ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA

"TOULOUSE LAUTREC"

CREACIÓN DE UN PROGRAMA DE INCENTIVOS PARA REDUCIR EL CONSUMO DE AGUA POTABLE EN LAS VIVIENDAS DE LA MOLINA

Trabajo de investigación para obtener el grado de Bachiller en Publicidad y Marketing Digital

AUTOR:

CRISTIAN ELVIS AGUADO SANCHEZ

(https://orcid.org/0009-0001-8037-0719)

Asesor

LENY AMELIA PERCCA TREJO

(https://orcid.org/0000-0002-8363-8354)

Lima-Perú

Julio 2024

PAPER NAME

CREACI%C3%93N DE UN PROGRAMA DE INCENTIVOS PARA REDUCIR EL CONSUMO DE AGUA POTABLE EN LAS VIVIENDAS DE LA MOLINA- T_INVEST - CRISTIAN ELVIS AGUADO SANCHEZ.docx

AUTHOR

-

WORD COUNT

7328 Words

CHARACTER COUNT

43726 Characters

PAGE COUNT

33 Pages

FILE SIZE

61.8KB

SUBMISSION DATE

Jul 19, 2024 6:16 PM GMT-5

REPORT DATE

Jul 19, 2024 6:17 PM GMT-5

17% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 14% Internet database
- 4% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 13% Submitted Works database

Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Quoted material

Resumen del Trabajo de Investigación

El proyecto busca reducir el alto consumo de agua potable en las viviendas de La Molina, abordando este problema mediante la metodología Toulouse Thinking. Este proyecto, relevante para la tecnología ambiental sostenible, beneficia principalmente a los residentes de La Molina y al resto de la ciudad, mejorando la disponibilidad del recurso hídrico y reduciendo los costos asociados al consumo excesivo.

Para alcanzar este objetivo se emplearon diversas técnicas como entrevistas, encuestas, talleres generativos y validación de prototipos con pruebas de interacción usando un producto mínimo viable que consiste en una página web. La propuesta de valor de Aqua+ es ayudar a las personas a reducir su consumo de agua mediante un programa de incentivos basado en el monitoreo del consumo, incluyendo de manera opcional la instalación de un sensor en tiempo real y dispositivos ahorradores. Los usuarios son recompensados por la cantidad de agua ahorrada y las tareas realizadas, contribuyendo a reducir la facturación de agua y fomentar hábitos sostenibles.

El proyecto incluye campañas de publicidad en redes sociales para atraer a los usuarios y proporcionar consejos para reducir el consumo de agua. Luego del registro, los usuarios pueden monitorear su consumo de agua y acumular puntos que se pueden canjear en establecimientos locales y opcionalmente pueden suscribirse a la versión Advanced, que incluye un medidor de agua, alertas de fugas y eliminación de publicidad, y el plan Premium, que ofrece servicios adicionales como asistencia técnica de emergencia y dispositivos ahorradores.

Las hipótesis del proyecto se validaron mediante encuestas y pruebas de usuario, mostrando que el 80% de los usuarios están dispuestos a usar el sistema de recompensas y el

60% están interesados en los planes de pago. Resultando en un proyecto altamente beneficioso, y útil para reducir el consumo doméstico de agua.

Palabras claves: Consumo doméstico de agua, programa de incentivos, uso eficiente del agua

TABLA DE CONTENIDO

Resumen del trabajo de investigación…….2

1. Contextualización del problema……..7

2. Justificación……...9

2.1. Justificación social…….9

2.2. Justificación práctica……....10

2.3. Justificación Metodológica…….....10

3. Reto de Innovación…….…….11

3.1. Preguntas de investigación……....11

3.1.1. Pregunta general……..…..11

3.1.2. Preguntas específicas…….....11

3.2. Objetivos de investigación…….…..12

3.2.1. Objetivo general…….…...12

3.2.2. Objetivos específicos……....12

4. Sustento teórico……12

4.1 Estudios previos……..…....12

4.2 Marco teórico…….....15

4.2.1 Creación de un programa de incentivos……..….15

4.2.1.1 Conceptualización del programa de incentivos……....16

4.2.1.2 Características del programa de incentivos…….…….16

4.2.1.2.1 Sistema de recompensa……...…16

4.2.1.2.2 Motivación…….……16

4.2.1.2.3 Hábitos……..……..17

4.2.1.2.4 Comunidad de usuarios……...…17

4.2.1.2.5 Usabilidad……...…17

4.2.1.2.6 Integración de tecnologías……..……18

4.2.1.3 Tipos de incentivos……18

4.2.1.3.1 Incentivos no monetarios……18

4.2.1.4 Plataformas para implementar el programa de incentivos…….18

4.2.1.4.1 Interfaz de usuario……...…18

4.2.1.4.2 Plataforma web……19

4.2.1.4.3 Aplicativo……19

4.2.1.4.4 Pantallas interactivas……19
4.2.1.5 Difusión del programa de incentivos……..…20
4.2.1.5.1 Publicidad digital……..20
4.2.1.5.2 Activaciones…….20
4.2.1.5.3 Alianzas estratégicas……20
4.2.1.6 Importancia implementar un programa de incentivos para ahorrar agua…….21
5. Beneficiarios……...…....21
5.1. Directos……...21
5.2. Indirectos……22
5.3. Arquetipo del cliente……...…22
5.4. Cantidad de beneficiarios……...……24
6. Propuesta de valor……..……...24
6.1 Propuesta de valor…….24
6.2 Segmento de clientes……...……..…24
6.3 Canales…….……24
6.4 Relación con los clientes……....25
6.5 Actividades clave……...…...…25
6.6 Recursos clave……...….26
6.7 Aliados clave……...…..26
6.8 Fuentes de ingreso…….....…26
6.9 Presupuesto…….……...…....27
7. Resultados…….....28
8. Conclusiones…….....29
9. Bibliografía…….....…....30

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. *Inversión inicial* …….. 27

Tabla 2. *Gastos mensuales* ……..... 27

Tabla 3. *Ingresos* ……... 28

1. Contextualización del Problema

El uso ineficiente del agua es un problema a nivel mundial que afecta a numerosas comunidades, en particular en el ámbito doméstico. El desperdicio en los hogares, como dejar grifos abiertos y duchas prolongadas, reduce la disponibilidad de agua potable y tiene repercusiones económicas y ambientales significativas.

