, Resultados y Discusión, se presentan y discuten los hallazgos a la luz del contexto establecido en el Capítulo III. Los datos, la validación y los apéndices conforman la última sección.



CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema

La Organización Internacional del Trabajo emitió una declaración en 2016. En esta declaración, se refirió a América Latina y el Caribe. Afirmó que ser competente física y emocionalmente es tan importante como ser inteligente. Esta declaración se basó en un informe del mismo año de la XIII Corporación Andina de Fomento (CAF), que encontró que las habilidades interpersonales, la motivación, la persistencia, la concentración y la capacidad de formar relaciones efectivas son las más importantes para la participación laboral y las oportunidades de empleo.

Las organizaciones sociales, como tipo de entidad jurídica, están obligadas a apoyar el desarrollo profesional y personal de sus miembros con el fin de satisfacer las necesidades dinámicas del mercado global y mantener la rentabilidad. El mundo que nos rodea se puede entender mejor debido a este hecho. "Una nueva perspectiva sobre la optimización del talento".

El informe "El impulso laboral y la retención de trabajadores cualificados: solo el 29 % de los trabajadores se preocupa realmente por su trabajo" (Gallup, 2017, repetido en Rivera, 2018) muestra que Perú presenta una deficiencia notable en este ámbito. Por lo tanto, es indudable la importancia de fomentar el entusiasmo en los trabajadores, ya que un equipo motivado tiene más probabilidades de alcanzar sus objetivos. Hoy en día, vivimos en un



mundo de gran competencia. Las empresas necesitan personas con iniciativa y con ganas de destacar, no solo en su carrera profesional. Por eso es crucial motivar a los trabajadores destacando la importancia de su desarrollo profesional. Los empleados frustrados no harán su mejor esfuerzo, lo que afectará la productividad de la empresa.

Desde la reflexión social, hay una demanda constante de que alguien aborde el problema, y la motivación se presenta como una visión autoritaria, lo que provocará agitación gerencial en el actual escenario latinoamericano. Es el líder, no el caudillo, quien rescata la situación, de acuerdo con un patrón autoritario de larga data en el socioculturalismo, la política y la economía. Fue a través de la conquista que se originó este patrón.

Las autoridades de los tres niveles de gobierno del Perú –distrital, provincial y regional– no han logrado inspirar confianza en la población, lo que se ha manifestado en desabastecimiento. La mayoría de las veces, los altos mandos de nuestra zona ni siquiera saben que hay un problema con la administración administrativa del sector público. Cabe mencionar que las autoridades, principalmente de la región Puno, reciben capacitación gerencial a inicios de cada año. Esto daría lugar a la incompetencia administrativa y a la falta de entusiasmo.

En Puno, la investigación sobre la motivación en el sector público es limitada, ya que se considera que este campo está altamente relacionado con el trabajo, por lo que se ignoran conceptos psicológicos como la motivación laboral. La productividad diaria de los empleados es el alma de cualquier organización del sector público, por lo que es lógico que necesiten incentivos financieros y psicológicos para hacer su mejor trabajo. Esto beneficia tanto a la empresa como al empleado, que desarrollará un sentido de inversión personal en su éxito.



Por lo tanto, es importante observar y comprender la gestión motivacional. La mayoría de los funcionarios electos aprenden sobre la gestión efectiva de la motivación a medida que avanzan. En el gobierno local de Puno, los trabajadores parecen estar perdiendo la motivación. Necesitan ayuda. Con esta ayuda, el gobierno puede alcanzar sus objetivos.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

- ¿Cómo es la motivación laboral de los trabajadores del gobierno regional de Puno año 2024?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿Cuál es la motivación intrínseca de los trabajadores del gobierno regional de Puno año 2024?
- ¿Cuál es la motivación extrínseca de los trabajadores del gobierno regional de Puno año 2024?

1.3. Justificación del estudio

1.3.1. Justificación teórica

Tal y como afirman Peña y Sabina (2018) en su artículo titulado "Motivación laboral. Las organizaciones prosperan cuando logran que sus empleados se sientan bien. Esto es fundamental para el éxito de una empresa. Cuanto mejores sean los empleados, mejor será la empresa. Y no solo eso, sino que las personas también importan. El éxito de una empresa no depende solo de la cantidad de productos que vende o fabrica. También importa la motivación de sus empleados.

1.3.2. Justificación práctica

Entonces, cuando hablamos de inspiración, generalmente nos referimos a motivar a otras personas, ya sea un grupo o solo una persona. Las empresas han descubierto que cuando



los empleados están motivados por el trabajo autorizado, tienden a mantener ese comportamiento hasta que aumenta el número de actos positivos que conducen a excelentes resultados. Esto se debe al hecho de que lo que mantiene, impulsa y, en última instancia, determina una acción es un constructo psicológico conocido como motivación. Recompensar el buen comportamiento en lugar de castigar el mal es crucial para las empresas modernas, si una empresa quiere obtener buenos resultados, es muy importante que todos en el trabajo hagan su mejor esfuerzo.

1.3.3. Justificación metodológica

El propósito de esta investigación es proporcionar una visión teórica sobre los niveles de motivación intrínseca entre los empleados federales que sirven a las regiones rurales. Con respecto a las demandas de la fuerza laboral de la industria de la construcción y las formas en que las empresas pueden satisfacer esas demandas mientras mantienen contentos a sus empleados, los resultados darán credibilidad al marco teórico propuesto por Mc Clelland (1989). y evitar que los bajos niveles de motivación tengan un impacto perjudicial en la productividad individual y empresarial.



CAPÍTULO II

OBJETIVOS

2.1. Objetivo general

- Determinar la motivación laboral de los trabajadores en el gobierno regional de Puno, año 2024

2.2. Objetivos específicos

- Determinar la motivación intrínseca de los trabajadores del gobierno regional de Puno, año 2024
- Conoce la motivación extrínseca de los trabajadores del gobierno regional de Puno, año 2024



CAPÍTULO III

FUNDAMENTOS TEÓRICOS

3.1. Antecedentes de la investigación

3.1.1. *Antecedentes a nivel internacional*

Ojeda, Ley, Quintana y Ramos (2019), "Percepciones en la motivación de los trabajadores de la construcción en Hermosillo, Sonora" es un artículo de México cuyo objetivo general es identificar y catalogar los muchos elementos que influyen en el impulso de los trabajadores de la construcción. Sin el uso de experimentos, el estudio se llevó a cabo a nivel de campo utilizando una técnica descriptiva correlacional. En aras de la comodidad, se utilizó un enfoque de selección altamente probable para elegir a cien individuos de una variedad de roles y ocupaciones para la muestra. Estos incluían oficiales eléctricos, asistentes generales, asistentes de albañiles y albañiles. Los datos se recogieron mediante un cuestionario tipo Likert que constaba de 29 preguntas. Las preguntas se dividieron en categorías que abordaban varias áreas del entorno laboral, incluyendo economía y mano de obra, herramientas y equipos, administración y detalles personales. Según su investigación, los trabajadores de la construcción tienen menos probabilidades de sufrir lesiones en el trabajo cuando están muy motivados y pueden concentrarse en su trabajo. Descubra qué impulsa a un trabajador de la construcción a darlo todo en el trabajo.



Díaz, Díaz y Morales (2014), Los autores del estudio en Colombia se propusieron responder a la pregunta "Motivación laboral en trabajadores de empresas formales en la ciudad de Bogotá", es decir, si las variables motivacionales (poder, logro y afiliación) difieren significativamente de las variables sociales y demográficas. Optaron por la estrategia correlacional no experimental con una probabilidad decente de muestreo, ya que era conveniente. Los criterios principales para la selección fueron tener un contrato legal y tener al menos 18 años de edad. La muestra consistió en 385 empleados de una variedad de industrias, incluidas la textil, la seguridad, la educación, la fabricación y más. Al realizar esta prueba, en particular, el instrumento en cuestión era una encuesta a escala Likert de 59 ítems que evaluaba el impulso general de trabajo, la autocompetencia y el deseo intrínseco. La mayoría de los trabajadores de todos los sectores no tienen una sola fuerza motriz, según los resultados. La edad y el poder de realización, el sexo y la afiliación-intimidad, y el contrato y la autocompetencia fueron tres ejemplos de asociaciones que mostraron disparidades sustanciales. Descubrieron que el motivo es algo que sucede con el tiempo y se ve afectado por una amplia variedad de eventos.

Alarcón y Ramos (2020), los investigadores en el estudio titulado "la motivación laboral de los empleados de la empresa Imapar Panamá, Ciudad de Panamá" buscaron obtener una comprensión más profunda de los factores que motivan a las personas a sobresalir en su profesión. A los ocho miembros de la fuerza laboral estratificada (gerentes, costureras, gerentes de producción, vendedores y secretarias) se les pidió que completaran una encuesta anónima. Además, los datos se recogieron a través de un cuestionario virtual que incluía preguntas sencillas y cerradas. El cuestionario garantizó la confidencialidad de la identidad de todos los empleados, y la muestra se obtuvo a través de un censo de población. La gerencia y los recursos humanos han hecho un excelente trabajo durante el último cuarto de siglo para mantener a los trabajadores satisfechos, según la evidencia. Los



trabajadores están satisfechos en gran parte porque sus necesidades son satisfechas por la empresa.

Benavidez (2017), La investigación realizada en Nariño, Colombia, por McClelland para el artículo titulado "Motivación laboral de los egresados de la carrera de administración de empresas de la Universidad de Nariño" tuvo como objetivo identificar las variables motivacionales (poder, logro y afiliación) y conocer el nivel de necesidades motivacionales entre los egresados de este programa. Este estudio correlacional no experimental inscribió a 276 graduados universitarios, tanto hombres como mujeres, con edades comprendidas entre los 21 y los 44 años. Para el estudio se utilizó un cuestionario de 15 ítems. Permitió a los participantes calificar cada problema en una escala Likert del 1 al 5, y mapeó los tres tipos diferentes de requisitos motivacionales. Hubo una serie de vías de Internet que los participantes utilizaron para devolver sus notas. El estudio encontró que los hombres graduados están más motivados por la necesidad de poder y conexiones que sus contrapartes femeninas, que valoran más el desempeño. En resumen, la autora reconoce que los rasgos personales fundamentales influyen en la determinación del grado de motivación laboral de un individuo, pero también señala que las influencias ambientales y las condiciones laborales influyen.

