

Correcta incentivación a los colaboradores

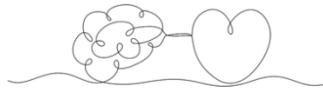
Psic. Karina López Salazar

Te presento un poco de mí...

Soy Karina López Salazar, Psicóloga Clínica y Psicoterapeuta de tiempo completo, egresada de la UNAM con Mención Honorífica, con un Máster en Psicoterapia del Bienestar Emocional por la Universidad Cardenal Herrera (España) y formación en Psicoterapia Cognitivo-Conductual por el Instituto Latinoamericano de Estudios de Posgrado.

He sido tallerista y conferencista en temas de psicología, autocuidado, bienestar y consultoría organizacional, además de ser formadora de equipos de trabajo de excelencia. También soy autora de “Escuela para Pacientes con Enfermedades Reumáticas” y actualmente me desempeño como Fundadora y Presidenta de la Asociación Mexicana de Miopatías Inflamatorias, A.C.

Mi compromiso es compartir herramientas para la mejora emocional de las personas, impulsando su bienestar y calidad de vida.


Karina López Salazar
PSICÓLOGA



¿Qué haremos hoy?

Objetivo

Este seminario busca la combinación entre la parte teórica y práctica de la Incentivación de los colaboradores, centrando el enfoque en la motivación y el bienestar emocional, pero sin alejarnos de los objetivos y valores de la empresa.

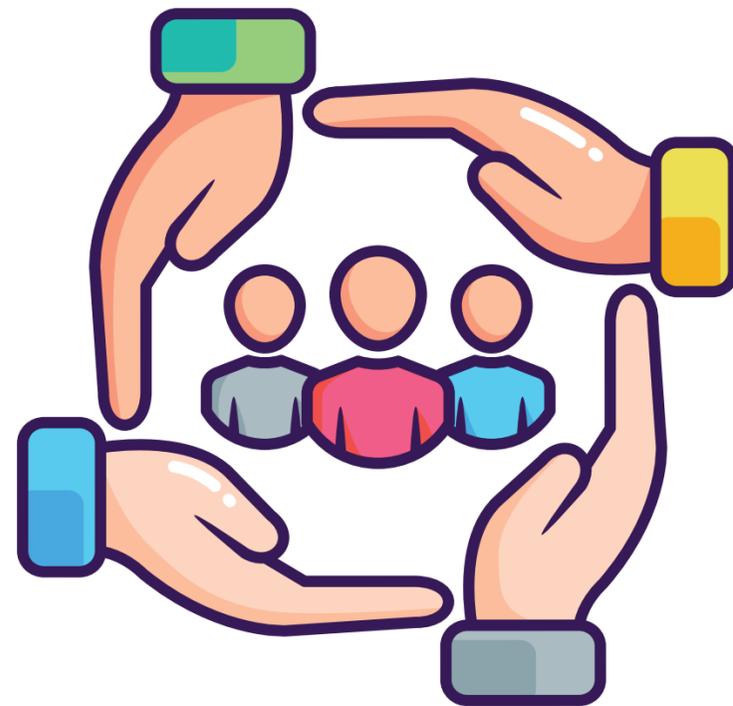


Nuestros temas

1. Fundamentos teóricos de la motivación laboral
2. Tipos de incentivos: Intrínsecos y extrínsecos.
3. Implementación práctica y alineación con los valores y objetivos empresariales.
4. Cierre y conclusiones

No es dar más... es dar mejor

La motivación mal enfocada no solo no ayuda, sino que puede quemar y frustrar al equipo.



Hace unos años, conocí una empresa que estaba segura de que motivaba a su equipo. Tenían bonos mensuales, reconocimientos públicos y hasta desayunos sorpresa. Pero cuando empezamos a medir el clima laboral, descubrimos algo inquietante: el 70% de los colaboradores se sentía agotado, infravalorado y con ganas de irse. ¿Por qué? Porque confundían dar más con dar mejor.