Se proyecta que el consumo global de agua se incrementará en más de 19% y aproximadamente un billón de habitantes vivirán con escasez de agua hacia el 2050 (Kuzma et al.,2023). Por lo que es crucial promover el uso responsable del agua para asegurar su conservación futura.

De acuerdo a la entrevista realizada al representante del Servicio de Agua Potable y Alcantarillado de Lima (Sedapal) manifiesta que entre los meses de marzo a diciembre de 2020, el uso de agua en Lima aumentó en más de 40,000 millones de metros cúbicos, lo que equivale al volumen de 20 estadios (Diario El Peruano, 2021). Estos datos son alarmantes y revelan la urgente necesidad de abordar tanto el incremento en el uso residencial cómo las causas subyacentes, cómo las malas prácticas de consumo y posibles fallas en la infraestructura sanitaria.

Los distritos que consumieron más agua por habitante fueron San Isidro (242 litros), , La Molina (233), Miraflores (214) y Surco (200) a pesar de que lo recomendable de acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS) es de más de 40 a más de 90 litros de agua por persona. (SEDAPAL, 2024). Esta diferencia indica que no se está aprovechando el agua de manera óptima en los hogares por lo que se deben tomar medidas para reducir su consumo. Sobre todo en una ciudad donde más del 5% de la población (más de 600 mil personas) no cuenta con acceso al agua potable de acuerdo con la Encuesta Nacional de Programas Presupuestales (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2021).

Se busca reducir el consumo de agua potable de las viviendas del distrito de La Molina, al ser el distrito con el segundo mayor consumo de agua por persona en la ciudad. Este alto consumo es particularmente significativo dado que La Molina es principalmente una zona residencial, lo que indica un uso doméstico elevado y potencialmente ineficiente del agua.

A partir de todo lo redactado anteriormente y partiendo de las carreras de Publicidad y Marketing Digital y Arquitectura de Interiores se plantea el desarrollo de un programa de incentivos basado en la reducción del consumo de agua llamado Aqua+, una plataforma donde los usuarios podrán acceder a recompensas como descuentos y productos canjeando puntos logrados por completar tareas relacionadas al ahorro del agua y al lograr su meta de reducción de consumo.

Los participantes podrán registrarse de manera gratuita a Aqua+ e ingresar a la página web, al ingresar su número de suministro podrán ver sus consumos históricos y su meta de reducción de consumo para el siguiente mes. Los usuarios ganarán puntos al alcanzar dicha meta y realizando las tareas relacionadas al ahorro de agua, los puntos podrán ser canjeados por cupones de descuento para consumo en nuestra red de aliados. Los usuarios recibirán diariamente una notificación con un consejo del día mediante nuestras redes sociales sobre el uso eficiente del agua para fortalecer su aprendizaje.

Posteriormente se les ofrecerá una versión Advanced del servicio Aqua+ por una suscripción mensual donde podrán instalar un caudalímetro inteligente, que se conectará con la web donde podrán ver sus consumos en tiempo real y contará con la función de alerta de fuga, que se activará al detectar un consumo continuo durante un periodo determinado de tiempo elegido por el usuario. Además existirá una versión Premium que incluye los beneficios del plan Advanced, incluyendo también un paquete de dispositivos ahorradores e inspecciones trimestrales por una membresía mensual.

Finalmente se concluye que es importante abordar el problema del uso ineficiente de agua en el ámbito doméstico debido a las repercusiones económicas, ambientales y sociales que conllevan Por ello, Aqua+ se propone fomentar la disminución del consumo de agua en los hogares de La Molina. A través de esta iniciativa se espera no solo reducir el consumo de agua sino también educar a la población sobre la importancia del uso eficiente del agua.

2. Justificación

La presente investigación está enfocada en resolver la problemática existente respecto al uso excesivo de agua en los hogares. Para ello, se propone desarrollar un sistema de incentivos y monitoreo, a través del servicio llamado Aqua+.

2.1. Justificación social

La conservación y el uso adecuado del agua es esencial para el bienestar de la comunidad especialmente en una ciudad donde el acceso al recurso hídrico es limitado y desigual. A pesar de la importancia de este recurso muchas personas no adoptan medidas efectivas para su conservación lo que dificulta que más personas accedan al servicio de agua potable.

El uso ineficiente es notable en varios distritos donde el consumo de agua per cápita es más del doble de lo recomendado por la OMS. Particularmente, el distrito de La Molina presenta uno de los consumos más elevados alcanzando los 233 litros diarios por habitante (SEDAPAL, 2024). Por esta razón se decidió enfocarse en reducir el consumo de agua en los hogares de La Molina implementando iniciativas destinadas a promover el uso racional del agua mediante la educación sanitaria acompañada de un programa de recompensas. Estas medidas no solo contribuirán a la conservación del recurso, sino que también sensibilizarán a la comunidad sobre la importancia de adoptar prácticas sostenibles.

Los hogares de La Molina se verán beneficiados al ver una reducción en sus recibos de agua, además la disminución en el consumo de agua contribuirá a una mayor disponibilidad del recurso para la ciudad y que más personas puedan acceder

2.2. Justificación práctica

Esta investigación se realiza porque es necesario reducir el consumo de agua en los hogares del distrito de La Molina debido al incremento del consumo de 210 (tercer lugar en Lima) a 233 litros diarios por habitante (SEDAPAL, 2024) cifras muy por encima de lo recomendado por la OCDE.

Por esta razón es necesario implementar medidas para promover el consumo responsable, reducir el desperdicio y así garantizar la disponibilidad de este recurso para la población, además de que al reducir la demanda, se aliviará la presión sobre la infraestructura actual, conduciendo a una mejora en la fiabilidad del servicio.

Por lo que se propone implementar un programa de recompensas mediante el servicio Aqua+ para educar e incentivar a los hogares a reducir su consumo obteniendo beneficios al lograr una meta de reducción.

2.3. Justificación metodológica

Con la finalidad de obtener una solución innovadora para la problemática descrita, se empleó la metodología Toulouse Thinking, que permitió abordar el problema de manera estructurada y participativa.

