



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**Trabajo de titulación en la modalidad de investigación
previo a la obtención del Título de
Ingeniera de Empresas**

**TEMA: “Gamificación como estrategia para mejorar
el clima organizacional en el sector cooperativista.”**

AUTOR:

Alejandra Estefanía Chávez Rugel

TUTOR: Ing. César Andrés Guerrero Velástegui, Mg.

COTUTORA: Ing. Ruth Elizabeth Infante Paredes, Mg.

AMBATO – ECUADOR

Agosto 2023



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. César Andrés Guerrero Velástegui, Mg.

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Gamificación como estrategia para mejorar el clima organizacional en el sector cooperativista.**” presentado por la señorita **Alejandra Estefanía Chávez Rugel** para optar por el título de Ingeniera de Empresas, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 28 de agosto del 2023



Ing. César Andrés Guerrero Velastegui, Mg.

C.I. 1803101243

APROBACIÓN DEL COTUTOR

Ing. Ruth Elizabeth Infante Paredes, Mg.

CERTIFICA:

En mi calidad de Cotutora del trabajo de titulación “**Gamificación como estrategia para mejorar el clima organizacional en el sector cooperativista.**” presentado por la señorita **Alejandra Estefanía Chávez Rugel** para optar por el título de Ingeniera de Empresas, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 28 de agosto del 2023



Ing. Ruth Elizabeth Infante Paredes, Mg.

C.I. 0603016106

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Alejandra Estefanía Chávez Rugel**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniera de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Alejandra Estefanía Chávez Rugel

C.I. 1803521416

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.



Ing. Renato Renee López Flores, Mg.

C.I. 1804099388



Lic. Mario Fernando Sigüenza Espín, Mg.

C.I. 1801670975

Ambato, 28 de agosto del 2023

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este proyecto dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.



Alejandra Estefanía Chávez Rugel

C.I. 1803521416

DEDICATORIA

Esta tesis va dedicada en primer lugar a Dios, fuente de sabiduría y guía en mi camino, por brindarme fortaleza e iluminar cada paso en esta travesía académica; y a mi madre mi más grande inspiración y principal pilar en mi vida, que con su sacrificio y amor me impulsa a alcanzar mis sueños. Gracias por ser mi ejemplo de perseverancia y mi mayor orgullo. Cada página escrita sea en tributo a su amor, dedicación y fe en mí.

AGRADECIMIENTO

Primero quiero agradecer a Dios por sus bendiciones, a mi familia por su apoyo incondicional y especialmente a mi madre que ha estado presente en cada paso de mi vida. También quiero agradecer a la Universidad Técnica de Ambato por convertirse en mi segundo hogar durante mis años de formación académica, a mi tutor y cotutora que con paciencia supieron direccionarme y a la cooperativa de ahorro y crédito Kullki Wasi Ltda. por abrirme sus puertas para realizar la investigación con satisfacción.

Se agradece a la Universidad Técnica de Ambato, a la Dirección de Investigación y Desarrollo (DIDE), por el apoyo al proyecto de investigación “Gamificación y marketing digital: perspectivas de la industria 4.0 desde el punto de vista de la educación superior” (PFCA25). Aprobado mediante Resolución Nro. UTA-CONIN-2023-0042-R, siendo parte del grupo de investigación Marketing, Consumo y Sociedad perteneciente a la Facultad de Ciencias Administrativas.

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
APROBACIÓN DEL COTUTOR	iii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	v
DERECHOS DE AUTOR	vi
DEDICATORIA	vii
AGRADECIMIENTO	viii
ÍNDICE GENERAL.....	ix
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiii
ÍNDICE DE IMÁGENES.....	xiv
ABSTRACT.....	xvi
CAPÍTULO I.- MARCO TEÓRICO	1
1.1 Antecedentes Investigativos.....	1
Fundamentación Teórica.....	4
- Gamificación Empresarial.....	4
- Metodologías Innovadoras	4
- Innovación en Gamificación	5
- Gamificación	5
• Características	7
➤ Diversión.....	8
➤ Activación.....	8
➤ Dominio	9
• Recursos	9
➤ Kahoot.....	10
➤ Educaplay.....	11
➤ Canva	12
- Gestión empresarial.....	13
- Recursos Humanos.....	13

-	Gestión de recursos humanos.....	14
-	Clima Organizacional.....	14
•	Elementos.....	16
➤	Autonomía.....	16
➤	Reconocimiento.....	16
➤	Innovación.....	17
1.2	Objetivos.....	18
	Objetivo General.....	18
	Objetivos Específicos.....	18
1.3	Problema.....	18
	Macro.....	19
	Meso.....	20
	Micro.....	21
	Justificación.....	22
CAPÍTULO II.- METODOLOGÍA.....		24
2.1	Materiales.....	24
	Recursos.....	24
2.2	Métodos.....	25
	Enfoque o Tipo.....	25
	Alcance.....	25
	Diseño.....	25
	Población y muestra.....	26
	Técnicas e Instrumentos.....	27
	Métodos estadísticos.....	27
	Validez de contenido.....	27
	V de Aiken.....	27
	Validez de Constructo.....	28
	KMO y Bartlett.....	28
	Fiabilidad.....	30
	Alpha de Cronbach.....	30
CAPÍTULO III.- RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....		33

3.1 Análisis y discusión de resultados	33
3.2 Prueba de Normalidad.....	55
Kolmogorov Smirnov	55
3.3 Verificación de hipótesis.....	56
CAPÍTULO IV .-CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	57
4.1 Conclusiones	57
4.2 Recomendaciones.....	58
Bibliografía	59
Anexos	64

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Prueba de esfericidad de Bartlett	29
Tabla 2 Método de extracción.....	29
Tabla 3 Resumen de procesamiento de casos	31
Tabla 4 Estadísticas de fiabilidad.....	32
Tabla 5 Edad	33
Tabla 6 Género.....	34
Tabla 7 Nivel de educación.....	35
Tabla 8 Uso de juegos	36
Tabla 9 Aspectos de juego	37
Tabla 10 Mayor actividad	38
Tabla 11 Emoción de nerviosismo.....	39
Tabla 12 Dominación y mando	40
Tabla 13 Autonomía y confianza	41
Tabla 14 Kahoot.....	42
Tabla 15 Educaplay.....	43
Tabla 16 Canva	44
Tabla 17 Decisiones autónomas.....	45
Tabla 18 Modo de ejecutar el trabajo.....	46
Tabla 19 Actividades de trabajo.....	47
Tabla 20 Felicitaciones en el trabajo.....	48
Tabla 21 Rendimiento	49
Tabla 22 Conocimiento de puntos fuertes.....	50
Tabla 23 Desarrollo de propias ideas	51
Tabla 24 Iniciativa.....	52
Tabla 25 Trabajo distinto	53
Tabla 26 La gamificación influye en el clima organizacional	54
Tabla 27 Kolmogorov Smirnov	55
Tabla 28 Prueba de Hipótesis.....	56

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Edad	33
Gráfico 2 Género	34
Gráfico 3 Nivel de educación	35
Gráfico 4 Uso de juegos	36
Gráfico 5 Aspectos de juego	37
Gráfico 6 Mayor actividad	38
Gráfico 7 Emoción de nerviosismo	39
Gráfico 8 Dominación y mando	40
Gráfico 9 Autonomía y confianza	41
Gráfico 10 Kahoot	42
Gráfico 11 Educaplay	43
Gráfico 12 Canva	44
Gráfico 13 Decisiones autónomas	45
Gráfico 14 Modo de ejecutar el trabajo	46
Gráfico 15 Actividades de trabajo	47
Gráfico 16 Felicitaciones en el trabajo	48
Gráfico 17 Rendimiento	49
Gráfico 18 Conocimiento de puntos fuertes	50
Gráfico 19 Desarrollo de propias ideas	51
Gráfico 20 Iniciativa	52
Gráfico 21 Trabajo distinto	53
Gráfico 22 La gamificación influye en el clima organizacional	54

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1 Gamification.....	6
Imagen 2 Gamificación	7
Imagen 3 Kahoot	10
Imagen 4 Educaplay	11
Imagen 5 Canva.....	12
Imagen 6 Clima Organizacional.....	15
Imagen 7 Países mas innovadores	19
Imagen 8 Digitalización educativa en latinoamérica	20
Imagen 9 Crecimiento digital en el Ecuador	21
Imagen 10 Rangos del Alfa de Cronbach	31

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio exploró el potencial de la gamificación como estrategia para fortalecer y mejorar el clima organizacional en la cooperativa de ahorro y crédito Kullki Wasi. Se llevó a cabo una revisión exhaustiva sobre gamificación y clima organizacional, con el fin de comprender los fundamentos teóricos y los efectos potenciales de la gamificación en el entorno laboral.

Se encontraron evidencias de que la gamificación puede tener un impacto positivo en la motivación, el compromiso y la satisfacción de los empleados. Posteriormente, para evaluar el impacto se realizó una recolección de datos, donde incluyeron cuestionarios prevalidados de cada variable.

Se aplicó una validación de contenido por el método de V de Aiken, y luego aplicar la encuesta con una muestra de 168 colaboradores. Así también una validez de Constructo con KMO y Bartlett y para certificar su fiabilidad con un cálculo de coeficiente de alfa de Cronbach con 0.952.

Los resultados obtenidos respaldan la idea de que la implementación de elementos de juego puede motivar a los empleados, fomentar la participación activa y fortalecer el sentido de pertenencia y además revelaron una mejora significativa en aspectos clave del clima organizacional, como la satisfacción laboral, el compromiso y la percepción de un ambiente colaborativo.

PALABRAS CLAVES: INVESTIGACIÓN, GAMIFICACIÓN, CLIMA ORGANIZACIONAL, MOTIVACIÓN, SATISFACCIÓN LABORAL, AMBIENTE COLABORATIVO.

ABSTRACT

The present study explored the potential of gamification as a strategy to strengthen and improve the organizational climate in the Kullki Wasi. Savings and credit cooperative. A comprehensive review on gamification and organizational climate was carried out, in order to understand the theoretical foundations and potential effects of gamification in the work environment.

Evidence was found that gamification can have a positive impact on employee motivation, commitment and satisfaction. Subsequently, to evaluate the impact, a data collection was carried out, which included pre-validated questionnaires for each variable.

A content validation was applied by the Aiken V method, and then applied the survey with a sample of 168 collaborators. Likewise, a validity of the Construct with KMO and Bartlett and to certify its reliability with a calculation of Cronbach's alpha coefficient with 0.952.

The results obtained support the idea that the implementation of game elements can motivate employees, encourage active participation and strengthen the sense of belonging, and also revealed a significant improvement in key aspects of the organizational climate, such as job satisfaction, commitment and the perception of a collaborative environment.

KEY WORDS: RESEARCH, GAMIFICATION, ORGANIZATIONAL CLIMATE, MOTIVATION, JOB SATISFACTION, COLLABORATIVE ENVIRONMENT.

CAPÍTULO I.- MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes Investigativos

Gamificación

Según (Coello y Gavilanes, 2019, p.20) “La gamificación del proceso de enseñanza aprendizaje significativo.” Se empleo instrumentos como encuestas y entrevistas aplicado a docentes y estudiantes, se recabo información mediante la investigación científica y la sistematización de los resultados obtenidos para así poder analizar falencias del rendimiento académico que presenten los estudiantes de la entidad Educativa Fiscal Vicente Rocafuerte, con una población de 480 y una muestra de 214. Los datos y conclusiones de esta investigación se centran en la aplicación de la Gamificación en el proceso de enseñanza-aprendizaje significativo y los métodos de técnicas lúdicas, aumentando así la motivación en la formación de los estudiantes.

En la siguiente investigación titulada “La gamificación como recurso didáctico para las clases de Educación Física universitaria” (Hernández y Mayorga, 2022, p.7) que se ha realizado en la Universidad de Guayaquil, se destacan tres dimensiones: Intuitivo-vivencial , ejecutivo-operacional y interpretativo-conductual, donde se pueda valorar el desarrollo alcanzado. Además, la investigación tiene una muestra que está formada de 187 estudiantes, que participan en clases de Educación Física , así fue como se reveló que su fin es promover no solo el desarrollo de las nuevas generaciones sino también incentivar a la socialización , integración y así garantizar el proceso de aprendizaje en los estudiantes de manera didáctica.

Según (Malvasi y Recio, 2022, p.3) en su investigación “Percepción de las estrategias de gamificación en las escuelas secundarias italianas” que es un estudio donde se llega a combinar técnicas cuantitativas y cualitativas de alcance exploratorio correlacional en las escuelas secundarias de Italia, en este estudio multicaso presenta un diseño

mixto al combinarse técnicas cuantitativas y cualitativas. El objetivo de diagnosticar el nivel de aplicación de gamificación como estrategia didáctica, donde se aplicó una encuesta a un total de 4845 estudiantes en escuelas secundarias, residentes en Italia, y entrevistas a 12 docentes. Los resultados son favorables al implementar estrategias didácticas y al obtener un mayor compromiso y más conexión emocional.

En la investigación (Ortiz et ál, 2018,p.5) titulado “Gamificación en educación: una panorámica sobre el estado de la cuestión” se empleó una metodología cualitativa que se basa en análisis de contenido, y arroja resultados que benefician a los estudiantes. El objetivo del estudio es detectar el impacto y los beneficios del uso de la gamificación en un contexto no lúdico como es el ámbito educativo. Se aplicó una encuesta con una muestra de 203 estudiantes de la escuela secundaria Mariano Alves de Sao Paulo Brasil. Y se llegó a obtener resultados que indican que un 75% alcanzó mayor motivación, estos resultados son favorables al demostrar que el empleo de la gamificación es una de las mejores estrategias para emplear en las empresas.

Clima Organizacional

Según (Melian, 2017, p.14) en su estudio titulado “La cultura organizacional y su impacto en el rendimiento de los equipos de trabajo: el papel mediador del clima y la reflexividad”, una tesis doctoral realizada en el servicio de salud pública de Asturias para analizar el clima organizacional del personal administrativo. El objetivo es la construcción y aplicación en el contexto sanitario y así valorar el clima organizacional. La muestra es de 3.790 trabajadores, donde primero se analiza las propiedades psicométricas y luego el clima organizacional por medio de las 10 escalas que evalúan dimensiones de autonomía, innovación, participación, incentivos, relaciones, organización de trabajo y más aspectos importantes.

En la investigación titulada “El impacto del liderazgo transformacional en el clima organizacional” (Bueno y Orozco, 2019,p.35) se utilizó para este estudio una metodología mixta, donde el objetivo general fue examinar la relación entre el liderazgo transformacional y el clima organizacional en una prestigiosa empresa de servicios. Para este estudio se aplicaron entrevistas semi estructuradas a una muestra de 50 empleados de distintos niveles jerárquicos que existe en la empres. Los resultados arrojados por del liderazgo transformacional es que además de inspirar, motiva a generar cambios significativos y positivos en la empresa, esto genera un clima adecuado ademas de un ambiente motivador para sus empleados de la empresa.