3.1.2. Antecedentes a nivel nacional

Royo (2015), este sistema ofrece las mismas oportunidades a todos en la industria de la construcción. Se fija en el esfuerzo, la responsabilidad y la producción. Es como un gran agradecimiento por el esfuerzo y la dedicación. Quieren que sea justo para todos los trabajadores. La idea es recompensar a quienes trabajan con rapidez y constancia. De esta manera, la motivación aumenta y los resultados mejoran. Es un sistema de equidad y reconocimiento. El propósito de este estudio fue diseñar un programa de incentivos que motivara a los empleados a ir más allá comparando su desempeño antes y después del



programa. Se seleccionó al azar a un total de 35 empleados, funcionarios y asistentes para que la muestra fuera lo más fácil de manejar posible. Se encuestó diariamente al administrador técnico sobre el terreno utilizando una medida cuantificable del progreso operacional. Además, se estableció un programa de incentivos para evaluar su impacto en el desempeño del personal y se disminuyeron los gastos operativos del negocio. Los resultados mostraron un desempeño laboral inferior previo al incentivo, y los gastos operativos fueron mayores a los previstos, el autor afirma: «El dinero impulsa a los trabajadores a hacer más. Esto incrementa la producción. Además, un buen plan de remuneración es de gran ayuda en el sector de la construcción. Facilita la contratación. Además, un plan de primera calidad reduce significativamente los costos comerciales y laborales».

Pérez (2017) Su estudio se centra en "Gestión Escolar e Inspiración Docente en la Escuela Pública Santiago Antúnez de Mayolo, Distrito de Carabayllo - 2017". El objetivo principal de la escuela Santiago Antúnez de Mayolo, en el distrito de Carabayllo, fue determinar si una buena gestión escolar podía aumentar la motivación docente de los docentes en el año 2017. En el diseño de esta investigación cuantitativa se utilizaron métodos descriptivos y correlacionales. Elvis Martín Acuña Chávez diseñó un instrumento de encuesta con buena confiabilidad de Cronbach, el cual se utilizó para la recolección de datos para la variable de gestión administrativa. Del mismo modo, se utilizó un instrumento creado por Obdulio Ruiz Palacios para recopilar datos sobre la variable de motivación docente. Se utilizó una muestra tipo censo y el número total de instructores encuestados fue de 100. Este instrumento tenía un nivel muy alto de fiabilidad. Para el procesamiento de los datos se utilizó el estadístico SPSS. La gestión administrativa influye en la motivación de los docentes, según datos procesados y analizados del ciclo escolar 2017 en la escuela pública Santiago Antúnez de Mayolo, en la zona de Carabayllo. Se confirma con los resultados de la prueba de correlación ($p - \text{valor} = 0,000 <,05$).



Alvarado (2019), el estudio titulado "Motivación Laboral en Trabajadores del Área Administrativa de una Empresa Pública, en San Juan de Miraflores". El propósito, obtener el título de Licenciado en Psicología. El estudio buscaba medir la motivación intrínseca del personal administrativo de una empresa pública en San Juan de Miraflores, Perú. Toda la investigación se llevó a cabo en Lima, distrito de Miraflores. El tipo de investigación Descriptiva, los participantes fueron cuarenta empleados seleccionados al azar. ¿Su edad? Entre treinta y sesenta y nueve años. Y, para mayor detalle, de los cuarenta, treinta eran hombres y diez mujeres. Para recopilar los datos necesarios para este estudio, se utilizó la Escala de Comportamiento Organizacional ECO 40. Este estudio se centra en comprender la motivación en el lugar de trabajo. Esta escala evalúa tres necesidades dentro de una organización: la necesidad de satisfacción, la importancia de la afiliación y la fuerza del liderazgo. De las estadísticas se desprende que la mayoría de los empleados no están entusiasmados con su trabajo. La mitad del personal administrativo de la organización pública en cuestión tenía, en promedio, un grado de motivación extremadamente bajo. El 7,5 por ciento de los empleados no están muy motivados, el 12,5 por ciento están algo motivados, el 15 por ciento están muy motivados y el 5 por ciento están extremadamente motivados.

Matalinares (2018), dentro del curso de su estudio "Motivación laboral en trabajadores de una empresa industrial en el distrito de San Juan de Lurigancho, 2018" Este estudio tiene como objetivo evaluar el nivel de motivación intrínseca entre los trabajadores industriales de la región de San Juan de Lurigancho. Es parte de un programa de Licenciatura en Ciencias en Psicología en Lima, Perú. En esta investigación no se utilizaron experimentos, sino una estrategia cuantitativa descriptiva. La muestra por conveniencia estuvo constituida por 55 trabajadores que fueron elegidos al azar. J. Pereyra administró, revisó y evaluó la Escala de Comportamiento Organizacional 40 (ECO 40) en Lima en 2015,



y este instrumento fue utilizado para la recolección de datos. El liderazgo, la afiliación y el éxito son las tres demandas que esta escala mide dentro de una organización. Los resultados muestran que la mayoría de los empleados están "muy poco" motivados para hacer su trabajo. La necesidad de afiliación ocupó el último lugar con un 36,4%, luego el éxito con un 30,9% y, por último, el deseo de pertenecer con un 18,2%. Creamos un programa para que los trabajadores se sintieran más inspirados. A juzgar por lo que descubrimos, esta parte fue mejorando poco a poco.

Regalado y Samillán (2019), El objetivo del estudio "Motivación laboral en una empresa de molinero en la provincia de Lambayeque, 2015" fue describir las cualidades que motivaron a los trabajadores de una de estas plantas de esa zona en el año 2015. En lugar de un enfoque experimental, el estudio se basó en uno descriptivo. Un total de 109 empleados, divididos en partes iguales entre hombres y mujeres, fueron seleccionados al azar por conveniencia. Su participación estaba predeterminada y tendría una duración de tres meses. Con un alfa de Crombach superior a 0,70 y un rango de validez de 0,50 a 0,80, la Escala de Motivación Laboral (RMAWS) es una excelente herramienta para recopilar datos. Sobre la base de los datos, es más probable que las mujeres se guíen por una combinación de elementos, como su nivel de educación, su estado civil y el tipo particular de regulación que se observa en las mujeres. Por el contrario, los hombres son más propensos a estar motivados tanto por impulsos internos como por influencias externas. En cambio, cuando planteo el tema de los niveles educativos, destaco las leyes que se aprobaron para ayudar a aquellos que solo tienen una educación escolar básica. Las personas con educación secundaria tenían una mayor probabilidad de mostrar un impulso intrínseco excepcional, pero aquellas con educación primaria eran más propensas a tener una regulación introyectada. Según el autor, la desmotivación era el tipo predominante de motivación de los empleados en esa organización en particular.



Jiménez (2021): "Un estudio sobre la gestión administrativa y la motivación en un colegio de San Juan de Lurigancho de 2020 es el título provisional de esta tesis. Conocer cómo se relaciona la gestión administrativa con la motivación en un colegio de San Juan de Lurigancho, 2020, es el objetivo general de esta investigación. Este estudio se encuentra a nivel correlacional ya que emplea métodos cuantitativos y un diseño descriptivo-correlacional básico. Sesenta educadores formaron parte de la población del estudio, mientras que cincuenta y dos formaron parte de la muestra. Utilizamos una encuesta para recopilar información sobre la gestión de una escuela. Para ello, creamos nuestra propia encuesta, que resultó ser fiable. También queríamos comprender qué motivaba al personal de la escuela. Esto también se realizó mediante una encuesta fiable que diseñamos. Posteriormente, analizamos las cifras con la herramienta SPSS. Descubrimos que existe una fuerte relación entre la gestión escolar y la motivación de sus docentes y personal. Esto se observó en una escuela de San Juan de Lurigancho en 2020. Nuestros cálculos, una correlación Rho de Spearman de 0,476 y un valor p de 0,000, demostraron esta conexión. Fue sorprendente e importante para futuras investigaciones.

3.1.3. Antecedentes a nivel regional

Lupaca (2018) realizó la investigación antes mencionada: La visión de la administración de la UGEL El Collao Ilave (70315) 2017 y la motivación de los instructores de enseñanza básica Una institución de educación básica en la región Puno, la UGEL El Collao en Ilave (N° 70315) Analizamos detenidamente cómo los jefes gestionan la institución y mantienen motivados a los docentes en una escuela. Utilizamos cifras y diferentes métodos de estudio para descubrir cómo se complementan el liderazgo y el entusiasmo laboral. Hablamos con cincuenta docentes. Los expertos se aseguraron de que nuestras preguntas sobre liderazgo y entusiasmo laboral fueran acertadas. Descubrimos información importante sobre la gestión de la Institución Pública de Educación Primaria n.º



70315. Nos dimos cuenta de que los objetivos de la escuela se pueden alcanzar mediante el uso adecuado de los recursos. El objetivo de nuestro estudio fue explorar maneras de inspirar a los docentes a cumplir con sus compromisos docentes. Comprender estos factores era fundamental para obtener mejores resultados. Lo que esto significa es que el 24% de los profesores tiene una opinión muy baja de la administración administrativa en su escuela, el 72% tiene una opinión terrible y el 4% tiene una opinión moderada. Algo preocupante está afectando a la Escuela Primaria n.º 70315 del servicio educativo de Ilave. Casi el 75 % del profesorado está en el nivel inicial, mientras que el 25 % se encuentra en la fase de desarrollo. Lamentablemente, ninguno de los tutores ha alcanzado el nivel de cumplimiento del proyecto. Con un valor p mínimo (inferior a 0,01) y un coeficiente Tau-b de Kendall de 0,342, esto demuestra que existe una fuerte relación entre la buena gestión de la escuela y la motivación del personal. En otras palabras, cuanto más satisfecho esté el personal, mejor será la gestión administrativa. Por lo tanto, elaborar planes para mejorar la gestión de la escuela y el entusiasmo del personal podría generar cambios positivos en la Escuela Primaria n.º 70315 de Ilave.

