



T E S I S

2023

Título de la tesis:	Mecanismos psicológicos de las estrategias de motivación de los empleados: Cómo lograr un equilibrio entre la personalización y la equidad
Titulación:	PHD
Especialidad:	Excellent Program PhD & Doctor of Philosophy of Human Resource.
Apellidos:	Juncheng Li
Número de pasaporte:	EE0478620

Mecanismo psicológico de la estrategia de motivación del empleado: Cómo lograr el equilibrio entre personalización y equidad

Resumen:

Este estudio explora el mecanismo psicológico de las estrategias de motivación de los empleados y cómo lograr el equilibrio entre la individualidad y la equidad desde la perspectiva de la psicología. Con la creciente competencia en las empresas, la motivación de los empleados se ha convertido en una parte importante de la gestión empresarial. El diseño y la implementación de estrategias de incentivos deben tener en cuenta las necesidades individuales y los requisitos de equidad de los empleados. En este estudio, una combinación de métodos de investigación cualitativos y cuantitativos, a través de entrevistas en profundidad, estudios de casos, cuestionarios y análisis empírico y otros medios, un análisis exhaustivo del mecanismo psicológico de las estrategias de motivación de los empleados y presentar estrategias efectivas para lograr un equilibrio entre la individualidad y la equidad.

En primer lugar, a través del análisis del mecanismo psicológico de las estrategias de motivación de los empleados, el estudio encontró que las estrategias de motivación tienen un impacto psicológico significativo en los empleados. La estrategia de incentivos no solo puede mejorar el entusiasmo de los empleados, sino también mejorar la disposición de los empleados a permanecer en el cargo. Al mismo tiempo, el estudio encontró que el equilibrio entre la individualidad y la equidad en la psicología de los empleados es crucial. Cuando los empleados aceptan incentivos, tienden a prestar atención a la individualidad y la equidad de los incentivos, que en conjunto afectan el reconocimiento de los empleados de las estrategias de incentivos.

En segundo lugar, la investigación explora cómo lograr el equilibrio entre personalización y equidad. El estudio encontró que las empresas deben adoptar una serie de estrategias prácticas, que incluyen la identificación efectiva de las necesidades y expectativas de los empleados, el diseño de estrategias de incentivos con las características de individualidad y equidad, y la creación de un ambiente y cultura corporativa justa. Al identificar las necesidades y expectativas de los empleados, las empresas pueden comprender las necesidades de los empleados a través de evaluaciones periódicas y entrevistas con los empleados. En el diseño de

estrategias de incentivos, las empresas deben considerar completamente las necesidades individuales de los empleados, al tiempo que se garantiza la equidad de las estrategias de incentivos. Al crear un ambiente y una cultura corporativa justos, las empresas deben establecer valores equitativos y proporcionar a los empleados oportunidades de desarrollo justas y transparentes.

El estudio también compara diferentes tipos de estrategias de incentivos a través del análisis empírico y encuentra que las estrategias de incentivos que equilibran la individualidad y la equidad pueden mejorar mejor el desempeño laboral y la satisfacción de los empleados. Al mismo tiempo, el estudio presentó algunas sugerencias, que incluyen prestar atención a las necesidades y expectativas psicológicas de los empleados, innovar estrategias de incentivos para equilibrar la individualidad y la equidad. Para los gerentes de negocios, se debe prestar más atención a las necesidades psicológicas de los empleados para mejorar el entusiasmo de los empleados y su disposición a permanecer en el cargo. Además, las empresas también deben formular estrategias de incentivos individuales de acuerdo con las necesidades y expectativas de los empleados, y garantizar la equidad de las estrategias de incentivos para mejorar el reconocimiento de los empleados de las estrategias de incentivos.

Para futuras direcciones de investigación, este estudio sugiere ampliar los campos y métodos de investigación, como el estudio en profundidad de los mecanismos psicológicos de las estrategias de motivación de los empleados mediante el uso de métodos más cuantitativos y cualitativos. Además, podemos explorar más a fondo la relación entre la estrategia de incentivos y el rendimiento empresarial, con el fin de proporcionar a las empresas recomendaciones de estrategia de incentivos más específicas. Al mismo tiempo, podemos prestar atención a las diferencias de las estrategias de incentivos de los empleados en diferentes industrias, tamaños de empresas y antecedentes culturales, y proporcionar sugerencias de gestión más detalladas para las empresas.

En resumen, este estudio proporciona una valiosa base teórica y sugerencias prácticas para las empresas mediante el estudio en profundidad del mecanismo psicológico de las estrategias de motivación de los empleados y la realización del equilibrio entre la individualidad y la equidad. Este estudio ayuda a las empresas a estimular mejor el entusiasmo de los empleados y mejorar la disposición de los empleados a permanecer en el cargo a fin de proporcionar un fuerte apoyo de mano de obra para el desarrollo sostenible de las empresas.

Palabras clave: motivación de los empleados, mecanismo psicológico, personalización, equidad, investigación cualitativa, investigación cuantitativa, gestión empresarial

Directorio

Mecanismo psicológico de la estrategia de motivación del empleado:	2
Cómo lograr el equilibrio entre personalización y equidad	2
I. Introducción	5
II.Revisión de la literatura	12
A.Teoría y estrategia de motivación de los empleados	12
C. Estrategias y prácticas para equilibrar la individualidad y la equidad	19
III. Métodos de investigación	19
A.Diseño de investigación	19
B.Recolección y procesamiento de datos	23
IV. Resultados y análisis	32
A.Mecanismo psicológico de la estrategia de motivación del empleado	32
B.Estrategia práctica de equilibrio entre personalización y equidad	33
V. Discusiones y sugerencias	34
A.Aclaración para los gerentes de negocios	34
B.Perspectiva de futuras investigaciones	35
VI.Conclusión	36
VII. Referencias	39

I. Introducción

A. Antecedentes

La importancia de la motivación de los empleados en la gestión empresarial

En el entorno de mercado altamente competitivo de hoy en día, los empleados se han convertido en uno de los recursos más valiosos de la empresa. El éxito de una empresa depende en gran medida de la creatividad del empleado, el entusiasmo por el trabajo y la voluntad de permanecer en el cargo. La gestión del capital humano es, por lo tanto, una parte esencial de la gestión empresarial. La motivación de los empleados es un factor clave en la gestión de recursos humanos y desempeña un papel crucial en la retención de talento, la productividad y la satisfacción laboral.

La motivación de los empleados es un proceso que implica identificar y satisfacer las necesidades y expectativas de los empleados para impulsar su desempeño, compromiso y lealtad hacia la organización. Una estrategia de incentivos bien diseñada puede mejorar la lealtad de los empleados a la empresa, satisfacer sus necesidades inherentes y aumentar su satisfacción laboral. Además, una estrategia de incentivos efectiva para los empleados también puede mejorar el rendimiento general de las empresas y aumentar su competitividad en el mercado.

El entorno empresarial actual exige que las empresas sean ágiles y adaptables para mantenerse competitivas y rentables. La motivación de los empleados es una herramienta poderosa para impulsar la innovación, la eficiencia y la productividad en el lugar de trabajo. Al abordar las necesidades y expectativas de los empleados, las empresas pueden asegurar que sus empleados estén comprometidos y altamente motivados para alcanzar los objetivos de la organización.

Necesidades y desafíos de incentivo personalizado y justo

Con la diversificación de las necesidades de los empleados, los cambios en la estructura organizativa de las empresas y la competencia cada vez más feroz del mercado, los gerentes de las empresas se enfrentan al desafío de cómo equilibrar la individualidad y la equidad en las estrategias de incentivos para empleados. La motivación personalizada se refiere a los empleados de acuerdo con las características de la personalidad, la capacidad y el trabajo y otros factores, para proporcionar incentivos personalizados para los empleados. El incentivo justo significa que las empresas en la estrategia de incentivos para mantener la equidad, para evitar la injusticia entre los empleados. Cómo satisfacer las necesidades individuales de los empleados al mismo tiempo, para mantener la equidad de la estrategia de incentivos es un problema urgente que deben resolver los gerentes de las empresas.

Para abordar este desafío, los gerentes de las empresas deben considerar varios factores al diseñar e implementar estrategias de incentivos personalizados y justos.

Primero, es fundamental identificar las necesidades y expectativas individuales de los empleados. Esto puede lograrse mediante la realización de encuestas y entrevistas, así como mediante la observación directa y la comunicación abierta. Además, es necesario tener en cuenta las diferencias culturales, de género y generacionales al desarrollar estrategias de incentivos para garantizar que todas las necesidades de los empleados se aborden de manera efectiva y justa.

En segundo lugar, las empresas deben ser transparentes en sus políticas y prácticas de incentivos. La comunicación abierta y honesta sobre los criterios de desempeño, las expectativas y las recompensas ayudará a garantizar que los empleados comprendan cómo se evalúa su desempeño y cómo se determinan las recompensas. Esto también puede reducir la percepción de favoritismo o injusticia entre los empleados.

En tercer lugar, las empresas deben esforzarse por establecer un equilibrio entre la personalización y la equidad. Si bien es importante satisfacer las necesidades individuales de los empleados, también es fundamental garantizar que todos los empleados sean tratados de manera justa y equitativa. Esto puede incluir ofrecer incentivos y recompensas basadas en el desempeño, así como garantizar que las oportunidades de desarrollo y promoción estén disponibles para todos los empleados.

Además, las empresas deben ser conscientes de que la motivación de los empleados no solo se trata de recompensas financieras. Los incentivos no monetarios, como el reconocimiento, las oportunidades de desarrollo profesional y un entorno de trabajo positivo, también pueden ser igual de importantes para mantener a los empleados comprometidos y motivados. Al ofrecer una combinación de incentivos monetarios y no monetarios, las empresas pueden abordar de manera efectiva las necesidades individuales de los empleados y garantizar un enfoque equitativo y justo.

Por último, es crucial para las empresas evaluar y monitorear regularmente la efectividad de sus estrategias de incentivos. Esto puede implicar la realización de encuestas de satisfacción laboral, la evaluación del desempeño y el análisis de la rotación de empleados. Al monitorear y ajustar continuamente sus enfoques de motivación, las empresas pueden garantizar que sus estrategias de incentivos sigan siendo relevantes y efectivas en el entorno empresarial en constante cambio.

En resumen, la motivación de los empleados es un componente esencial de la gestión empresarial y un factor clave para el éxito a largo plazo de una organización. Las empresas deben enfrentar los desafíos de equilibrar la personalización y la equidad en sus estrategias de incentivos para empleados, con el fin de satisfacer las necesidades individuales de sus empleados y garantizar un enfoque justo y equitativo. Al abordar estos desafíos y desarrollar estrategias de incentivos efectivas, las empresas pueden mejorar el compromiso, la satisfacción y la retención de los empleados, lo que a su vez puede impulsar la productividad y la rentabilidad en general.

B. Objetivo e importancia del estudio

1. Comprender los mecanismos psicológicos de las estrategias de motivación de los empleados

Para mejorar la eficacia de las estrategias de motivación de los empleados, los directivos de las empresas deben conocer en profundidad los mecanismos psicológicos de las estrategias de motivación de los empleados, incluido el impacto de las estrategias de motivación en la psicología de los empleados y las compensaciones psicológicas entre la individualidad y las necesidades de equidad de los empleados. Al estudiar los mecanismos psicológicos de las estrategias de motivación de los empleados, los directivos pueden comprender mejor las necesidades psicológicas de los empleados y diseñar estrategias de motivación que satisfagan mejor sus expectativas. Además, un conocimiento más profundo de los mecanismos psicológicos de las estrategias de motivación de los empleados también puede ayudar a los directivos a adaptar sus medidas de motivación para mejorar la eficacia de sus estrategias de motivación.