En el estudio (Márquez y Cardoso, 2022, p. 9). titulado “El clima organizacional y su influencia en colaboradores de una universidad mexicana” donde se formuló un cuestionario tanto presencial como digital a los colaboradores de la Unidad Académica Profesional Tejupilco (UAPT) del estado de México, donde la investigación es descriptiva y correlacional. Y con una muestra al azar de 38 trabajadores que tienen más de 8 años trabajando dentro de la organización. Además de que el instrumento se conformó por 2 partes, la primera datos demográficos y la segunda el grado de estudios y su antigüedad. Los resultados del estudio recalcan como los colaboradores relacionan el clima organizacional con relaciones interpersonales en su ambiente de trabajo.

Según (Guerreo et ál, 2022, p. 10) en su investigación “Gestión estratégica del talento humano en el mejoramiento del desempeño laboral en el sector textil en la ciudad de Ambato” se analiza la incidencia de la gestión estratégica en el desempeño laboral. Este estudio es exploratoria analítica bajo un enfoque mixto. Se aplicó una encuesta y cuestionario con escala de Likert y con una validación de alfa de Cronbach de 0.823 realizado a 30 empleados de empresas textiles de la ciudad de Ambato. En los resultados se obtuvo que los empleados tienen un alto nivel de tareas cumplidas y compromiso, esto indica que la mayoría de procesos son utilizados apropiadamente en la industria textil a través de una gestión adecuada de talento humano.

Fundamentación Teórica

- Gamificación Empresarial

Según García (2021, p.12) la gamificación empresarial es una estrategia que utiliza elementos y mecánicas de los juegos en un entorno empresarial, esta práctica innovadora busca aplicar los principios de la gamificación, como la competencia, desafíos, recompensas y la retroalimentación constante, para motivar a los empleados y fomentar un ambiente de trabajo más productivo y satisfactorio. Esta metodología emplea sistemas de incentivos y recompensas que permiten a los empleados ganar puntos, alcanzar niveles y desafíos para convertir actividades laborales en experiencias lúdicas y atractivas, la gamificación empresarial fomenta el aprendizaje y desarrollo de habilidades mediante la incorporación de mecánicas de juego donde se puedan adquirir nuevas competencias de manera dinámica y divertida (Chapa et ál, 2023, p.15).

- Metodologías Innovadoras

Para (Gomes et ál, 2020, p.7). Las metodologías innovadoras son enfoques y prácticas que se utilizan para abordar problemas y desafíos de manera creativa, se caracteriza por su enfoque centrado en el usuario, la experimentación, la adaptabilidad y la colaboración. Una de las metodologías innovadoras mas conocidas es el Design Thinking, que se basa en entender profundamente las necesidades y deseos de los usuarios para idear soluciones creativas y viables. Otra metodología es el Lean Startup que promueve el lanzamiento rápido de productos mínimos viables y el aprendizaje validado a través de la retroalimentación de los clientes. Las metodologías innovadoras se centran en el usuario, también promueven la creatividad y buscan soluciones mas efectivas y eficientes a los desafíos empresariales (Díaz et ál, 2017, p.8).

- **Innovación en Gamificación**

Para (Riquelme, 2020, p.11) la innovación dentro de la gamificación hace referencia a la aplicación de nuevas ideas , enfoques y tecnologías para mejorar y evolucionar el uso de la gamificación en diversos contextos. Se trata de un enfoque que busca constantemente desafiar lo establecido y encontrar soluciones originales a problemas existentes. La innovación no se limita únicamente a la invención de nuevos productos o tecnologías, sino que abarca todo sobre la actividad humana, desde modelos de negocio innovadores hasta mejoras en procesos, servicios, estrategias, organización y cultura empresarial. La innovación implica la capacidad de generar ideas creativas, explorar nuevas posibilidades y asumir riesgos. Además, de una cultura organizativa que fomente la curiosidad, el aprendizaje y la adaptabilidad (Castro y Fernández, 2020, p.18).

- **Gamificación**

La gamificación es un enfoque innovador que utiliza elementos y mecánicas de los juegos en contextos no lúdicos con el fin de motivar, comprometer y mejorar la experiencia de los usuarios. Esta técnica se ha vuelto cada vez más popular en diversos ámbitos, como la educación, el marketing, el entrenamiento empresarial y el desarrollo personal (Morales, 2022, p.8). Al aplicar la gamificación, se introducen elementos como puntos, niveles, recompensas, desafíos y competencias que imitan las dinámicas propias de los juegos. Estos elementos buscan despertar la curiosidad, el espíritu competitivo y el deseo de superación en los participantes, incentivándolos a alcanzar metas y realizar acciones específicas, y transformar las actividades diarias en experiencias atractivas y motivadoras (Luengo y Cruz, 2022, p.7).

Imagen 1 Gamification



*Nota:** Imagen de la Gamificación. Fuente: Luengo y Cruz (2022)

La gamificación o como su término en inglés gamification, tiene como objetivo principal aumentar la participación y la motivación de los usuarios, convirtiendo tareas o actividades cotidianas en algo más entretenido y gratificante. Esto no solo mejora la experiencia sino que aprender sea divertido, didáctico y retentivo. Al hacerlo, se promueve el aprendizaje, la adquisición de habilidades, el trabajo en equipo y el desarrollo de la creatividad. Además, la gamificación puede fomentar el compromiso y la lealtad de los usuarios hacia una marca, producto o servicio, al generar una experiencia memorable y divertida (Morales, 2022, p.4). Todo es de gran ayuda cuando se llegue a ejecutar con éxito, al ser una técnica además de innovadora eficiente.

Imagen 2 Gamificación



*Nota:** Imagen de la Gamificación. Fuente: (Morales, 2022)

- **Características**

Para (Muñoz, 2022, p.31) las características son atributos distintivos y definitorios que poseen los objetos, personas o conceptos. Además de que son cualidades o propiedades que nos permiten diferenciar y reconocer algo de manera única. Estos pueden ser rasgos que describan sobre las diferencias o semejanzas de un conjunto de cosas, personas o situaciones. Estas características pueden ser tanto físicas como abstractas, y desempeñan un papel muy fundamental en la descripción y comprensión de cualquier cosa, es decir, las características son los atributos que nos permiten diferenciar y comprender el mundo que nos rodea, estas cualidades distintivas nos ayudan a identificar, clasificar y comprender de manera más precisa y completa aquello que observamos y estudiamos. En personas pueden ser rasgos físicos o psicológicos, y en objetos se refiere a rasgos visibles o medibles.

➤ **Diversión**

La diversión es una experiencia placentera y entretenida que proporciona alegría, satisfacción y un escape de la rutina diaria. Es un estado emocional que nos brinda disfrute, relajación y un sentimiento de bienestar (Grijalva, 2018, p.16). También puede estar asociada con actividades lúdicas, como juegos, deportes, música, baile y actividades recreativas. Estas actividades nos permiten liberar el estrés, estimular nuestra creatividad y establecer conexiones sociales. La diversión también implica un sentido de desafío y superación personal. Participar en actividades desafiantes, como juegos o actividades competitivas, puede generar emoción y satisfacción al lograr metas y superar obstáculos., la diversión es esencial para nuestra salud mental y emocional, brindándonos momentos de alegría y bienestar.

➤ **Activación**

Para Martell la activación se refiere al proceso de poner en marcha, estimular o despertar una acción, un sistema o un estado particular. Esto Implica el inicio de una actividad o proceso que estaba inactivo o en reposo previamente. La activación puede ocurrir en diversos contextos, desde el ámbito físico hasta el mental y emocional. Cuando estamos activados mentalmente, somos más propensos a estar concentrados, y comprometidos con lo que estamos haciendo, la activación es el proceso que nos permite estar listos y enérgicos para llevar a cabo tareas, responder a estímulos y experimentar diferentes estados de funcionamiento (Martell, 2017, p.9). La activación se puede hacer principalmente referencia a una estimulación para llegar a una respuesta física.

➤ **Dominio**

El dominio se refiere a diferentes áreas y contextos en los cuales se establece autoridad, control o poder sobre algo. En el ámbito legal, el dominio se vincula con la propiedad y el derecho exclusivo sobre un bien o territorio, otorgando la facultad de tomar decisiones y ejercer control sobre ellos, el concepto de dominio también puede aplicarse en el ámbito de los conocimientos y habilidades, denotando un alto grado de maestría y control en una determinada área de estudio. Asimismo, el dominio puede ser entendido como un estado de influencia o supremacía en una industria o mercado, donde una empresa o marca ejerce un control significativo sobre sus competidores. En síntesis, el dominio abarca el poder de control, propiedad o influencia en diversas esferas, desde lo legal y digital hasta el conocimiento y la competitividad empresarial (Brero, 2023, p.14).

• **Recursos**

Los recursos son elementos o activos disponibles que se utilizan para satisfacer necesidades o lograr objetivos. Estos pueden ser tanto tangibles como intangibles, y desempeñan un papel crucial en diversas áreas de la vida, desde la economía hasta la gestión de proyectos (Pons, 2020, p.33), es decir, los recursos son los elementos y activos disponibles que se utilizan para satisfacer necesidades y alcanzar objetivos, la gestión adecuada de estos recursos es fundamental para lograr resultados exitosos y sostenibles. La identificación, adquisición y optimización de los recursos adecuados son aspectos clave para el desarrollo y el progreso en diferentes ámbitos de la vida. Los recursos también es el medio utilizado para la ejecución o cumplimiento de un fin con éxito.

➤ **Kahoot**

Kahoot es una popular aplicación educativa interactiva que se utiliza en entornos de aprendizaje, diseñada para que sea divertido y participativo, también permite responder preguntas de opción múltiple en tiempo real utilizando sus dispositivos móviles o computadoras. La aplicación ofrece una amplia gama de temas y contenidos educativos, lo que la hace adaptable a diferentes disciplinas y niveles académicos. Estas actividades se presentan en forma de juegos de preguntas y respuestas, donde se compite por puntos y se clasifican en un ranking. Esto fomenta el compromiso y la motivación, además, ofrece una experiencia lúdica y colaborativa al jugar individualmente o en equipos. También proporciona retroalimentación inmediata, porque al final de cada pregunta se muestra la respuesta correcta, esto facilita la identificación de áreas de mejora y brinda oportunidades para discusiones y explicaciones adicionales (Valles y Mota, 2020, p.5).

Imagen 3 Kahoot



*Nota:** La figura muestra el logotipo de Kahoot. Fuente: Kahoot (2023)

➤ **Educaplay**

Según (Novo, 2020, p.61) es una aplicación educativa versátil que proporciona herramientas interactivas y personalizables para el aprendizaje. Esta plataforma permite a los educadores crear y compartir actividades educativas en línea de manera sencilla y efectiva. Con Educaplay se puede desarrollar actividades interactivas como crucigramas, sopas de letras, cuestionarios, juegos de asociación y muchos otros recursos didácticos. Estas actividades se adaptan a diferentes niveles y áreas de conocimiento, lo que facilita su integración en diversos contextos educativos. Con su enfoque en la participación activa, la colaboración y la generación de informes, Educaplay facilita la creación y el uso de actividades atractivas y efectivas en entornos educativos.

Imagen 4 Educaplay



*Nota:** La figura muestra el logotipo de Educaplay. Fuente: Educaplay (2023)

➤ **Canva**

Canva es una aplicación de diseño gráfico online que permite a los usuarios crear de manera fácil y rápida diseños profesionales y atractivos. Presenta una amplia variedad de plantillas prediseñadas, que es accesible para usuarios con o sin experiencia en diseño. La aplicación ofrece una amplia gama de herramientas y recursos, como imágenes, tipografías, elementos gráficos y opciones de edición, esto permite personalizar sus diseños y adaptarlos a sus necesidades y preferencias específicas (Gutiérrez y Gómez , 2018, p.15). Canva muestra una amplia variedad de proyectos, como presentaciones, infografías, carteles, tarjetas de felicitación, currículums y más. La colaboración es otro aspecto importante de Canva, al permitir a los usuarios trabajar en equipo en proyectos compartidos. Pueden invitar a otros usuarios a editar y comentar los diseños, lo que facilita la colaboración y la retroalimentación en tiempo real.

Imagen 5 Canva



*Nota:** La figura muestra el logotipo de Canva. Fuente: Canva (2023)

- **Gestión empresarial**

La gestión empresarial es el conjunto de actividades y procesos que se llevan a cabo para dirigir y administrar una empresa de manera eficiente y efectiva. Implica la planificación, organización, dirección y control de los recursos y actividades de la empresa con el objetivo de alcanzar los objetivos y metas establecidos. Abarca diversas áreas funcionales, como la gestión estratégica, la gestión financiera, la gestión de recursos humanos, la gestión de operaciones y la gestión de marketing (Chapa et ál, 2023, p.3). Cada una de estas áreas desempeña un papel clave en el funcionamiento y el éxito de la empresa, y requiere de habilidades y conocimientos específicos. La gestión empresarial implica la toma de decisiones informadas y basadas en el análisis de datos y la evaluación de riesgos (Guzmán, 2022, p.8). También implica la gestión de personas, el establecimiento de políticas y procedimientos, la asignación eficiente de recursos, la supervisión de procesos y la evaluación de resultados. En pocas palabras la gestión empresarial es el proceso de dirigir y administrar una empresa de manera integral y estratégica.

- **Recursos Humanos**

Los recursos humanos se refieren al conjunto de personas que conforman una organización y que contribuyen activamente a su funcionamiento, desarrollo y éxito. “La gestión de recursos humanos es el área encargada de administrar y aprovechar de manera estratégica el talento, las habilidades y el potencial de los empleados dentro de la empresa” (Riquelme, 2023, p.13) . El objetivo principal de los recursos humanos es garantizar que la organización cuente con el personal adecuado en términos de cantidad y calidad para alcanzar los objetivos empresariales. Esto implica atraer, reclutar y seleccionar candidatos, así como también desarrollar, capacitar y retener al talento existente. La gestión de recursos humanos abarca diversas funciones, como el diseño de puestos de trabajo, la elaboración de políticas y procedimientos, la planificación y gestión del personal, la gestión del desempeño, la compensación y beneficios, la gestión del clima laboral y la resolución de conflictos. Además de

promover un ambiente de trabajo saludable y motivador (Rodríguez y Machado , 2020, p.11).

- **Gestión de recursos humanos**

Para (Ribbert et ál, 2023, p.9), la gestión de recursos humanos es una disciplina fundamental en cualquier organización, que se enfoca en la administración eficiente y efectiva de los empleados y el talento humano. Consiste en un conjunto de prácticas y estrategias diseñadas para reclutar, seleccionar, desarrollar, motivar y retener a los colaboradores de una empresa, con el objetivo de alcanzar los objetivos organizacionales y maximizar su desempeño. También se preocupa por la motivación y el compromiso de los empleados. A través de estrategias de compensación y beneficios, donde se busca recompensar el desempeño sobresaliente y fomentar un ambiente laboral positivo. Asimismo, se implementan programas de reconocimiento y desarrollo de carrera, que permiten a los colaboradores sentirse valorados y crecer dentro de la organización. La gestión de recursos humanos también se encarga de la gestión del clima laboral y las relaciones laborales. Se promueve un ambiente de trabajo saludable y seguro, se resuelven conflictos y se fomenta la colaboración y el trabajo en equipo. Además, se establecen políticas y procedimientos que garanticen el respeto a los derechos laborales y la equidad dentro de la organización (Luque, 2021, p.6).