Crespo (2018) finalizó el proyecto de investigación titulado "Clima organizacional y motivación laboral en trabajadores del Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma, Puno 2018" Dados los niveles variables de clima organizacional y motivación laboral observados en el Programa de Alimentación Qali Warma, se propuso realizar más estudios sobre estos temas en instituciones públicas. En esta investigación se empleó una técnica descriptiva basada en un diseño correlacional. Para la recolección de datos se utilizaron métodos documentales y técnicas de encuesta. La muestra estuvo conformada por un total de 47 empleados del programa de la ciudad de Puno. Procesamos los datos mediante gráficos de barras y de frecuencias. Para comprobar la idea principal del estudio, utilizamos



el análisis de chi-cuadrado. El Programa de Alimentación Escolar Qali Warma en Puno encontró que la motivación del personal está influenciada por el ambiente organizacional.

Laura (2019) coincidiendo con la tesis, "Analizamos cómo la motivación natural para el trabajo se relaciona con el desempeño laboral de los trabajadores de la salud en Juliaca en 2021". Estos trabajadores no pueden salir de casa debido a la COVID-19. Observamos y anotamos algunos aspectos sencillos que muestran vínculos entre las personas. El estudio se realizó mientras todos debían quedarse en casa debido a la COVID-19. Participaron 47 trabajadores del Centro de Salud "Guadalupe". Juliaca se encuentra en la provincia de San Román, departamento de Puno. Les hicimos preguntas de dos listas diferentes. Una se centraba en por qué quieren trabajar. La otra, en qué tan bien creen que hacen su trabajo. A veces, la motivación afecta el desempeño. El personal de los centros de salud de Juliaca, 2021 que se encontraban confinados por COVID-19 mostró una asociación directa entre la motivación intrínseca y el rendimiento laboral. El valor de p fue de 0,003, inferior al criterio de significancia ($0,05 > 0,003$). A la luz del objetivo más amplio, este descubrimiento es significativo.

Melo (2010) La disertación titulada "Tipos de motivación y rendimiento académico entre los estudiantes de quinto año de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional del Altiplano" se centra en: Entre los diversos elementos que influyen en el éxito de los estudiantes en los cursos de nivel superior se encuentra el impulso intrínseco que posee cada individuo para adquirir nuevos conocimientos. La motivación intrínseca, extrínseca y la desmotivación son los tres tipos más comunes de motivación. Hay quienes creen que los estudiantes aprenden mejor cuando están intrínsecamente motivados; Por el contrario, los defensores de la motivación extrínseca argumentan que los estudiantes aprenden mejor cuando se exponen a estímulos externos. Nuestro interés en llevar a cabo esta investigación surge del hecho de que, como campo, aún no contamos con un diagnóstico



de las diversas formas de motivación de los estudiantes y cómo se relacionan con los niveles de aprendizaje. Específicamente, queremos saber: Este estudio busca responder a una pregunta principal: ¿Influye la motivación estudiantil en el rendimiento académico de los estudiantes de quinto año de la Facultad de Ciencias de la Educación de la UNA en Puno? El objetivo de este estudio es determinar si el impulso interno de los estudiantes por aprender influye en sus calificaciones. Creemos que si un estudiante desea aprender, obtendrá mejores resultados académicos. Probaremos esta teoría con estudiantes de quinto año de la Facultad de Ciencias de la Educación de la UNA en Puno. En pocas palabras, el rendimiento de los estudiantes mejora cuando aumenta su motivación intrínseca. Estos son los pasos que se tomaron para lograr los objetivos:

- Decidir la forma final de la encuesta motivadora.
- Recopilar información sobre los diversos tipos de motivación. La encuesta fue completada por estudiantes del nivel V en todas las asignaturas, y los resultados se analizaron considerando las principales razones por las que los estudiantes respondieron la encuesta. Los datos procesados fueron sometidos a una batería de análisis. Tras el proceso anterior se obtuvieron los siguientes resultados:
- La motivación intrínseca de los estudiantes, con 5,00, es superior a la motivación extrínseca, que se sitúa en 4,67 de media. Todo ello apunta a que los indicadores son un foco de los altos niveles de motivación intrínseca de los alumnos. Por último, con una media de 2,28, la desmotivación no muestra significación estadística. Se considera que solo el 4% (5 alumnos) está alcanzando un nivel de aprendizaje excepcionalmente alto, con calificaciones que oscilan entre 17 y 18. Se considera que ochenta y cinco niños, entre los grados 14 y 16, tienen un nivel académico adecuado. Por último, utilizando una escala de once a trece puntos, se considera que dieciséis niños están estudiando a un nivel estándar. Según los datos, existe una correlación positiva débil ($r=0,11$) entre el rendimiento académico y la motivación intrínseca, una correlación positiva moderada ($r=0,21$) entre el rendimiento académico y la motivación extrínseca media, y una



falta de motivación severa ($r=0,13$) entre el nivel medio de aprendizaje y la desmotivación media. Los niños a los que les va mejor que el promedio en la escuela tienen más probabilidades de tener este tipo de motivación innata. Una menor cantidad de motivación extrínseca también está presente en ellos. Independientemente del género de cada uno, el tipo de motivación más frecuente es la motivación intrínseca. Este es particularmente el caso cuando se observa a los alumnos masculinos.

Sahua (2023) El estudio "Motivación Laboral y Desempeño Docente en las Instituciones de Educación Superior del Distrito de Coata - Puno" se centra en los colegios de Coata, provincia de Puno. El objetivo es determinar si existe una relación entre el grado de motivación de los líderes escolares para que los docentes tengan un buen desempeño y el progreso de los estudiantes. Este estudio se inició debido a la falta de investigación sobre el funcionamiento del personal en entornos educativos, específicamente en el norte de Puno. La investigación se llevó a cabo de forma específica, sin experimentos, solo mediante observaciones y buscando vínculos. Se pidió a 95 docentes que completaran un cuestionario breve de 10 preguntas para evaluar su entusiasmo por el trabajo. También se les pidió que completaran un formulario sobre su desempeño en las clases, el cual constaba de 20 ítems. Los resultados del estudio muestran que los docentes de Coata están algo entusiasmados con su trabajo. Además, las variables motivación y rendimiento se correlacionan positiva y significativamente entre sí, por lo que se deduce que motivar más a los profesores de Coata conducirá a mejores resultados en el aula.

Villalba (2021) con la tesis titulada "MOTIVACIÓN HACIA EL ESTUDIO Y LAS TÉCNICAS DE APRENDIZAJE EN ESTUDIANTES DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SECUNDARIA CRFA LUPAKAS – REGIÓN JULI – PUNO, AÑO 2020" En 2020, los estudiantes de la CRFA LUPAKAS Se hizo la siguiente pregunta general a las escuelas secundarias de la zona de Juli-Puno: ¿Cómo se relacionan los dos factores en



términos de su impulso por estudiar y adquirir nuevas habilidades? Comprender mejor esta conexión fue el propósito general de la investigación. Para el enmarcado del estudio se empleó un diseño transversal no experimental, en el que se utilizó un tipo básico, un método cuantitativo, un nivel descriptivo correlacional y un procedimiento hipotético deductivo. Había 41 alumnos en toda la población, y la muestra era una representación exacta de ese número. Los investigadores emplearon una metodología de encuesta, entregando dos cuestionarios: uno para medir el interés en el estudio y otro para evaluar los procesos de aprendizaje en una escala Likert. Las pruebas mostraron una relación muy fuerte: no es casualidad, es algo real. Y aquí está el truco: es evidente que existe una relación importante entre la motivación de los alumnos de tercer grado para aprender de cierta manera y cuánto aprenden realmente.

3.2. Bases teóricas

3.2.1. Motivación

Según Robbins S., (1999) el término "motivación" se refiere a la combinación de factores materiales y psicológicos que permiten a un individuo satisfacer sus deseos fundamentales, lo que lleva a un cambio de comportamiento que avanza en los objetivos de la organización.

3.2.1.1. Motivación intrínseca

La verdadera motivación proviene de dentro, del deseo de satisfacer las propias necesidades, del impulso de realizar el propio potencial y de un fuerte sentido de resolución personal, más que de cualquier fuente externa de validación o recompensa que la acción pueda proporcionar. Motivar a las personas de esta manera suele dar los mejores resultados, ya que inspira una gran dedicación por parte del objetivo.

3.2.1.2. Motivación extrínseca

Este tipo de motivación, a diferencia de esta última, no se origina dentro de la persona que realiza la acción o comportamiento motivador, sino que se deriva de la anticipación de



algún tipo de recompensa, monetaria o de otro tipo. Esta es una forma de motivación menos poderosa en comparación con la motivación intrínseca, ya que se deriva de la anticipación de beneficios futuros en lugar del compromiso interno del individuo.

3.3. Marco conceptual

- A. **Comunicación:** Una herramienta natural para todas las interacciones, su propósito es facilitar la conversación basada en la confianza.(Cardozo, 2017)
- B. **Calidad:** Personalizar un servicio o producto para cumplir con requisitos exigentes (Miranda et al., 2021)
- C. **Seguridad:** Un método de pago seguro al realizar una transacción, (Gallegos et al., 2020)
- D. **Elogiar:** El reconocimiento rápido ayuda al empleado a comprender la importancia de sus logros recientes (Rogers, et al., 2020, p. 25).
- E. **Macroentorno:** aquí confluyen factores políticos, sociales, económicos y técnicos cruciales (Zamarreño, 2020, p. 18)
- F. **Microentorno:** Esta coalición tiene vínculos con el negocio, (Zamarreño, 2020, p. 18)
- G. **Empatía:** Un oído perceptivo para las expresiones de emociones habladas y no habladas, (Rogers, et al., 2020, p. 18).



CAPÍTULO IV

HIPÓTESIS

4.1. Hipótesis general

- La motivación laboral de los trabajadores en el gobierno regional de Puno, año 2024, es deficiente

4.2. Hipótesis específicas

- La motivación intrínseca de los trabajadores del gobierno regional de Puno, año 2024, es deficiente
- La motivación extrínseca de los trabajadores del gobierno regional de Puno, año 2024, es deficiente

4.3. Variables

4.3.1. *Variable independiente motivación:*

Dimensiones:

- Motivación intrínseca
- Motivación extrínseca



4.4. Operacionalización de variables

Tabla 1

Operacionalización de variables

Variables	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Variable: motivación Robbins (1999)	2.1. Motivación intrínseca	2.1.1. individual	5 siempre
		2.1.2. necesitar	4 Casi siempre
		2.1.3. Autorrealización	3 A veces
	2.2. Motivación extrínseca	2.2.1. individual	2 Casi nunca
		2.2.2. expectativa	1 nunca
		2.2.3. recompensa	

Nota: Elaboración propia



CAPÍTULO V

PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

5.1. Enfoque de la investigación

Carrasco (2018) afirma que "se centra esencialmente en la medición de las variables de investigación", lo que significa que será cuantitativa".