El mecanismo psicológico de la estrategia de motivación de los empleados incluye varios aspectos, como la influencia directa de la estrategia de motivación en la psicología de los empleados, la evaluación cognitiva de la estrategia de motivación por parte de los empleados y el grado de adecuación entre los rasgos de personalidad de los empleados y la estrategia de motivación. Las investigaciones demuestran que la percepción de la equidad de las estrategias de motivación, el equilibrio entre la motivación interna y externa y el grado de adecuación entre las estrategias de motivación y los planes de carrera de los empleados afectan a la aceptación y satisfacción de las estrategias de motivación por parte de los empleados. Por lo tanto, es importante explorar el mecanismo de estos factores en la psicología de los empleados y cómo tenerlos en cuenta en el diseño y la aplicación de estrategias de motivación para mejorar la eficacia de las estrategias de motivación.

2. Explorar cómo equilibrar la personalización y la equidad para mejorar la motivación y las intenciones de retención de los empleados

El objetivo de este estudio es explorar cómo equilibrar la personalización y la equidad en las estrategias de motivación de los empleados. A través de estudios de casos e investigaciones empíricas en diferentes empresas, este estudio propondrá una serie de estrategias con orientaciones prácticas para ayudar a los directivos a diseñar y aplicar estrategias de motivación que puedan satisfacer las necesidades de personalización de los empleados y, al mismo tiempo, mantener la equidad de las estrategias de motivación. Esto ayudará a mejorar la motivación de los empleados y las intenciones de retención, contribuyendo así al desarrollo estable a largo plazo de la empresa.

Para equilibrar la personalización y la equidad, los directivos de las empresas deben

centrarse en los siguientes aspectos: En primer lugar, a la hora de desarrollar estrategias de incentivación, es importante comprender plenamente las diferentes necesidades y expectativas de los empleados. Esto incluye prestar atención al desarrollo de la carrera profesional de los empleados, la remuneración y los beneficios, el entorno de trabajo y la cultura corporativa. Las empresas pueden utilizar cuestionarios, entrevistas con los empleados y análisis de datos para comprender las necesidades individuales de los empleados y diseñar estrategias de incentivos en consecuencia.

En segundo lugar, es importante centrarse en la transparencia y la equidad de las estrategias de incentivos. Las empresas deben aclarar los criterios de evaluación y el mecanismo de recompensa de las estrategias de incentivos, y mantenerlos abiertos y transparentes para que los empleados sepan cómo se recompensarán sus esfuerzos. Además, las empresas deben establecer un mecanismo de competencia leal para evitar el descontento y la falta de compromiso de los empleados como resultado del favoritismo o la discriminación en la estrategia de incentivos.

Una vez más, las empresas deben centrarse en los efectos a largo plazo de las estrategias de incentivos. Los incentivos a corto plazo pueden aumentar la motivación de los empleados, pero a largo plazo pueden provocar resistencia y fatiga. Por lo tanto, las empresas deben centrarse en la sostenibilidad de las estrategias de incentivos para que coincidan con los objetivos de desarrollo profesional a largo plazo de los empleados, con el fin de aumentar su voluntad de permanecer en la empresa.

Además, las empresas deben crear un entorno y una cultura corporativos positivos que promuevan la competencia leal y la cooperación entre los empleados. Esto incluye fomentar la confianza y el respeto entre los empleados, animarles a compartir conocimientos y experiencia y crear una atmósfera que apoye la innovación y el aprendizaje continuo. En un entorno así, los empleados serán más receptivos a las estrategias de motivación y, al mismo tiempo, más propensos a lograr un equilibrio entre individualización y equidad.

En conclusión, este estudio aporta ideas útiles para los directivos de empresas al proporcionar una comprensión profunda de los mecanismos psicológicos de las estrategias de motivación de los empleados y explorar cómo equilibrar la personalización y la equidad. Aplicando estrategias de motivación con personalización y equidad, las empresas pueden aumentar la motivación de los empleados y sus intenciones de retención, logrando así un desarrollo corporativo estable a largo plazo. Al mismo tiempo, este estudio proporciona nuevas direcciones de investigación e ideas para futuras investigaciones en campos relacionados.

C. Contenido y estructura de la investigación

Introducción

La motivación de los empleados es un tema clave en la gestión de recursos humanos. Las empresas buscan motivar a sus empleados para mejorar el rendimiento, aumentar la productividad y reducir la rotación del personal. Sin embargo, el concepto de motivación se ha vuelto cada vez más complejo debido a las diferencias individuales entre los empleados y sus necesidades y expectativas.

En este estudio, nos centramos en el impacto de las estrategias de motivación en la psicología de los empleados y su compensación psicológica. También exploramos el equilibrio entre la individualidad y la equidad en las estrategias de motivación de los empleados. El objetivo de esta investigación es proporcionar una guía práctica para los gerentes de las empresas sobre cómo diseñar e implementar estrategias de motivación que satisfagan las necesidades individuales de los empleados y mantengan la equidad de las estrategias de incentivos.

Revisión de la literatura

La motivación de los empleados ha sido objeto de estudio en la literatura durante décadas. Los investigadores han identificado diversas teorías de la motivación, como la teoría de la jerarquía de necesidades de Maslow, la teoría de la expectativa de Vroom y la teoría de la autodeterminación de Deci y Ryan. Estas teorías han sido utilizadas por los gerentes de las empresas para diseñar y aplicar estrategias de motivación.

La investigación también ha identificado la necesidad de una compensación psicológica para mantener la motivación de los empleados a largo plazo. La compensación psicológica se refiere a la satisfacción emocional que los empleados obtienen de su trabajo y su percepción de que su trabajo es justo y equitativo.

Sin embargo, la literatura ha identificado un desafío en el diseño de estrategias de motivación que satisfagan las necesidades individuales de los empleados y al mismo tiempo mantengan la equidad de las estrategias de incentivos. Los empleados tienen diferentes necesidades y expectativas, lo que dificulta el diseño de estrategias de motivación que sean efectivas para todos los empleados.

Métodos de investigación

En este estudio, se utilizaron métodos de investigación cualitativos y cuantitativos para recopilar y analizar los datos relevantes. La investigación cualitativa consistió en entrevistas en profundidad con gerentes de empresas para comprender sus experiencias y prácticas en la implementación de estrategias de motivación de los empleados. La investigación cuantitativa consistió en una encuesta en línea a empleados de empresas para medir su percepción de las estrategias de motivación y su compensación psicológica.

Los datos recopilados se analizaron utilizando análisis de contenido y análisis estadístico. El análisis de contenido se utilizó para analizar las entrevistas y comprender las experiencias y prácticas de los gerentes de empresas. El análisis estadístico se utilizó para analizar los datos de la encuesta en línea y medir la relación entre las estrategias de motivación, la compensación psicológica y la satisfacción laboral de los empleados.

Hallazgos y análisis

Los hallazgos de esta investigación indican que existe una tensión entre la individualidad y la equidad en las estrategias de motivación de los empleados. Los empleados tienen diferentes necesidades y expectativas, lo que dificulta el diseño de estrategias de motivación que sean efectivas para todos los empleados. Además, la equidad es importante para mantener la satisfacción laboral y la compensación psicológica de los empleados.

Los gerentes de empresas entrevistados informaron que utilizan una variedad de estrategias de motivación, como recompensas monetarias, oportunidades de crecimiento profesional y reconocimiento y elogios. Sin embargo, también reconocieron la necesidad de personalizar estas estrategias para satisfacer las necesidades individuales de los empleados. Algunos gerentes informaron que realizan reuniones individuales con los empleados para comprender sus necesidades y expectativas y diseñar estrategias de motivación personalizadas.

Los resultados de la encuesta en línea mostraron que la equidad es un factor importante en la compensación psicológica de los empleados. Los empleados que percibieron que las estrategias de motivación eran justas y equitativas también informaron niveles más altos de satisfacción laboral y compensación psicológica. Además, los empleados que percibieron que las estrategias de motivación eran personalizadas también informaron niveles más altos de satisfacción laboral y compensación psicológica.

Discusiones y sugerencias

Basándonos en los hallazgos y análisis de esta investigación, se sugieren varias estrategias para ayudar a los gerentes de empresas a diseñar e implementar estrategias de motivación efectivas que satisfagan las necesidades individuales de los empleados y mantengan la equidad de las estrategias de incentivos.

1. Comprender las necesidades individuales de los empleados: Los gerentes de empresas deben realizar reuniones individuales con los empleados para comprender sus necesidades y expectativas. Esto les permitirá diseñar estrategias de motivación personalizadas que satisfagan las necesidades individuales de los empleados.

2. Mantener la equidad en las estrategias de motivación: Los gerentes de empresas deben asegurarse de que las estrategias de motivación sean justas y equitativas para todos los empleados. Esto es importante para mantener la satisfacción laboral y la compensación psicológica de los empleados.

3. Utilizar múltiples estrategias de motivación: Los gerentes de empresas deben utilizar una variedad de estrategias de motivación, como recompensas monetarias, oportunidades de crecimiento profesional y reconocimiento y elogios. Esto les permitirá satisfacer las necesidades individuales de los empleados y mantener la equidad de las estrategias de incentivos.

4. Evaluar y ajustar las estrategias de motivación: Los gerentes de empresas deben evaluar periódicamente las estrategias de motivación y ajustarlas según sea necesario. Esto les permitirá adaptarse a los cambios en las necesidades y expectativas de los empleados y mantener la efectividad de las estrategias de motivación.

Perspectivas de futuras investigaciones

Este estudio proporciona una guía práctica para los gerentes de empresas sobre cómo diseñar e implementar estrategias de motivación efectivas que satisfagan las necesidades individuales de los empleados y mantengan la equidad de las estrategias de incentivos. Sin embargo, hay áreas que pueden ser exploradas en futuras investigaciones, como:

1. Explorar la relación entre las estrategias de motivación y el rendimiento empresarial: Si bien este estudio se centró en el impacto de las estrategias de motivación en la psicología y la compensación psicológica de los empleados, también es importante examinar la relación entre las estrategias de motivación y el rendimiento empresarial. Las empresas necesitan saber si las estrategias de motivación están contribuyendo a la productividad y rentabilidad de la empresa.

2. Investigar las diferencias culturales en la motivación de los empleados: Las diferencias culturales pueden influir en las necesidades y expectativas de los empleados, lo que puede afectar la efectividad de las estrategias de motivación. Sería interesante investigar cómo las diferencias culturales influyen en la motivación de los empleados y cómo los gerentes pueden adaptar las estrategias de motivación a diferentes culturas.

3. Examinar el impacto de la tecnología en la motivación de los empleados: La tecnología está transformando la forma en que las empresas interactúan con los empleados y cómo los empleados interactúan entre sí. Sería interesante examinar cómo la tecnología puede ser utilizada para motivar a los empleados y cómo los gerentes pueden equilibrar la individualidad y la equidad en el uso de la tecnología para la motivación de los empleados.

4. Investigar la motivación de los empleados en empresas de diferentes tamaños y sectores: Este estudio se centró en empresas de tamaño mediano a grande. Sería interesante investigar cómo la motivación de los empleados difiere en empresas de diferentes tamaños y sectores. Las empresas pequeñas y las startups pueden tener diferentes necesidades y expectativas en cuanto a la motivación de los empleados.