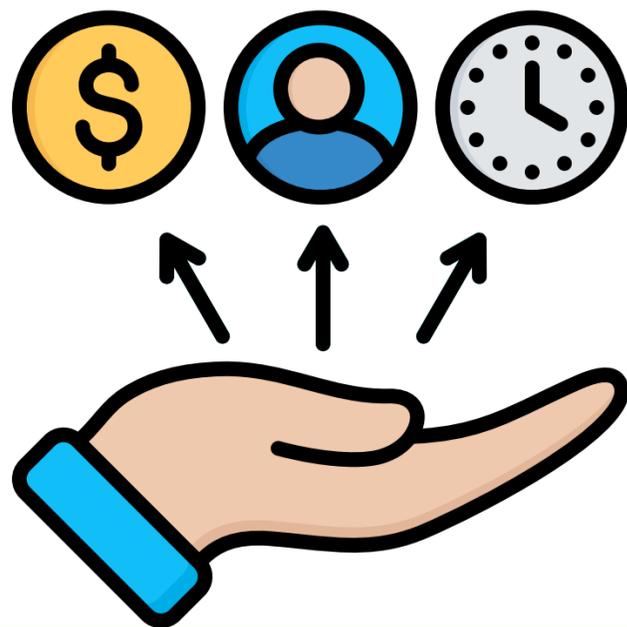
No se trataba de la cantidad de incentivos, sino de la calidad y la conexión emocional que estos generaban.

Hoy vamos a hablar precisamente de eso: cómo incentivar de forma correcta para que un colaborador no solo cumpla... sino que florezca.



¿Qué es la incentivación y por qué es importante implementarla correctamente?

La incentivación es el conjunto de estrategias, acciones y estímulos que utilizamos para motivar a las personas hacia un mejor desempeño, compromiso y satisfacción en su trabajo.



No se trata solo de dar premios: una estrategia mal diseñada, puede generar el efecto contrario (desmotivación, inequidad o incluso fuga de talento).

Karina López Salazar
PSICÓLOGA

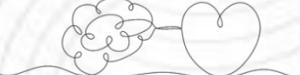
ide Asesor
Fiscal,
Jurídico
y Laboral

Impacto de la incentivación en la organización



- ✓ **Productividad:** Un equipo motivado se enfoca mejor, es más creativo y eficiente.
- ✓ **Bienestar emocional:** Sentirse valorado fortalece la autoestima laboral y reduce el burnout.
- ✓ **Retención de talento:** Las personas permanecen en lugares donde se sienten vistas y reconocidas.

Según Gallup, empresa de consultoría analítica las empresas con altos niveles de reconocimiento y motivación tienen un 31% menos de rotación.