El mapa de actores ayudó a comprender las relaciones entre las partes involucradas y proporcionó una visión integral del problema. Al identificar y categorizar los actores centrales, directos e indirectos se pudo analizar su nivel de influencia en el proyecto.

Se utilizó la herramienta del árbol de problema para identificar las causas y efectos, esta herramienta visual permitió comprender la complejidad del problema e identificar los aspectos claves que se deben abordar, los cuales fueron posteriormente organizados en una matriz de priorización según la urgencia de resolverlos.

Otra herramienta útil fue el lienzo de propuesta de valor que permitió identificar las necesidades de los usuarios para poder llegar a un servicio que solucione sus problemas y satisfaga sus expectativas, esta herramienta fue esencial para asegurar que el servicio aporte un valor relevante para los usuarios.

Finalmente se utilizó el lienzo modelo de negocio para diseñar y describir la estrategia del proyecto identificando los componentes clave, segmento de clientes, canales, relaciones con los clientes, fuentes de ingreso, recursos y actividades clave. Visualizar todos los elementos de manera conectada facilitó la identificación de oportunidades y garantizar que las partes del negocio trabajen en conjunto.

3. Reto de innovación

Reducir el consumo de agua potable de las viviendas del distrito de La Molina

3.1. Preguntas de investigación

3.1.1. Pregunta general:

¿De qué manera se podría ayudar a reducir el consumo de agua potable de las viviendas del distrito de La Molina?

3.1.2. Preguntas específicas:

P1: .¿Qué herramientas se necesitan para crear un programa de incentivos que ayude a reducir el consumo de agua potable de viviendas del distrito de La Molina?

P2: ¿Qué actividades debería incluir el programa de incentivos para ayudar a reducir el consumo de agua potable de viviendas del distrito de La Molina?

P3: ¿Qué tan beneficioso sería crear un programa de incentivos para reducir el consumo de agua potable de viviendas del distrito de La Molina?

3.2. Objetivos de investigación

3.2.1. Objetivo general:

Crear un programa de incentivos para ayudar a reducir el consumo de agua potable en las viviendas de La Molina

3.2.2. Objetivos específicos:

O1: Evaluar las herramientas que se necesitan para crear un programa de incentivos que ayude a reducir el consumo de agua potable de viviendas del distrito de La Molina

O2: Investigar cuáles son las actividades que debería incluir el programa de incentivos para reducir el consumo de agua dentro de viviendas del distrito de La Molina

O3: Determinar qué tan beneficioso sería crear un programa de incentivos que ayude a reducir el consumo de agua potable de las viviendas del distrito de La Molina

4. Sustento Teórico

4.1. Estudios previos

ANTECEDENTES:

Beltran, H. y Del Rosario, M (2022) desarrollaron la tesis *Propuesta de implementación de un plan de incentivo de reciclaje de botellas plásticas y de vidrio para reducir el impacto negativo en el medio ambiente en el distrito de Huancayo* para optar el Título Profesional de Ingeniería Industrial, en la Universidad Continental de Huancayo, Perú.

Tuvo cómo propósito realizar la implementación de un plan de incentivos de reutilización de envasados plásticos y de vidrio para disminuir la repercusión negativa en el entorno ecológico del distrito de Huancayo – 2021.

Llegando a la conclusión de que las personas mostraron un gran interés de reciclar envases de vidrio y plástico con el fin de recibir un beneficio a cambio, generando así resultados positivos en la sociedad y en el entorno ecológico. Sobresale en la ayuda económica a la sociedad para el pago de recibos de energía, fomentando una sensibilización ambiental.

Se considera esta tesis porque cuenta con un procedimiento similar que se emplea en esta investigación, debido a que funciona con un plan de incentivos con el fin de mejorar una problemática actual que afecta a la sociedad y el medio ambiente.

Briones, S (2020) elaboró la tesis titulada *Programa de incentivos y su incidencia para la mejora de gestión municipal en el manejo de residuos sólidos, Lambayeque* para optar al grado académico de Maestra en Gestión Pública en la Universidad César Vallejo.

Tuvo como objetivo evaluar el impacto de los programas de incentivos en el mejoramiento de la gestión municipal de desechos sólidos e identificar los componentes más relevantes de un programa de incentivos. Se concluyó que los programas de incentivos organizados por la municipalidad contribuyeron positivamente a la gestión de residuos sólidos en Lambayeque, y que el éxito de dicha gestión está estrechamente relacionado con factores como el personal capacitado, la disponibilidad de recursos económicos, la transparencia y la rendición de cuentas.

Se seleccionó este estudio porque se asemeja al presente proyecto, ya que ambos fomentan el uso de incentivos para promover la gestión eficiente de recursos y una mejora en la sostenibilidad ambiental y económica.

Viteri, A y Alvarez, R. (2023) desarrollaron la tesis *Propuesta de diseño de un Sistema de Incentivos para Potenciar la Motivación y el Desempeño del Personal del Centro de Instrucción de Conscriptos No.11 TAPI*, para optar al grado de Maestro en Dirección de Personas, en la Escuela de Posgrado Newman.

El propósito del estudio consistió en establecer un sistema de incentivos apropiado y eficaz en el Centro de Instrucción de Conscriptos No.11 "TAPI" con el fin de motivar y mejorar el rendimiento del personal.

Se concluye que el programa de inventivos es una estrategia que generará un ambiente favorable para que los miembros del equipo alcancen su máximo rendimiento. Se reconoce que el desempeño óptimo y la motivación de los empleados son aspectos cruciales para lograr los objetivos de la organización.

Se eligió el presente estudio porque proporciona una metodología para diseñar un programa de incentivos y se centra en mejorar la motivación en las personas a través de un sistema personalizado de estímulos además de que aborda la importancia de la retroalimentación continua y la adaptación del sistema a un entorno cambiante.

Arroyo, C y Medina, R (2020) realizó la tesis titulada *Plan de incentivos y reconocimientos para incrementar la productividad en el área de producción de una empresa pesquera, Chimbote - 2020* para obtener el grado de Ingeniero Industrial en La Universidad César Vallejo.