5.2. Métodos de investigación

Debido a que el paradigma cuantitativo se basa en fenómenos observables y enfatiza la relación entre las variables y las estrategias de medición y sus procedimientos, el objetivo a través de la cuantificación será deductivo. Esto es algo que menciona el autor Hernández".(2019)

5.3. Tipo de investigación

En palabras del autor Pino, "tratar de crear conocimiento que pueda ser utilizado de forma inmediata para resolver problemas sociales o económicos", esto se pondrá en práctica. Las innovaciones tecnológicas derivadas de estudios pioneros sobre la conexión entre teoría y bienes constituyen su columna vertebral"(2018)

5.4. Nivel de investigación

Será de carácter descriptivo, según Carrasco, "El objetivo principal de la investigación es confirmar el cambio porcentual que se produce en una o más variables



simultáneamente, pero también pretende investigar la relación entre variables". Como resultado" (2018)

5.5. Diseño de la investigación

No habrá pruebas involucradas. Hernández Para estudiar las cosas como realmente son, hay que estar atento a ellas y actuar a medida que suceden(p. 174) (2019)

5.6. Población y muestra

5.6.1. Población

Se fusionan en un "conjunto" de individuos denominados dispositivos de análisis, conocidos colectivamente como el universo, donde descubrimos los sucesos que nos interesan. Como resultado, forman las unidades de selección natural que corresponden a la región geográfica bajo investigación. (Silvestre y Huamán, 2017)

En el cual la población está conformada por 630 clientes de la empresa.

5.6.2. Muestra

El estudio utilizó la fórmula de su documento principal de investigación sobre una muestra basada en el azar(Ticona, 2018)

$$n = \frac{Z_{\infty}^2 * N * p * q}{i^2(N - 1) + Z_{\infty}^2 * p * q}$$

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

Z_∞= 1,96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%)

p = proporción esperada (en este caso 0,6)

Q = 1-P (en este caso 1-0,6 = 0,4)

Reemplazamos los valores:

$$n = \frac{1,96^2 \times 560 \times 0.6 \times 0.4}{0,05^2(560 - 1) + (1.96)^2 \times (0.60) \times (0.40)}$$

$$n = \frac{560.4}{3.4579}$$

$$n = 178$$



La muestra que se utilizará estará compuesta por 178 trabajadores.

5.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

5.7.1. Técnica

Para la recolección de datos se utilizarán encuestas, como señala el autor Córdova:

"Una metodología es un método para medir una o más variables mediante el uso de un enfoque estructurado y organizado para la recopilación de datos (p.28). (2018)

Se utilizará la ley del decreto supremo 728.

Encuesta

Uno de los enfoques más populares de la investigación que se basa en materiales escritos es la revisión de la literatura.

5.7.2. Instrumento

Con base en lo dicho por Hernández (2019), será un cuestionario "Donde se recogen datos a través de preguntas sobre variables".

5.8. Confiabilidad y validez del instrumento

5.8.1. Confiabilidad

Hernández. Fernández y Baptista (2010) La confiabilidad de un dispositivo de medición se define como la consistencia con la que un mismo tema o ítem arroja los mismos hallazgos cuando se mide varias veces. Sin embargo, el Alfa de Cronbach será el resultado final.

5.8.2. Validez

Para asegurar la claridad y coherencia de todo, se empleó la validez de constructo. Esto significa que se aseguraron de que la herramienta de medición y los elementos que se medían estuvieran vinculados. Para ello, se aseguraron de que todas las preguntas de la encuesta coincidieran con la herramienta y el objetivo del estudio.



5.9. Procedimientos de tratamiento de datos

Con el Rho de Spearman y la aplicación SPSS STATA V26, podemos analizar los datos recopilados, sacar conclusiones y obtener una mejor comprensión de la situación para futuras investigaciones. Esto nos permitirá ver la imagen real de la empresa.

5.10. Contrastación de hipótesis

Al tratarse de un estudio descriptivo, no existe correlación. Sin embargo, se utilizó la prueba de significación Chi-cuadrado para probar las hipótesis.

5.11. Contratación de hipótesis general

Hipótesis nula (Ho):

Los empleados del Gobierno Regional de Puno en el año 2024 están suficientemente motivados para realizar su labor.

Hipótesis alterna (Ha):

Cómo se sienten los empleados del Gobierno Regional de Puno con su trabajo, año 2024, es deficiente

Tabla 2

Test de Motivación Estadística

Estadísticos de prueba	
	Motivación
Chi cuadrado	132,297
G1	2
Sig asintótico.	,001

Nota: Autores.

Interpretación:

De acuerdo con los resultados de la prueba de significación Chi-cuadrado para la variable motivación, se rechaza la hipótesis nula y se descubre que la motivación influye en los trabajadores, frecuentemente a un nivel alto, lo que indica un resultado estadísticamente significativo (, p - valor $0,000 < 0,05$). Con una raíz cuadrada de $x=132.297$.



CAPÍTULO VI

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

6.1. Presentación de resultados

6.1.1. Motivación

Tabla 3

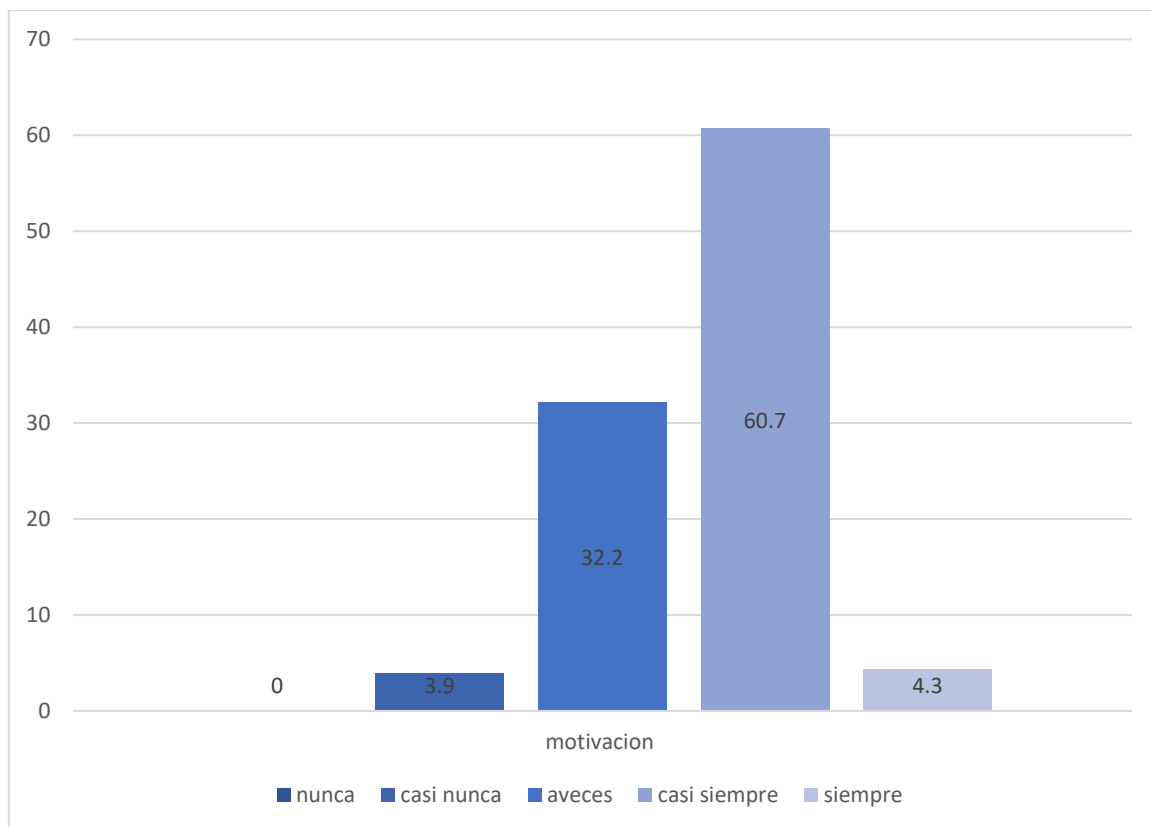
Rendimiento de la distribución de frecuencias

Nivel	N	%
Nunca	0	0
Casi nunca	10	3.9
A veces	55	32.2
Casi siempre	95	60.7
Siempre	18	4.3
Total	178	100

Nota. Propia

Figura 1

Rendimiento de la distribución de frecuencias



Nota: Propia

Interpretación:

La mayoría de los trabajadores (60,7%), según la Tabla 3 y la Figura 1, califican su motivación a un nivel de casi siempre. Otro 32,2% se califica en un nivel de tiempos. De los trabajadores encuestados, el 4,3% califica su motivación como siempre, el 3,9% la califica como casi nunca, y ni un solo empleado lo indica nunca.