- **Clima Organizacional**

Para Leal (2023, p.10) el clima organizacional se refiere al ambiente psicológico y emocional que prevalece en una organización. Es la percepción colectiva de los empleados respecto a las normas, los valores, las actitudes, las prácticas de comunicación y el grado de satisfacción laboral en su entorno de trabajo. Un clima organizacional positivo se caracteriza por la confianza, la colaboración, el apoyo mutuo, la comunicación abierta y la satisfacción laboral de los empleados. Este

ambiente propicia un mayor compromiso, una mayor productividad y un mejor rendimiento individual y grupal. Por otro lado, un clima organizacional negativo puede estar marcado por la falta de comunicación, la desconfianza, los conflictos interpersonales, la falta de reconocimiento y la falta de oportunidades de crecimiento (Sevillano y Vásquez, 2022, p.7). Esto puede generar desmotivación, estrés laboral y una disminución en el desempeño de los empleados.

Imagen 6 Clima Organizacional



*Nota:** Imagen del Clima organizacional. Fuente: Sevillano y Vásquez (2022)

El clima organizacional tiene un impacto significativo en la satisfacción y el bienestar de los empleados, así como en la retención de talento. Una cultura corporativa sólida y un clima favorable pueden atraer y retener a los mejores profesionales, promoviendo así la estabilidad y el éxito de la organización. La medición y el análisis del clima organizacional son herramientas clave para identificar áreas de mejora y diseñar estrategias para fortalecer el ambiente laboral. Esto puede incluir programas de capacitación, promoción de la comunicación efectiva, reconocimiento y recompensas, así como la promoción de un equilibrio saludable entre el trabajo y la vida personal de los empleados (Soto et ál, 2022, p.13).

- **Elementos**

Según Silva Ernesto los elementos son unidades fundamentales e indivisibles que conforman la estructura de un todo. Son los constituyentes básicos que componen la materia, tanto en el ámbito químico como en otros campos de estudio. Los elementos se caracterizan por poseer propiedades únicas y específicas que los distinguen entre sí, esto quiere decir que los elementos son unidades fundamentales que componen la estructura de entidades y sistemas en diversas disciplinas. Ya sea en química, diseño visual, matemáticas u otros campos, los elementos son los constituyentes básicos que poseen propiedades distintivas y desempeñan un papel fundamental en el análisis y la comprensión de los sistemas en los que se encuentran (Silva, 2020, p.4).

- **Autonomía**

Para (Peñaherrera et ál , 2020, p.9). La autonomía se refiere a la capacidad de una persona o entidad para gobernarse, decidir y actuar de manera independiente, sin estar sujeta a la influencia o control externo. Implica tener la libertad y el poder de tomar decisiones propias y responsabilizarse de las consecuencias de estas elecciones. La autonomía se relaciona con la capacidad de autodeterminación y autogobierno, tanto a nivel individual como colectivo. En el ámbito personal, la autonomía implica tener la capacidad de tomar decisiones que afectan nuestra vida y el control sobre nuestra propia conducta. Incluye la capacidad de establecer metas, tomar decisiones informadas y actuar según nuestros propios valores y deseos.

- **Reconocimiento**

El reconocimiento es un concepto que abarca varias dimensiones y significados. En su sentido más amplio, el reconocimiento se refiere a la acción de identificar, valorar o validar algo o alguien. Ya sea a nivel personal, social o profesional. El reconocimiento implica el acto de apreciar y valorar las habilidades, logros o características de uno

mismo o de los demás, lo que puede generar una sensación de gratificación y autoestima (Morales et ál, p.12). Además, el reconocimiento puede ser una herramienta importante en las relaciones interpersonales, ya que implica la capacidad de escuchar, comprender y validar las emociones y experiencias de los demás. En el ámbito profesional, el reconocimiento se refiere a la validación y acreditación de los conocimientos, habilidades o logros de una persona. Puede manifestarse a través de títulos, diplomas, certificaciones o promociones, lo que respalda y valida la trayectoria y el talento de un individuo en un campo determinado.

➤ **Innovación**

Según (Castro y Fernández, 2020, p.8) La innovación se refiere al proceso de generar ideas, conceptos, productos o servicios nuevos o mejorados que aportan valor y satisfacen necesidades de manera original y creativa. La innovación implica romper con lo establecido y buscar soluciones novedosas y efectivas. En el ámbito empresarial, la innovación impulsa la competitividad y el crecimiento. Las empresas que se dedican a la innovación constantemente buscan mejorar y adaptarse a las demandas del mercado, desarrollando nuevos productos, servicios o procesos que les brinden ventajas competitivas. La innovación también se relaciona con el progreso científico y tecnológico. La investigación y el desarrollo de nuevas tecnologías, aplicaciones y descubrimientos científicos impulsan avances significativos en diversos campos.

1.2 Objetivos

Objetivo General

- Determinar la relación existente entre gamificación y clima organizacional, con la finalidad de identificar los elementos más relevantes para el personal de la Cooperativa.

Objetivos Específicos

- Fundamentar de manera teórica y metodológica la gamificación y el clima organizacional.
- Diagnosticar los recursos y características de gamificación que en la actualidad la Cooperativa de ahorro y crédito Kullki Wasi utiliza en la gestión del clima organizacional.
- Identificar la relación existente entre las variables objeto de estudio, para esquematizar una aproximación de los elementos que influyan en el clima organizacional de la Cooperativa de ahorro y crédito Kullki Wasi.

1.3 Problema

Contextualización del problema

El presente estudio se centra en la problemática del limitado uso de gamificación en el clima organizacional de la cooperativa de ahorro y crédito Kullki Wasi Ltda. A pesar de los avances en el campo de la gamificación y su recorrido potencial para mejorar la motivación y el compromiso de los trabajadores, se ha observado que en la cooperativa existe una falta de implementación efectiva de estas estrategias gamificadas, provocando un clima organizacional menos estimulante y participativo, lo que podría causar un impacto negativo en la productividad y la satisfacción laboral en la empresa.

Macro

Mundo

Los países más innovadores en el año 2022 según la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) encabeza Suiza con una puntuación de 64,6 sobre 100 en el índice mundial de innovación, en segundo lugar Estados Unidos con una puntuación de 61,8% y en tercer lugar Suecia con 61,6. Son países de primer mundo que no solo están más actualizados en tecnología sino también que buscan mejorar su productividad mediante estrategias gamificadas en todo ámbito. Podemos observar en el siguiente gráfico los países con mayor puntuación en el índice mundial de innovación en el año 2022.

Imagen 7 Países mas innovadores



*Nota:** Imagen de los países con la mayor puntuación a nivel mundial de innovación. Fuente: OMPI (2022).

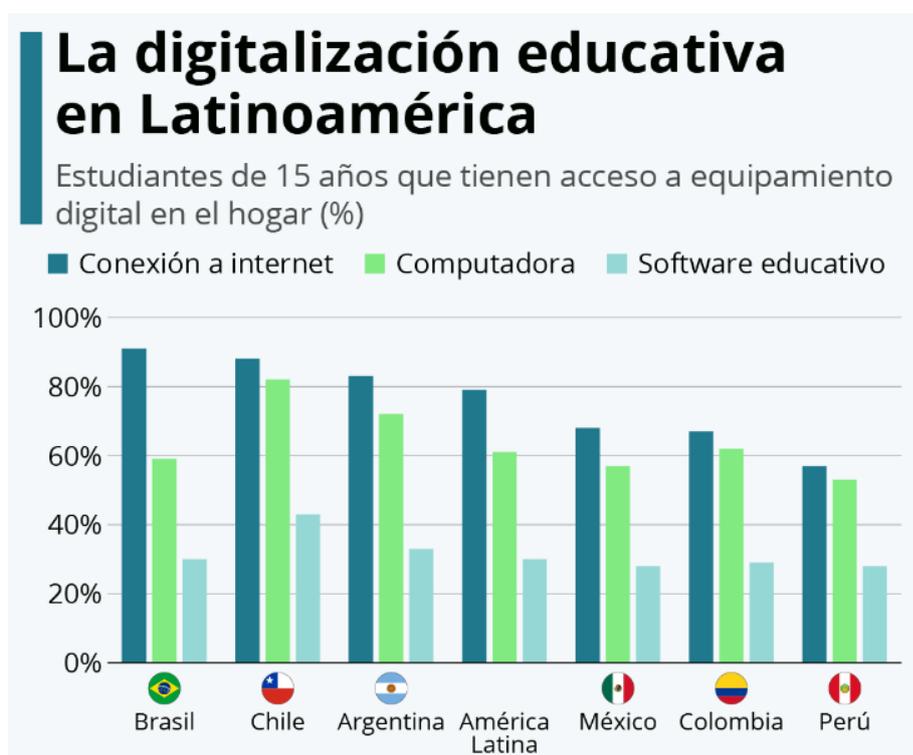
Martínez y Toscano (2021, p.14) hablan que la gamificación consiste en implementar técnicas de juego para aumentar la motivación, el aprendizaje, la productividad y sobretodo para animar a las personas a conseguir sus objetivos. La gamificación busca introducir técnicas creativas e innovadoras para así motivar a participar en las actividades.

Meso

Latinoamérica

De acuerdo a la UNESCO en el 2018 por el estudio Evaluación Internacional de estudiantes (PISA) el equipamiento digital en los países latinoamericanos es desigual. Un ejemplo es que el 91% de los estudiantes de 15 años de edad que viven en Brasil tienen conexión a internet en sus casas, mientras que el 57% de los estudiantes de la misma edad pero que residen en Perú cuentan con este servicio en sus domicilios. Por esto podemos observar en la gráfica que el porcentaje más alto es en Brasil, seguido de Chile, Argentina, México, Colombia y Perú. Podemos observar en el siguiente gráfico la digitalización educativa en Latinoamérica.

Imagen 8 Digitalización educativa en latinoamérica



*Nota:** Imagen de la digitalización educativa en latinoamérica. Fuente: UNESCO (2018)

Según (Marsal, 2020, p.5), explica como la gamificación ha ido ganando popularidad en latinoamérica en los últimos años. Las empresas han adoptado la gamificación como una estrategia factible para motivar, educar y fidelizar a sus empleados y clientes. Las aplicaciones gamificadas que ayudan notablemente a la participación y el aprendizaje. En el sector empresarial muchas organizaciones han recurrido a la gamificación para aumentar la productividad y el compromiso en sus trabajadores.

Micro

Ecuador

Digital 2022 global Overview Report se aborda el crecimiento que ha tenido el Ecuador durante el año 2021 en cuando al uso de internet y medios digitales. El Ecuador tiene 18 millones de habitantes, de los cuales el 75,6% son usuarios de internet. El 81% son usuarios activos en las redes sociales y el 88,4% realizan su conexión a internet desde sus celulares. Estos son aspectos esenciales del crecimiento digital en el país. Esto ayuda a que la gamificación este al alcance de la mayor cantidad de personas y puedan aprovechar sus beneficios.

Imagen 9 Crecimiento digital en el Ecuador



*Nota:** Imagen de los aspectos esenciales del crecimiento digital en Ecuador. Fuente: Medina (2022)

Se pueden llegar a confundir el término gamificación con aplicaciones de juego, pero se basa en dar recompensas a los participantes por sus acciones durante el proceso de la aplicación. Esto puede impulsar la predisposición de aprender, superar obstáculos y conseguir los objetivos y así también mejorar las relaciones laborales (Medina, 2022, p.9).

Justificación

El presente estudio trata de identificar como el clima organizacional se asocia con la gamificación al implementarlo como estrategia de gestión, y se profundiza la importancia del ambiente laboral para potencializar el conjunto de procesos productivos en una empresa, mediante estrategias motivacionales para mejorar la efectividad y satisfacción de los trabajadores (Gómez y Vesga, 2020, p. 31).

El impacto positivo que puede llegar a alcanzar la investigación será de gran ayuda para la empresa al estar enfocada en estrategias de gamificación para generar cambios positivos en el clima organizacional mediante mecanismos de juego como incentivo, que notablemente ayudará a mantener la conformidad y motivación de los trabajadores al presenciar un buen clima laboral mediante estrategias gamificadas y acondicionadas a los objetivos de la organización.

Los beneficiarios de la investigación son los trabajadores y la cooperativa de ahorro y crédito KULLKI WASI, que al presenciar la gamificación en el clima organizacional pueden trabajar en equipo y compartir conocimientos para así fortalecer las relaciones entre los colaboradores, además de comprometer y potenciar el aprendizaje, fomentando la participación y el desarrollo de habilidades. Un buen clima laboral se origina un comportamiento motivado y eficiente, que ayudará a la cooperativa

factiblemente, mediante estrategias basadas en juego y acondicionadas a los objetivos de la organización.

La particularidad de este proyecto de investigación es que ayuda a tener una perspectiva más extensa en cuanto al clima organizacional y su importancia de mantener un ambiente adecuado, por medio de estrategias gamificadas orientadas a la motivación empresarial, a través de retos y juegos donde se pretende motivar al personal y por ende mejorar la gestión organizacional.

CAPÍTULO II.- METODOLOGÍA

2.1 Materiales

Kullki Wasi es una palabra quechua que significa la casa del dinero; la cooperativa de ahorro y crédito Kullki Wasi Ltda es una institución financiera que realiza actividades relacionadas a la gestión de recursos financieros, promueve el ahorro y brinda servicios a sus socios. Esta organización inicio sus actividades en el mes de abril del 2003, liderado por el actual gerente general de la institución el Mgs. Juan Andagana. A lo largo de estos 20 años de servicio su aceptación es tan grande que ha logrado extenderse con un total de 22 agencias en las 4 regiones del Ecuador, brindando a la comunidad un mejor servicio y con mayor alcance además de confiabilidad.

Recursos

En proyecto de investigación se utilizaron diversos recursos como son los recursos institucionales que proporcionó respaldo y apoyo para la ejecución del proyecto, como el acceso a la biblioteca virtual o en línea; en cuanto a recursos humanos, se contó con un equipo de investigadores y expertos en el campo del tema de investigación, como fue el tutor y cotutora de la tesis y el aporte de la autora del proyecto; así también, se requirió de recursos materiales como son las resmas de papel bond, tintas para impresoras, esferos de colores, corrector, carpeta, lápiz y borrador, material que sirvió de apoyo para llevar a cabo la investigación. Y por último los recursos tecnológicos como es el internet facilitando la recopilación, el procedimiento y el análisis de datos. Todos estos recursos son adecuados para llevar a cabo todas las etapas de la investigación y obtener un proyecto de investigación de calidad.

2.2 Métodos

Enfoque o Tipo

El enfoque que se utilizará para el presente proyecto es el cuantitativo, que parte de la revisión de literatura científica para así entender teorías; posteriormente se aplica un instrumento para recopilar datos y transformarlos en información, que implementando estadística permite comprender mediante números al problema y su diagnóstico (Blanco y Pirela, 2017,p.4). Adicionalmente se plantea hipótesis y se la comprueba para finalmente establecer conclusiones.