El objetivo de este estudio fue aplicar un plan de incentivos y reconocimientos con el propósito de incrementar la productividad en una empresa pesquera, se identificaron los problemas más frecuentes del área operativa y se evaluó la satisfacción de los trabajadores en base a lo cual se diseñó un plan de incentivos basado en metas.

La principal conclusión de la presente investigación fue que la motivación basada en incentivos impacta positivamente en el rendimiento laboral. Se observó un aumento significativo en el uso y aprovechamiento de los recursos, además de un incremento en el rendimiento del área encargada de la producción en la empresa pesquera.

Se eligió este estudio debido a su relevancia en el diseño e implementación de un programa de incentivos para mejorar el desempeño ya que proporciona información valiosa

sobre cómo los incentivos pueden lograr influir positivamente en el rendimiento y los hábitos de los trabajadores.

Fernández, R (2022) desarrolló la tesis *Programa de Incentivos y Coaching Motivacional para fortalecer el Clima Organizacional en una empresa privada de servicios, Lima 2022* para optar el Título profesional de Licenciada en Administración y Dirección de Empresas en la universidad Norbert Wiener.

El objetivo del estudio consistió en presentar una propuesta para desarrollar un plan de incentivos y orientación motivacional con el fin de mejorar el entorno laboral en una empresa privada. El programa buscaba promover una cultura empresarial positiva, aumentar la motivación, la dedicación de los empleados, y fomentar una comunicación efectiva y el trabajo en equipo dentro de la empresa.

Se concluyó que los empleados de la organización objeto de estudio no disponían de estímulos ni recompensas que motiven el cumplimiento eficiente de sus tareas. Además, se detectó una comunicación insuficiente en el ambiente laboral, lo cual repercutió directamente en la eficacia y productividad del personal y que la propuesta mejorará la motivación, el rendimiento y la satisfacción en el trabajo dentro de la empresa en estudio.

Este estudio fue elegido debido a su relevancia y similitud con el proyecto, nos ofrece una perspectiva sobre cómo implementar un programa de incentivos y motivación en un entorno laboral y cómo repercute directamente en la eficacia y productividad del personal.

4.2. Marco teórico

4.2.1. Creación de un programa de incentivos

La creación de un programa de incentivos implica diseñar una estrategia para motivar cambios de comportamiento mediante recompensas. Los incentivos deben ser adecuados y

proporcionales a las metas establecidas, y estas metas deben ser alcanzables para mantener la motivación de los participantes.

4.2.1.1. Conceptualización del programa de incentivos

Según Severino (2021), los programas de incentivos o recompensas se distinguen por incluir actividades y tácticas, las cuales tienen como objetivo incrementar los niveles de motivación.

Un programa de incentivos es una iniciativa que se enfoca en promover prácticas efectivas para reducir el consumo de agua en el ámbito doméstico.

4.2.1.2. Características del programa de incentivos

4.2.1.2.1. Sistema de Recompensa

Un sistema de recompensa busca premiar con algún beneficio a las personas que realicen acciones en específico. Estas acciones son planteadas previamente por alguna entidad, marca o persona, como moneda de cambio con quién recibe la recompensa.

Almeida et al. (2021) manifiestan en su artículo que los sistemas de recompensa son promesas que pueden ir escritas o no que proponen incentivos para compensar de acuerdo a las acciones solicitadas.

4.2.1.2.2. Motivación

La motivación es la raíz que impulsa a las personas a generar una acción, ya sea para satisfacer necesidades, lograr objetivos o realizar un deseo. Existe motivación que nace de factores internos como pueden ser la satisfacción o el placer de realizar la acción; o factores externos, provenientes de recompensas o castigos.

Según Bayser (2022), la motivación es un estado que conduce a generar un comportamiento. Así mismo, en su investigación determina que esta es una fuerza que emana del interior e implica el anhelo de cubrir una necesidad.

4.2.1.2.3. Hábitos

De acuerdo con Bello (2019), los hábitos se refieren a la repetición constante de una conducta con un propósito específico.

Los hábitos son patrones de comportamiento repetitivos y automáticos que se forman mediante la práctica constante de cierta actividad.

Para Romero (2019) los hábitos se crean y nos conducen a realizar acciones de manera automática. Sin embargo, la mayor parte del tiempo no somos conscientes de su existencia, ya que operan en piloto automático. Un hábito es un comportamiento que se adquiere mediante la repetición o el aprendizaje hasta convertirse en una acción automática. La presencia de un hábito tiene dos etapas: formación y estabilidad.

4.2.1.2.4. Comunidad de usuarios

En la actualidad, las comunidades de usuarios son la nueva forma de relacionarse de las personas en el mundo digital. Son grupos de personas con intereses similares que se unen a raíz de estos a través de las distintas plataformas web, redes sociales o cualquier entorno digital que lo permita.

Lagares et al. (2021) manifiestan en su investigación que las comunidades digitales se caracterizan por el sentido de pertenencia entre los miembros presentes en el entorno digital elegido; la interrelación entre quienes son parte a través del intercambio de datos; y la existencia de una cultura común.

4.2.1.2.5. Usabilidad

La usabilidad refiere a la facilidad con que una herramienta digital puede ser utilizada. Esta se puede evaluar de acuerdo a la satisfacción y eficiencia con que el usuario se relaciona con esta.

Álvarez et al. (2020) determinan que la usabilidad compete a la interacción creada entre el humano y el computador, convirtiéndose en uno de los principales aspectos a tomar en cuenta en la ingeniería de software.

4.2.1.2.6. Integración de tecnologías

Se refiere al proceso de combinar diferentes tecnologías o sistemas para lograr una mayor eficiencia, flexibilidad y capacidad de respuesta, el programa de incentivos integra una página web, caudalímetros inteligentes y el uso de dispositivos ahorradores de agua.

Cukur (2023) define la integración de tecnologías como un medio para mejorar la vida humana y proporcionar un fácil acceso a lo que usualmente no podríamos acceder.

4.2.1.3. Tipos de incentivos

4.2.1.3.1. Incentivos no monetarios

Estos incentivos se basan en la remuneración no económica, tal cómo menciona Luque , J y Saravia, J (2021) estos incentivos se encargan de alzar la moral de la persona trabajadora de tal manera que es indudable su rendimiento.