6.1.2. Motivación intrínseca

Tabla 4

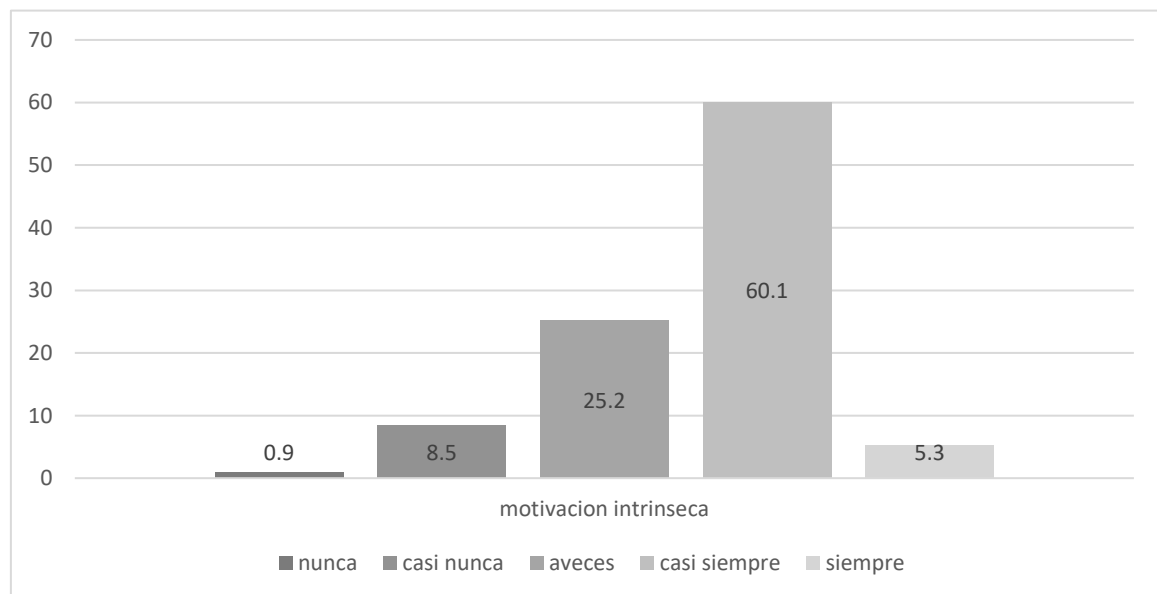
Distribución de frecuencias: motivación intrínseca

Nivel	N	%
Nunca	3	0.9
Casi nunca	16	8.5
A veces	51	25.2
Casi siempre	97	60.1
Siempre	11	5.3
Total	178	100

Nota: Propia

Figura 2

Distribución de frecuencias: motivación intrínseca



Nota: Propia

Interpretación:

Tabla 4 y Figura 2 de 178 La mayoría de los trabajadores (60.1%), seguido por el 25.2% que califica ocasionalmente y el 5.3% que califica constantemente, califica la motivación intrínseca a un nivel cercano a la frecuencia; El 8,5% lo califica como muy nunca, y el 0,9% dice que nunca lo califica.

6.1.3. Motivación extrínseca

Tabla 5

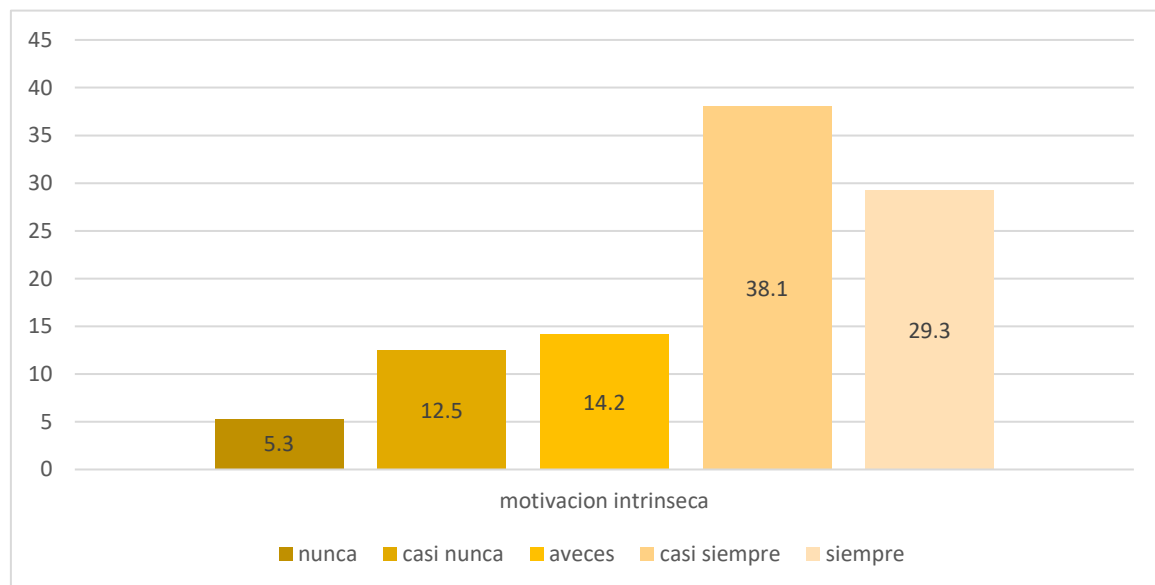
Distribución de frecuencias de motivación extrínseca

Nivel	N	%
Nunca	10	5.3
Casi nunca	22	12.5
A veces	32	14.2
Casi siempre	68	38.1
Siempre	46	29.3
Total	178	100

Nota: Propia

Figura 3

Distribución de frecuencias de motivación extrínseca



Nota: Elaboración propia

Interpretación:

Tabla 5 y Figura 3 de 178 En cuanto a la motivación extrínseca, la mayoría de los trabajadores (38.1% para ser exactos) la califica como "casi siempre", mientras que el 14.2% la califica como "a veces" y el 29.3% la califica como "siempre". Del mismo modo, el 12,5% lo califica como "casi nunca" y el 5,3% nunca califica.



6.2. Discusión de resultados

En cuanto a la motivación en el gobierno regional de Puno, la gran mayoría de los trabajadores casi siempre califica el nivel (60,7%). Por otro lado, un pequeño porcentaje (4,3%) casi nunca cede, y ningún trabajador indica nunca.

Al contrario de lo encontrado por Laura (2018), quien encontró que los empleados municipales tienden a sentir niveles de motivación, nuestros hallazgos lo demuestran.

Con respecto a la motivación intrínseca, el sesenta y uno por ciento de ellos califica como mínimo en ocasiones; el veinticinco por ciento califica como máximo; el cinco por ciento de los trabajadores prácticamente nunca se presenta; el ocho por ciento de los trabajadores afirma que nunca se presenta; Y el nueve por ciento de los trabajadores nunca se presenta.

Así, según Liza (2020), el personal empleado por el buen vivir de la S.A.C. está realmente motivado. Pero en general, los trabajadores dicen que están bajo mucha presión para realizar múltiples tareas, hacer su trabajo rápido y cumplir con los plazos.

Al preguntarles sobre su nivel de motivación extrínseca, la mayoría de los trabajadores (38,1%), seguido por el 14,2% que califica a veces, el 29,3% que siempre califica, el 12,5% que casi nunca asigna y un pequeño porcentaje que nunca lo resuelve, todos entran en ciertas categorías. 5.3%.

A pesar de que todos los encuestados mostraron niveles moderados de deseo, un número sorprendente de participantes experimentó diversos grados de ansiedad: el 60% informó ansiedad leve, el 30% informó ansiedad moderada/severa y el 10% no informó ansiedad en absoluto (Huamán, 2021). Además, contrariamente a la creencia popular, el aumento de la ansiedad no tiene nada que ver con la motivación; más bien, está directamente ligado al trabajo.



CONCLUSIONES

PRIMERO: Con el 60,7% de los empleados del gobierno regional de Puno describiéndolo como "casi siempre", este nivel está teniendo un efecto en la motivación de los empleados y, por extensión, en la productividad.

SEGUNDO: Los empleados del turno de tarde de la administración regional de Puno casi siempre califican 60.1% cuando se les pide que describan su motivación intrínseca, pero cuando se les pide que lo hagan en respuesta a los síntomas que observan en el trabajo, solo el 25.2% lo hace.

TERCERO: Cuando se les pidió caracterizar el incentivo extrínseco para el desempeño laboral del personal de la administración regional de Puno, la gran mayoría de los encuestados (38,1%) lo evalúa como de nivel casi a menudo.



RECOMENDACIONES

PRIMERO: Con la mirada puesta en el mediano plazo y un fuerte énfasis en la motivación, los gerentes harían bien en implementar iniciativas que fortalezcan las capacidades gerenciales que sean ventajosas para el personal con el fin de reducir la posibilidad de desmotivación.

SEGUNDO: Con el fin de minimizar el agotamiento emocional y mental, maximizar la productividad y mantener altos estándares de trabajo, los encargados de reclutar para la administración regional de Puno deben adoptar y adherirse a un diseño de trabajo adecuado que priorice la motivación intrínseca.

TERCERO: Los encargados de reclutar personal para el gobierno regional de Puno deben adoptar y adherirse a un diseño de trabajo adecuado que priorice el incentivo extrínseco. Esto alentará a los trabajadores a ser más eficientes y menos estresados mientras trabajan.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acuña, M., & Segura, S. (2022). *Marketing relacional y fidelización de clientes en Afocat, Chimbote, 2022*. Pregrado, Universidad César Vallejo, Trujillo.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/92086/Acu%c3%b1a_MMDLA-Segura_RSE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Aguirre, M. (2021). Relación con el cliente: 8 consejos para una buena gestión en la empresa. *Appvizer*. <https://www.appvizer.es/revista/relacion-cliente/software-crm/relacion-cliente>
- Apaza, M. (2017). *Marketing Relacional y Fidelización de Clientes en la empresa "Ricos Pan" en la ciudad de Juliaca - Año 2017*. Universidad Nacional del Altiplano.
https://tesis.unap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14082/7278/Apaza_Paye_Marie_Lizeth.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Apaza, M. (2022). *Fidelización de Clientes en el Hotel José Antonio de la Ciudad de Puno, 2022*.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/87757/Apaza_CMM-SD.pdf?sequence=1
- Arenal, C. (2018). *Técnicas de información y atención al cliente, consumidores, usuarios*. Avenauta ed.
- Arias, C., Murillo, E., & Proaño, M. (2019). Servicio postventa y atención al cliente: estrategias de fidelización. *E-IDEA Revista de Ciencias Empresariales*.
<https://revista.estudioidea.org/ojs/index.php/eidea/article/view/9>
- Ariza, F. (2021). *Comunicación y atención al cliente*. Ediciones Mc Graw Hill.
- Arosa, C., & Chica, J. (2020). Innovación en el paradigma del marketing relacional. *Revista de Administración y Economista para Iberoamérica*, 9.
<http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v36n154/0123-5923-eg-36-154-114.pdf>