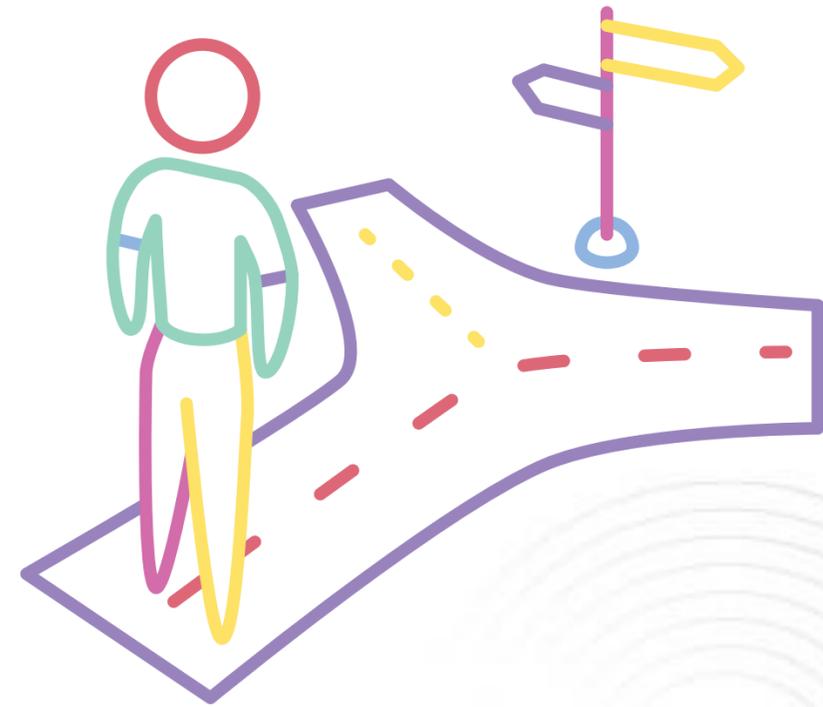

Karina López Salazar
PSICÓLOGA

ide Asesor
Fiscal,
Jurídico
y Laboral

Fundamentos psicológicos clave

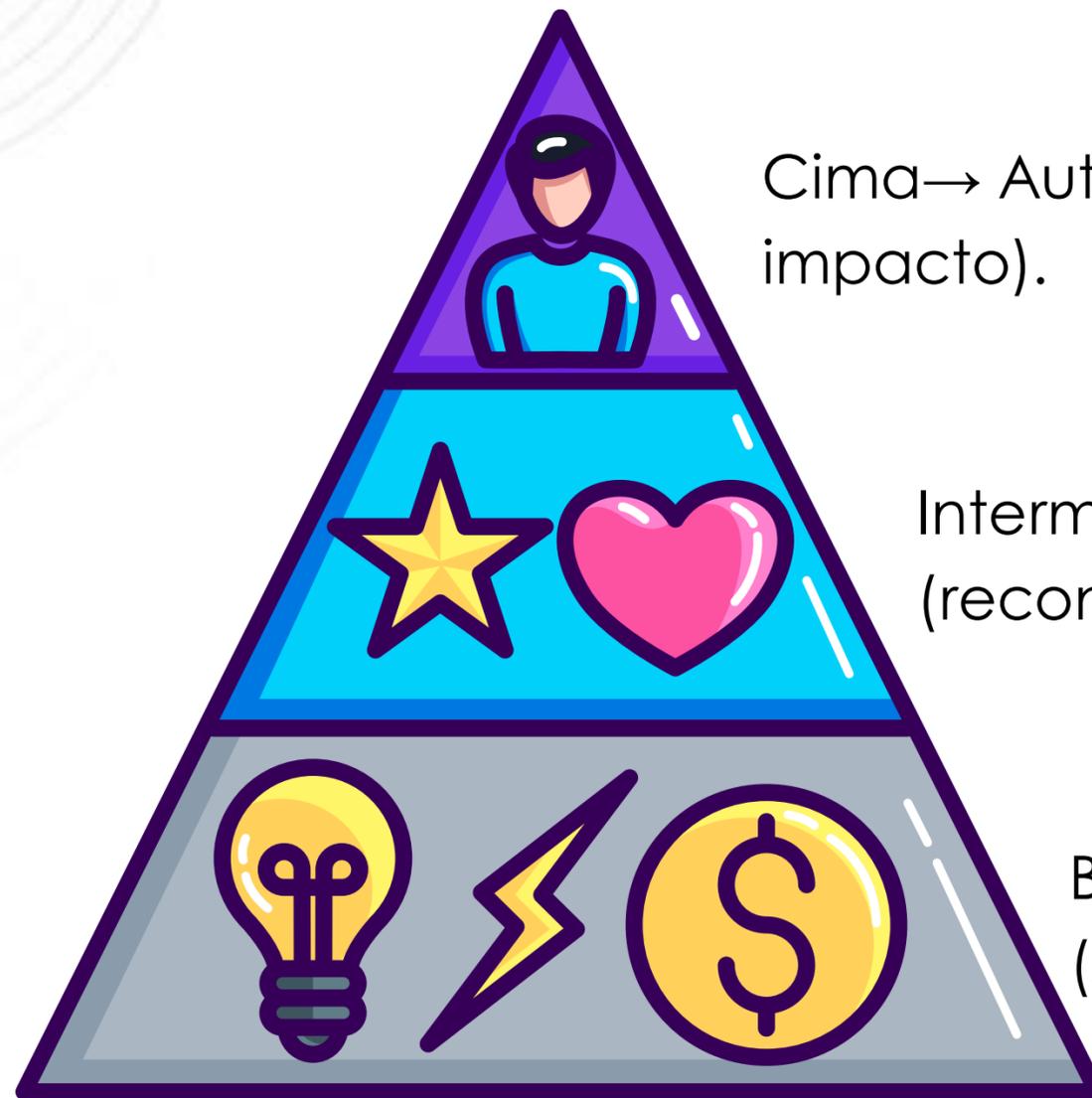
🎯 Teoría de la Autodeterminación (Deci y Ryan)