Dentro de estos incentivos no monetarios encontramos por ejemplo las actividades de recreación, pases a eventos exclusivos, cupones canjeables en restaurantes, entre otros.

4.2.1.4. Plataformas para implementar el programa de incentivos

4.2.1.4.1. Interfaz de usuario

La interfaz de usuario ha sido formada desde distintos puntos de vista, y es una herramienta importante a considerar al momento de implementar un programa de incentivos. Su definición según el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (2024) significa un vínculo, tangible o intangible entre el cliente y una computadora, periféricos o un enlazamiento de comunicaciones.

Morejón (2020) Una interfaz de usuario corresponde a un mecanismo integrado por distintos componentes tanto oculares como dinámicos e interactivos, que influyen de manera

directa en el procedimiento de comunicación usuario-mecanismo y puede ser evaluado desde diversas dimensiones. Las características de este logran decretar la experiencia de la persona, el desempeño del mecanismo de cómputo y la ejecución de los propósitos por el cual está diseñado.

4.2.1.4.2. Plataforma web

Damasio (2021) define a una plataforma web como un grupo de instrumentos con el fin de concebir programas web dinámicas mediante navegadores (tal y como Google Chrome, Firefox, entre otros), con el fin de que el cliente interactúe con esta plataforma ubicada en el servidor, donde se encuentran la data e información del sistema.

Esta plataforma web permite a los usuarios acceder a la información deseada de una manera práctica y sencilla, sin la necesidad de realizar una instalación, siendo solo necesario un dispositivo que cuente con acceso a internet para lograr ingresar a múltiples sitios web dentro del navegador.

4.2.1.4.3. Aplicativo

Un aplicativo o también llamado App, se pueden observar de manera abundante en la sociedad actual, debido a que se encargan de facilitar o satisfacer ciertas necesidades o deseos que surgen de las personas. Existen diferentes tipos de aplicativos para distintos rubros y cumplen distintas funciones ya sea informativo, de entretenimiento, productividad, entre otros.

La Enciclopedia Británica (2024) define un aplicativo cómo un programa de software que se lleva a cabo ya sea en un teléfono o móvil o tablet. Se realiza en un aparato electrónico con la finalidad de efectuar una asignación concreta y pueden variar desde redes sociales, salud, entre otros.

4.2.1.4.4. Pantallas interactivas

Benyon (2019) define a la pantalla interactiva cómo un área visual que posibilita a las personas relacionarse de manera directa con la información presentada a través de comandos táctiles o distintos medios cómo desplazamientos físicos del cuerpo. Estas pantallas se suelen utilizar en diferentes escenarios, cómo centros comerciales, ocio, educativo, entre otros.

Esta propuesta de pantallas táctiles también se suele ver en módulos interactivos ubicados en puntos estratégicos o campañas de activación. Al ser una pantalla que requiere una dinámica por parte del usuario, logra captar la atención e incitar a las personas a acercarse a interactuar para visualizar qué tipo de información tiene para ofrecer.

4.2.1.5. Difusión del programa de incentivos

4.2.1.5.1. Publicidad digital

Montoya (2020) define la publicidad digital cómo un modo de impulsar un producto o servicio de una firma o compañía mediante distintos medios de canal de comunicación en línea, logrando ser de paga o gratuito.

Hoy en día la publicidad digital en las redes sociales es uno de los medios más fuertes para atraer la atención del público a diferentes tipos de experiencias o productos innovadores. Gracias a su alcance, el consumidor logra visualizar lo que desea o necesita de una manera sencilla y dinámica.

4.2.1.5.2. Activaciones

Las activaciones son son técnicas de comunicación que buscan una interacción directa entre las marcas y los consumidores a través de experiencias. Para

Lanffranchi et al. (2019) las activaciones son beneficiosas porque aumentan la visibilidad en las redes sociales, lo que puede conducir a ventas indirectas.

4.2.1.5.3. Alianzas estratégicas

Las alianzas estratégicas posibilitan a las entidades mejorar sus capacidades, lo que les permite explorar nuevas oportunidades en los mercados y evaluar estrategias de crecimiento según sus recursos disponibles. (Peralta-Mocha. et al.,2022)

Una alianza estratégica es un punto clave al momento de emprender un negocio o aplicarlo en uno ya existente, ya que permite llegar a una mayor cantidad de personas y alcanzar objetivos comunes. Esto se lleva a cabo aplicando distintos conocimientos y perspectivas de las organizaciones que forman parte de la alianza.

Büttenbende et al. (2020) indican que ante la dinámica cambiante de la economía, la inestabilidad y las limitaciones para satisfacer las necesidades de la población, es necesario que las organizaciones colaboren estrechamente.

4.2.1.6. Importancia de implementar un programa de incentivos para ahorrar agua

Es importante implementar un programa de incentivos para ayudar a reducir el consumo de agua debido a que se está usando de manera ineficiente este recurso. Aqua+ busca reducir el consumo de las viviendas en el distrito de La Molina mediante una plataforma de recompensas y descuentos que los usuarios podrán obtener al disminuir su consumo de agua, además de fomentar el ahorro de agua también se busca instruir a la población acerca de la importancia de este recurso y promover prácticas sostenibles en el hogar.

5. Beneficiarios

5.1. Directos

El programa de incentivos Aqua+ está dirigido a hogares del distrito de La Molina pertenecientes a los niveles socioeconómicos A, B y C+; cuyo objetivo es crear hábitos que

los motiven a reducir su consumo de agua, a través de recompensas progresivas basadas en sus niveles de ahorro.

5.2. Indirectos

Los beneficiarios indirectos del servicio Aqua+ vendrán a ser la Municipalidad de La Molina y Sedapal, esto debido a que al reducir el consumo de agua dentro de las viviendas, se tendrá una mejor gestión y organización de esta, generando así que disminuyan los costos de infraestructura y tratamiento del recurso hídrico al haber una menor demanda.

5.3. Arquetipo del cliente

Los beneficiarios son los hogares de La Molina pertenecientes a los niveles socioeconómicos A, B y C+ que viven en casas o departamentos. Este grupo incluye tanto a jóvenes como a adultos, que pueden vivir de manera independiente, con su familia o con otras personas en el hogar.