Alcance

Según (Blanco y Pirela, 2017, p.5) “el alcance de la metodología se refiere al límite o extensión de la investigación”. Esta investigación es de alcance descriptivo por que busca describir y caracterizar un fenómeno de manera detallada; y así también es correlacional al examinar la relación que existe entre gamificación y clima organizacional, donde se determina si existe una relación estadística entre las dos variables.

Diseño

El diseño de la metodología hace referencia a la estructura y planificación de la investigación, al ser crucial para garantizar la validez y confiabilidad de los resultados de la investigación o tesis (Blanco y Pirela, 2017, p.5). El diseño que se utilizó en la investigación fue el de encuesta que es fundamental para la recopilación de datos, y obtener información relevante sobre si existe gamificación en el clima organizacional de la cooperativa.

Población y muestra

Población

Según (Gómez y Vicente, 2017, p.14) “la población es un grupo de personas a los que se le investigará de un tema en específico”. La población tomada de la investigación es de 299 trabajadores de la cooperativa KULLKI WASI.

Muestra

Es una porción o una cantidad pequeña representativa de un total para un estudio, análisis o experimento (Gómez y Vicente, 2017, p.14). La fórmula utilizada para calcular el tamaño de la muestra es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

n= Tamaño de la muestra buscado

N= Tamaño de la Población o Universo= 299

Z= Nivel de Confianza = 95% = 1,96

e= Error de estimación máximo aceptado= 5%

p= Probabilidad de éxito= 50%

q= Probabilidad de fracaso= 50%

$$n = \frac{1,96^2 * 0.50 * 0.50 * 299}{0.05^2 * (299 - 1) + 1,96^2 * 0.50 * 0.50}$$

$$n = \frac{287,1596}{1,7054}$$

$$n=168$$

Aplicando un muestreo probabilístico aleatorio simple.

Técnicas e Instrumentos

Encuesta

En el trabajo de investigación se utilizará una encuesta estructurada previamente validada y publicada en revistas científicas indexadas; con ese sustento científico, se calculará confiabilidad mediante alfa de cronbach y validez mediante V-Aiken y KMO utilizando el programa estadístico SPSS. Para lo cual se identifica a los colaboradores de la cooperativa de ahorro y crédito KULLKI WASI, con un total de 299 personas, por lo tanto, se calculó una muestra de 168.

Métodos estadísticos

Validez de contenido

V de Aiken

El método de V de Aiken es una técnica utilizada para evaluar la relación entre variables de interés. Este enfoque proporciona una forma más precisa de evaluar las relaciones entre variables, ya que permite distinguir el efecto específico de cada variable independiente en la variable dependiente, controlando el efecto de otras variables. Esto es especialmente útil en investigaciones donde existen relaciones complejas entre múltiples variables y se busca comprender el impacto individual de cada una de ellas.

V de Aiken es una herramienta valiosa en la investigación multivariable, ya que proporciona una visión más precisa de las relaciones entre variables y ayuda a identificar la contribución única de cada variable en la explicación de una variable dependiente (Ferreira et ál, 2022, p.7).

Validez de Constructo

KMO y Bartlett

El KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) y el test de esfericidad de Bartlett son dos técnicas estadísticas utilizadas en el análisis factorial y en la validación de constructos en la investigación social y psicológica. El KMO es una medida de la adecuación de muestreo que evalúa si los datos son apropiados para realizar un análisis factorial. Proporciona información sobre la correlación entre las variables y determina si existe suficiente correlación entre ellas para proceder con el análisis factorial. El valor del KMO varía entre 0 y 1, y se considera que un valor superior a 0.5 indica una adecuación de muestreo aceptable. Por otro lado, el test de esfericidad de Bartlett es una prueba que evalúa la hipótesis nula de que la matriz de correlaciones es una matriz de identidad, lo que indica que no hay correlación entre las variables. Si el valor p obtenido en el test de Bartlett es significativo ($p < 0.05$), se rechaza la hipótesis nula y se concluye que existe suficiente correlación entre las variables para proceder con el análisis factorial (Pacheco et ál, 2022, p.5).

En conjunto, el KMO y el test de esfericidad de Bartlett son utilizados para verificar si los datos son adecuados para realizar un análisis factorial. Permiten obtener resultados más confiables y válidos, al garantizar que las variables están adecuadamente relacionadas entre sí.

Tabla 1 Prueba de esfericidad de Bartlett

Prueba de KMO y Bartlett		
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		0,912
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	3382,863
	gl	171
	Sig.	,000

Nota: *Resultados estadísticos de prueba de esfericidad de Bartlett. Fuente: SPSS Statistics.

Tabla 2 Método de extracción

	Comunalidades	
	Inicial	Extracción
P1	1,0000	0,855
P2	1,0000	0,880
P3	1,0000	0,873
P4	1,0000	0,775
P5	1,0000	0,765
P6	1,0000	0,761
P7	1,0000	0,823
P8	1,0000	0,841
P9	1,0000	0,791
P10	1,0000	0,652
P11	1,0000	0,671
P12	1,0000	0,700
P13	1,0000	0,680
P14	1,0000	0,589
P15	1,0000	0,732
P16	1,0000	0,855
P17	1,0000	0,851
P18	1,0000	0,821
P19	1,0000	0,728

Nota: *Resultados estadísticos muestra de extracción: Análisis de componentes principales. Fuente: SPSS Statistics.

El método de extracción es una técnica utilizada en el análisis factorial para determinar cómo se extraen los factores a partir de un conjunto de variables observadas. Existen varios métodos de extracción comunes, como el método de componentes principales, el método de extracción de máxima verosimilitud y el método de factores principales iterados. Cada método tiene sus propias suposiciones y enfoques para extraer los factores.

El método de componentes principales es uno de los métodos más utilizados. Consiste en encontrar combinaciones lineales de las variables observadas que expliquen la mayor cantidad de varianza en los datos. Estas combinaciones lineales, conocidas como componentes principales, se utilizan como aproximaciones a los factores subyacentes.

Fiabilidad

Alpha de Cronbach

El coeficiente alfa de Cronbach es una medida de confiabilidad utilizada para evaluar la consistencia interna de un conjunto de ítems o preguntas en un cuestionario o escala de medición. Es ampliamente utilizado en la investigación social y psicológica para determinar la confiabilidad y consistencia de los ítems que conforman una variable o constructo.

El coeficiente varía entre 0 y 1, donde un valor más cercano a 1 indica una mayor consistencia interna. Este coeficiente se calcula a partir de la matriz de correlaciones entre los ítems y proporciona una estimación de cuán bien los ítems miden la misma característica o constructo subyacente. Un valor superior a 0.7 generalmente se considera aceptable en términos de confiabilidad. El Alfa de Cronbach es una medida útil para evaluar la calidad de un cuestionario o escala, ya que proporciona información sobre la consistencia y confiabilidad de los ítems. Permite determinar si los ítems

miden de manera consistente el mismo constructo y si se pueden combinar para formar una escala confiable (Celina y Campo, 2015, p. 4).

Imagen 10 Rangos del Alfa de Cronbach

Rangos del Alfa de Cronbach	
Alfa de Cronbach	Consistencia Interna
$\alpha \geq 0,9$	Excelente
$0,8 \leq \alpha < 0,9$	Buena
$0,7 \leq \alpha < 0,8$	Aceptable
$0,6 \leq \alpha < 0,7$	Cuestionable
$0,5 \leq \alpha < 0,6$	Pobre
$\alpha < 0,5$	Inaceptable

Nota: *Rangos del Alfa de Cronbach. Fuente: (2015)

Tabla 3 Resumen de procesamiento de casos

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	168	100
	Excluido ^a	0	0
	Total	168	100

Nota: * Resultados estadísticos resumen de procesamiento de casos. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento. Fuente: SPSS Statistics.

Tabla 4 Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,952	19

Nota: *Resultados estadísticos de fiabilidad. Fuente: SPSS Statistics.

El coeficiente de alfa de cronbach obtenido en este estudio es de 0,952, lo que indica un nivel de consistencia interna muy alto. Este resultado sugiere que las variables o ítems incluidos en la medida utilizada en la investigación están altamente correlacionados entre sí y capturan de manera efectiva el constructo a medir. Este valor no solo indica confiabilidad sumamente alta sino que también indica que los elementos de la escala son consistentes y confiables para su medición. Esto refuerza la confianza en los resultados y aumenta la validez interna en el estudio.

CAPÍTULO III.- RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Análisis y discusión de resultados

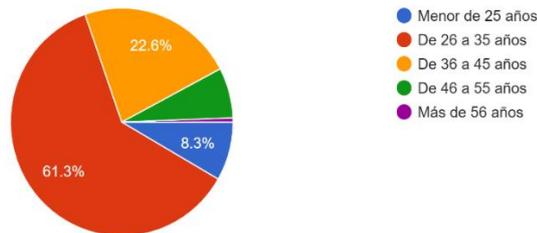
Preguntas.- Información General:

Tabla 5 Edad

	Frecuencia	Porcentaje
Menor de 25 años	14	8,3%
De 26 a 35 años	103	61,3%
De 36 a 45 años	38	22,6%
De 46 a 55 años	12	7,1%
Más de 56 años	1	0,6%
Total	168	100%

*Nota:** Elaborado por: Alejandra Chávez. Fuente: Encuesta.

Gráfico 1 Edad



*Nota:** Elaborado por: Alejandra Chávez. Fuente: Encuesta.

Análisis y discusión

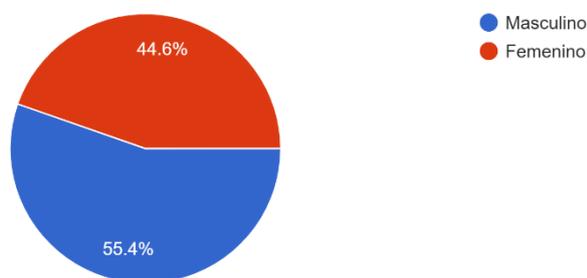
La encuesta revela que de los 168 trabajadores existe un mayor porcentaje de con un rango de edad entre 26 y 35 años con 61,3%, de 36 a 45 años con un porcentaje de 22,6%, menor de 25 años con un porcentaje de 8,3% , 46 a 55 años con un porcentaje de 7,1% y más de 56 años con el porcentaje más bajo de 0.6%. Más de la mitad de los colaboradores de la cooperativa que fueron encuestados tienen un rango de edad de 26 a 35 años, que son un personal que puede dar no solo dar nuevas opiniones sino también adaptarse rápidamente a las ideas innovadoras como son las estrategias de gamificación.

Tabla 6 Género

	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	75	44,6%
Femenino	93	55,6%
Total	168	100,0%

*Nota:** Elaborado por: Alejandra Chávez. Fuente: Encuesta.

Gráfico 2 Género



*Nota:** Elaborado por: Alejandra Chávez. Fuente: Encuesta.

Análisis y discusión

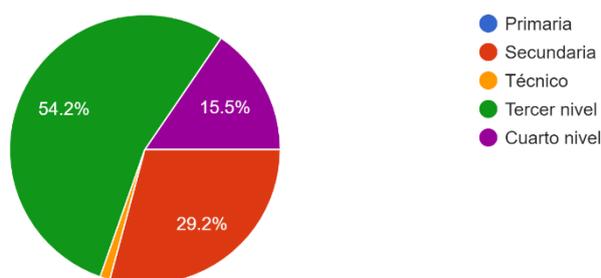
De los 168 trabajadores a los que se les realizó la encuesta existe un mayor porcentaje de hombres con 55,4% y mujeres con un porcentaje de 44,6%. Donde se puede notar que los hombres tienen mayor interés por las actividades gamificadas que se pueden implementar para mejorar su desempeño laboral. Por otro lado tenemos a las mujeres que pierden un poco el interés en estas actividades al ser las menos atraídas por los juegos.

Tabla 7 Nivel de educación

	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	0	0,0%
Secundaria	49	29,2%
Técnico	2	1,2%
Tercer nivel	91	54,2%
Cuarto nivel	26	15,5%
Total	168	100%

*Nota:** Elaborado por: Alejandra Chávez. Fuente: Encuesta.

Gráfico 3 Nivel de educación



*Nota:** Elaborado por: Alejandra Chávez. Fuente: Encuesta.

Análisis y discusión

De los 168 trabajadores a los que se les realizó la encuesta tenemos un mayor porcentaje que cursaron el tercer nivel con 54,2%, siguiéndole el nivel de secundaria con 29,2%, luego la formación de cuarto nivel con un porcentaje de 15,5% y con el porcentaje más bajo el nivel técnico con 1,2%. El porcentaje más alto es el de la formación de tercer nivel que revela que el personal no solo está capacitado para desempeñarse bien en la empresa sino también adaptarse a nuevas técnicas de gamificación y motivarse por seguir formándose profesionalmente.

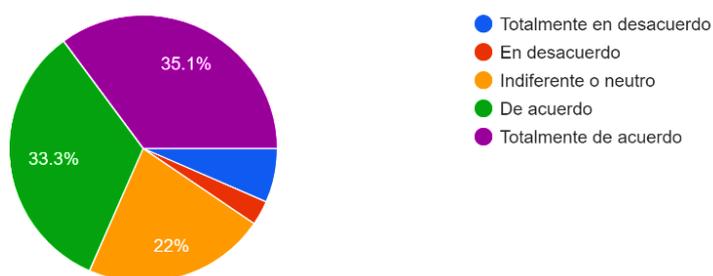
1. Considera que el uso de juegos divertidos le ayudaría a mejorar su desempeño laboral.

Tabla 8 Uso de juegos

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	11	6,5%
En desacuerdo	5	3,0%
Indiferente o neutro	37	22,0%
De acuerdo	56	33,3%
Totalmente de acuerdo	59	35,1%
Total	168	100%

*Nota:** Elaborado por: Alejandra Chávez. Fuente: Encuesta.

Gráfico 4 Uso de juegos



*Nota:** Elaborado por: Alejandra Chávez. Fuente: Encuesta.

Análisis y discusión

De los 168 trabajadores tenemos un mayor porcentaje que están totalmente de acuerdo con 35,1% , para el 33,3% están de acuerdo, para el 22,0% indiferente o neutro, luego totalmente en desacuerdo con un porcentaje de 6,5% y con el porcentaje más bajo 3,0% totalmente en desacuerdo. Los juegos ofrecen un ambiente no solo divertido sino también desafiante, lo que puede aumentar la motivación de las personas en su trabajo. Al estar motivadas se esfuerzan más y por ende se obtenga mejores resultados. El porcentaje más alto revela que están totalmente de acuerdo que utilizar juegos le ayudaría a mejorar su desempeño laboral.