- La motivación más potente nace de adentro.
- Esta teoría busca satisfacer tres necesidades psicológicas básicas:
 - a. Autonomía → Sentir que tengo control sobre mi trabajo.
 - b. Competencia → Percibir que mejoro y soy eficaz.
 - c. Relación → Conexión y pertenencia al grupo.



Aplicación práctica: Incentivos que fomenten desarrollo, confianza y colaboración.

Jerarquía de Necesidades de Maslow



Cima→ Autorrealización (crecimiento, retos, impacto).

Intermedias→ Necesidades sociales y de estima (reconocimiento, pertenencia).

Base→ Necesidades fisiológicas y de seguridad (salario, condiciones laborales).

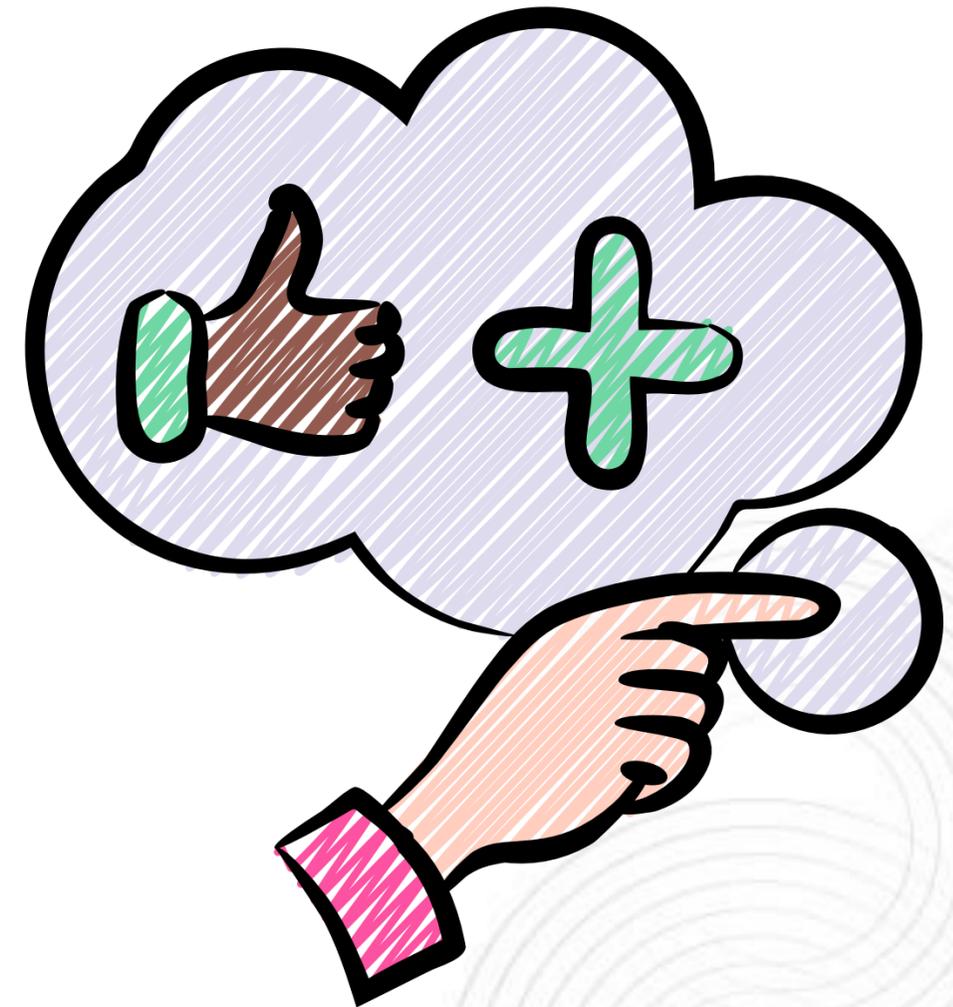
Importante: Un incentivo no funciona si el nivel anterior no está cubierto.