En general, estas personas suelen estar ocupadas la mayor parte del tiempo debido a sus compromisos laborales o académicos, lo que les impide estar muy pendientes de la cantidad de agua que consumen en sus hogares.

Aunque desean reducir el costo de sus recibos de agua, no están seguros de qué prácticas deben adoptar para lograr un cambio significativo de manera rápida, sencilla y eficaz además de que no se sienten motivados a hacerlo al no ver resultados. Por lo tanto, este programa de incentivos les ofrece una solución atractiva para fomentar el ahorro de agua y proporcionarles beneficios adicionales por sus esfuerzos.

Sebastián es un adulto de 35 años de edad, es arquitecto de profesión y actualmente trabaja en la modalidad remota. Suele tomar una ducha dos veces al día, antes de empezar a trabajar y después de regresar del gimnasio. Busca ahorrar agua confiando en lo que dice su

instinto, pero no está informado correctamente sobre cuáles serían las mejores prácticas. Para él lo más importante es reducir su consumo de agua para que esto se vea reflejado en sus recibos de agua y no lleguen con un costo muy elevado. Ha investigado de manera superficial sobre los dispositivos ahorradores, pero no ha tenido el tiempo o el interés para investigar sobre esto a mayor profundidad. Le causa molestia y estrés no disponer de suficiente tiempo para detectar si es que existe alguna fuga o desperfecto en las instalaciones sanitarias dentro de su vivienda y también le frustra no saber como empezar a adoptar prácticas que reduzcan su consumo de agua de manera notable. Por lo que Sebastián espera visualizar resultados tangibles como un menor consumo de agua, soluciones de ahorro rápidas y fáciles de implementar y recursos accesibles de información clara y precisa sobre acciones que ayuden a reducir su consumo del recurso hídrico dentro de su vivienda.

Los arquetipos se elaboraron basándose en toda la información recopilada a partir de los lienzos de investigación, las entrevistas, las encuestas y el Mapa de Actores, el cual se dividió en tres secciones:

Sección 1 - Centrales: En esta sección se encuentra el público objetivo que son los hogares del distrito de La Molina.

Sección 2 - Directos: En esta sección se encuentran la red de aliados de Aqua+ que son los establecimientos que ofrecerán descuentos a los usuarios además también se encuentran incluídos los familiares, amigos, compañeros y entorno social de los participantes.

Sección 3 - Indirectos: En esta sección se encuentran las organizaciones públicas y privadas, que no tienen un contacto directo con el público elegido como SEDAPAL, la Municipalidad de La Molina.

5.4. Cantidad de beneficiarios

Se hará inicialmente un piloto con 1000 hogares de La Molina. Fueron elegidos según la delimitación socioeconómica y la investigación, con la finalidad de ofrecer incentivos para disminuir el consumo de agua en sus hogares y un sistema de monitoreo para poder detectar consumos anómalos y posibles fugas.

6. Propuesta de Valor

6.1. Propuesta de valor

La propuesta de valor está enfocada en ayudar a las personas a reducir su consumo de agua mediante un programa de incentivos basado en el monitoreo del consumo de agua con la posibilidad de instalar un sensor en tiempo real y gadgets ahorradores para un monitoreo más exacto y detallado. AQUA+ reconoce el esfuerzo por ahorrar agua y otorga recompensas según la cantidad de litros ahorrados, lo que también contribuye a reducir el costo del recibo de agua. Nuestra propuesta fomenta nuevos hábitos de consumo, priorizando el ahorro de agua, promoviendo la sustentabilidad y la conciencia ambiental.

6.2. Segmento de clientes

El servicio está dirigido a personas del género masculino y femenino, entre 18 a 35 años, que residan en el distrito de La Molina y se encuentren interesados en reducir su consumo de agua de una manera dinámica y sencilla.

6.3. Canales

Los canales que se utilizan en el servicio son la página web como el canal principal, donde está ubicado el prototipo, las redes sociales cómo Instagram, Facebook y Tiktok, por el cual se realizará la publicidad e invita al público a utilizar la propuesta dada. La página web

cómo complemento para que el público sepa más a detalle la funcionalidad de la propuesta. Y finalmente el servicio de delivery, esto se lleva a cabo al momento de realizar la compra del medidor de agua o gadgets ahorradores para el hogar.

6.4. Relación con los clientes

Se mantendrá una comunicación continua mediante notificaciones y consejos dentro de las redes sociales y la web. Si se requiere una atención más personalizada y detallada, se dispone de un equipo de soporte al cliente para la instalación de dispositivos en caso de utilizar el servicio Advanced o Premium, así como para resolver consultas o inconvenientes que el cliente pueda tener sobre el servicio ofrecido.

6.5. Actividades clave

El servicio se centra en varias actividades clave para ofrecer un valor integral a nuestros usuarios. La gestión del programa de recompensas es fundamental, ya que incentiva la reducción del consumo de agua a través de un sistema estructurado de puntos y recompensas. Complementando esto, se diseñó y creó una web como producto mínimo viable que permite a los usuarios monitorear su consumo, participar en el programa de recompensas y recibir soporte técnico. El soporte y servicio al cliente es otra área crítica, donde brindamos asistencia continua para resolver dudas y problemas técnicos, asegurando una experiencia de usuario fluida y satisfactoria.

Además, la publicidad y el marketing en redes sociales son relevantes para atraer y retener usuarios, creando contenido atractivo y gestionando campañas publicitarias. Monitoreamos el consumo de agua mediante recibos o medidores inteligentes, recolectando datos precisos para evaluar y recompensar el comportamiento de consumo responsable.

También vendemos e implementamos medidores de agua, garantizando su correcta instalación y funcionamiento para proporcionar datos fiables.

6.6. Recursos clave

Los recursos clave incluyen un desarrollador web, publicidad y marketing en redes sociales, alianzas y socios para las recompensas, y especialistas en gasfitería.

6.7. Aliados clave

Las alianzas clave incluyen emprendimientos de ropa y comida del distrito de La Molina, Sedapal, y Sunass. Estas colaboraciones permiten ofrecer una variedad de beneficios y promociones exclusivas a los usuarios, además de asegurar el cumplimiento de estándares y normas en los servicios relacionados con el agua y el saneamiento.