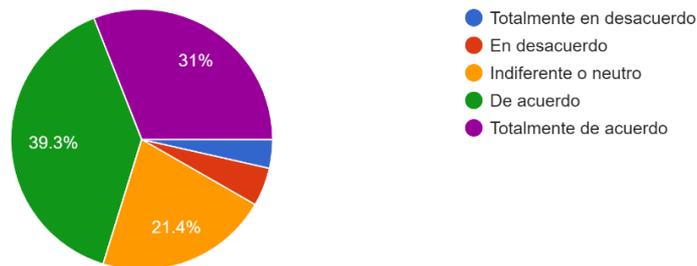
2. Considera que disfrutaría más si sus actividades cotidianas incluyen aspectos de juego

Tabla 9 Aspectos de juego

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	6	3,6%
En desacuerdo	8	4,8%
Indiferente o neutro	36	21,4%
De acuerdo	66	39,3%
Totalmente de acuerdo	52	31,0%
Total	168	100%

*Nota:** Elaborado por: Alejandra Chávez. Fuente: Encuesta.

Gráfico 5 Aspectos de juego



*Nota:** Elaborado por: Alejandra Chávez. Fuente: Encuesta.

Análisis y discusión

De los 168 trabajadores tenemos un mayor porcentaje que están de acuerdo con 39,3%, para el 31,0% totalmente de acuerdo, para el 21,4% indiferente o neutro, luego en desacuerdo con un porcentaje de 4,8% y con el porcentaje más bajo de 3,6% totalmente en desacuerdo. El ambiente divertido que se da por los juegos, genera satisfacción y aprendizaje de manera dinámica. El porcentaje más alto revela que están de acuerdo que disfrutaría más si sus actividades cotidianas incluyen aspectos de juego.

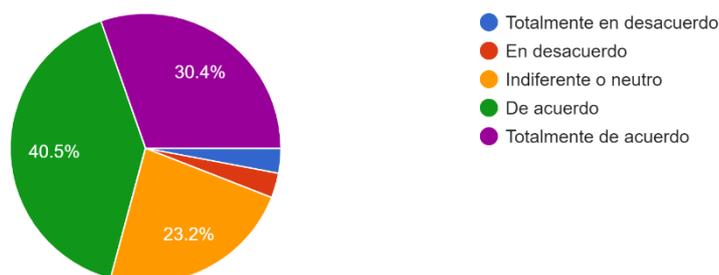
3. Considera que los elementos de juego le harían sentir más activo en sus labores

Tabla 10 Mayor actividad

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	5	3,0%
En desacuerdo	5	3,0%
Indiferente o neutro	39	23,2%
De acuerdo	68	40,5%
Totalmente de acuerdo	51	30,4%
Total	168	100%

*Nota:** Elaborado por: Alejandra Chávez. Fuente: Encuesta.

Gráfico 6 Mayor actividad



*Nota:** Elaborado por: Alejandra Chávez. Fuente: Encuesta.

Análisis y discusión

De los 168 trabajadores tenemos un mayor porcentaje que están de acuerdo con 40,5%, para el 30,4% totalmente de acuerdo, para el 23,2% indiferente o neutro, luego en desacuerdo y totalmente en desacuerdo con un porcentaje de 3,0%. El uso de juegos como forma de entretenimiento y aprendizaje puede reducir el estrés laboral, esto no solo aumenta la satisfacción laboral sino que ayuda a prevenir el agotamiento, al saber que los juegos pueden ayudar a recargar energías. El porcentaje más alto revela que están de acuerdo que disfrutaría más si sus actividades cotidianas incluyen aspectos de juego.

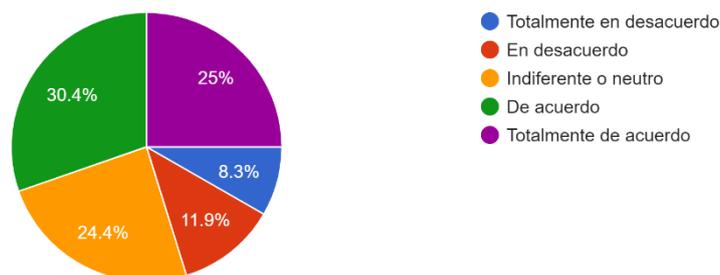
4. Considera que los juegos podrían causarle emociones como nerviosismo

Tabla 11 Emoción de nerviosismo

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	14	8,3%
En desacuerdo	20	11,9%
Indiferente o neutro	41	24,4%
De acuerdo	51	30,4%
Totalmente de acuerdo	42	25,0%
Total	168	100%

*Nota:** Elaborado por: Alejandra Chávez. Fuente: Encuesta.

Gráfico 7 Emoción de nerviosismo



*Nota:** Elaborado por: Alejandra Chávez. Fuente: Encuesta.

Análisis y discusión

De los 168 trabajadores tenemos un mayor porcentaje que están de acuerdo con 30,4%, para el 25,0% totalmente de acuerdo, para el 24,4% indiferente o neutro, luego en desacuerdo con un porcentaje de 11,9% y con el porcentaje más bajo de 8,3% totalmente en desacuerdo. El porcentaje más alto revela que están de acuerdo que los juegos podrían causarles nerviosismo. Esto se debe a que se puede generar un ambiente competitivo en las actividades de juego, generando síntomas físicos o emociones como nerviosismo.

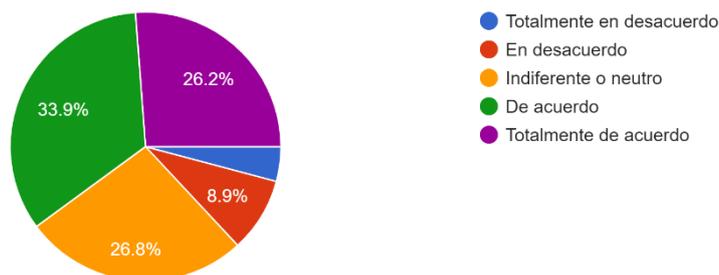
5. Considera que mientras juega se sentiría dominante y tendría la sensación de estar al mando

Tabla 12 Dominación y mando

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	7	4,2%
En desacuerdo	15	8,9%
Indiferente o neutro	45	26,8%
De acuerdo	57	33,9%
Totalmente de acuerdo	44	26,2%
Total	168	100%

*Nota:** Elaborado por: Alejandra Chávez. Fuente: Encuesta.

Gráfico 8 Dominación y mando



*Nota:** Elaborado por: Alejandra Chávez. Fuente: Encuesta.

Análisis y discusión

De los 168 trabajadores tenemos un mayor porcentaje que están de acuerdo con 33,9%, para el 26,8% indiferente o neutro, para el 26,2% totalmente de acuerdo, luego en desacuerdo con un porcentaje de 8,9% y con el porcentaje más bajo de 4,2% totalmente en desacuerdo. Los juegos tienen reglas y objetivos, y al estar en un juego se tiene la capacidad de controlar acciones y de tomar decisiones para alcanzar los objetivos marcados, y al sentir control puede generar la sensación de poder. El porcentaje más alto revela que están de acuerdo que mientras juega se sentiría dominante y tendría la sensación de estar al mando.

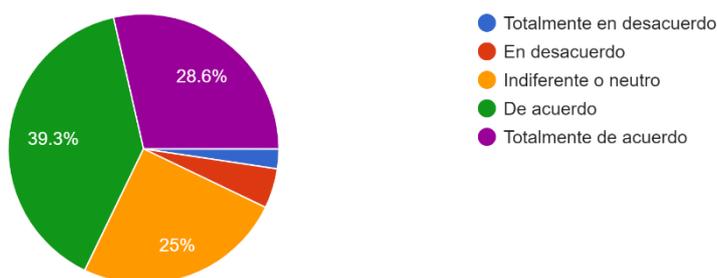
6. Considera que mientras juega se sentiría autónomo y confiado

Tabla 13 Autonomía y confianza

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	4	2,4%
En desacuerdo	8	4,8%
Indiferente o neutro	42	25,0%
De acuerdo	66	39,3%
Totalmente de acuerdo	48	28,6%
Total	168	100%

*Nota:** Elaborado por: Alejandra Chávez. Fuente: Encuesta.

Gráfico 9 Autonomía y confianza



*Nota:** Elaborado por: Alejandra Chávez. Fuente: Encuesta.

Análisis y discusión

De los 168 trabajadores tenemos un mayor porcentaje que están de acuerdo con 39,3%, para el 28,6% totalmente de acuerdo, para el 25,0% indiferente o neutro, luego en desacuerdo con un porcentaje de 4,8% y con el porcentaje más bajo de 2,4% totalmente en desacuerdo. El porcentaje más alto revela que están de acuerdo que mientras juega se sentiría autónomo y confiado. Debido a que en los juegos cada que las personas enfrentan desafíos y los supera con éxito, aumenta significativamente la confianza en las habilidades y capacidades.

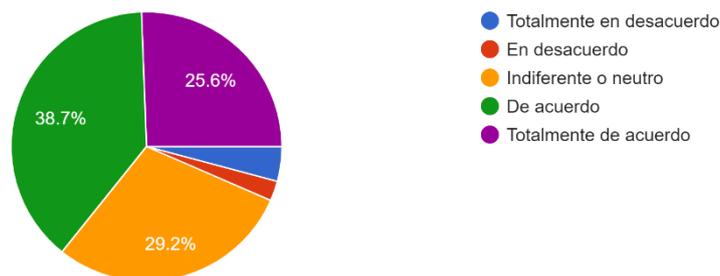
7. Considera que utilizar Kahoot le ayudaría a mejorar su desempeño laboral

Tabla 14 Kahoot

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	7	4,2%
En desacuerdo	4	2,4%
Indiferente o neutro	49	29,2%
De acuerdo	65	38,7%
Totalmente de acuerdo	43	25,6%
Total	168	100%

*Nota:** Elaborado por: Alejandra Chávez. Fuente: Encuesta.

Gráfico 10 Kahoot



*Nota:** Elaborado por: Alejandra Chávez. Fuente: Encuesta.

Análisis y discusión

De los 168 trabajadores tenemos un mayor porcentaje que están de acuerdo con 38,7%, para el 29,2% indiferente o neutro, para el 25,6% totalmente de acuerdo, luego en totalmente en desacuerdo con un porcentaje de 4,2% y con el porcentaje más bajo de 2,4% en desacuerdo. La mayor parte considera que utilizar Kahoot le ayudaría a mejorar su desempeño laboral. Esto se debe a que al interactuar con este tipo de aplicaciones los trabajadores pueden adquirir conocimientos prácticos, y manejar situaciones en el ámbito laboral de manera segura y controlada.

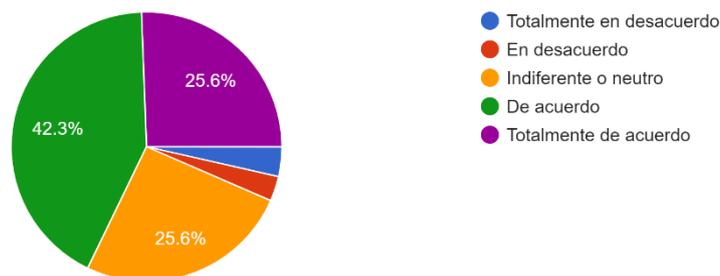
8. Considera que utilizar Educaplay le ayudaría a mejorar su desempeño laboral

Tabla 15 Educaplay

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	6	3,6%
En desacuerdo	5	3,0%
Indiferente o neutro	43	25,6%
De acuerdo	71	42,3%
Totalmente de acuerdo	43	25,6%
Total	168	100%

*Nota:** Elaborado por: Alejandra Chávez. Fuente: Encuesta.

Gráfico 11 Educaplay



*Nota:** Elaborado por: Alejandra Chávez. Fuente: Encuesta.

Análisis e interpretación

De los 168 trabajadores tenemos un mayor porcentaje que están de acuerdo con 42,3%, para el 25,6% indiferente o neutro, para el 25,6% totalmente de acuerdo, luego totalmente en desacuerdo con un porcentaje de 3,6% y con el porcentaje más bajo de 3,0% en desacuerdo. La mayor parte considera que utilizar Educaplay le ayudaría a mejorar su desempeño laboral, por que esta aplicación puede ayudar a la motivación de los trabajadores debido a que los juegos tienen la capacidad de motivar y comprometer a las personas, durante el proceso de aprendizaje.

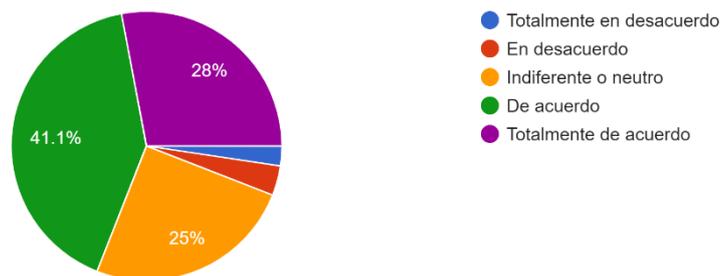
9. Considera que utilizar Canva le ayudaría a mejorar su desempeño laboral

Tabla 16 Canva

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	4	2,4%
En desacuerdo	6	3,6%
Indiferente o neutro	42	25,0%
De acuerdo	69	41,1%
Totalmente de acuerdo	47	28,0%
Total	168	100%

*Nota:** Elaborado por: Alejandra Chávez. Fuente: Encuesta.

Gráfico 12 Canva



*Nota:** Elaborado por: Alejandra Chávez. Fuente: Encuesta.

Análisis y discusión

De los 168 trabajadores tenemos un mayor porcentaje que están de acuerdo con 41,1%, para el 28,0% totalmente de acuerdo, para el 25,0% indiferente o neutro, luego tenemos en desacuerdo con un porcentaje de 3,6% y con el porcentaje más bajo de 2,4% totalmente en desacuerdo. La mayor parte considera que utilizar Canva le ayudaría a mejorar su desempeño laboral, al ser una aplicación de diseño apta para el aprendizaje y el desarrollo de habilidades mediante actividades lúdicas dentro del ambiente de trabajo.

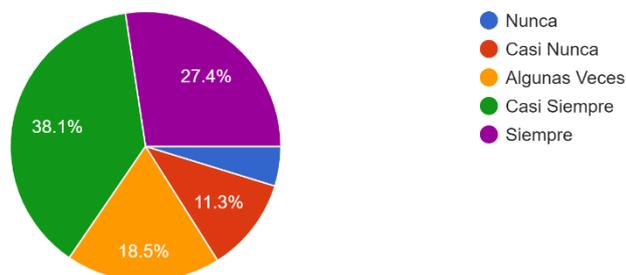
10. Tomo la mayor parte de las decisiones de manera autónoma e influye en el desempeño de mi trabajo

Tabla 17 Decisiones autónomas

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	8	4,8%
Casi nunca	19	11,3%
Algunas veces	31	18,5%
Casi siempre	64	38,1%
Siempre	46	27,4%
Total	168	100%

*Nota:** Elaborado por: Alejandra Chávez. Fuente: Encuesta.

Gráfico 13 Decisiones autónomas



*Nota:** Elaborado por: Alejandra Chávez. Fuente: Encuesta.