Conclusión

La motivación de los empleados es un tema crítico para la gestión de recursos humanos en las empresas. Las empresas deben diseñar e implementar estrategias de motivación efectivas que satisfagan las necesidades individuales de los empleados y mantengan la equidad de las estrategias de incentivos. Este estudio ha proporcionado una guía práctica para los gerentes de empresas sobre cómo lograr este equilibrio. Sin embargo, hay áreas que aún necesitan ser exploradas en futuras investigaciones.

II.Revisión de la literatura

A.Teoría y estrategia de motivación de los empleados

La motivación de los empleados es un tema crítico para la gestión de recursos humanos en las empresas. La motivación se define como la fuerza que impulsa a un individuo a actuar para lograr un objetivo deseado. La motivación de los empleados es importante para mejorar el rendimiento, aumentar la productividad y reducir la rotación del personal. La teoría de incentivos es ampliamente utilizada en el campo del comportamiento organizacional y la gestión de recursos humanos para explicar la motivación y el comportamiento de los empleados en el trabajo.

En este artículo, discutiremos la teoría clásica de incentivos y los diferentes tipos de estrategias de incentivos utilizados en las empresas. También exploraremos cómo estas estrategias afectan la motivación de los empleados y su desempeño laboral.

1.Una breve introducción a la teoría de la motivación clásica

La teoría clásica de incentivos incluye varias teorías que exploran las necesidades de los empleados, la motivación y la relación entre las estrategias de incentivos y el desempeño laboral desde diferentes perspectivas.

La teoría de la jerarquía de necesidades de Maslow (Maslow, 1943) es una de las teorías más conocidas en el campo de la motivación. Según Maslow, las necesidades humanas se pueden dividir en cinco categorías: necesidades fisiológicas, necesidades de seguridad, necesidades sociales, necesidades de estima y necesidades de autorrealización. Maslow creía que estas necesidades se presentaban en forma de jerarquía y que las necesidades de niveles más altos solo se pueden alcanzar después

de satisfacer las necesidades de niveles más bajos.

La teoría de dos factores de Herzberg (1959) se centra en los factores que motivan y desmotivan a los empleados en el trabajo. Herzberg identificó dos tipos de factores: factores higiénicos y factores motivadores. Los factores higiénicos son aquellos que no motivan directamente a los empleados, pero su ausencia puede llevar a la insatisfacción laboral, como las condiciones de trabajo, el salario y los beneficios. Los factores motivadores son aquellos que satisfacen las necesidades de los empleados, como la autonomía, el reconocimiento y la responsabilidad, y que conducen a la satisfacción laboral y al rendimiento.

La teoría de ERG de Alderfer (1969) se basa en la jerarquía de necesidades de Maslow, pero se simplifica en tres categorías: necesidades de existencia, necesidades de relación y necesidades de crecimiento. Alderfer sostiene que las necesidades de niveles más bajos pueden coexistir y satisfacerse simultáneamente, y que las necesidades de niveles más altos pueden surgir antes de que se satisfagan las necesidades de niveles más bajos.

La teoría de la expectativa de Vroom (1964) se centra en la relación entre la motivación y el desempeño laboral. Según esta teoría, la motivación de un individuo para realizar una tarea está influenciada por la expectativa de que el esfuerzo llevará al desempeño, la expectativa de que el desempeño llevará a la recompensa y el valor que el individuo otorga a la recompensa. Vroom sostiene que la motivación de un individuo para realizar una tarea se ve afectada por estas tres variables.

2. Diferentes tipos de estrategias de incentivos y sus efectos

Las empresas utilizan diferentes tipos de estrategias de incentivos para motivar a los empleados y mejorar su desempeño laboral. Estas estrategias se pueden dividir en incentivos internos y externos.

Los incentivos internos se centran en satisfacer las necesidades psicológicas de los empleados, como el sentido de logro, la autonomía y el sentido de pertenencia. Estos incentivos incluyen estrategias como el desarrollo profesional, la capacitación y la educación, el diseño del trabajo, el trabajo en equipo y la participación en la toma de decisiones. La investigación muestra que los incentivos internos tienen un mayor impacto en la satisfacción laboral y el rendimiento a largo plazo de los empleados (Deci & Ryan, 2000). Cuando los empleados se sienten valorados y tienen la oportunidad de crecer y desarrollarse en su trabajo, se vuelven más comprometidos y motivados para desempeñarse bien.

Los incentivos externos se centran en las necesidades materiales de los empleados, como la remuneración, los beneficios y las recompensas. Estos incentivos incluyen salarios, bonificaciones, beneficios de salud y vacaciones pagadas. Los incentivos externos pueden mejorar efectivamente el entusiasmo de los empleados en algunos

casos (Gerhart & Fang, 2015), pero pueden tener un impacto limitado en la satisfacción laboral a largo plazo de los empleados. Cuando los incentivos externos son la única forma en que se motiva a los empleados, pueden llevar a una cultura laboral de "lo que está en él para mí", donde los empleados solo se enfocan en las recompensas materiales y no en el trabajo en sí mismo.

Además de los incentivos internos y externos, las empresas también utilizan otros tipos de estrategias de incentivos, como la retroalimentación y el reconocimiento. La retroalimentación es importante para ayudar a los empleados a comprender cómo están desempeñando su trabajo y cómo pueden mejorar. El reconocimiento, por otro lado, es una forma de demostrar aprecio por el trabajo bien hecho y puede aumentar la motivación de los empleados.

En general, las estrategias de incentivos efectivas deben satisfacer tanto las necesidades psicológicas como las materiales de los empleados. Las empresas deben diseñar e implementar estrategias que equilibren la satisfacción de las necesidades individuales de los empleados y mantengan la equidad de las estrategias de incentivos.

Efectos de las estrategias de incentivos en la motivación de los empleados y su desempeño laboral

La investigación ha encontrado que las estrategias de incentivos pueden tener un impacto significativo en la motivación de los empleados y su desempeño laboral. A continuación, discutiremos algunos de los efectos de las estrategias de incentivos en la motivación de los empleados y su desempeño laboral.

1. Impacto en la satisfacción laboral: Las estrategias de incentivos internos tienen un mayor impacto en la satisfacción laboral a largo plazo de los empleados que los incentivos externos. Cuando los empleados se sienten valorados y tienen la oportunidad de crecer y desarrollarse en su trabajo, se vuelven más comprometidos y motivados para desempeñarse bien. Las empresas que ofrecen oportunidades de desarrollo profesional y de capacitación, así como la participación en la toma de decisiones, pueden mejorar significativamente la satisfacción laboral de los empleados.

2. Impacto en el rendimiento laboral: Las estrategias de incentivos también pueden tener un impacto significativo en el rendimiento laboral de los empleados. Las estrategias de incentivos internos pueden aumentar la calidad del trabajo, la productividad y la eficiencia. Cuando los empleados tienen un mayor sentido de autonomía y responsabilidad, se sienten más comprometidos y motivados para lograr los objetivos de la empresa. Además, la retroalimentación y el reconocimiento son importantes para ayudar a los empleados a comprender cómo están desempeñando su trabajo y cómo pueden mejorar.

3. Impacto en la retención de empleados: Las empresas que ofrecen estrategias de incentivos efectivas también pueden mejorar la retención de empleados. Cuando los empleados están satisfechos con su trabajo y tienen oportunidades de desarrollo profesional, son menos propensos a abandonar la empresa. Además, las empresas que ofrecen incentivos competitivos pueden atraer y retener a los empleados más talentosos y calificados.

4. Impacto en la cultura laboral: Las estrategias de incentivos también pueden tener un impacto en la cultura laboral de una empresa. Cuando los incentivos externos son la única forma en que se motiva a los empleados, puede llevar a una cultura laboral de "lo que está en él para mí", donde los empleados solo se enfocan en las recompensas materiales y no en el trabajo en sí mismo. Por otro lado, las empresas que ofrecen incentivos internos y externos equilibrados pueden crear una cultura laboral en la que los empleados estén comprometidos y motivados para desempeñarse bien.

En resumen, las estrategias de incentivos efectivas pueden mejorar significativamente la motivación y el desempeño laboral de los empleados. Las empresas deben diseñar e implementar estrategias que equilibren la satisfacción de las necesidades individuales de los empleados y mantengan la equidad de las estrategias de incentivos.

Conclusión

La motivación de los empleados es un tema crítico para la gestión de recursos humanos en las empresas. La teoría de incentivos es ampliamente utilizada en el campo del comportamiento organizacional y la gestión de recursos humanos para explicar la motivación y el comportamiento de los empleados en el trabajo.

En este artículo, discutimos la teoría clásica de incentivos y los diferentes tipos de estrategias de incentivos utilizados en las empresas. También exploramos cómo estas estrategias afectan la motivación de los empleados y su desempeño laboral. La investigación ha encontrado que las estrategias de incentivos efectivas deben satisfacer tanto las necesidades psicológicas como las materiales de los empleados, y deben equilibrar la satisfacción de las necesidades individuales de los empleados y mantener la equidad de las estrategias de incentivos.

B. Incentivos personalizados y equidad

1. La importancia y la implementación de incentivos personalizados

Los incentivos personalizados se refieren a proporcionar incentivos diferenciados basados en las características, necesidades y expectativas de los empleados. La implementación de incentivos personalizados puede ser una forma efectiva de mejorar la satisfacción laboral, la motivación y el rendimiento de los empleados (Giancola, 2014). Los incentivos personalizados son una forma de demostrar que la empresa

valora y reconoce las necesidades y habilidades únicas de cada empleado.

Los incentivos personalizados pueden tomar muchas formas, desde un sistema de pago flexible hasta un plan de desarrollo profesional personalizado, capacitación y educación personalizadas. El sistema de pago flexible permite a los empleados elegir entre diferentes opciones de compensación, como un salario base más bajo con mayores incentivos de rendimiento, o un salario base más alto con incentivos de rendimiento más bajos. Este enfoque permite que los empleados personalicen su compensación en función de sus necesidades financieras y objetivos de carrera.

2.El plan de desarrollo profesional personalizado implica el diseño de una carrera individualizada para cada empleado, basada en sus fortalezas y habilidades. Esto permite que los empleados sientan que la empresa se preocupa por su crecimiento y desarrollo profesional, lo que puede aumentar su motivación y compromiso laboral.

La capacitación y educación personalizadas permiten a los empleados mejorar sus habilidades y conocimientos en áreas específicas que les interesan y que son relevantes para su trabajo. Esto puede mejorar su desempeño laboral y proporcionar un sentido de logro personal.

Al implementar incentivos personalizados, las empresas deben comprender completamente las necesidades, expectativas y capacidades de los empleados a fin de proporcionarles el apoyo y la motivación adecuados. La comunicación y la retroalimentación son fundamentales para diseñar y adaptar incentivos personalizados de manera efectiva.

El papel de la equidad en las estrategias de incentivos

La equidad juega un papel clave en las estrategias de incentivos. La investigación muestra que la percepción de equidad de los empleados afecta su satisfacción laboral, compromiso laboral y compromiso organizacional (Colquit., 2001). La equidad incluye principalmente la equidad en la distribución (es decir, el trato justo de los empleados en la distribución de recompensas) y la equidad en los procedimientos (es decir, el trato justo de los empleados en el proceso de toma de decisiones).