- Arrascue, A. (2019). *Estrategias de marketing relacional para la fidelización de clientes en la Clínica de Salud Madre y Mujer Chiclayo 2018*.
<https://repositorio.uass.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/6576/Arrascue%20Le%20Alberto%20Rafael.pdf?sequence=6&isAllowed=y>
- Bernal, I., Ruíz, L., & Pastrana, J. (2021). Compromiso organizacional. *Scielo*, 11.
<http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v13n6/2218-3620-rus-13-06-194.pdf>
- Caja, F. (2022). El marketing relacional como estrategia de fidelización de clientes en una industria panadera. *IROCAMM*, 22.
<https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/137131/Marketing%20relacional%20como%20estrategia%20de%20fidelizaci%C3%B3n%20de%20clientes%20en%20una%20industria%20panadera.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cardozo, S. (2017). Comunicación de Marketing. *Visión Gerencial*.
- Carrasco, S. (2018). *Metodología de la investigación científica*. Editorial San Marcos.
- Chuenban, P., Sornsaruht, P., & Pimdee, P. (2021). Cómo la actitud de marca, la calidad de la marca y el valor de la marca afectan la lealtad a la marca del consumidor tailandés de atún enlatado. *Heliyon*. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e06301>
- Córdova, I. (2018). *Instrumentos de investigación*. Lima: San Marcos.
- Corrales, J. (2020). Guía para establecer una relación sólida con los clientes y acercarlos cada vez más a tu marca.
- Cotrina, E., & Cerrón, H. (2019). Marketing relacional y fidelización de clientes en la zona altoandina en la empresa Grupo Yelek S.R.L. *Continental*.
<https://hdl.handle.net/20.500.12394/7324>
- Del Arco, D. (2020). *Marketing relacional para la fidelización de clientes de la cadena de Restaurantes Tijuana en Guayaquil*. Licenciado, Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil, Guayaquil.



<http://biblioteca.uteg.edu.ec:8080/bitstream/handle/>

[123456789/1280/Marketing%20relacional%20para%20la%20fidelizaci%3%b3n%20de%20clientes%20de%20la%20cadena%20de%20Restaurantes%20Tijuana%20de%20Guayaquil.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://biblioteca.uteg.edu.ec:8080/bitstream/handle/123456789/1280/Marketing%20relacional%20para%20la%20fidelizaci%3%b3n%20de%20clientes%20de%20la%20cadena%20de%20Restaurantes%20Tijuana%20de%20Guayaquil.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Echchakoui, S., & Ghilal, R. (2019). Cómo los gerentes de ventas pueden usar los atributos percibidos de los vendedores para monitorear y motivar a una fuerza de ventas durante el marketing relacional. *Investigación Europea en Dirección de Empresas y Economía*. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2019.02.001>

Espinoza, J., & Chinchay, A. (2021). *Calidad de servicio y fidelización de clientes en restaurante Lancora Piura, Perú, 2020*. Universidad de Ciencias Contables y Administrativas. <http://repositorio.unp.edu.pe/handle/20.500.12676/3138>

Fernández, P., & Bajac, H. (2018). *La gestión de los servicios de marketing*. Buenos Aires: Ediciones Granica. <https://books.google.com.pe/books?id=28OgDwAAQBAJ&pg=PA125&dq=marketing+relacional&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwj208XPxer3AhWkBrkGHS6-DCo4MhDoAXoEAcQAg#v=onepage&q&f=false>

Fhon, C. (2022). Alcance y estrategias del marketing relacional, una revisión sistemática de la literatura. *Ciencia Latina*, 18. <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/2504/3713>

Gallegos, M., Panduro, J., & Vargas, D. (2020). Validación del instrumento de Marketing Relacional "RM" en los clientes de la empresa Cinemarmark, Surco, 2020. *Revista de Investigación de Valor Agregado*. doi:<https://doi.org/10.17162/riva.v7i1.1413>

Gandolfi, R. (2021). CRM, algo no tan nuevo, pero ahora más que necesario en las organizaciones. *Apuntes Académicos*, 11. <https://repositorio.pucp.edu.pe/index/>



bitstream/handle/123456789/175036/Nota%20Acad%20c3%a9mica%2051%20-%20Renato%20Gandolfi.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Giménez, G. (2022). *Cambios en el comportamiento de compra y post-compra de los consumidores: Un análisis de la satisfacción del cliente en Iberia y Ryanair*. <https://biblioteca.cunef.edu/files/documentos/TFG%20Guiomar%20Gimenez%20de%20Artaza.pdf>

Gonzales, P. (2022). *Promoción y comercialización de productos y servicios turísticos locales*. Logroño: Tutor de Formación. <https://books.google.com.pe/books?id=mF5oEAAAQBAJ&pg=PA12&dq=marketing#v=onepage&q=marketing&f=false>

Guaman, L., & Aguilar, W. (2023). Análisis de la Calidad Percibida y su Relación con la Fidelización en el Sector de Productos Cosméticos en la Ciudad de Machala. *Editor Digital*, 9. doi:doi.org/10.33386/593dp.2023.3-1.1816

Hernández, S, R. (2019). *Metodología de la Investigación* (1ª ed.). México: Mc Graw Hill.

Holguino, P., & Gómez, S. (2021). *Marketing relacional y fidelización de clientes en Olva Courier*. <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/3045736>

Ibeas, D. (2021). Qué es la lealtad a la marca y cómo desarrollarla.

Insaurralde, N. (2023). Gestión de relaciones con clientes (CRM), como estrategia de negocio en la ciudad de Pilar, Paraguay. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 18. <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/6590/10064>

Jazmany, G. (2020). *Gestión de la relación con el cliente (CRM) en el desarrollo de negocio de las empresas*. https://www.researchgate.net/publication/343030223_La_gestion_de_relacion_con_los_clientes_CRM_en_el_desarrollo_comercial_de_las_empresas



- Mamani, C., Palacios, T., Priori, M., & Téllez, A. (2023). Compromiso organizacional, satisfacción laboral y su impacto en el desempeño del personal. *Dialnet*, 20. <http://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/index>
- Marz, J. (2018). Cómo mantener relaciones a largo plazo con los clientes.
- Minyana, L. (2023). Qué es la fidelización de clientes: ventajas y estrategias para conseguirla. <https://www.inboundcycle.com/diccionario-marketing-online/fidelizacion-clientes>
- Miranda, M., Romero, M., Chiriboga, P., & Tapia, L. (2021). La calidad de los servicios y la satisfacción del cliente, las estrategias de marketing digital. Estudio de caso de la hacienda turística Rancho los Emilio. Alausí. *Revista Científica Dominio de las Ciencias*, 17. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8383980>
- Molina, D. (2021). Marketing relacional: definición, ventajas y ejemplos. *IEBS*. <https://www.iebschool.com/blog/que-es-marketing-relacional-marketing-estrategico/>
- Morales, M., & Ramírez, G. (2021). *Marketing relacional y fidelización de clientes de una empresa comercializadora de autopartes, Trujillo 2021*.
- Moreno, D. (2023). Comunicación Humana 2023. *Tipo*, 5. <https://es.scribd.com/document/626908771/LA-COMUNICACION-HUMANA-2023#>
- Pacori, E. (2020). *Marketing relacional en las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito de la Ciudad de Puno*. https://tesis.unap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14082/15145/Pacori_Paucar_Etty_Katherine.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Padilla, N., & Ascarza, E. (2020). Supere el problema del arranque en frío de la gestión de las relaciones con los clientes mediante un enfoque probabilístico de aprendizaje



- automático. *Revista de Marketing en Investigación*, 26.
http://www.evaascarza.com/padilla_ascarza_jmr2021.pdf
- Palomino, J., Peña, J., Zevallos, G., & Orizano, L. (2015). *"Metodología de la investigación, guía para desarrollar un proyecto en salud y educación"*. Lima: Editorial San Marcos.
- Pérez, L., Seminario, R., & Castro, E. (2022). Fidelización en clientes de la tienda Platanito, La Victoria - 2022. *Revista de investigación científica Ágora*, 8.
<https://www.revistaagora.com/index.php/cieUMA/article/view/228/211>
- Pérez, O., Huaranga, L., Pari, D., Mamani, M., Pérez, N., & Muñoz, C. (2023). *Gestión del talento humano y compromiso organizacional en los empleados municipales*. Instituto Universitario de Innovación, Ciencia y Tecnología Inudi Perú S.A.C.
<https://www.editorial.inudi.edu.pe/index.php/editorialinudi/catalog/view/81/120/145>
- Pino, R. (2018). *Metodología de la investigación*. Perú: Editorial San Marcos de Aníbal Jesús paredes Galván.
- Felipe, C. (2020). 5 Fases en el proceso de decisión de compra según Kotler. 7. Obtenido de <https://www.studocu.com/pe/document/universidad-tecnologica-del-peru/comportamiento-del-consumidor/381527432-5-fases-en-el-proceso-de-decision-de-compra-segun-kotler/28444046>
- Pierrend, S. (2020). Fidelización y retención de clientes: una tendencia que se requiere hoy en día. *La administración en el tercer milenio*, 10.
<https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/article/view/18935>
- Ramírez, L. (2021). *Marketing relacional y fidelización de clientes de la panadería y pastelería London en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo*. Universidad Nacional de Chimborazo. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/7497>



- Reina, D., Reina, M., & Hudnut, D. (2018). *Por qué la confianza es clave para el éxito de un equipo*. <https://www.ccl.org/wp-content/uploads/2018/01/WP-Why-Trust-Is-Critical-to-Team-Success-ES-Jan-2018.pdf>
- Robbins, S., & Coulter, M. (2018). *Administración*. Editado por Pearson Education.
- Rogers, S., Rinne, L., & Moon, S. (2020). *Fidelización sin límites*. Planeta Libro. https://www.marcialpons.es/media/pdf/42599_Fidelizar_sin_limites.pdf
- Rojas, C., Niebles, W., Pacheco, C., & Hernández, H. (2020). La calidad del servicio como elemento clave de la responsabilidad social en las pequeñas y medianas empresas. *Scielo*, 12. <https://www.scielo.cl/pdf/infotec/v31n4/0718-0764-infotec-31-04-221.pdf>
- Salazar, K. (2021). *Marketing relacional y fidelización de clientes de la empresa ELYGRAF Impresiones de la Provincia de San Ignacio - 2018*. Universidad Señor de Sipán, Pimentel. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/8582/Salazar%20Adrian%20Katherine%20Naomi.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sharán, M. (2019). *Estrategia de fidelización de clientes a través de Internet*. Elesarning S.L.
- Silva, D. (2020). Compromiso con el cliente: una cuestión estratégica. *Acta de lectura*. Recuperado de about:blank
- Silva, D. (2022). ¿Cómo es el comportamiento del consumidor? Descubre las etapas del proceso de compra y los principales KPIs. *Asociado de Contenido Web y SEO, LATAM*.
- Silvestre, I., & Huamán, C. (2017). *Pasos para preparar la investigación y redacción de la tesis universitaria*. Lima: San Marcos.