Análisis y discusión

De los 168 trabajadores tenemos un mayor porcentaje que revela que casi siempre toman decisiones autónomas en el trabajo con un 38,1%, para el 27,4% siempre, para el 18,5% algunas veces, luego casi nunca con 11,3% y con el porcentaje más bajo de 4,8% nunca. La mayor parte considera que toma la mayor parte de las decisiones de manera autónoma e influye en su trabajo. Es importante tomar decisiones autónomas para tener la oportunidad de expresar creatividad, habilidades y conocimientos y así desarrollarse mejor en el ámbito laboral.

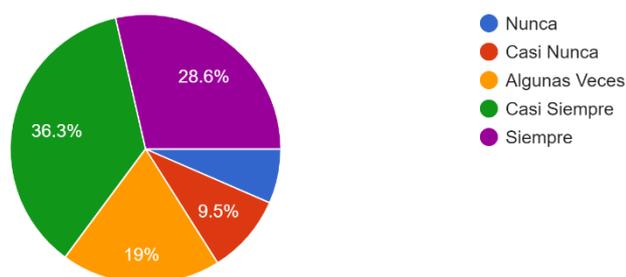
11. Yo decido el modo en que ejecutaré mi trabajo

Tabla 18 Modo de ejecutar el trabajo

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	11	6,5%
Casi nunca	16	9,5%
Algunas veces	32	19,0%
Casi siempre	61	36,3%
Siempre	48	28,6%
Total	168	100%

*Nota:** Elaborado por: Alejandra Chávez. Fuente: Encuesta.

Gráfico 14 Modo de ejecutar el trabajo



*Nota:** Elaborado por: Alejandra Chávez. Fuente: Encuesta.

Análisis y discusión

De los 168 trabajadores tenemos un mayor porcentaje que revela que casi siempre deciden la forma en la que se ejecutará su trabajo con un 36,3%, para el 28,6% siempre, para el 19,0% algunas veces, luego casi nunca con 9,5% y con el porcentaje más bajo de 6,5% nunca. La mayor parte considera que deciden la forma en la que se ejecutará su trabajo, esto ayuda a que exista un mayor compromiso debido a que tienen autonomía en la toma de decisiones y también tienen la capacidad de influir en el entorno laboral.

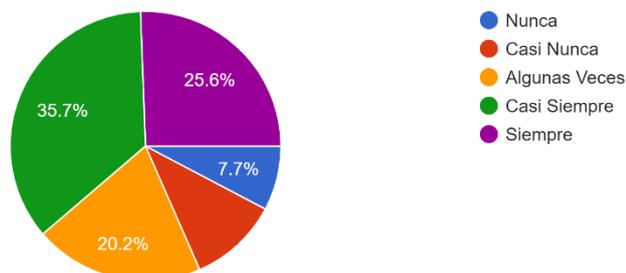
12. Yo propongo mis propias actividades de trabajo

Tabla 19 Actividades de trabajo

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	13	7,7%
Casi nunca	18	10,7%
Algunas veces	34	20,2%
Casi siempre	60	35,7%
Siempre	43	25,6%
Total	168	100%

*Nota:** Elaborado por: Alejandra Chávez. Fuente: Encuesta.

Gráfico 15 Actividades de trabajo



*Nota:** Elaborado por: Alejandra Chávez. Fuente: Encuesta.

Análisis y discusión

De los 168 trabajadores tenemos un mayor porcentaje que revela que casi siempre proponen sus propias actividades de trabajo con un 35,7%, para el 25,6% siempre, para el 20,2% algunas veces, luego casi nunca con 10,7% y con el porcentaje más bajo de 7,7% nunca. La mayor parte considera que proponen sus propias actividades de trabajo, esto es importante debido a que al tomar decisiones autónomas muestra iniciativa en la gestión del trabajo y genera mayor compromiso con los objetivos establecidos y la empresa en si .

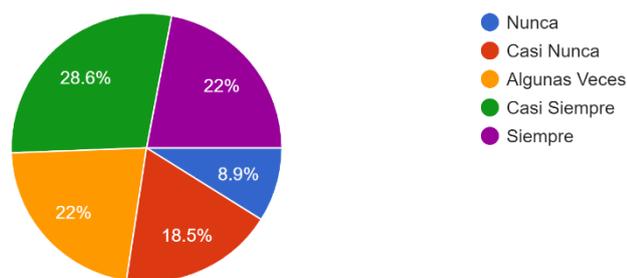
13. Puedo contar con una felicitación cuando realizo bien mi trabajo

Tabla 20 Felicitaciones en el trabajo

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	15	8,9%
Casi nunca	31	18,5%
Algunas veces	37	22,0%
Casi siempre	48	28,6%
Siempre	37	22,0%
Total	168	100%

*Nota:** Elaborado por: Alejandra Chávez. Fuente: Encuesta.

Gráfico 16 Felicitaciones en el trabajo



*Nota:** Elaborado por: Alejandra Chávez. Fuente: Encuesta.

Análisis y discusión

De los 168 trabajadores tenemos un mayor porcentaje que revela que casi siempre cuentan con una felicitación cuando realizan bien su trabajo con un 28,6%, con un porcentaje de 22,0% siempre y algunas veces, luego casi nunca con 18,5% y con el porcentaje más bajo de 8,9% nunca. Recibir felicitaciones de tus superiores, y tener un reconocimiento es una fuente importante de motivación. La satisfacción laboral aumenta al saber que sus esfuerzos son apreciados y valorados. La mayor parte considera que cuentan con una felicitación cuando realizan bien su trabajo, esto es beneficioso para la empresa.

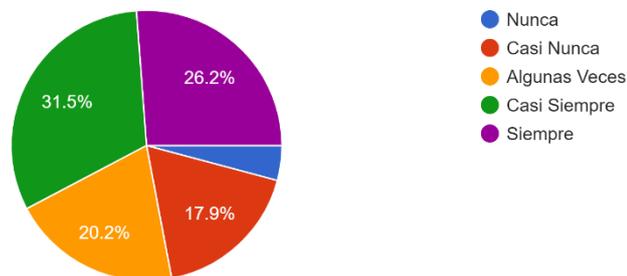
14. La única vez que se habla sobre mi rendimiento es cuando he cometido un error

Tabla 21 Rendimiento

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	7	4,2%
Casi nunca	30	17,9%
Algunas veces	34	20,2%
Casi siempre	53	31,5%
Siempre	44	26,2%
Total	168	100%

*Nota:** Elaborado por: Alejandra Chávez. Fuente: Encuesta.

Gráfico 17 Rendimiento



*Nota:** Elaborado por: Alejandra Chávez. Fuente: Encuesta.

Análisis y discusión

De los 168 trabajadores el mayor porcentaje que revela que casi siempre se habla sobre su rendimiento cuando han cometido algún error con un 31,5%, para el 26,2% siempre, para el 20,2% algunas veces, luego casi nunca con 17,9% y con el porcentaje más bajo de 4,2% nunca. La mayor parte considera que se habla sobre su rendimiento cuando han cometido algún error. Al proporcionar retroalimentación de los errores cometidos, los trabajadores pueden aprender de sus errores y mejorar constantemente, así también desarrollar nuevas ideas o estrategias y realizar su trabajo de manera más efectiva.

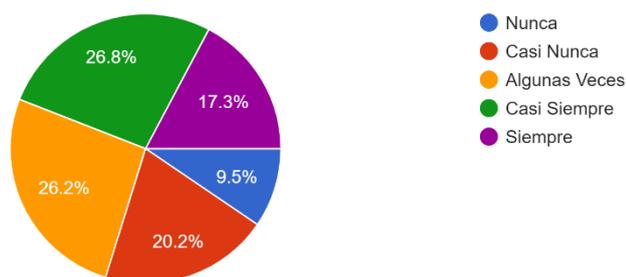
15. En la cooperativa mis superiores conocen mis puntos fuertes y me los hacen notar

Tabla 22 Conocimiento de puntos fuertes

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	16	9,5%
Casi nunca	34	20,2%
Algunas veces	44	26,2%
Casi siempre	45	26,8%
Siempre	29	17,3%
Total	168	100%

*Nota:** Elaborado por: Alejandra Chávez. Fuente: Encuesta.

Gráfico 18 Conocimiento de puntos fuertes



*Nota:** Elaborado por: Alejandra Chávez. Fuente: Encuesta.

Análisis y discusión

De los 168 trabajadores tenemos un mayor porcentaje que revela que sus superiores conocen sus puntos fuertes y se los hacen notar con un 26,8%, para el 17,3% siempre, para el 26,2% algunas veces, luego casi nunca con 20,2% y con el porcentaje más bajo de 9,5% nunca. La mayor parte considera que sus superiores conocen sus puntos fuertes y se los hacen notar. Es necesario que los superiores de la empresa conozcan los puntos tanto fuertes como débiles de los empleados para una retroalimentación constructiva que les permita mejorar y destacar en el trabajo.

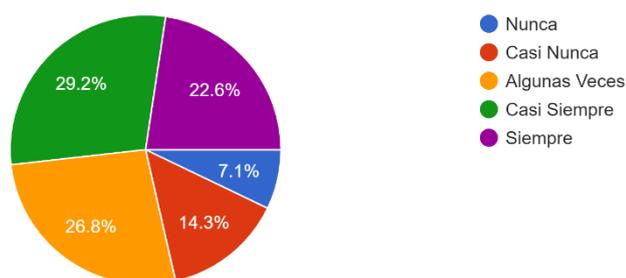
16. En la cooperativa se me permite desarrollar mis propias ideas

Tabla 23 Desarrollo de propias ideas

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	12	7,1%
Casi nunca	24	14,3%
Algunas veces	45	26,8%
Casi siempre	49	29,2%
Siempre	38	22,6%
Total	168	100%

*Nota:** Elaborado por: Alejandra Chávez. Fuente: Encuesta.

Gráfico 19 Desarrollo de propias ideas



*Nota:** Elaborado por: Alejandra Chávez. Fuente: Encuesta.

Análisis y discusión

De los 168 trabajadores tenemos un mayor porcentaje que revela que casi siempre se les permite desarrollar sus propias ideas con un 29,2%, para el 26,8% algunas veces, para el 22,6% siempre, luego casi nunca con 14,3% y con el porcentaje más bajo de 7,1% nunca. La mayor parte considera que se les permite desarrollar sus propias ideas dentro de la cooperativa, esto ayuda a aportar con diferentes perspectivas, e influir en el entorno laboral, además de tener el sentido de autonomía cada uno de los trabajadores.

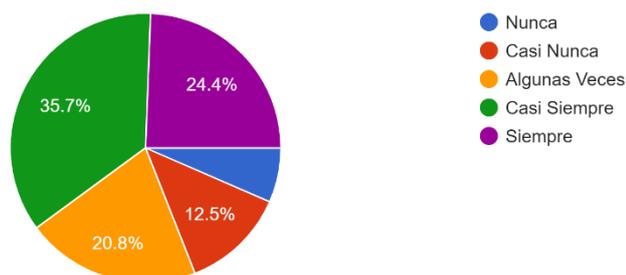
17. Mis superiores me permiten tomar la iniciativa para mi gestión

Tabla 24 Iniciativa

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	11	6,5%
Casi nunca	21	12,5%
Algunas veces	35	20,8%
Casi siempre	60	35,7%
Siempre	41	24,4%
Total	168	100%

*Nota:** Elaborado por: Alejandra Chávez. Fuente: Encuesta.

Gráfico 20 Iniciativa



*Nota:** Elaborado por: Alejandra Chávez. Fuente: Encuesta.

Análisis y discusión

De los 168 trabajadores tenemos un mayor porcentaje que revela que casi siempre sus superiores les permiten tomar la iniciativa para su gestión con un 35,7%, para el 24,4% siempre, para el 20,8% algunas veces, luego casi nunca con 12,5% y con el porcentaje más bajo de 6,5% nunca. La mayor parte considera que sus superiores les permiten tomar la iniciativa para su gestión. Esto es positivo debido a que cuando los superiores reconocen y valoran el trabajo de sus empleados, se construye una relación de confianza y brinda seguridad para que puedan tomar iniciativas y asumir desafíos.

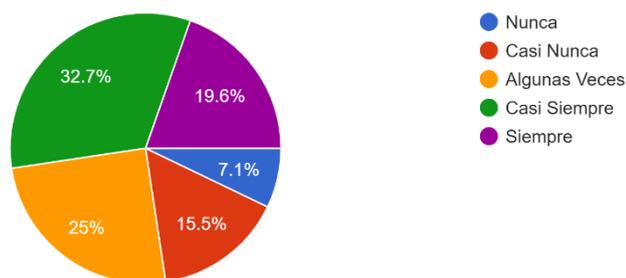
18. A mis superiores les agrada que yo intente hacer mi trabajo de distinta forma

Tabla 25 Trabajo distinto

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	12	7,1%
Casi nunca	26	15,5%
Algunas veces	42	25,0%
Casi siempre	55	32,7%
Siempre	33	19,6%
Total	168	100%

*Nota:** Elaborado por: Alejandra Chávez. Fuente: Encuesta.

Gráfico 21 Trabajo distinto



*Nota:** Elaborado por: Alejandra Chávez. Fuente: Encuesta.

Análisis y discusión

De los 168 trabajadores tenemos un mayor porcentaje que revela que casi siempre a sus superiores les agrada que intenten hacer su trabajo de distinta forma con un 32,7%, para el 25,0% algunas veces, para el 19,6% siempre, , luego casi nunca con 15,5% y con el porcentaje más bajo de 7,1% nunca. La mayor parte considera a sus superiores les agrada que intenten hacer su trabajo de distinta forma, esto les crea confianza debido a que aprecian que se realice de manera distinta el trabajo no solo es un factor diferenciador sino que ayuda a construir una marca personal sólida.

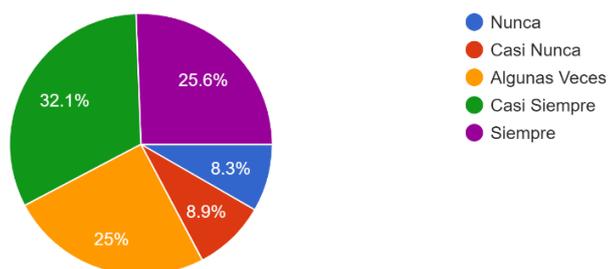
19. Considera usted que la gamificación podría influir en el clima organizacional de la cooperativa

Tabla 26 La gamificación influye en el clima organizacional

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	14	8,3%
Casi nunca	15	8,9%
Algunas veces	42	25,0%
Casi siempre	54	32,1%
Siempre	43	25,6%
Total	168	100%

*Nota:** Elaborado por: Alejandra Chávez. Fuente: Encuesta.

Gráfico 22 La gamificación influye en el clima organizacional



*Nota:** Elaborado por: Alejandra Chávez. Fuente: Encuesta.

Análisis y discusión

De los 168 trabajadores tenemos un mayor porcentaje revela que casi siempre la gamificación podría influir en el clima organizacional de la cooperativa con un 32,1%, para el 25,6% siempre, para el 25,0% algunas veces, luego casi nunca con 8,9% y con el porcentaje más bajo de 8,3% nunca. La mayor parte considera que la gamificación podría influir en el clima organizacional de la cooperativa, esto se debe a que la gamificación puede aumentar notoriamente la motivación y el compromiso en los trabajadores al convertir las tareas y actividades laborales en divertidos desafíos. Estas actividades lúdicas no solo son emocionantes sino que es un estimulante para aprender incluso mientras se juega.