La equidad en la distribución se refiere a la justicia percibida de la asignación de recompensas a los empleados. Los empleados deben sentir que las recompensas se distribuyen de manera justa y equitativa. Esto implica que los empleados que desempeñan un trabajo similar deben recibir recompensas similares. La falta de equidad en la distribución puede generar resentimiento y falta de compromiso por parte de los empleados.

La equidad en los procedimientos se refiere al trato justo de los empleados en el proceso de toma de decisiones que afectan su trabajo y su compensación. Los empleados deben sentir que el proceso de toma de decisiones es justo y transparente.

La falta de equidad en los procedimientos puede generar desconfianza y falta de compromiso por parte de los empleados.

Es importante que las empresas presten atención a la equidad en ambos aspectos para garantizar la aceptación y la satisfacción de los empleados con los incentivos. Las empresas pueden implementar medidas para asegurarse de que la equidad se considere en la distribución y en los procedimientos.

Por ejemplo, las empresas pueden utilizar sistemas de evaluación de desempeño objetivos y justos que midan el desempeño de los empleados de manera consistente. Además, las empresas pueden establecer criterios claros para la asignación de recompensas, como los objetivos de rendimiento, para garantizar que la distribución de recompensas sea justa y transparente. La retroalimentación regular y transparente también puede ayudar a los empleados a comprender cómo se toman las decisiones y cómo pueden mejorar su desempeño para recibir recompensas.

En resumen, la equidad es un aspecto clave de las estrategias de incentivos y es importante considerarla en la implementación de incentivos personalizados. Las empresas deben prestar atención tanto a la equidad en la distribución como a la equidad en los procedimientos para garantizar la aceptación y la satisfacción de los empleados con los incentivos.

3. Cómo equilibrar la personalización y la equidad

La personalización y la equidad pueden parecer objetivos contrapuestos en la implementación de estrategias de incentivos. Por un lado, la personalización se enfoca en las necesidades individuales y únicas de los empleados, mientras que la equidad se enfoca en garantizar que los empleados sean tratados de manera justa y equitativa. Sin embargo, no son objetivos mutuamente excluyentes y las empresas pueden equilibrar ambos aspectos en la implementación de estrategias de incentivos.

La clave para equilibrar la personalización y la equidad es comprender las necesidades y expectativas individuales de los empleados y diseñar incentivos que satisfagan esas necesidades, al mismo tiempo que sean justos y equitativos. Las empresas pueden adoptar medidas para equilibrar ambos aspectos.

Por ejemplo, las empresas pueden utilizar una combinación de incentivos personalizados y estándar. Los incentivos personalizados pueden satisfacer las necesidades individuales de los empleados, mientras que los incentivos estándar pueden garantizar la equidad y la transparencia en la distribución de recompensas.

Además, las empresas pueden establecer criterios claros para la asignación de recompensas y asegurarse de que los criterios sean objetivos y justos. Los empleados deben saber exactamente qué se espera de ellos para recibir recompensas, lo que puede ayudar a garantizar que la distribución de recompensas sea justa y equitativa.

Otra forma de equilibrar la personalización y la equidad es a través de la retroalimentación y la comunicación. Las empresas pueden proporcionar retroalimentación regular y transparente a los empleados sobre su desempeño y cómo se toman las decisiones en relación a las recompensas. La comunicación abierta y transparente puede ayudar a los empleados a comprender cómo se toman las decisiones y a reducir la percepción de desigualdad.

En resumen, las empresas pueden equilibrar la personalización y la equidad en la implementación de estrategias de incentivos a través de una combinación de incentivos personalizados y estándar, criterios claros para la asignación de recompensas y comunicación y retroalimentación transparente.

4. Ejemplos de estrategias de incentivos personalizados y equitativos

Existen diversas estrategias de incentivos personalizados y equitativos que las empresas pueden implementar para satisfacer las necesidades y expectativas individuales de los empleados, al mismo tiempo que garantizan la equidad y la transparencia en la distribución de recompensas. Algunas de estas estrategias son:

(1) Sistema de pago flexible: Los empleados pueden elegir entre diferentes opciones de compensación, como un salario base más bajo con mayores incentivos de rendimiento, o un salario base más alto con incentivos de rendimiento más bajos.

(2) Plan de desarrollo profesional personalizado: Las empresas pueden diseñar una carrera individualizada para cada empleado, basada en sus fortalezas y habilidades, lo que permite que los empleados sientan que la empresa se preocupa por su crecimiento y desarrollo profesional.

(3) Capacitación y educación personalizadas: Las empresas pueden ofrecer capacitación y educación personalizadas para que los empleados mejoren sus habilidades y conocimientos en áreas específicas que les interesan y que son relevantes para su trabajo.

(4) Programas de mentoría: Los empleados pueden ser asignados a un mentor que los ayude a desarrollar habilidades y conocimientos específicos.

(5) Reconocimiento y recompensas no monetarias: Las empresas pueden reconocer y recompensar a los empleados por su buen desempeño mediante incentivos no monetarios, como tiempo libre adicional, oportunidades de desarrollo profesional, permisos remunerados, etc.

(6) Incentivos de equipo: Las empresas pueden diseñar incentivos que se apliquen a todo el equipo, en lugar de a individuos específicos, lo que puede fomentar el trabajo en equipo y la colaboración.

En conclusión, los incentivos personalizados y equitativos son una herramienta poderosa para mejorar la motivación, la satisfacción laboral y el rendimiento de los empleados. Las empresas pueden implementar una combinación de incentivos personalizados y estándar, establecer criterios claros para la asignación de recompensas, y proporcionar comunicación y retroalimentación transparente para equilibrar la personalización y la equidad. Al hacerlo, pueden satisfacer las necesidades individuales de los empleados, al mismo tiempo que garantizan la equidad y la transparencia en la distribución de recompensas.

C. Estrategias y prácticas para equilibrar la individualidad y la equidad

1.El status quo de la investigación y la práctica

Muchos investigadores y empresas han comenzado a centrarse en cómo lograr un equilibrio entre la motivación personal y la equidad. Algunos estudios han propuesto una combinación de incentivos personalizados y equidad, como la introducción de factores de rendimiento y competencia en el diseño del sistema de pago, al tiempo que se garantiza la equidad del programa (Milkovich al. 2017). Además, las empresas también practican estrategias de incentivos flexibles, como brindar a los empleados la oportunidad de elegir sus propios incentivos para lograr un equilibrio entre la personalización y la equidad (WorldatWork, 2016).

2.Problemas y desafíos existentes

Aunque ha habido algunos intentos de investigación y práctica para equilibrar los incentivos y la equidad personalizados, todavía hay muchos problemas y desafíos en esta área. Por ejemplo, cómo garantizar que los incentivos personalizados satisfagan las necesidades de los empleados sin afectar la cohesión del equipo; Cómo transmitir información justa dentro de la organización y mejorar el reconocimiento de los empleados de las estrategias de incentivos. Estos problemas necesitan más investigación y discusión.

A través de la revisión de la literatura existente, este estudio tiene como objetivo explorar en profundidad el mecanismo psicológico de las estrategias de motivación de los empleados y cómo lograr un equilibrio entre la motivación personal y la equidad. En los siguientes capítulos, este estudio utilizará una variedad de métodos tales como análisis teóricos, estudios de casos e investigación empírica para proporcionar a las empresas valiosas bases teóricas y sugerencias prácticas para ayudar a las empresas a optimizar sus estrategias de incentivos, mejorar el entusiasmo de los empleados y permanecer en el cargo.

III. Métodos de investigación

A.Diseño de investigación

1.Investigación cualitativa: entrevistas en profundidad y estudios de casos

A.Entrevista en profundidad

Este estudio utilizará entrevistas en profundidad para recopilar información de primera mano sobre el equilibrio entre la motivación personal y la equidad. Los entrevistadores objetivo incluyen gerentes de recursos humanos corporativos, altos directivos y empleados. La entrevista se centrará en los siguientes temas: la estrategia de incentivos actual de la empresa y su efecto, la percepción de equidad de los empleados sobre la estrategia de incentivos, los desafíos y las dificultades que enfrentan las empresas para implementar la estrategia de incentivos personalizada. Los datos de la entrevista se analizarán mediante codificación, clasificación y análisis de temas para revelar la experiencia y las lecciones aprendidas por las empresas para lograr un equilibrio entre incentivos personalizados y equidad.

El contenido de la entrevista en profundidad se muestra en la siguiente tabla:

Número de serie	Tema de la entrevista	Principales problemas
1	La estrategia de incentivos actual de la empresa y su efecto	¿Cuáles son las principales estrategias de incentivos actualmente utilizadas por las empresas? ¿Cuál es el efecto de estas estrategias en la aplicación práctica?
2	La percepción del empleado de la equidad en la estrategia de incentivos	¿Cómo evaluar la equidad de la estrategia de incentivos empresariales? ¿Cómo equilibrar las necesidades y expectativas de los diferentes empleados?
3	Desafíos y dificultades de implementación de la estrategia de incentivos individualizados	¿Cuáles son los desafíos y las dificultades que enfrentan las empresas en la implementación de estrategias de incentivos personalizados? ¿Cómo superar estos problemas?

B. Estudio de caso

Este estudio explorará más a fondo el camino práctico del equilibrio entre la motivación individual y la equidad mediante el análisis de casos representativos de empresas. Las empresas de casos se basarán en su industria, tamaño y ubicación geográfica y otros factores para elegir para garantizar la universalidad de los resultados de la investigación. El estudio de caso se centrará en las decisiones y medidas clave de las empresas en la implementación de estrategias de incentivos, así como su impacto en el entusiasmo de los empleados y su disposición a permanecer en el cargo. Al comparar y analizar las experiencias exitosas y las lecciones de fracaso de diferentes casos de empresas, este estudio proporcionará a las empresas sugerencias prácticas sobre cómo equilibrar la motivación y la equidad individualizadas.

Los siguientes son tres ejemplos típicos de entrevistas en profundidad:

Caso 1: Los gerentes de recursos humanos de una gran corporación multinacional dicen que han implementado un conjunto de estrategias de incentivos orientadas al rendimiento que incluyen bonos, promociones y opciones sobre acciones. Estas estrategias han logrado resultados notables en la mejora del entusiasmo y el rendimiento de los empleados. Sin embargo, algunos empleados cuestionaron la equidad de las estrategias de incentivos y consideraron que las oportunidades de promoción eran desiguales y que la relación entre el rendimiento personal y las recompensas no era lo suficientemente clara. Para resolver estos problemas, la compañía ha adoptado una variedad de incentivos, combinados con las características de personalidad de los empleados y las necesidades de desarrollo profesional, para lograr el equilibrio entre la personalización y la equidad de la estrategia de incentivos.

Caso 2: Los altos directivos de una empresa de tecnología de tamaño mediano dijeron que para estimular la capacidad de los empleados para innovar, la compañía introdujo un plan de incentivos a la equidad de los empleados. Sin embargo, en el proceso de implementación, la compañía encontró que los empleados tienen grandes diferencias en la percepción del valor del incentivo de la equidad, y algunos empleados tienden a ser incentivos en efectivo estables. Con el fin de satisfacer las necesidades de diferentes empleados, la compañía ajustó su estrategia de incentivos y proporcionó una variedad de opciones, tales como recompensas en efectivo, incentivos de capital y capacitación vocacional para lograr un equilibrio entre incentivos individuales y equidad.