6.8. Fuentes de ingresos

Las fuentes de ingresos del servicio son diversas e incluyen suscripciones mensuales o anuales para los planes Advanced y Premium, las cuales ofrecen funcionalidades adicionales. También se generan ingresos a través de la publicidad y los anuncios dentro de la página web, así como mediante alianzas estratégicas con emprendimientos para ofrecer promociones y beneficios exclusivos. Además, se comercializan gadgets y sensores ahorradores de energía en modalidad de pago, y se brindan servicios de inspección para garantizar el funcionamiento correcto de los dispositivos y optimizar el uso de recursos.

>

6.9. Presupuestos

Tabla1.

Inversión inicial

Item	Descripción de recursos	Cantidad	UM	Costo unitario	Importe
1	Página web	1	UND	S/3200	S/3200
2	Caudalímetros	160	UND	S/50	S/8000
3	Dispositivos ahorradores	200	UND	S/10	S/2000
4	Laptop	2	UND	S/1500	S/3000
5	Celulares	2	UND	S/500	S/1000
				TOTAL	S/17200

Tabla2.

Gastos mensuales

Item	Descripción de recursos	Cantidad	UM	Costo unitario	Importe
1	Personal técnico	1	UND	S/2000	S/2000
2	Mantenimiento web	1	UND	S/500	S/500
3	Personal administrativo	1	UND	S/2000	S/2000
4	Alquiler oficina	1	UND	S/1500	S/1500
5	Personal de despacho	1	UND	S/1200	S/1200
6	Personal de atención al cliente	1	UND	S/1200	S/1200
7	Community manager	1	UND	S/1500	S/1500

8	Publicidad en redes sociales	1	UND	S/500	S/500
				TOTAL	S/10400

Tabla3.

Ingresos

Item	Descripción de recursos	Costo unitario	Estimado total de unidades vendidas por mes	Ingreso estimado mensual	Ingreso estimado trimestral
1	Suscripción Advanced	15	360	S/5400	S/18000
2	Suscripción Premium	25	120	S/3000	S/11250
3	Anuncios en la web	500	5	S/2500	S/6000
4	Dispositivos ahorradores	20	100	S/2000	S/6000
				TOTAL	S/41250

7. Resultados

El reto de innovación se concretó de forma satisfactoria, se logró validar la aceptación de los usuarios a formar parte del programa de ahorro de agua y la eficacia de las recompensas para motivar a los usuarios a cambiar sus hábitos de consumo.

La validación del proyecto se realizó con un grupo de personas del público objetivo, residentes en La Molina. Se realizó un primer experimento de validación siendo este el programa de incentivos implementado de manera presencial mediante la fabricación de un módulo ubicado estratégicamente en paraderos y estaciones de tren, esta propuesta contaba con una persona del servicio dispuesto a explicar cómo funciona el sistema para lograr

canjear los puntos obtenidos por la cantidad de agua ahorra en la vivienda. Al público le pareció una propuesta interesante, sugirieron puntos de mejora siendo los más importantes tener una opción digital, ya que les resulta más práctico y sencillo acceder de esta forma. De igual manera comentaron que les pareció una buena propuesta para los adultos mayores, que no están muy familiarizados con la tecnología.

También se obtuvieron resultados de un segundo experimento a partir de un prototipo de la página web y la función de realizar tareas a cambio de puntos, donde los participantes manifestaron su interés en unirse al programa de incentivos, las tareas encomendadas les parecieron sencillas de realizar y útiles para reducir su consumo de agua y consideraron que la recompensa obtenida era adecuada. También mostraron interés en unirse a las versiones de pago Advanced y Premium al ofrecer funciones adicionales y un mejor control del consumo de agua.

Para lograr dichos resultados, se utilizó un taller generativo donde se les presentó un video explicativo del programa de incentivos y la página web como producto mínimo viable, se probó la funcionalidad de hacer tareas relacionadas al ahorro de agua a cambio de puntos.A los participantes se les dio un plazo para realizar dichas tareas luego de lo cual debían enviar una prueba, al finalizar esta experiencia se les envió una encuesta con preguntas sobre la dificultad de las tareas, disposición a realizarlas y posibilidad de suscripción a los planes de pago.

8. Conclusiones

Como primera conclusión, el proyecto ha logrado desarrollar un programa de incentivos eficaz que contribuye a la reducción del consumo de agua potable en las viviendas de La Molina. La combinación de monitoreo del consumo y recompensas por el ahorro ha demostrado ser efectiva, con una alta aceptación y participación de los usuarios.

Llegamos a la conclusión de que se logró identificar las herramientas necesarias para implementar el programa de incentivos, incluyendo una página web interactiva, un sistema de monitoreo y presencia en redes sociales además de un servicio de soporte al cliente para asegurar una experiencia positiva

Se concluye que las actividades claves incluyen la gestión del programa de recompensas, diseño y desarrollo de la página web, servicio al cliente y marketing en redes sociales, el monitoreo del consumo de agua y la venta de suscripciones pagadas. Estas actividades en conjunto son fundamentales para lograr una reducción del consumo de agua.

Finalmente, se concluye que el programa es altamente beneficioso ya que los encuestados estaban dispuestos a formar parte del programa y realizar las tareas relacionadas al ahorro de agua para obtener beneficios, además los participantes consideraron que las actividades fueron sencillas de realizar y fueron útiles para ahorrar agua en sus hogares.