3.2 Prueba de Normalidad

Tabla 27 Kolmogorov Smirnov

Kolmogorov Smirnov						
Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
P1	,229	168	,000	,828	168	,000
P2	,244	168	,000	,846	168	,000
P3	,240	168	,000	,843	168	,000
P4	,207	168	,000	,886	168	,000
P5	,214	168	,000	,880	168	,000
P6	,233	168	,000	,859	168	,000
P7	,226	168	,000	,852	168	,000
P8	,247	168	,000	,849	168	,000
P9	,238	168	,000	,853	168	,000
P10	,253	168	,000	,865	168	,000
P11	,247	168	,000	,860	168	,000
P12	,242	168	,000	,871	168	,000
P13	,199	168	,000	,897	168	,000
P14	,218	168	,000	,884	168	,000
P15	,178	168	,000	,910	168	,000
P16	,193	168	,000	,898	168	,000
P17	,238	168	,000	,879	168	,000
P18	,212	168	,000	,900	168	,000
P19	,215	168	,000	,877	168	,000

Corrección de significación de Lilliefors

Nota: * Datos de prueba de normalidad Kolmogorov Smirnov .

Fuente: Spss Statistics.

La variable no sigue una distribución normal y al ser no paramétricos se debe utilizar el coeficiente de correlación de Spearman para la comprobación de hipótesis.

3.3 Verificación de hipótesis

Tabla 28 Prueba de Hipótesis

		Correlaciones	
		Promedio Gamificación	Promedio Clima Organizacional
Rho de Spearman	Promedio_ Gamificación	1	,611**
		.	0,000
		168	168
	Promedio_ Clima Organizacional	,611**	1
		0,000	.
		168	168

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

*Nota:** Prueba de hipótesis. Fuente: Spss Statistics.

El coeficiente de correlación de Spearman arroja un resultado de 0,611 que según la tabla de rangos de interpretación sería una correlación positiva moderada entre las variables gamificación y clima organizacional, lo que indica que existe relación entre las mismas.

Adicionalmente, se obtiene un nivel de significancia; p-valor calculado, de 0,000 que al ser menor que el p-valor estándar de 0,05 se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, es decir la gamificación si incide en el clima organizacional.

CAPITULO IV .-CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

- El estudio realizado ha logrado fundamentar de manera teórica y metodológica gracias a Morales (2022) la relación entre la gamificación y el clima organizacional, a través de una revisión exhaustiva de la literatura con autores experimentados en el tema, demostrando que la gamificación puede generar un impacto significativo en el clima organizacional al mejorar la motivación, el compromiso, y la colaboración entre los colaboradores de la cooperativa de ahorro y crédito Kullki Wasi Ltda. la gamificación ofrece un enfoque innovador y efectivo lo que crea un ambiente de trabajo más estimulante y participativo (Leal, 2023).
- El proyecto de investigación ha logrado diagnosticar los recursos como son Kahoot, Educaplur, Canva y características como diversión activación y dominio de gamificación que actualmente la cooperativa Kullki Wasi utiliza en la gestión del clima organizacional. A través del análisis de los recursos existentes, se ha identificado el uso limitado de estrategias gamificadas en la organización. Esto indica la necesidad de explorar y adaptar nuevos enfoques de gamificación y potenciar el clima organizacional y mejorar la motivación y compromiso de sus colaboradores.
- También se ha logrado identificar la relación entre las variables objeto de estudio mediante el método de coeficiente de correlación de Spearman y la comprobación de hipótesis alfa de Cronbach, para identificar la relación existente entre ellas y su influencia en el clima organizacional de la cooperativa de ahorro y crédito Kullki Wasi.

4.2 Recomendaciones

- Es importante brindar a los trabajadores la capacitación y la formación adecuada sobre los conceptos de gamificación para que puedan comprender los beneficios que puede traer al clima organizacional de la cooperativa, y se puedan aplicar las estrategias gamificadas y sacar su mayor potencial de manera efectiva.
- Se recomienda que la cooperativa expanda la implementación de estrategias de gamificación en su gestión del clima organizacional. Esto puede incluir la incorporación de elementos de juego en las actividades de capacitación, evaluación de desempeño y el reconocimiento de logros individuales y grupales.
- Fomentar la confianza y la colaboración entre los trabajadores, mediante encuestas del clima organizacional o evaluaciones de habilidades y competencias entre los colaboradores de la cooperativa y así obtener un impacto positivo en el clima organizacional, además de incentivar la mejora continua de la comunicación para que esta sea clara y transparente.

Bibliografía

- Blanco, N., & Pirela, J. (24 de septiembre de 2017). *La complementariedad metodológica: Estrategia de integración de enfoques en la investigación social*. Obtenido de Espacio Públicos.
- Brero, A. (28 de Febrero de 2023). *Domonio*. Obtenido de Dialnet: https://www.google.com.ec/books/edition/_/tGS9EAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=0
- Bueno Betancur, D., & Orozco Gómez, L. (2019). *Liderazgo transformacional y su influencia en el clima organizacional del personal administrativo de la Universidad Tecnológica de Pereira*. Obtenido de Repositorio UTP: <https://repositorio.utp.edu.co/items/612f4ec4-7a40-406e-b003-2859c7a8b7c4>
- Castro Martínez, E., & Fernández de Lucio, I. (2020). *La innovación y sus protagonistas*. Barcelona: Editorial CSIC Consejo Superior de Investigaciones Científicas.
- Celina, H., & Campo, A. (2015). *Aproximación al uso del coeficiente alfa de cronbach*. Obtenido de Scielo: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-74502005000400009
- Chapa, E., Martínez, R., Ipanaqué, R., Escalante, E., & Chapa, M. (Junio de 2023). *Habilidades Directivas en la Gestión empresarial Estatal. Generando Bienestar Social*. doi:<https://doi.org/10.18004/riics.2023.junio.115>
- Chapa, E., Martínez, R., Ipanaqué, R., Escalante, E., & Chapa, L. (Junio de 2023). *Habilidades Directivas en la Gestión Empresarial Estatal, Generando Bienestar Social*. doi:<https://doi.org/10.18004/riics.2023.junio.115>
- Chiang, M., Salazar, M., Huerta, P., & Núñez, A. (2008). Clima Organizacional y Satisfacción laboral en organizaciones del sector Estatal (Instituciones públicas) desarrollo, adaptación y validación de instrumentos. *Revista UNIVERSUM*, 2(23), 77-79. doi: 0716-498X
- Coello Morán, L. J., & Gavilanes Aray, B. E. (Abril de 2019). *La gamificación del proceso de enseñanza aprendizaje significativo. Diseño de aplicación lúdica*. Obtenido de Repositorio UTP: <file:///C:/Users/DELL/Desktop/TESIS/AUTORES/GAMIFICACION/5%20AUT/1.%20TESIS%20GAMIFICACION%20%20COELLO%20-%20GAVILANES.pdf>
- Díaz, E., Ortega, J., Muñoz, I., & Cámara, Á. (2017). *Metodologías innovadoras para el aprendizaje universitario*. Obtenido de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5920934>

- Ferreira, M., Cuesta, M., & Acosta, S. (Junio de 2022). *Validez por juicio de expertos de un instrumento audiovisual de consistencias de alimentos y viscosidad de líquidos (NutriDis®) adaptados para personas con disfagia*. doi:ISSN 1852-7337
- García , J. A. (2021). *Una experiencia de gamificación en la introducción a la gestión empresarial*. Obtenido de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8142443>
- Gomes , A., Salvador , P., Goulart, C., Cecilio, S., & Bethony, M. (Marzo de 2020). *Innovative Methodologies to teach patient safety in undergraduate nursing: scoping review*. doi:<https://doi.org/10.5294/aqui.2020.20.1.8>
- Gómez , C., & Vesga, J. (2020). *Clima organizacional: teoría y práctica*. Universidad Católica de Colombia.
- Gómez , A., & Vicente , G. (2017). *Actividad física en poblaciones específicas: de la teoría a la práctica*. Prensas de la Universidad de Zaragoza.
- Grijalva Martínez, O. (2018). *Diversión estudio y estilo: identidades juveniles en una escuela*. Madrid: Editorial Brujas.
- Guerreo, C., Lema, J., & González , L. (Noviembre de 2022). *Journal of science and research*. doi:<https://doi.org/10.5281/zenodo.7626044>
- Gutiérrez, M., & Gómez , E. (2018). *Modelo de negocio para un nuevo emprendimiento de fabricación y comercialización de queso vegetariano: basado en las metodologías Lean Starup y Canvas*. Estado Carabobo: Universidad Carabobo.
- Guzmán , M., Martí, C., González, E., Morales, M., & Fabelo, J. (Diciembre de 2022). *Gestión de la tecnología e innovación y su integración con el análisis de procesos en la Ronera Central*. Obtenido de Scielo: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2304-01062022000300008&lang=es
- Hernández Mite, K. D., & Mayorga Albán, A. L. (Agosto de 2022). *La gamificación como recurso didáctico para las clases de Educación Física universitaria*. Obtenido de Scielo: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1996-24522022000200796&lang=es
- Leal, M. (Junio de 2023). *INTELIGENCIA EMOCIONAL Y COMPROMISO LABORAL EN LAS MiPymes DE ECUADOR*. doi:<http://dx.doi.org/https://doi.org/10.24215/23143738e116>

- Luengo, D., & Cruz, M. (10 de Diciembre de 2022). *La gamificación para el desarrollo sostenible: estrategia para acortar brechas digitales y propiciar espacios inclusivos*. doi:<https://doi.org/10.35290/rcui.v9n3.2022.642>
- Luque, F. (2021). *Gestión de recursos humanos*. Madrid: Editorial ICB.
- Malvasi, V., & Recio Moreno, D. (Junio de 2022). *Percepción de las estrategias de gamificación en las escuelas secundarias italianas*. doi:<https://doi.org/10.17163/alt.v17n1.2022.04>
- Márquez Gómez, J. O., & Cardoso Jiménez, D. (Diciembre de 2022). *El clima organizacional y su influencia en colaboradores en una universidad mexicana*. doi:<https://doi.org/10.23913/ride.v13i25.1324>
- Marsal, J. (s.f.).
- Marsal, J. (20 de Agosto de 2020). *¿Qué tan preparada está América Latina para la educación digital?* Obtenido de Statista: <https://es.statista.com/grafico/22645/la-digitalizacion-educativa-en-latinoamerica/>
- Martell, C. (2017). *Activación conductual para la depresión: una guía clínica*. Bogotá: Editorial Desclee de Brouwer.
- Martínez, D., & Toscano, A. (02 de Agosto de 2021). *La gamificación para la formación del profesional en ciencias de la información mediante las tecnologías de la información y la comunicación*. Obtenido de Scielo: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442021000400007
- Medina, R. (6 de Septiembre de 2022). *Estadísticas de la situación Digital en Ecuador 2021-2022*. Obtenido de Branch: <https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-en-ecuador-2021-2022/>
- Melian Moro, V. C. (2017). *La cultura organizacional y su impacto en el rendimiento de los equipos de trabajo*. Obtenido de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=157016>
- Morales Urrutia, X., Morales Urrutia, D., Simbaña Taípe, L., & Guerreño Velástegui, C. (26 de Febrero de 2020). *Desempeño del gobierno electrónico desde una perspectiva comparada a nivel mundial*. Obtenido de risti : <file:///C:/Users/DELL/Desktop/TESIS/AUTORES/GUERRERO%20C/17.%20Desempe%C3%B1o%20del%20gobierno%20electrónico%20desde%20una%20perspectiva%20comparada%20a%20nivel%20mundial.pdf>
- Morales, R. (Diciembre de 2022). *La gamificación como estrategia de evaluación bajo el enfoque flipped learning*. doi:<https://doi.org/10.23913/ride.v13i25.1296>

- Muñoz Sánchez, A. (2022). *Características y necesidades de atención higiénico-sanitaria de las personas dependientes*. Bogotá: IC Editorial.
- Novo Palacios, C. (Septiembre de 2020). *Educaplay. Haz del aprendizaje un juego atractivo*. Obtenido de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7671037>
- Ortiz , A., Jordán , J., & Agredal , M. (Abril de 2018). *Gamificación en educación: Una panorámica sobre el estado de la cuestión*. doi:<http://dx.doi.org/10.1590/S1678-4634201844173773>
- Pacheco Zavala, M., Hernández Ordoñez, R., & Rojas Rendón, I. (Diciembre de 2022). *Validación de un cuestionario para evaluar el sentido de pertenencia en médicos residentes*. doi:<https://doi.org/10.22201/fm.20075057e.2022.44.22440>
- Parra, E., & Segura, A. (2019). Traducción y validación de la escala de evaluación de experiencias gamificadas (GameX). *BORDÓN Revista de Pedagogía*, 71(4), 6. doi:10.13042/Bordon.2019.70783
- Peñaherrera Zambrano, S., Ballesteros López , L., López Pérez , S., & Guerrero Velástegui , C. (2020). *Inteligencia artificial y reposición del talento humano: Estudio de caso de la educación superior en tiempos de pandemia*. Obtenido de Scopus: <https://www.medwave.cl/resumenescongreso/UTA2022/UTA128.html>
- Pons Corberá, M. (2020). *Recursos educativos multidisciplinares*. Barcelona: Narcea Ediciones.
- Ribbert, E., García , R., & Lucero, M. (Enero de 2023). *LA GESTIÓN DEL DESEMPEÑO EN LA EMPRESA FAMILIAR*. doi:<http://dx.doi.org/https://doi.org/10.24215/23143738e109>
- Riquelme , C. (Junio de 2023). *Salario Emocional: Cuidado del ambiente laboral y cultura corporativa*. doi:<https://doi.org/10.53732/rccsociales/05.01.2023.67>
- Riquelme, G. (25 de Enero de 2020). *Proyecto de innovación docente: resultados de la incorporación de Estudio de caso y Kahoot!, para el fortalecimiento de los aprendizajes en salud de la mujer en estudiantes de enfermería*. Obtenido de Scielo: https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1988-348X2020000200005&lang=es
- Rodríguez, O., & Machado , A. (2020). *Organización empresarial y de los recursos humanos*. UF0517. Editorial Tutor Formación.
- Sevillano, M., & Vásquez, E. (2022). *La gamificación como recurso educativo en educación primaria*. Madrid: Dykinson.

Silva Juárez , E. (2020). *Elementos del plan de negocios*. México: PACJ.

Soto, J., Ortega, A., Huapalla, B., & Abarca, Y. (Junio de 2022). *Clima organizacional y calidad de atención del profesional de la salud de un Centro de Salud de Huánuco, Perú*. Obtenido de Scielo: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-03192022000200008&lang=es

Valles Pereira, R., & Mota Villegas, D. (Abril de 2020). *Kahoot aplicada en la evaluación sumativa en un curso de matemática discreta*. doi:<https://doi.org/10.14483/23448350.15236>

Anexos



KULLKI WASI
COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO

Unidos somos fuertes...