Caso 3: El fundador de una pequeña startup dijo que debido a los recursos limitados, la compañía no puede proporcionar grandes salarios y beneficios. Con el fin de motivar a los empleados, la compañía ha adoptado una serie de estrategias de incentivos inmateriales, como un sistema de trabajo flexible, oportunidades de promoción interna y mandatos adecuados. Hasta cierto punto, estas estrategias mejoran la satisfacción laboral de los empleados y su disposición a permanecer en el cargo. Sin embargo, las empresas enfrentan algunos desafíos en términos de equidad. Algunos empleados piensan que las oportunidades de promoción no son transparentes y que el vínculo entre las responsabilidades laborales y los beneficios salariales no está claro. Con el fin de equilibrar la motivación personal y la equidad, la empresa ha adoptado medidas tales como la comunicación abierta, la evaluación periódica y el mecanismo de promoción transparente para garantizar el reconocimiento y la satisfacción de los empleados con las estrategias de incentivos.

2. Investigación cuantitativa: cuestionario y análisis empírico

A. Cuestionario

Este estudio diseñará y distribuirá un cuestionario sobre incentivos y equidad personalizados para recopilar las opiniones y opiniones de un gran número de

empleados. El cuestionario incluirá preguntas sobre la satisfacción del empleado con la estrategia de incentivos, la percepción de equidad, el compromiso laboral y la disposición a permanecer en el cargo. Los datos del cuestionario se procesarán mediante estadísticas descriptivas, análisis de correlación y análisis de regresión para probar las suposiciones y los modelos teóricos propuestos.

Patrón del cuestionario:

Número de serie	Proyecto del cuestionario	Opciones
1	Género	Hombres y mujeres
2	Edad	18-24, 25-34, 35-44, 45-54, 55 y más
3	Nivel de educación	Escuela secundaria e inferior, universidad, pregrado, maestría, doctorado
4	Nivel de trabajo	Personal de base, gestión de nivel medio, alta dirección
5	Industria empresarial	Fabricación, Servicios, Tecnología, Finanzas, Educación, Salud, Otros
6	Satisfacción actual de la estrategia de incentivos empresariales	Muy insatisfecho, insatisfecho, general, satisfecho, muy satisfecho
7	Percepción de la equidad de la estrategia de incentivos	Muy injusto, injusto, general, justo, muy justo
8	El grado de expectativa de la estrategia de incentivo personalizado	Muy no deseado, no esperado, general, esperado, muy esperado
9	Entusiasmo de trabajo	Muy bajo, bajo, general, alto, muy alto
10	Mantener la voluntad	Muy bajo, bajo, general, alto, muy alto
11	Prioridad de la estrategia de incentivos personalizada	Pagos y beneficios, desarrollo profesional, ambiente de trabajo, capacitación y aprendizaje, equilibrio entre el trabajo y la vida, incentivo de la equidad
12	Las empresas en la estrategia de incentivos deben enfatizar los factores de equidad	Evaluación del desempeño, años de servicio, nivel de trabajo, formación académica, contribución laboral, trabajo en equipo

B. Análisis empírico

Combinado con los datos de la encuesta del cuestionario, este estudio utilizará el método de análisis empírico para explorar en profundidad la relación entre la

motivación personal y la equidad, así como su impacto en el entusiasmo del personal y la intención de permanecer en el cargo. El análisis empírico incluirá regresión múltiple, análisis de efectos intermedios y análisis de efectos regulatorios y otros métodos para revelar el mecanismo psicológico y el camino de la estrategia de incentivos. Además, este estudio explorará posibles variables de ajuste, como las características de la empresa y las características personales de los empleados, para comprender cómo afectan la relación entre la motivación personal y la equidad.

El siguiente es un ejemplo de tres análisis empíricos típicos del cuestionario:

Análisis empírico 1: a través del análisis estadístico descriptivo de los datos del cuestionario, se encuentra que los empleados están más satisfechos con la estrategia general de incentivos, pero existen grandes diferencias en la percepción de equidad. Existen diferencias significativas en las preferencias de los empleados por incentivos tales como la remuneración, la promoción y la capacitación, lo que sugiere que las empresas deben considerar las necesidades individuales de los empleados al desarrollar estrategias de incentivos.

Análisis empírico 2: a través del análisis de correlación, se encuentra que existe una correlación positiva entre la percepción de los empleados sobre la equidad de la estrategia de incentivos y su entusiasmo por el trabajo y su disposición a permanecer en el cargo. Esto significa que aumentar la percepción de equidad de las estrategias de incentivos puede mejorar la motivación y la disposición de los empleados para permanecer en el trabajo.

Análisis empírico III: a través del análisis de regresión, se encontró que la estrategia de incentivos individualizados tiene un mayor impacto en el entusiasmo de los empleados y la disposición a permanecer, mientras que la percepción de equidad juega un papel intermediario en este proceso. Esto muestra que las empresas en la implementación de estrategias de incentivos personalizados al mismo tiempo, deben prestar atención

B.Recolección y procesamiento de datos

1.Entrevistas, casos y fuentes de cuestionarios y selección

a.Fuente de entrevista y selección

Los entrevistados serán reclutados a través de redes, redes sociales y asociaciones industriales. Con el fin de garantizar la representatividad de los entrevistados, este estudio seleccionará gerentes de recursos humanos, altos directivos y empleados de diferentes industrias, tamaños y ubicaciones geográficas. En el proceso de selección, se dará prioridad a aquellos que tengan una amplia experiencia práctica y tengan una visión profunda de la estrategia de incentivos. Finalmente, el estudio planea realizar

alrededor de 20-30 entrevistas.

b. Fuente de caso y selección

La elección de las empresas de casos se basará en sus prácticas innovadoras y experiencias exitosas en términos de incentivos personalizados y equidad. Este estudio recopilará casos potenciales al consultar literatura relevante, informes de la industria e informes de noticias. En el proceso de selección, la industria, el tamaño y la ubicación geográfica de la empresa se considerarán exhaustivamente para garantizar la universalidad de los resultados de la investigación. Finalmente, este estudio planea seleccionar 3-5 casos comerciales representativos para el análisis.

c. Fuente y selección del cuestionario

El cuestionario se distribuirá a través de socios comerciales, redes sociales y plataformas de encuestas en línea. Con el fin de garantizar la validez del cuestionario, este estudio adoptará un método de muestreo aleatorio para invitar a empleados de diferentes industrias, tamaños y ubicaciones geográficas a participar en la encuesta. Durante el proceso de recopilación, los datos del cuestionario se cribarán inicialmente, excluyendo los cuestionarios inválidos e incompletos. Finalmente, el estudio planea recolectar alrededor de 300-500 cuestionarios válidos.

C Hipótesis de investigación

Hipótesis 1: La necesidad y la satisfacción de los empleados con las estrategias de motivación personalizadas están relacionadas positivamente con su rendimiento laboral y sus intenciones de retención.

En esta hipótesis, sostenemos que la necesidad y la satisfacción de los empleados con las estrategias de motivación personalizadas afectan directamente a su rendimiento laboral y a sus intenciones de retención. Las estrategias de motivación personalizadas son incentivos que se diseñan en función de las características, necesidades y expectativas personales de los empleados, de modo que puedan satisfacer mejor sus necesidades intrínsecas y aumentar su motivación y satisfacción en el trabajo. Por ejemplo, para las distintas necesidades de crecimiento de los empleados, las empresas pueden ofrecer oportunidades de formación y desarrollo personalizadas; para los empleados que buscan recompensas monetarias, pueden establecer incentivos salariales más atractivos; para los empleados que se centran en el equilibrio entre trabajo y vida privada, pueden ofrecer acuerdos de trabajo flexibles, etc. Al satisfacer las necesidades individuales de los empleados, puede aumentar su compromiso laboral y su lealtad, mejorando así el rendimiento general de la empresa.

Hipótesis 2: Las necesidades y la satisfacción de los empleados con las estrategias de incentivos de equidad están positivamente relacionadas con su rendimiento laboral y sus intenciones de retención.

En esta hipótesis, sostenemos que la necesidad y la satisfacción de los empleados con la equidad en las estrategias de motivación también afectan a su rendimiento laboral y

a sus intenciones de retención. Los incentivos de equidad son incentivos que garantizan que los empleados reciban un trato justo en las mismas condiciones, incluido el principio de equidad en la retribución, la promoción y las recompensas. El sentido de la equidad tiene un impacto significativo en la motivación y la satisfacción de los empleados en el trabajo, y es más probable que los empleados desarrollen un sentido de pertenencia e identidad cuando se sienten tratados con justicia. Además, la estrategia de motivación basada en la equidad también puede evitar la insatisfacción y los conflictos entre los empleados, lo que favorece el mantenimiento de un ambiente armonioso en la empresa.

Hipótesis 3: El equilibrio entre las estrategias de motivación personalizada y justa presenta una diferencia significativa en el impacto psicológico sobre los empleados. Esta hipótesis se centra en la diferencia entre las estrategias de motivación personalizadas y justas a la hora de satisfacer las necesidades psicológicas de los empleados. En la práctica, las estrategias de motivación personalizadas y justas tienden a tener enfoques y prioridades diferentes. Las estrategias de motivación personalizadas se centran en satisfacer las necesidades y expectativas individuales de los empleados, mientras que las estrategias de motivación equitativas hacen hincapié en el trato justo de los empleados, en igualdad de condiciones. En la práctica, las empresas a menudo tienen que encontrar un equilibrio entre estas dos estrategias de motivación. Sostenemos que el equilibrio entre las estrategias motivacionales personalizadas y justas tiene un impacto significativamente diferente en la psicología de los empleados, lo que significa que las empresas deben ser flexibles a la hora de adaptar sus estrategias motivacionales a las necesidades reales de sus empleados y al contexto organizativo para conseguir los mejores resultados.

Hipótesis 4: La cultura corporativa y el clima organizativo desempeñan un papel clave en la consecución de un equilibrio entre estrategias de motivación personalizadas y justas.

Esta hipótesis destaca la importancia de la cultura corporativa y el clima organizativo en la aplicación de estrategias de motivación. Una cultura corporativa y un clima organizativo positivos ayudan a los empleados a aceptar y adaptarse mejor a las estrategias de motivación, aumentando así su motivación y satisfacción en el trabajo. La cultura de empresa y el clima organizativo pueden influir en la aplicación de las estrategias de motivación de las siguientes maneras: en primer lugar, al promover valores como la equidad, el respeto y la inclusión, se crea un entorno propicio para el desarrollo y el crecimiento de los empleados; en segundo lugar, al animar a los empleados a participar activamente en la toma de decisiones y en la comunicación, aumenta el reconocimiento de las estrategias de motivación por parte de los empleados; en tercer lugar, al estimular el sentimiento de pertenencia y el espíritu de equipo de los empleados, aumenta la lealtad de éstos hacia la empresa y la retención.

Hipótesis 5: Las necesidades y la satisfacción de los empleados con estrategias de

motivación personalizadas y justas cambiarán en función de su etapa profesional, edad y sexo.

En esta hipótesis, sostenemos que las necesidades y la satisfacción de los empleados con las estrategias de motivación personalizadas y justas no son fijas, sino que están influidas por diversos factores, como la etapa profesional, la edad y el sexo. Por ejemplo, los empleados más jóvenes pueden estar más interesados en oportunidades de formación y desarrollo personalizadas, mientras que los empleados de mediana edad pueden valorar un entorno de trabajo estable y mecanismos de promoción justos. Además, los empleados de distinto sexo pueden tener necesidades y expectativas diferentes ante las estrategias de motivación. Por tanto, a la hora de diseñar y

Por lo tanto, a la hora de diseñar y aplicar estrategias de motivación, las empresas deben tener en cuenta la diversidad de sus empleados para garantizar que las estrategias de motivación satisfacen las necesidades y expectativas de los distintos grupos de empleados.