- Ticona, L. (2018). *cultura organizacional y trabajo en equipo del personal de la Institución Educativa Industrial 45" José María Arguedas*. Puño: UN PUÑO.
- Tuesta, L. (2022). *Marketing relacional y fidelización de clientes en la farmacia La Inmaculada Centro, Tarapoto – 2022*. Pregrado, Universidad César Vallejo, Tarapoto.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/95430/Tuesta_RL-SD.pdf?sequence=7&isAllowed=y
- Valdivia, C. (2021). *Impacto de las estrategias de marketing digital en el posicionamiento de la marca capiel en el mercado peruano en el contexto post pandemia covid-19*.
https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/14097/Valdivia_Luna.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Vizcaino, A., & Sepúlveda, I. (2018). *Atención al cliente e integración del marketing mix de servicios*. Universidad de Guadalajara.
https://www.cucea.udg.mx/sites/default/files/documentos/adjuntos_pagina/servicio_al_cliente_e_integracion_del_marketing_mix_de_servicios.pdf
- Zamarreño, G. (2020). *Marketing y ventas*. Editorial Elearning.
<https://books.google.com.pe/books?id=PsjIDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=m#v=onepage&q&f=false>
- Zárraga, L., Molina, V., & Corona, E. (2018). Satisfacción del cliente basada en la calidad del servicio a través de la eficiencia del personal y la eficiencia del servicio: un estudio empírico de la industria de la restauración. *Redalyc*, 17.
<https://www.redalyc.org/journal/6379/637968306002/637968306002.pdf>
- Zenvia. (2020). Qué es el marketing relacional y cómo aplicarlo en la práctica.
<https://www.zenvia.com/es/blog/marketing-relacional/#:~:text=>



ANEXOS



Anexo 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: MOTIVACIÓN LABORAL DE LOS TRABAJADORES DEL GOBIERNO REGIONAL DE PUNO AÑO, 2024

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p>Problema general ¿Cómo es la motivación laboral de los trabajadores del gobierno regional de Puno año 2024?</p> <p>Cuestiones específicas</p> <p>a. ¿Cuál es la motivación intrínseca de los trabajadores del gobierno regional de Puno año 2024?</p> <p>b. ¿Cuál es la motivación extrínseca de los trabajadores del gobierno regional de Puno año 2024?</p>	<p>Objetivo general Determinar la motivación laboral de los trabajadores en el gobierno regional de Puno, año 2024</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>a. Determinar la motivación intrínseca de los trabajadores del gobierno regional de Puno, año 2024</p> <p>b. Conoce la motivación extrínseca de los trabajadores del gobierno regional de Puno, año 2024</p>	<p>Hipótesis general La motivación laboral de los trabajadores en el gobierno regional de Puno, año 2024, es deficiente</p> <p>Hipótesis específicas</p> <p>a. La motivación intrínseca de los trabajadores del gobierno regional de Puno, año 2024, es deficiente</p> <p>b. La motivación extrínseca de los trabajadores del gobierno regional de Puno, año 2024, es deficiente</p>	<p>Variable Motivación</p> <p>Dimensiones</p> <ul style="list-style-type: none"> - Motivación intrínseca - Motivación extrínseca 	<p>Acercarse: Cuantitativo</p> <p>Método: Deductivo</p> <p>Asunto: Aplicado</p> <p>Nivel de estudio: Descriptivo</p> <p>Diseño: No experimental.</p> <p>Población 560</p> <p>Muestra 178</p> <p>Técnica Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>



Anexo 2: MATRIZ DE DATOS

N°	P1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P7	P8	P9	P10
1	2	1	2	3	2	1	2	2	3	4
2	3	2	3	2	4	2	2	2	2	3
3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	1
4	3	2	2	3	2	3	3	3	3	1
5	3	3	4	2	3	2	2	2	2	2
6	2	2	3	3	5	2	2	2	2	2
7	2	2	2	4	5	2	2	2	2	3
8	1	3	1	3	4	3	3	3	3	3
9	2	3	1	3	4	2	2	2	2	3
10	3	4	2	4	4	2	2	2	2	2
11	4	1	2	5	3	2	2	2	2	3
12	5	4	1	1	2	3	3	3	3	1
13	1	5	2	3	3	5	3	5	4	2
14	1	2	1	2	3	2	1	2	2	3



15	1	3	2	3	2	4	2	2	2	2
16	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2
17	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3
18	2	3	3	4	2	3	2	2	2	2
19	2	2	2	3	3	5	2	2	2	2
20	2	2	2	2	4	5	2	2	2	2
21	2	1	3	1	3	4	3	3	3	3
22	3	2	3	1	3	4	2	2	2	2
23	3	3	4	2	4	4	2	2	2	2
24	4	4	1	2	5	3	2	2	2	2
25	5	5	4	1	1	2	3	3	3	3
26	2	3	1	2	2	5	4	5	4	3
27	4	2	2	5	2	2	1	2	2	2
28	2	1	1	4	2	1	2	3	3	3
29	5	2	3	2	1	1	1	5	4	3
30	2	2	2	3	2	1	2	2	3	4



31	1	2	3	2	4	2	2	2	2	3
32	2	2	3	2	2	2	2	2	2	1
33	3	2	4	3	2	3	3	3	3	1
34	3	3	5	2	3	2	2	2	2	2
35	4	3	2	3	5	2	2	2	2	2
36	5	4	4	4	5	2	2	2	2	3
37	2	5	2	3	4	3	3	3	3	3
38	4	2	5	3	4	2	2	2	2	3
39	2	4	3	4	4	2	2	2	2	2
40	5	2	3	5	3	2	2	2	2	3
41	2	5	5	1	2	3	3	3	3	1
42	3	4	2	3	5	4	5	4	3	2
43	3	4	1	2	2	1	2	2	2	3
44	4	4	2	1	1	2	3	3	3	1
45	5	3	2	1	1	1	5	4	3	2
46	2	3	4	1	2	2	1	2	2	3



47	4	4	4	2	1	1	2	3	3	1
48	2	5	3	2	1	1	1	5	4	2
49	5	2	2	3	2	2	3	2	2	3
50	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2
51	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2
52	3	2	4	3	2	4	3	2	4	3
53	4	3	5	2	3	5	2	3	5	2
54	5	3	2	3	3	2	3	3	2	3
55	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
56	4	5	2	3	5	2	3	5	2	3
57	2	2	5	3	2	5	3	2	5	3
58	5	4	3	4	2	3	4	4	3	4
59	2	2	3	5	2	3	5	2	3	5
60	2	2	1	2	5	2	3	2	1	4
61	3	5	1	2	1	2	2	2	2	2
62	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2



63	4	1	2	3	1	2	3	1	2	3
64	5	2	2	3	2	2	3	2	2	3
65	2	3	2	4	3	2	4	3	2	4
66	4	3	3	5	3	3	5	3	3	5
67	2	4	3	2	4	3	2	4	3	2
68	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4
69	2	2	5	2	2	5	2	2	5	2
70	3	4	2	5	4	2	5	4	2	5
71	3	2	4	3	2	4	3	2	4	3
72	4	5	2	3	5	2	3	5	2	3
73	5	2	5	5	2	5	5	2	5	5
74	2	3	4	2	3	4	2	3	4	2
75	4	3	4	1	3	4	1	3	4	1
76	2	4	4	2	4	4	2	4	4	2
77	5	5	3	2	5	3	2	5	3	2
78	2	2	1	2	3	2	2	2	2	3



79	3	3	2	3	2	4	1	2	3	2
80	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2
81	4	3	2	2	3	2	3	2	4	3
82	5	3	3	4	2	3	3	3	5	2
83	2	2	2	3	3	5	4	3	2	3
84	4	2	2	2	4	5	5	4	4	4
85	2	1	3	1	3	4	2	5	2	3
86	5	2	3	1	3	4	4	2	5	3
87	2	3	4	2	4	4	2	4	3	4
88	3	4	1	2	5	3	5	2	3	5
89	3	5	4	1	1	2	2	5	5	1
90	4	1	5	2	3	3	3	4	2	3
91	5	2	1	2	3	2	3	4	1	2
92	2	3	2	3	2	4	4	4	2	1
93	4	3	2	3	2	2	5	3	2	1
94	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3



95	5	3	3	4	2	3	2	2	2	2
96	2	2	2	3	3	5	2	2	2	2
97	3	2	2	2	4	5	1	3	3	3
98	3	1	3	1	3	4	1	2	2	2
99	4	2	3	1	3	4	1	2	2	2
100	5	3	4	2	4	4	3	2	2	2
101	2	4	1	2	5	3	4	3	3	3
102	4	5	4	1	1	2	4	2	2	2
103	2	1	5	2	3	3	4	2	2	2
104	5	3	2	2	4	2	3	2	2	2
105	2	1	1	1	4	3	5	3	3	3
106	3	2	2	2	2	1	2	5	4	3
107	4	3	3	3	3	2	3	2	2	2
108	5	2	2	3	2	2	2	3	3	3
109	5	2	2	2	2	2	2	5	4	3
110	5	3	2	3	2	4	2	2	2	3



111	5	2	3	1	1	4	3	2	2	2
112	2	3	3	2	2	2	1	2	2	2
113	3	4	2	3	2	4	2	3	3	3
114	3	3	3	1	1	4	3	2	2	2
115	4	3	3	2	2	2	1	2	2	2
116	5	4	3	3	3	2	3	2	2	2
117	2	5	2	3	2	2	2	3	3	3
118	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2
119	2	2	2	3	2	4	2	2	2	2
120	5	3	2	2	4	2	5	2	2	2
121	2	1	1	1	4	3	5	3	3	3
122	3	2	2	2	2	1	2	5	4	3
123	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2
124	4	2	2	3	2	2	2	3	3	3
125	5	2	2	2	2	2	2	5	4	3
126	2	3	2	3	2	4	2	2	2	3