9. Bibliografía

Almeida, D., Ilse Maria Beuren, & Monteiro, J. (2021). Reflexes of Organizational Values on the Reward System in a Family Business. *BBR. Brazilian Business Review*, *18*(2), 140–159. https://www.scielo.br/j/bbr/a/WfwJcbxTV7nsBLpV7H77jRK/?lang=pt#

Arroyo, C. y Medina, R. (2020) *Plan de incentivos y reconocimientos para incrementar la productividad en el área de producción de una empresa pesquera, Chimbote - 2020* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo] https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/75067/Arroyo_CCJ-Medina_PRC-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Bayser, S. E. (2022). Motivación y desempeño laboral en el personal de enfermería de una institución pública de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. *Salud, Ciencia Y Tecnología*, *2*, 12. https://doi.org/10.56294/saludcyt202212

Bello, C. y Romero, B. (2019) *Hábitos y técnicas de estudio en estudiantes de Psicología y Facultad de Ingeniería de la Fundación Universitaria del Área Andina en la ciudad de Valledupar-Cesar.* [Tesis de pregrado, Fundación Universitaria del Área Andina]

https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/4346/Proyecto%20de%20grado.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Beltran, H. y De la Cruz, M. (2021). *Propuesta de implementación de un plan de incentivo de reciclaje de botellas plásticas y de vidrio para reducir el impacto negativo en el medio ambiente en el distrito de Huancayo* [Tesis de pregrado, Universidad Continetal] https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/11457/2/IV_FIN_108_TE_Beltran_De%20La%20Cruz_2022.pdf

Benyon, D. (2019) *Designing Interactive Systems (Tercera edición).* Pearson Educaction https://pubhtml5.com/huyw/zjih/basic/

Briones, S. y Vela, L. (2020). *Programa de incentivos y su incidencia para la mejora de gestión municipal en el manejo de residuos sólidos, Lambayeque.* [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo] https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/47377/Briones_ZSG-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Cukur, H. (2022) Technology Integration Beliefs And Practices Of Turkish Novice Efl Teachers After Online Practicum. *Turkish Online Journal of Business Education* https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/2518573

Damasio, C. (2021) *Implementación de una plataforma web para el control académico de los alumnos de secundaria en el colegio 6069 Pachacútec de Villa el Salvador en la ciudad de Lima 2019* [Tesis de pregrado, Universidad Tecnológica del Perú] https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/5097/C.Damasio_Tesis_Titulo_Profesional_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Díez, N et al. (2021). La idea de comunidad digital y el uso político de las redes sociales en España. *Araucaria*. https://doi.org/10.12795/araucaria.2021.i48.11

El Peruano. (2021) *Promueven el uso responsable y solidario del agua potable durante la emergencia sanitaria*. https://elperuano.pe/noticia/114566-promueven-el-uso-responsable-y-solidario-del-agua-potable-durante-la-emergencia-sanitaria

Fernández, R. (2022). *Programa de Incentivos y Coaching Motivacional para fortalecer el Clima Organizacional en una empresa privada de servicios, Lima 2022* [Tesis de pregrado, Universidad Norbert Wiener] https://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13053/6930/T061_73752396_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Gob.pe. *Cuatro distritos consumen más de 200 litros de agua por persona*. (2024). https://www.gob.pe/institucion/sedapal/noticias/893996-cuatro-distritos-consumen-mas-de-200-litros-de-agua-por-persona

Guevara, C. (2022) *Alianzas estratégicas y gestión de residuos sólidos en la Municipalidad de Lambayeque* [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo] https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/78360/Guevara_ACM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Instituto Nacional de Estadística e Informática (2020). *Perú: Formas de acceso al agua y Saneamiento básico* https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin_agua_junio2020.pdf https://aquafondo.org.pe/lima-al-2030-agua-para-el-desarrollo-sostenible-y-motor-de-inversion/

Kuzma et al. (2023). *25 países, una cuarta parte de la población mundial, enfrentan un estrés hídrico extremadamente alto*. Instituto de Recursos Mundiales (WRI). https://es.wri.org/insights/25-paises-una-cuarta-parte-de-la-poblacion-mundial-enfrentan-un-estres-hidrico

Lanffranchi et al. (2019) *Bear Care: Jabones artesanales para hombre* [Trabajo de investigación, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas] https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/626657/Lanffranchi_PD.pdf;jsessionid=AA9AD53782C5B9D8F87FDFDACA05864B?sequence=3

Lagares, N. et al. (2020) La comunidad digital y el uso político de las redes sociales: elecciones generales del año 2019 en España. *Revista Iberoamericana de Filosofía, Política, Humanidades y Relaciones Internacionales.* https://institucional.us.es/revistas/Araucaria/48/Art_11.pdf

López, J. y Camacho, A. (2020) Estudio exploratorio de los 7 hábitos de la gente altamente efectiva en estudiantes del segundo semestre de la licenciatura en administración e informática administrativa en la FCA-UAEM. *Brazilian Journals of Business, 3*(1), 1105-1122. https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BJB/article/download/26329/20880/67626

Luque, J. y Saravia, L. (2019). *Los incentivos no monetarios y su influencia en la motivación laboral de la organización* [Tesis de pregrado, Universidad Mayor de San Andres]

https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/20667/TESIS%20DE%20GRADO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Montoya, A. (2020). *Publicidad Digital de la marca Miocane, Año 2020* [Tesis de pregrado, Universidad San Martín de Porres] https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7477/MONTOYA_HA.pdf

Pabón, M. y Pedraza, C. (2021) *Red de alianzas estratégicas como mecanismo para reactivar el funcionamiento de la Fundación Alianza Social Educativa durante la pandemia* [Trabajo de grado, Pontificia Universidad Javeriana Bogotá] https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/55988/PROYECTO%20LIDER%20MAGALY%20PABON%20ROBAYO.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Peralta, M.; Merino, J. y Luy, W. (2022) Las alianzas estratégicas y su incidencia en la identidad corporativa: Caso Universidad Técnica de Machala. *Polo del Conocimiento.* https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9227640.pdf

Sánchez, S. (2021) *Análisis de la gestión del talento humano en MiBanco Motupe 2019* [Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán] https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/7990/Severino%20S%C3%A1nchez%20Janeth.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Revista Cubana de Transformación digital. (2020). *Principios del proceso de diseño de interfaz de usuario*. Rctd.uic.cu. https://rctd.uic.cu/rctd/article/view/96/33

Viteri, A. y Alvarez, R. (2023) *Propuesta de Diseño de un Sistema de Incentivos para Potenciar la Motivación y el Desempeño del Personal del Centro de Instrucción de Conscriptos No.11 TAPI* [Tesis de maestría, Escuela de Posgrado Newman] https://repositorio.epnewman.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12892/996/trabajo_de_investigacion.pdf?sequence=1&isAllowed=y