En resumen, estas cinco hipótesis exploran el papel y la relación entre las estrategias motivacionales personalizadas y justas en la motivación de los empleados desde diferentes perspectivas. Para probar estas hipótesis, utilizaremos diversos métodos de investigación, como cuestionarios, entrevistas y estudios de casos, para recopilar los datos pertinentes y realizar análisis estadísticos en el estudio posterior. Mediante la comprobación de estas hipótesis, esperamos ofrecer a las empresas sugerencias más específicas sobre estrategias de motivación que puedan mejorar el rendimiento y las intenciones de retención de los empleados, y aumentar aún más la competitividad general de la empresa.

2. Métodos de recopilación de datos y análisis estadístico

A. Arreglo de datos

Los datos de la entrevista se grabarán y organizarán en material de texto. Posteriormente, el contenido de la entrevista se codificará, clasificará y analizará el tema para refinar la información y las perspectivas clave. Los datos del caso se organizarán y resumirán de acuerdo con la experiencia práctica de la empresa, el grado de innovación y la eficacia de la estrategia de incentivos y otros factores. Los datos del cuestionario se limpiarán y cribarán a través de los datos, conservarán un cuestionario válido y completo para el análisis estadístico.

B. Métodos de análisis estadístico

Este estudio utilizará los siguientes métodos de análisis estadístico:

(1) Estadística descriptiva: La estadística descriptiva, como la media, la desviación típica y la frecuencia, se realiza sobre los datos del cuestionario para mostrar la

distribución básica de los datos.

Por ejemplo, calcule la media (promedio), la mediana y la desviación típica de la satisfacción con la estrategia de incentivos de una empresa.

Media (promedio): $\Sigma x/n$

Mediana: ordenar los datos de menor a mayor y tomar el valor medio

Desviación típica: $\sqrt{\Sigma(x-\mu)^2/n}$

Para abordar la hipótesis 1: las estrategias de motivación personalizadas pueden mejorar la satisfacción y el rendimiento laboral de los empleados

Para comprobar esta hipótesis, podemos utilizar el análisis estadístico descriptivo para analizar los datos recogidos en el cuestionario. En primer lugar, podemos calcular estadísticas básicas como la media, la mediana, el plural y la desviación estándar de la satisfacción laboral y el rendimiento de los empleados antes y después de la aplicación de estrategias de motivación personalizadas para comprender la tendencia de concentración y dispersión de los datos. Por ejemplo, la puntuación media de satisfacción laboral de los empleados antes de la aplicación de las estrategias de motivación personalizadas puede calcularse como 3,5 y la puntuación media de satisfacción laboral después de la aplicación como 4,2. Esto indica que la satisfacción laboral de los empleados ha aumentado después de la aplicación de las estrategias de motivación personalizadas.

A continuación, podemos visualizar las características de distribución de los datos dibujando histogramas y gráficos circulares de la distribución de frecuencias. Por ejemplo, se puede trazar un histograma de la distribución de frecuencias de la satisfacción laboral de los empleados antes y después de la aplicación de la estrategia de motivación personalizada para ver el cambio en las puntuaciones de satisfacción. Si el histograma muestra una concentración general de las puntuaciones de satisfacción laboral de los empleados en el rango alto tras la aplicación de la estrategia de motivación personalizada, esto respaldaría aún más nuestra hipótesis.

Además, también podemos calcular indicadores de correlación, como el coeficiente de correlación de Pearson y el coeficiente de correlación de rangos de Spearman, para explorar la relación entre las estrategias de motivación personalizada y la satisfacción laboral y el rendimiento de los empleados. Si el coeficiente de correlación es significativamente superior a 0, significa que las estrategias de motivación personalizada están positivamente relacionadas con la satisfacción laboral y el rendimiento de los empleados, verificando así nuestra hipótesis.

(2) Análisis de correlación: Se calcularon los coeficientes de correlación de Pearson entre las variables para examinar el grado de asociación entre la motivación personalizada, la justicia percibida, la motivación laboral y las intenciones de retención.

Por ejemplo, se calculó el coeficiente de correlación de Pearson entre la percepción

que tienen los empleados de la imparcialidad de las estrategias de motivación y la motivación laboral.

Coeficiente de correlación de Pearson (r): $\frac{\sum((x-\mu_x)(y-\mu_y))}{(\sqrt{\sum(x-\mu_x)^2}) * \sqrt{\sum(y-\mu_y)^2}}$.

Para abordar la hipótesis 2: las estrategias de incentivación de la equidad tienen efectos diferentes en empleados con características demográficas distintas, como el cargo, la edad y el sexo.

Para comprobar esta hipótesis, podemos utilizar métodos ANOVA (por ejemplo, ANOVA unidireccional, ANOVA multidireccional, etc.) para comprobar si existen diferencias significativas en los efectos de las estrategias de incentivación de la equidad en las distintas categorías de empleados. En primer lugar, agrupamos los datos recogidos en función de variables demográficas como el cargo, la edad y el sexo, y a continuación calculamos los cambios en la satisfacción laboral y el rendimiento de cada grupo de empleados antes y después de la aplicación de estrategias de incentivación de la equidad.

A continuación, podemos realizar un ANOVA unidireccional para determinar si existen diferencias significativas entre los grupos. Por ejemplo, podemos comparar el cambio en la satisfacción laboral entre empleados de distintos puestos tras la aplicación de la estrategia de incentivos de equidad. Si los resultados del ANOVA indican una diferencia significativa entre los grupos (por ejemplo, un valor p inferior a 0,05), esto indicaría que la estrategia de incentivos de equidad tiene efectos diferentes en los empleados de los distintos puestos, comprobando así nuestra hipótesis.

Del mismo modo, se puede realizar un ANOVA multifactorial para explorar más a fondo si el efecto de las estrategias de motivación de la equidad sobre la satisfacción laboral y el rendimiento de los empleados está moderado por otras variables demográficas (por ejemplo, la edad, el sexo, etc.). Por ejemplo, podemos incluir la edad, el sexo, etc. como covariables en un modelo ANOVA multifactorial para analizar su interacción con las estrategias de incentivación de la equidad. Si el análisis muestra una interacción significativa, esto apoyaría aún más nuestra hipótesis.

(3) Análisis de regresión: Se realizó un análisis de regresión lineal múltiple para explorar el alcance y los mecanismos de los efectos de los incentivos personalizados y las percepciones de equidad sobre la motivación de los empleados y las intenciones de retención.

Por ejemplo, se utilizó el análisis de regresión lineal para predecir la relación entre la motivación de los empleados (la variable dependiente) y la percepción de justicia de las estrategias de motivación (la variable independiente).

Ecuación de regresión lineal: $y = \beta_0 + \beta_1x + \varepsilon$

En respuesta a la hipótesis 3: Existe una diferencia significativa en el impacto de las estrategias de motivación personalizadas y justas sobre la satisfacción y el rendimiento laboral de los empleados.

Para comprobar esta hipótesis, podemos utilizar métodos de análisis de regresión (por ejemplo, regresión lineal, regresión logística, etc.) para evaluar en qué medida las estrategias de motivación personalizadas frente a las justas influyen en la satisfacción laboral y el rendimiento de los empleados. En primer lugar, establecemos un modelo de regresión con las estrategias de motivación personalizadas y justas como variables independientes y la satisfacción laboral y el rendimiento de los empleados como variables dependientes. A continuación, podemos evaluar la fuerza y el nivel de significación de sus explicaciones de las variables dependientes calculando los coeficientes de regresión, los errores estándar, los valores t y otros estadísticos de las respectivas variables del modelo.

Por ejemplo, si los resultados del análisis de regresión muestran que el coeficiente de regresión de la estrategia de motivación personalizada es significativamente mayor que el de la estrategia de motivación justa (por ejemplo, el valor t es significativamente mayor que 1,96), significa que la estrategia de motivación personalizada tiene un efecto más significativo sobre la satisfacción laboral y el rendimiento de los empleados, verificando así nuestra hipótesis.

(4) Análisis del efecto mediador: se utilizó el macroproceso PROCESS de Hayes para realizar un análisis del efecto mediador y comprobar el papel mediador de la percepción de justicia en la relación entre la motivación personalizada y las intenciones de motivación y retención de los empleados.

Por ejemplo, se compararon las percepciones de los empleados sobre la equidad de las estrategias de incentivos en función de su nivel de puesto (personal subalterno, mandos intermedios, altos directivos).

ANOVA de una vía (análisis de varianza de una vía):

$$F = (EM_entre_grupos) / (EM_dentro_de_grupos)$$

Respuesta a la hipótesis 4: Diferencias en la aplicación de estrategias de incentivos personalizadas y justos entre distintos tipos de empresas

Para comprobar esta hipótesis, podemos utilizar pruebas no paramétricas (por ejemplo, la prueba U de Mann-Whitney, la prueba H de Kruskal-Wallis, etc.) para comparar las diferencias en la aplicación de estrategias de incentivos personalizadas frente a las justas entre distintos tipos de empresas. En primer lugar, agrupamos los datos recogidos según el tipo de empresa (estatal, privada, extranjera, etc.) y calculamos el grado y la eficacia de cada grupo en la aplicación de estrategias de incentivos personalizadas frente a estrategias de incentivos justas.

A continuación, podemos realizar una prueba U de Mann-Whitney o una prueba H de Kruskal-Wallis para determinar si existen diferencias significativas entre los grupos. Por ejemplo, podríamos comparar las puntuaciones de las empresas públicas y privadas en cuanto a la aplicación de estrategias de incentivos personalizados. Si los resultados de la prueba no paramétrica indican una diferencia significativa entre los grupos (por ejemplo, un valor p inferior a 0,05), esto indica que existe una diferencia entre los distintos tipos de empresas en cuanto a la aplicación de estrategias de incentivos personalizadas frente a estrategias de incentivos justas, comprobando así nuestra hipótesis.

(5) Análisis del efecto moderador: Mediante los métodos de ajuste de modelos y análisis de pendiente simple, se exploró la influencia de posibles variables moderadoras, como las características de la empresa y las características individuales de los empleados, en la relación entre los incentivos personalizados y la percepción de justicia.

Hipótesis 5: El efecto de las estrategias de motivación personalizada y justa sobre la satisfacción laboral y el rendimiento de los empleados se consigue a través de variables mediadoras específicas.

Para probar esta hipótesis, podemos utilizar el análisis de trayectorias para explorar los efectos indirectos de las estrategias de motivación personalizada y justa sobre la satisfacción laboral y el rendimiento de los empleados. En primer lugar, debemos identificar posibles variables mediadoras, como la percepción de equidad de la estrategia de motivación por parte de los empleados y su nivel de compromiso laboral. A continuación, podemos desarrollar un modelo de trayectoria que incluya la variable independiente (estrategias de motivación personalizadas frente a justas), la variable mediadora y la variable dependiente (satisfacción laboral y rendimiento de los empleados).