127	4	2	3	1	1	4	3	2	2	2
128	2	3	3	2	2	2	1	2	2	2
129	5	4	2	3	2	4	2	3	3	3
130	2	3	3	1	1	4	3	2	2	2
131	3	3	3	2	2	2	1	2	2	2
132	3	4	3	3	3	2	3	2	2	2
133	4	5	2	3	2	2	2	3	3	3
134	5	4	2	2	2	2	2	2	2	2
135	2	2	2	3	2	4	2	2	2	2
136	4	2	2	2	3	3	3	2	2	2
137	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3
138	5	5	4	3	2	2	2	5	4	3
139	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
140	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
141	4	5	4	3	5	4	3	5	4	3
142	5	5	1	2	5	1	1	5	2	2



143	5	3	2	3	3	1	1	4	2	2
144	4	2	1	2	5	5	2	5	3	2
145	1	5	1	5	2	4	5	1	4	1
146	1	1	1	1	2	4	5	1	5	5
147	1	2	2	2	1	2	2	1	1	5
148	1	5	2	1	1	4	3	1	1	5
149	5	1	1	2	2	3	2	2	3	2
150	4	2	2	2	2	1	2	2	2	2
151	3	2	2	2	2	1	3	2	2	2
152	4	3	3	3	3	2	3	3	2	4
153	4	2	2	2	2	2	2	2	1	4
154	2	1	2	2	2	3	4	2	2	2
155	2	1	2	2	2	3	3	2	2	4
156	3	2	3	3	3	3	3	3	1	4
157	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2
158	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2



159	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2
160	1	4	3	3	3	1	3	3	2	2
161	1	1	1	2	2	2	2	2	2	4
162	4	5	1	1	2	2	3	2	3	3
163	1	5	1	5	2	4	5	1	2	2
164	1	1	1	1	2	4	5	1	2	2
165	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2
166	1	5	2	1	1	4	3	1	3	3
167	5	1	1	2	2	3	2	2	5	4
168	4	2	2	2	2	1	2	2	5	2
169	3	2	2	2	2	1	3	2	2	1
170	4	3	3	3	3	2	3	3	2	2
171	4	2	2	2	2	2	2	2	2	3
172	2	1	2	2	2	3	4	2	3	3
173	2	1	2	2	2	3	3	2	3	5
174	3	2	3	3	3	3	3	3	1	5



175	2	2	2	2	2	2	3	2	1	2
176	2	2	2	2	2	3	2	2	4	2
177	2	5	3	2	1	2	2	2	2	4
178	1	2	3	4	1	5	2	3	2	4



Anexo 3: Instrumento(s) de investigación

Título: MOTIVACIÓN LABORAL DE LOS TRABAJADORES DEL GOBIERNO REGIONAL DE PUNO AÑO, 2024

Instrucciones: Marca con una X la alternativa que consideres según el artículo en las siguientes casillas.

Escala de medición

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

Gestión administrativa		1	2	3	4	5
1	¿El jefe del gobierno regional tiene el don de escuchar tu opinión y resolver problemas?					
2	¿El jefe del Gobierno regional inspira y transmite confianza a sus colaboradores?					
3	¿El jefe del gobierno regional te motiva a dar buenos resultados en el trabajo?					
4	¿El líder del gobierno regional tiene la creatividad para influir en los trabajadores para el desarrollo de diferentes actividades?					
5	¿El líder del gobierno regional genera soluciones alternativas a un problema?					
6	¿El Líder del Gobierno Regional trabaja en equipo y fomenta el entendimiento con sus trabajadores?					
7	¿Promueve el Gobierno regional la integración de sus trabajadores para alcanzar los objetivos?					
8	¿La autoridad del gobierno regional promueve la comunicación como parte del desarrollo institucional?					
9	¿Haces tu trabajo de buena gana porque estás motivado por la autoridad del gobierno regional?					
10	¿Promueve el gobierno regional el control al inicio de alguna actividad?					

Nota: Autores.



Anexo 4: Validación de instrumento

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y MARKETING

Título: MOTIVACIÓN LABORAL DE LOS TRABAJADORES DEL GOBIERNO REGIONAL DE PUNO AÑO, 2024

I. REFERENCIAS

- 1.1. Nombre del experto : ENRIQUE GENARO APAZA CHIRINOS
- 1.2. Profesión : LIC. EN ADMINISTRACIÓN
- 1.3. Cargo actual : DOCENTE
- 1.4. Grado académico : DOCTOR

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

1	2	3	4	5
Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente

INDICADORES	CRITERIOS	VALORES				
1. CLARIDAD	Está redactado con lenguaje apropiado				X	
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en capacidades observables				X	
3. ACTUALIDAD	Es adecuado al avance de la ciencia				X	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica de los ítems con las variables				X	
5. SUFICIENCIA	Valora las dimensiones en cantidad y calidad suficiente				X	
6. INTENCIONALIDAD	Esta adecuado para cumplir los objetivos de la investigación				X	
7. CONSISTENCIA	Está basado en aspectos teóricos y científicos				X	
8. COHERENCIA	Entre dimensiones, indicadores, ítems e índices				X	
9. METODOLOGIA	Responde al propósito de la investigación				X	
10. PERTINENCIA	Es útil y adecuado para la investigación				X	

III. OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES

IV. RESOLUCIÓN

Aprobado ($C > 75\% = 0.75$)

Desaprobado ($C < 75\% = 0.75$)

Lugar y fecha : I. S. - NOVIEMBRE - 2024

Firma

DNI°..02.4.13.1.22....

N° Celular .925805091



ANEXO 1
FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN

AUTORIZACIÓN PARA LA INCORPORACIÓN DE LOS
TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN
EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UANCV

Formato digital

Fecha de entrega: 20-08-2025

1. Datos del autor (es):

Nombres y Apellidos: MARY LUZ ROQUE PANTI

Dirección: Jr. Zepita Nro 635 - Ilave

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: 48586507

Teléfono: 972670928 email: maryluzroque95@gmail.com

Nombres y Apellidos: _____

Dirección: _____

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: _____

Teléfono: _____ email: _____

Facultad y/o Escuela de Posgrado: CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Escuela Profesional o Mención: ADMINISTRACIÓN Y MARKETING

Título o Grado Académico a optar: LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN Y MARKETING

Asesor: Dr. ROBBINS FLORES AGUILAR

Esta obra se encuentra dentro de las siguientes denominaciones:

Trabajo de Investigación Tesis Trabajo de Suficiencia Profesional Trabajo Académico

Título: MOTIVACIÓN LABORAL DE LOS TRABAJADORES DEL GOBIERNO REGIONAL DE PUNO
AÑO, 2024

Palabras claves, (3 a 5 términos): Motivación, trabajadores.

¿Esta obra se desarrolló en la UANCV ^{1, 2}?

2

¹ Indicar si su producción intelectual ha empleado recursos tales como, instalaciones, laboratorios, insumos, equipos, bases de datos, asesoría técnica por parte del personal de la UANCV, financiamiento, entre otros relacionados.

² Si su producción intelectual se desarrolló en la UANCV totalmente o parcialmente, deberá autorizar el depósito en el Repositorio de manera obligatoria.



2. Referencia de tesis:

Bachiller Título 2da Especialidad Maestría Doctorado

3. Licencias:

a) Licencia estándar:

Bajo los siguientes términos, autorizo el depósito de mi tesis en el Repositorio Digital de la UANCV.

Con la autorización de depósito de mi producción Intelectual, otorgo a la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" una licencia no exclusiva para reproducir, distribuir, comunicar al público, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público mi producción intelectual (incluido el resumen), en formato físico o digital, en cualquier medio, conocido o por conocerse, a través de los diversos servicios por la Universidad, creados o por crearse, tales como el Repositorio Digital de tesis UANCV, colección de producción intelectual, entre otros, en el Perú y en el extranjero por el tiempo y veces que considere necesarias, y libres de remuneraciones.

En virtud de dicha licencia, la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" podrá reproducir mi producción intelectual en cualquier tipo de soporte y en más de un ejemplar, sin modificar su contenido, solo con propósitos de seguridad, respaldo y preservación.

Declaro que la producción intelectual es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, coautoría con titularidad compartida, y me encuentro facultado a conceder la presente licencia y, asimismo, garantizo que dicha producción intelectual no infringe derechos de autor de terceras personas.

La Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" consignará el nombre del y/o los autor(es) de la producción intelectual, y no le hará ninguna modificación más que la permitida en la licencia.

Autorizo su publicación (marque con una X)

- Sí, autorizo que se deposite inmediatamente.
- Sí, autorizo que se deposite a partir de la fecha (d/m/a): _____
- No autorizo.

b) Licencia CREATIVE COMMONS 4.0 INTERNACIONAL:

Si usted concede una licencia CREATIVE COMMONS sobre su producción intelectual, mantiene la titularidad de los derechos de autor de esta y, a la vez, permite que otras personas puedan reproducirla, comunicarla al público y distribuir ejemplares de esta, bajo las condiciones siguientes:

¿Quiere permitir usos comerciales de su producción intelectual?

Sí: significa que usted permite la reproducción, distribución y comunicación pública de la producción intelectual incluso con fines comerciales.

No: significa que usted permite la reproducción, y comunicación pública de la producción intelectual, pero sin fines comerciales.

- Sí autorizo
- No autorizo



Jurisdicción de su Licencia

Todas las licencias CREATIVE COMMONS son de ámbito mundial, sin embargo, usted puede elegir entre la opción “internacional” o una adaptada a su jurisdicción, como para el caso peruano.

La opción “internacional” emplea el lenguaje y la terminología de los tratados internacionales; en cambio, la adaptada a su jurisdicción, recoge las particularidades de la legislación peruana.

En consecuencia, **la opción “internacional” goza de una mayor eficacia a nivel mundial, gracias a que tiene jurisdicción neutral.** Mientras que la opción adaptada a la jurisdicción del Perú goza de una mayor eficacia ante los tribunales peruanos.

Internacional

Nacional

Línea de investigación: ADMINISTRACIÓN PÚBLICA (5909-UNESCO)

Firma de Autor



huella digital

20 - AGOSTO - 2025

Fecha