Teoría del Refuerzo de Skinner

La conducta se fortalece o debilita según sus consecuencias.

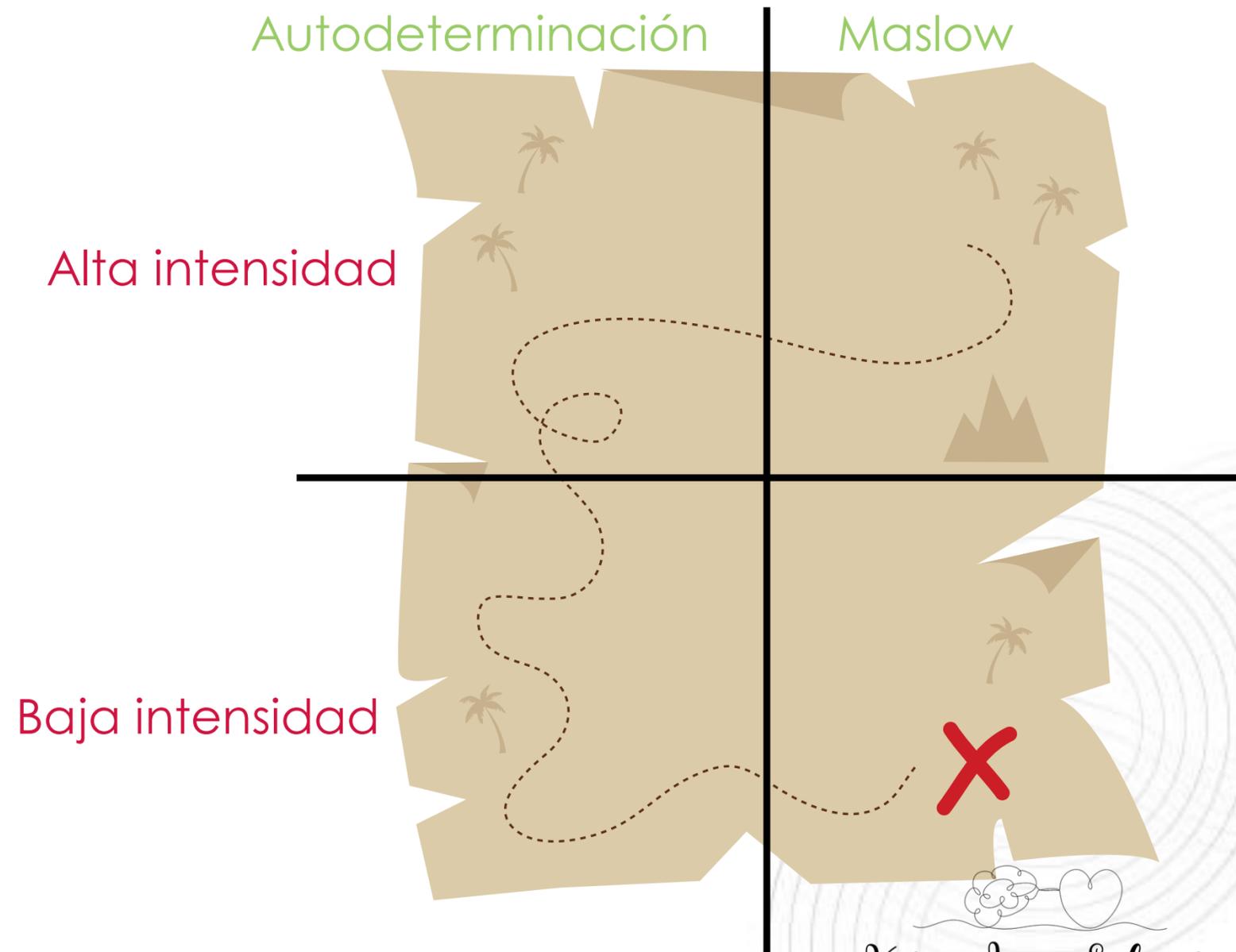
- **Refuerzo positivo:** Reconocer logros para que se repitan.
- **Refuerzo negativo:** Eliminar obstáculos o cargas que generan estrés para fomentar la conducta deseada.
- **Castigo positivo:** Añadir una consecuencia desagradable para reducir una conducta (ej. advertencia formal, asignar tarea correctiva).
- **Castigo negativo:** Retirar algo valorado para reducir una conducta (ej. retirar un beneficio o privilegio).