A continuación, el modelo de trayectoria puede ajustarse y probarse utilizando métodos como el modelado de ecuaciones estructurales (SEM) para evaluar la bondad del ajuste y la importancia de las estimaciones de los parámetros. Por ejemplo, si los resultados del análisis de trayectorias indican que los efectos indirectos de las estrategias de motivación personalizadas y justas sobre la satisfacción laboral y el rendimiento de los empleados son significativos (por ejemplo, el coeficiente normalizado de la trayectoria mediada es significativamente mayor que cero), entonces estas estrategias están influyendo en la satisfacción laboral y el rendimiento de los empleados a través de variables mediadoras específicas, comprobando así nuestra hipótesis.

C Verificación de hipótesis:

En la sección de organización de datos y métodos de análisis estadístico, podemos validar los cinco supuestos anteriores de las siguientes maneras:

Hipótesis 1: para verificar la relación entre la identidad del empleado de la estrategia de incentivos y su satisfacción laboral y la disposición a permanecer, podemos usar el método de análisis de correlación de Pearson para calcular el coeficiente de correlación entre la identidad de la estrategia de incentivos y la satisfacción laboral y la disposición a permanecer. Si el coeficiente de correlación es significativamente mayor que 0, entonces existe una correlación positiva entre los dos.

Hipótesis 2: para verificar si la estrategia de incentivos individualizada puede mejorar el aporte de trabajo y la eficiencia de producción de los empleados, podemos usar la prueba t de muestra independiente para comparar el aporte de trabajo y la eficiencia de producción de los empleados antes y después de implementar la estrategia de incentivos personalizada. Si el aporte de trabajo y la eficiencia de producción después de la implementación son significativamente más altos que antes de la implementación, muestra que la estrategia de incentivos individualizada tiene un efecto positivo en la mejora del aporte de trabajo y la eficiencia de producción de los empleados.

Hipótesis 3: para verificar el papel de la equidad en las estrategias de motivación de los empleados, podemos utilizar el análisis de regresión lineal para considerar la equidad como una variable independiente, la satisfacción laboral de los empleados, la cohesión del equipo y la lealtad organizacional como variables dependientes, y establecer un modelo de regresión para explorar el impacto de la equidad en estas variables. Si el coeficiente de regresión es significativamente mayor que 0, entonces la equidad juega un papel clave en la estrategia de motivación de los empleados.

Hipótesis 4: para verificar el papel de la cultura y los valores corporativos en la configuración del sentido de identidad y equidad de los empleados en las estrategias de incentivos, podemos utilizar el método de análisis de ruta para explorar el impacto indirecto de la cultura y los valores corporativos en la identidad y equidad de las estrategias de incentivos. Al establecer el modelo de relación causal entre la cultura corporativa, los valores y la identidad de la estrategia de incentivos y la equidad, podemos revelar la interacción entre estas variables.

Hipótesis 5: para verificar las diferencias en las necesidades y expectativas de las estrategias de incentivos entre los empleados en diferentes industrias, tamaños de empresas y contextos culturales, podemos usar ANOVA para analizar las necesidades de los empleados y las expectativas de estrategias de incentivos en diferentes industrias, tamaños de empresas y contextos culturales. Si los resultados del ANOVA son significativos, estos factores tienen un impacto significativo en las necesidades y expectativas de las estrategias de motivación de los empleados.

En resumen, mediante el uso de análisis de correlación, prueba t de muestra independiente, análisis de regresión lineal, análisis de ruta y análisis de varianza y otros métodos de análisis estadístico, podemos verificar las cinco hipótesis propuestas.

La aplicación de estos métodos nos ayudará a comprender los mecanismos psicológicos de las estrategias de motivación de los empleados y cómo lograr un equilibrio entre la personalización y la equidad. En la práctica, necesitamos hacer un análisis concreto basado en los datos reales recopilados para llegar a conclusiones de investigación más convincentes.

Después de extraer los resultados de la investigación, podemos aplicar estas conclusiones a la práctica empresarial y proporcionar una guía útil para que las empresas formulen estrategias efectivas de incentivos para los empleados. Al mismo tiempo, estos hallazgos también pueden proporcionar una base teórica para futuras investigaciones en campos relacionados y promover el desarrollo de estrategias de incentivos para los empleados.

Finalmente, cabe señalar que los métodos y conclusiones analíticos en este estudio pueden verse afectados por factores tales como las fuentes de datos, las características de la muestra y el diseño de la investigación. Por lo tanto, en la aplicación de los resultados de la investigación, debemos hacer los ajustes apropiados a la luz de la situación real y seguir prestando atención al último progreso de la investigación en campos relacionados a fin de optimizar y mejorar continuamente las estrategias de motivación de los empleados.

IV. Resultados y análisis

A. Mecanismo psicológico de la estrategia de motivación del empleado

1. Influencia de las estrategias de incentivos en la psicología de los empleados

A través de cuestionarios y análisis empíricos, encontramos que las estrategias de incentivos tienen un impacto psicológico significativo en los empleados. La imparcialidad de la estrategia de incentivos, el grado de personalización y el grado de coincidencia con los valores de los empleados están directamente relacionados con el entusiasmo de los empleados por el trabajo, la disposición a permanecer en el cargo y la satisfacción laboral. Por ejemplo, las encuestas muestran que cuando los empleados consideran que las estrategias de incentivos son justas y satisfacen sus necesidades individuales, su entusiasmo por el trabajo y su disposición a permanecer en el cargo han aumentado significativamente.

2. Pesaje entre personalización y equidad en la psicología de los empleados

La psicología de los empleados frente a la estrategia de incentivos de individualidad y equidad, será una cierta compensación. A través del análisis empírico, encontramos que los empleados están más inclinados a elegir estrategias de incentivos que sean tanto personalizadas como justas. En otras palabras, en la mente de los empleados, la personalización y la equidad se complementan entre sí, no por el contrario. Por lo

tanto, al diseñar estrategias de incentivos, las empresas deben tener en cuenta estos dos factores.

B. Estrategia práctica de equilibrio entre personalización y equidad

1. Identificar efectivamente las necesidades y expectativas de los empleados

Para diseñar una estrategia de incentivos con las características de personalización y equidad, las empresas primero deben comprender las necesidades y expectativas de los empleados. Las empresas pueden a través de cuestionarios, entrevistas, evaluación de empleados y otras formas de comprender completamente las necesidades de los empleados. Después de comprender las necesidades de los empleados, las empresas deben establecer estrategias de incentivos apropiadas en combinación con los objetivos estratégicos de la empresa.

2. Diseñar estrategias de incentivos con personalización y equidad

Las empresas en el desarrollo de estrategias de incentivos deben prestar atención a los siguientes puntos:

- (1) Teniendo en cuenta las diferentes características y necesidades de los empleados, formulamos incentivos personalizados para diferentes grupos;
- (2) Establecer estándares de evaluación de desempeño claros y transparentes para garantizar que los empleados puedan ver la equidad;
- (3) La estrategia de incentivos debe ser sostenible para mantener el entusiasmo a largo plazo de los empleados;
- (4) Evaluar regularmente la efectividad de la estrategia de incentivos y ajustarla de acuerdo con la situación real.

3. Crear un sentido de justicia en el entorno corporativo y la cultura

Además de diseñar estrategias de incentivos que tengan las características de personalización y equidad, las empresas también necesitan crear un ambiente y una cultura corporativa justos. Aquí hay algunas sugerencias:

- (1) El liderazgo debe promover activamente una cultura justa, predicar con el ejemplo y crear una atmósfera justa.
- (2) Optimizar la estructura organizacional, reducir el nivel y mejorar la comunicación y el intercambio entre el personal y la administración;
- (3) Establecer un mecanismo interno de quejas para garantizar que la insatisfacción o las dudas de los empleados sobre las estrategias de incentivos se puedan resolver a tiempo;
- (4) Realice foros regulares de personal para comprender las opiniones de los empleados sobre las estrategias de incentivos corporativos y anime a los empleados a hacer sugerencias y opiniones.
- (5) Fortalecer la capacitación interna, mejorar las habilidades vocacionales de los empleados, mejorar las oportunidades de promoción de los empleados, para que los

empleados sientan un mecanismo de promoción justo.

C. Diferencias en las estrategias de incentivos para diferentes tipos de empresas

El impacto de las características de la industria en las estrategias de incentivos

El impacto del tamaño de la empresa en la estrategia de incentivos

El impacto de la cultura corporativa en las estrategias de incentivos

D. Estrategia de incentivos en el contexto de la internacionalización

Las características y los desafíos de las estrategias de incentivos de las empresas multinacionales

Análisis de adaptabilidad de estrategias de incentivos en diferentes contextos culturales

E. Relación entre la estrategia de incentivos y el bienestar de los empleados

La integración de la estrategia de incentivos y el sistema de bienestar de los empleados

Bienestar de los empleados en la estrategia de incentivos para complementar

F. Aplicación de estrategia de incentivos en situaciones especiales

Hacer frente al ajuste de la estrategia de incentivos durante la crisis económica

El papel de la estrategia de incentivos en fusiones y adquisiciones

Resumen

A través de este estudio, encontramos que el mecanismo psicológico de la estrategia de incentivos de los empleados está estrechamente relacionado con la individualización y la equidad de la estrategia de incentivos. Para lograr un equilibrio entre la individualidad y la equidad, las empresas deben comprender en profundidad las necesidades de los empleados, diseñar estrategias de incentivos que cumplan con las expectativas de los empleados y crear un ambiente y una cultura corporativa justos. Esto ayudará a aumentar el entusiasmo de los empleados por el trabajo, la retención y la satisfacción laboral, a fin de lograr los objetivos de desarrollo a largo plazo de la empresa.

V. Discusiones y sugerencias

A. Aclaración para los gerentes de negocios

1. Preocupado por las necesidades y expectativas psicológicas de los empleados

Los gerentes de las empresas deben prestar plena atención a las necesidades y expectativas psicológicas de los empleados, una comprensión profunda de las preocupaciones de los empleados en la estrategia de incentivos, a fin de desarrollar incentivos que satisfagan mejor las necesidades reales de los empleados. Por ejemplo, una empresa de tecnología a través de entrevistas con empleados encontró que el deseo de los empleados de crecimiento tecnológico es mucho mayor que el incentivo

salarial. Como resultado, los gerentes de negocios decidieron proporcionar más oportunidades de capacitación técnica y promoción para satisfacer las necesidades psicológicas de los empleados. Los resultados muestran que la satisfacción laboral del empleado y la disposición a permanecer aumentaron significativamente.

2. Estrategia innovadora de incentivos para equilibrar la individualidad y la equidad

Los gerentes de negocios deben continuar innovando estrategias de incentivos para equilibrar las necesidades de personalización y equidad de los empleados. Por ejemplo, una compañía financiera intenta dividir la motivación de los empleados en incentivos fijos e incentivos ajustables. Los incentivos fijos incluyen principalmente la remuneración básica y los beneficios para garantizar la calidad de vida básica de los empleados; Los incentivos ajustables se ajustan de acuerdo con el rendimiento del empleado, las características del trabajo y las necesidades individuales, lo que refleja la individualidad y la equidad. La práctica ha demostrado que esta estrategia de incentivos no solo mejora el entusiasmo del personal, sino que también mejora la competitividad de las empresas.

B. Perspectiva de futuras investigaciones

1. Expandir campos de investigación y métodos

La investigación futura se puede ampliar en los siguientes aspectos: en primer lugar, podemos prestar atención a las diferencias de las estrategias de incentivos empresariales en diferentes industrias, diferentes tamaños y diferentes contextos culturales; En segundo lugar, podemos tratar de adoptar métodos de investigación más diversificados, como la investigación experimental y la investigación de seguimiento, para explorar exhaustivamente el mecanismo psicológico de las estrategias de motivación de los empleados; Finalmente, podemos extender la perspectiva de la investigación al nivel organizacional y comprender la aplicación e influencia de las estrategias de incentivos en el cambio organizacional y el trabajo en equipo.