CARTA DE COMPROMISO

Ambato, 05/04/2023

Ing. MBA
José Herrera Herrera.
Presidente
Unidad de Titulación
Carrera de Organización de Empresas
Facultad de Ciencias Administrativas
Presente. -

Yo, Juan Andagana en mi calidad de gerente general de la cooperativa de ahorro y crédito Kullki Wasi, me permito poner en su conocimiento la aceptación y respaldo para el desarrollo del Trabajo de Titulación bajo el Tema "Gamificación como estrategia para mejorar el clima organizacional en el sector cooperativista." con sede en el cantón Ambato, provincia de Tungurahua, propuesto por la estudiante Alejandra Estefanía Chávez Rugel portador de la Cédula de ciudadanía 1803521416, estudiante de la Carrera de Organización de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

A nombre de la Institución a la cual represento, me comprometo a apoyar en el desarrollo del proyecto.

Particular que comunico a usted para los fines pertinentes.

Atentamente.



Mgs. Juan M. Andagana G.
CI: 1802078574
Telf: 033 73 11 00
Celular: 0993936256
E-mail: juan_andagana@kullkiwasi.com.ec

EDIFICIO MATRIZ AMBATO: Juan Benigno Vela y Martínez esq. (03)3 731 100

AGENCIAS: Izamba - Huachi Chico - Pelleo - Baños - Tena - Pillaro - Riobamba - Guaranda Salcedo - Latacunga - Machachi - Sangolquí - Quito Guamaní - Quito Centro - Quito Calderón Otavalo - Ibarra - Santo Domingo - Durán - Guayaquil - Galápagos: Santa Cruz

 www.kullkiwasi.com.ec

Matriz de Operacionalización de Variables

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	ÍTEMS	PREGUNTA
Gamificación	La gamificación son mecánicas de juego en el proceso de aprendizaje y gestión para desarrollar motivación e interés en los trabajadores, contemplando dos dimensiones imprescindibles en su desarrollo como son: Características: Cualidad o rasgo que describen las diferencias o semejanzas entre personas o situaciones; y los Recursos: Medios que se utiliza para conseguir un fin o satisfacer una necesidad (Sevillano y Vásquez, 2022, p.6).	Características	Diversión	1,2
			Activación	3,4
			Dominio	5,6
		Recursos	Kahoot	7
			Educaplay	8
			Canva	9
Clima organizacional	El clima organizacional es el ambiente generado por las emociones de los trabajadores que tiene como objetivo la motivación, se contempla en su desarrollo, Elementos: Pieza, fundamento móvil o parte integrante de una cosa (Vesga et ál, 2020, p.11).	Elementos	Autonomía	10,11,12
			Reconocimiento	13,14,15
			Innovación	16,17,18,19

Instrumento

Encuesta



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Encuesta dirigida a los colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito KULLKI WASI LTDA

Tema: Gamificación como estrategia para mejorar el clima organizacional en el sector cooperativista.

Objetivo: Analizar la relación de la gamificación y el clima organizacional en el personal de la cooperativa KULLKI WASI.

Instructivo:

- Marque con una X la respuesta que esté más próxima a su realidad.
 - Sus respuestas serán tratadas de forma anónima
-

Información General:

Edad (en años)

Menor de 25 años	
De 26 a 35 años	
De 36 a 45 años	
De 46 a 55 años	
Más de 56 años	

Género

Masculino	
Femenino	

Nivel de educación

Primaria	
Secundaria	
Técnico	
Tercer nivel	
Cuarto nivel	

Indicaciones: Seleccione la respuesta correcta marcando con una X en la alternativa de su preferencia; siendo 1 el criterio más bajo y 5 el criterio más alto. Tome como referencia las siguientes escalas para aportar su respuesta:

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente o neutro	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5
Nunca	Casi Nunca	Algunas Veces	Casi Siempre	Siempre
1	2	3	4	5

No	Ítem	Alternativas de respuesta				
		1	2	3	4	5
Gamificación						
1	Considera que el uso de juegos divertidos le ayudaría a mejorar su desempeño laboral					
2	Considera que disfrutaría más si sus actividades cotidianas incluyen aspectos de juego					
3	Considera que los elementos de juego le harían sentir más activo en sus labores					
4	Considera que los juegos podrían causarle emociones como nerviosismo					
5	Considera que mientras juega se sentiría dominante y tendría la sensación de estar al mando					
6	Considera que mientras juega se sentiría autónomo y confiado					
7	Considera que utilizar Kahoot le ayudaría a mejorar su desempeño laboral					
8	Considera que utilizar Educaplay le ayudaría a mejorar su desempeño laboral					
9	Considera que utilizar Canva le ayudaría a mejorar su desempeño laboral					
Clima Organizacional						
10	Tomo la mayor parte de las decisiones de manera autónoma e influye en el desempeño de mi trabajo					
11	Yo decido el modo en que ejecutaré mi trabajo					
12	Yo propongo mis propias actividades de trabajo					
13	Puedo contar con una felicitación cuando realizo bien mi trabajo					
14	La única vez que se habla sobre mi rendimiento es cuando he cometido un error					
15	En la cooperativa mis superiores conocen mis puntos fuertes y me los hacen notar					
16	En la cooperativa se me permite desarrollar mis propias ideas					
17	Mis superiores me permiten tomar la iniciativa para mi gestión					
18	A mis superiores les agrada que yo intente hacer mi trabajo de distinta forma					
19	Considera usted que la gamificación podría influir en el clima organizacional de la cooperativa					

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Validación de encuesta

Matriz de Validación de contenido: Juicio de expertos - Método de V de Aiken

Según lo manifestado por Robles (2018), en su artículo científico indexado “Índice de validez de contenido: Coeficiente V de Aiken”, los resultados permiten concluir que este coeficiente es el más adecuado para determinar y cuantificar la validez de contenido de un cuestionario o instrumento de medición, ya que permite obtener valores factibles de ser contrastados estadísticamente según el tamaño de la muestra de jueces seleccionada; pues es un coeficiente de fácil cálculo y garantiza resultados sustentados en técnicas estadísticas que contribuyen a proporcionar calidad de los instrumentos de medida con fines de investigación.

Parámetros y criterios de valoración:

Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del contenido	<table border="1"> <tr><td>1</td><td>No es relevante</td></tr> <tr><td>2</td><td>Medianamente Relevante</td></tr> <tr><td>3</td><td>Relevante</td></tr> <tr><td>4</td><td>Es totalmente relevante</td></tr> </table>	1	No es relevante	2	Medianamente Relevante	3	Relevante	4	Es totalmente relevante
1	No es relevante								
2	Medianamente Relevante								
3	Relevante								
4	Es totalmente relevante								
Claridad: Se entiende sin dificultad el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo	<table border="1"> <tr><td>1</td><td>Nada claro</td></tr> <tr><td>2</td><td>Medianamente claro</td></tr> <tr><td>3</td><td>Claro</td></tr> <tr><td>4</td><td>Completamente claro</td></tr> </table>	1	Nada claro	2	Medianamente claro	3	Claro	4	Completamente claro
1	Nada claro								
2	Medianamente claro								
3	Claro								
4	Completamente claro								
Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.	<table border="1"> <tr><td>1</td><td>Nada pertinente</td></tr> <tr><td>2</td><td>Poco pertinente</td></tr> <tr><td>3</td><td>Pertinente</td></tr> <tr><td>4</td><td>Totalmente pertinente</td></tr> </table>	1	Nada pertinente	2	Poco pertinente	3	Pertinente	4	Totalmente pertinente
1	Nada pertinente								
2	Poco pertinente								
3	Pertinente								
4	Totalmente pertinente								

		Relevancia				Pertinencia				Claridad				Sugerencias
Dimensión: el instrumento es multidimensional		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Nº	Ítems													
Variable Independiente: Gamificación														
1	Considera que el uso de juegos divertidos le ayudaría a mejorar su desempeño laboral													
2	Considera que disfrutaría más si sus actividades cotidianas incluyen aspectos de juego													
3	Considera que los elementos de juego le harían sentir más activo en sus labores													
4	Considera que los juegos podrían causarle emociones como nerviosismo													
5	Considera que mientras juega se sentiría dominante y tendría la sensación de estar al mando													
6	Considera que mientras juega se sentiría autónomo y confiado													
7	Considera que utilizar Kahoot le ayudaría a mejorar su desempeño laboral													
8	Considera que utilizar Educaplay le ayudaría a mejorar su desempeño laboral													
9	Considera que utilizar Canva le ayudaría a mejorar su desempeño laboral													
Variable Dependiente: Clima Organizacional														
10	Tomo la mayor parte de las decisiones de manera autónoma e influye en el desempeño de mi trabajo													
11	Yo decido el modo en que ejecutaré mi trabajo													
12	Yo propongo mis propias actividades de trabajo													
13	Puedo contar con una felicitación cuando realizo bien mi trabajo													
14	La única vez que se habla sobre mi rendimiento es cuando he cometido un error													
15	En la cooperativa mis superiores conocen mis puntos fuertes y me los hacen notar													
16	En la cooperativa se me permite desarrollar mis propias ideas													
17	Mis superiores me permiten tomar la iniciativa para mi gestión													
18	A mis superiores les agrada que yo intente hacer mi trabajo de distinta forma													
19	Considera usted que la gamificación podría influir en el clima organizacional de la cooperativa													

Nota aclaratoria:

Cabe mencionar que, mediante la identificación y teorización de variables se han identificado dimensiones, subdimensiones e indicadores, que permitieron llegar a plantear y reformar las preguntas del presente cuestionario conforme la realidad del contexto de la investigación, para brindar sustento y fundamento teórico a la misma. Adicionalmente, se han considerado los instrumentos previamente validados y publicados en revistas científicas indexadas; como fundamento a replicar ajustándolo en el presente cuestionario, según el siguiente detalle:

Tomado de:

Chiang, M., Salazar, M., Huerta, P., & Núñez, A. (2008). Clima Organizacional y Satisfacción laboral en organizaciones del sector Estatal (Instituciones públicas) desarrollo, adaptación y validación de instrumentos. *Revista UNIVERSUM*, 2(23), 77-79. doi: 0716-498X

Parra, E., & Segura, A. (2019). Traducción y validación de la escala de evaluación de experiencias gamificadas (Gamex). *BORDÓN Revista de Pedagogía*, 71(4), 6. doi:10.13042/Bordon.2019.70783

Cálculo V de Aiken

V = V de Aiken

Max	4
Min	1
K	3

$$V = \frac{\bar{x} - l}{k}$$

\bar{X} = Promedio de calificación de jueces

k = Rango de calificaciones (Max-Min)

l = calificación más baja posible

Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

Claridad: Se entiende sin dificultad el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

Con valores de V Aiken como V= 0.70 o más son adecuados (Charter, 2003).

		J1	J2	J3	J4	J5		Media	DE	V Aiken	vg
ITEM 1	Relevancia	4	4	4	4	4		4	0,00	1,00	Valido
	Pertinencia	4	4	4	4	4		4	0,00	1,00	Valido
	Claridad	4	4	4	4	3		3,8	0,45	0,93	Valido
ITEM 2	Relevancia	4	4	4	4	4		4	0,00	1,00	Valido
	Pertinencia	4	4	4	4	4		4	0,00	1,00	Valido
	Claridad	4	4	4	4	3		3,8	0,45	0,93	Valido
ITEM 3	Relevancia	4	4	4	4	4		4	0,00	1,00	Valido
	Pertinencia	4	4	4	4	4		4	0,00	1,00	Valido
	Claridad	4	4	4	4	4		4	0,00	1,00	Valido
ITEM 4	Relevancia	4	4	4	4	4		4	0,00	1,00	Valido
	Pertinencia	4	4	4	4	3		3,8	0,45	0,93	Valido
	Claridad	4	4	4	4	3		3,8	0,45	0,93	Valido
ITEM 5	Relevancia	4	4	4	4	4		4	0,00	1,00	Valido
	Pertinencia	4	4	4	4	4		4	0,00	1,00	Valido
	Claridad	4	4	4	4	3		3,8	0,45	0,93	Valido
ITEM 6	Relevancia	4	4	4	4	4		4	0,00	1,00	Valido
	Pertinencia	4	4	4	4	4		4	0,00	1,00	Valido
	Claridad	4	4	4	4	4		4	0,00	1,00	Valido
ITEM 7	Relevancia	4	4	4	3	4		3,8	0,45	0,93	Valido
	Pertinencia	4	4	4	3	4		3,8	0,45	0,93	Valido
	Claridad	4	4	4	3	4		3,8	0,45	0,93	Valido
ITEM 8	Relevancia	4	4	4	4	4		4	0,00	1,00	Valido
	Pertinencia	4	4	4	4	4		4	0,00	1,00	Valido
	Claridad	4	4	4	4	2		3,6	0,89	0,87	Valido
ITEM 9	Relevancia	4	4	4	4	4		4	0,00	1,00	Valido
	Pertinencia	4	4	4	4	4		4	0,00	1,00	Valido

	<i>Claridad</i>	4	4	4	4	2		3,6	0,89	0,87	Valido
ITEM 10	<i>Relevancia</i>	4	4	4	4	4		4	0,00	1,00	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	4	4		4	0,00	1,00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	4	4		4	0,00	1,00	Valido
ITEM 11	<i>Relevancia</i>	4	4	4	4	4		4	0,00	1,00	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	4	4		4	0,00	1,00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	4	4		4	0,00	1,00	Valido
ITEM 12	<i>Relevancia</i>	4	4	4	4	4		4	0,00	1,00	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	4	4		4	0,00	1,00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	4	4		4	0,00	1,00	Valido
ITEM 13	<i>Relevancia</i>	4	4	4	4	4		4	0,00	1,00	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	4	4		4	0,00	1,00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	4	4		4	0,00	1,00	Valido
ITEM 14	<i>Relevancia</i>	4	4	4	3	4		3,8	0,45	0,93	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	3	4		3,8	0,45	0,93	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	3	4		3,8	0,45	0,93	Valido
ITEM 15	<i>Relevancia</i>	4	4	4	4	4		4	0,00	1,00	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	4	4		4	0,00	1,00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	4	4		4	0,00	1,00	Valido
ITEM 16	<i>Relevancia</i>	4	4	4	4	4		4	0,00	1,00	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	4	4		4	0,00	1,00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	4	4		4	0,00	1,00	Valido
ITEM 17	<i>Relevancia</i>	4	4	4	4	4		4	0,00	1,00	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	4	4		4	0,00	1,00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	4	4		4	0,00	1,00	Valido
ITEM 18	<i>Relevancia</i>	4	4	4	4	4		4	0,00	1,00	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	4	4		4	0,00	1,00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	4	4		4	0,00	1,00	Valido
ITEM 19	<i>Relevancia</i>	4	4	4	4	4		4	0,00	1,00	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	4	4		4	0,00	1,00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	3	4		3,8	0,45	0,93	Valido

Enlace de la Encuesta

<https://forms.gle/LMTrj7FmqS6xNt5S8>