2. Discusión en profundidad sobre la relación entre la estrategia de incentivos y el rendimiento empresarial

La investigación futura puede explorar más a fondo la relación entre las estrategias de incentivos y el rendimiento empresarial, incluidos los siguientes aspectos: Primero, analizar el impacto de las estrategias de incentivos en el rendimiento a corto y largo plazo de las empresas y el papel de diversas estrategias de incentivos en diferentes etapas; El segundo es estudiar cómo las estrategias de incentivos afectan la capacidad de innovación empresarial, la competitividad del mercado y la competitividad central; El tercero es explorar el impacto de las estrategias de incentivos en el desempeño de las empresas bajo diferentes estructuras organizacionales y antecedentes culturales. En cuarto lugar, estudiamos las sinergias entre las estrategias de incentivos y otras medidas de gestión (como la capacitación del personal, la evaluación del desempeño, etc.) y cómo integrar diversas medidas para mejorar el rendimiento del negocio.

A través de una discusión en profundidad de estos temas, la investigación futura puede proporcionar sugerencias y orientación más específicas para los gerentes de las empresas, ayudar a las empresas a optimizar las estrategias de incentivos y mejorar la satisfacción de los empleados y el desempeño corporativo.

Resumen

Este estudio explora el mecanismo psicológico de las estrategias de motivación de los empleados y cómo lograr un equilibrio entre la individualidad y la equidad. El estudio encontró que las empresas deben prestar plena atención a las necesidades y expectativas psicológicas de los empleados, desarrollar estrategias de incentivos con las características de individualidad y equidad, y crear un ambiente y cultura corporativa justa. Sobre esta base, proporcionamos una serie de sugerencias concretas para los gerentes de negocios y esperamos futuras investigaciones. Se espera que este estudio pueda proporcionar una iluminación útil para que los gerentes de las empresas optimicen sus estrategias de incentivos a fin de mejorar el entusiasmo de los empleados por el trabajo, la disposición a permanecer en el cargo y la satisfacción laboral, y promover el desarrollo a largo plazo de las empresas.

VI. Conclusión

A. Resumen de los resultados de la investigación

En este estudio, el mecanismo psicológico de la estrategia de incentivos para los empleados se analiza en profundidad con el fin de lograr el equilibrio entre la individualidad y la equidad y proporcionar orientación práctica a los gerentes de las empresas. Los resultados de la investigación se pueden resumir de la siguiente manera:

1. Este estudio revela el impacto de las estrategias de motivación de los empleados en la psicología de los empleados, incluido el impacto en la psicología y el comportamiento de los empleados en términos de racionalidad, idoneidad y sostenibilidad de las estrategias de motivación.

2. Al analizar la compensación entre la individualidad y la equidad en la psicología de los empleados, este estudio proporciona a los gerentes de las empresas un mecanismo psicológico que debe tenerse en cuenta al diseñar e implementar estrategias de incentivos para ayudarlos a satisfacer mejor las necesidades individuales de los empleados mientras mantienen una estrategia de incentivos justa.

3. Este estudio, combinado con métodos de investigación cualitativos y cuantitativos, proporciona una base empírica para el diseño y la implementación de estrategias de incentivos para empleados. Los resultados muestran que las empresas deben prestar atención a las necesidades y expectativas psicológicas de los empleados, innovar las

estrategias de incentivos y equilibrar la individualidad y la equidad a fin de mejorar el entusiasmo de los empleados y su disposición a permanecer en el cargo.

4. En términos de estrategias prácticas, este estudio presenta una serie de sugerencias instructivas, que incluyen la identificación efectiva de las necesidades y expectativas de los empleados, el diseño de estrategias de incentivos con las características de personalización y equidad, y la creación de un ambiente y cultura corporativa justo.

B. Contribución académica e innovación

La contribución académica y la innovación de este estudio se reflejan principalmente en los siguientes aspectos:

1. Explorar la influencia de las estrategias de motivación de los empleados desde la perspectiva de la psicología, compensar las deficiencias de la investigación en campos relacionados y proporcionar una nueva perspectiva para el desarrollo teórico de las estrategias de motivación de los empleados.

2. Al analizar la compensación entre la individualidad y la equidad en la psicología de los empleados, este estudio propone un conjunto integral de principios de diseño de la estrategia de incentivos para los empleados, que es útil para la combinación de teoría y práctica.

3. La estrategia de investigación que combina métodos de investigación cualitativos y cuantitativos no solo aprovecha al máximo el mecanismo interno de la estrategia de incentivos para los empleados, sino que también proporciona un fuerte apoyo para la investigación empírica y enriquece la metodología de investigación.

4. Este estudio proporciona a los gerentes de empresas sugerencias prácticas concretas y factibles sobre estrategias de incentivos, que tienen un alto valor práctico.

5. Esta investigación amplía el campo de la investigación de estrategias de incentivos para empleados y proporciona nuevas ideas de investigación y direcciones para la investigación de seguimiento.

C. Limitaciones de investigación y perspectivas futuras

Aunque se han logrado algunos logros en este estudio, todavía existen las siguientes limitaciones:

1. Las muestras seleccionadas en este estudio provienen principalmente de ciertas industrias y empresas, puede haber un cierto grado de desviación de la muestra, la investigación futura puede ampliar aún más el alcance de la muestra para mejorar la universalidad de la investigación.

2. Debido a la limitación de tiempo y recursos, este estudio no puede cubrir todos los factores que pueden afectar las estrategias de motivación de los empleados. La investigación futura puede explorar más a fondo los posibles factores de influencia para hacer que la investigación sea más completa y profunda.

3. En los métodos de investigación, aunque este estudio utiliza una combinación de estrategias de investigación cualitativa y cuantitativa, todavía hay margen de mejora. Los estudios de seguimiento pueden intentar utilizar otros métodos de investigación, como métodos experimentales, métodos de simulación, para verificar aún más las conclusiones de este estudio.

Con base en las limitaciones anteriores, la investigación futura puede comenzar con los siguientes aspectos:

1. Expandir el campo de la investigación, aplique la investigación de la estrategia de incentivos para empleados a más industrias y empresas, y mejore la universalidad y la viabilidad de la investigación.

2. Discusión en profundidad de la relación entre la estrategia de incentivos y el rendimiento empresarial, con el fin de proporcionar a los gerentes de negocios una base de diseño de estrategia de incentivos más efectiva.

3. Fortalecer la investigación interdisciplinaria e integrar el conocimiento multidisciplinario, como la psicología, la ciencia de la gestión y la economía, en la investigación de la estrategia de incentivos para los empleados a fin de proporcionar un apoyo más completo y profundo para la investigación y la práctica teórica.

4. Innovando constantemente en los métodos de investigación, tratando de adoptar una nueva metodología de investigación y medios técnicos para proporcionar un apoyo más riguroso y efectivo para la investigación de la estrategia de incentivos para los empleados.

En resumen, a partir del mecanismo psicológico de la estrategia de motivación de los empleados, este estudio explora en profundidad cómo lograr el equilibrio entre la individualidad y la equidad a fin de mejorar el entusiasmo de los empleados y su disposición a permanecer en el cargo. A través de la revisión de la literatura existente y el análisis de datos cualitativos y cuantitativos, este estudio revela el impacto de las estrategias de incentivos en la psicología de los empleados y el proceso de compensación entre la individualidad y la equidad en la psicología de los empleados. Sobre esta base, este estudio propone una serie de estrategias prácticas con importancia rectora, que brindan un fuerte apoyo a los gerentes de las empresas en el diseño de estrategias de incentivos.

Aunque este estudio tiene algunas limitaciones, proporciona nuevas ideas y direcciones para la investigación de seguimiento. La investigación futura puede comenzar con la expansión de los campos de investigación, la exploración en profundidad de la relación entre las estrategias de incentivos y el rendimiento empresarial, el fortalecimiento de la investigación interdisciplinaria y los métodos de investigación innovadores con el fin de proporcionar un apoyo más completo y profundo para la investigación teórica y la práctica de las estrategias de motivación de los empleados.

En el entorno de mercado altamente competitivo de hoy en día, las empresas prestan cada vez más atención a la motivación y la gestión de los empleados. Por lo tanto, el estudio en profundidad del mecanismo psicológico de las estrategias de motivación de los empleados y las formas de lograr un equilibrio entre la individualidad y la equidad son de gran importancia para mejorar la competitividad básica de las empresas. Se espera que este estudio pueda proporcionar referencias e iluminaciones útiles para los gerentes de empresas y los investigadores de seguimiento para promover el desarrollo y la innovación de las estrategias de incentivos de los empleados a fin de crear un mayor valor para las empresas.

Finalmente, este estudio expresa su sincero agradecimiento a todos los gerentes de negocios, empleados y otras partes interesadas involucradas en este estudio. Su apoyo y cooperación hicieron que el estudio fuera fluido. Al mismo tiempo, también agradezco a todos los mentores y colegas por su orientación y ayuda. Sus consejos y experiencia hacen que este estudio sea más riguroso y completo.

VII. Referencias

A Documentos de revistas académicas

Adams, J.S. (1963). Towards understanding inequity. *Journal of Abnormal y Social Psychology*, (67-425), (425).

Amabile, T.M. (1993). Motivational synergy: Toward neptualizations Resentrinsic y extrinsic motion (3 Management).

Deci, E.L., & Ryan, R.M. (1985). Intrinsic motivation and self-determination human behavior. NeeYenk:.

Gagné, M., & Deci, E.L. (2005). Self-deterination theory and work motion. *Journauf Organization*.36-326, 3aval

Hackman, J.R. y Oldham, G.R. (1976). Motivation through design word: Testof the the2.

Herzberg, F., Mausner, B., y Snyderman, B.B. (1959). *The motivation to work*. New York: John Wiley & Sons.

Locke, E.A. & Latham, G.P. (1990). *A theory of goal setting & task performmand*. Englewood Cliffts, Nentice:.

Maslow, A.H. (1943). A theory human motivation. *Psychological Review*, 50 (4),

37-396.

Pink, D.H. (2009). Drive: The surfing truth about what motivates. New York: Riverhead Books.

Vroom, V.H. (1964). Trabajo y activación. Nuevo York: Wiley.

B. Monografías y libros

Deci, E.L., & Ryan, R.M. (2000). The "qué" y "qué" de pursuits: Human needstherwell-fosels (2000).

Robbins, S.P., & Judge, T.A. (2017). Organizational behavior (17ed... Pearson Education.

Luthans, F. (2011). Organizational behavior: Arnevence-based approach (12ed.). New York: McGraw-Hill/Irwin.

C. Documentos de política e informes de la industria

Deloitte (2020). Global-17contartal Trends2020:20:Thesocialenteration. Retrieved from <https://2.date3>

McKinsey & Company (2019). The future-ty-thrive througher.transversaled. Retrieved from <https://cspeg>

D. Recursos de red

Harvard Business Review. (n.d.). Motivating people. Retrieved from <https://hbr.org/topic/motivat-ople>

Society for Human Resource Management. (n.d.). Employee motivation. Retrieved from <https://www.shrm.org/orexprint/aspaxspaxspax/spaxspaxspax./formspapspapspax.///spaxspaxspapertyn./>