***Importante:** Si solo se usan castigos o recompensas materiales, la motivación intrínseca disminuye.*



Actividad “Mapeando Motivaciones”

- Cada persona escriba en una hoja 3 cosas que más los motivan en su trabajo.
- Se clasificarán según Maslow o la Teoría de la Autodeterminación.
- Reflexión grupal: ¿Coinciden mis motivadores con los incentivos que doy a otros?



Tipos de Incentivos: Intrínsecos y Extrínsecos

Objetivo:

Entender qué motiva realmente a las personas, cómo utilizar cada tipo de incentivo y cómo lograr un equilibrio que impulse la motivación, el bienestar y el rendimiento.



Incentivos Intrínsecos

Motivaciones que nacen de la propia persona: el deseo de aprender, crecer y disfrutar de lo que hace.

Características:

- Se basan en la satisfacción personal y el sentido de propósito.
- Fortalecen la motivación a largo plazo.
- Aumentan la creatividad y el compromiso genuino.



Cómo potenciarlos:

- Reconocer y alinear tareas con los valores y talentos de cada colaborador.
- Fomentar la autonomía y la toma de decisiones.
- Dar oportunidades de desarrollo y aprendizaje continuo.

Ejemplo: Un colaborador que siente orgullo por superar un reto técnico y mejorar un proceso.

Incentivos Extrínsecos

Motivaciones externas, como recompensas materiales, bonos, reconocimientos o promociones.

Ventajas:

- Rápido impacto en el rendimiento.
- Útiles para objetivos a corto plazo o metas específicas.



Desventajas:

- Su efecto disminuye con el tiempo si no hay motivación interna.
- Pueden generar dependencia o competencia poco saludable.

Ejemplo: Un bono trimestral por alcanzar objetivos de ventas.

Equilibrio Ideal

La clave está en combinar ambos tipos de incentivos:

- **Intrínsecos** → Nutren la motivación y compromiso a largo plazo.
- **Extrínsecos** → Refuerzan y celebran logros concretos.

Preguntas guía:

1. ¿Qué se va a reforzar? (Conducta, habilidad, valor).
2. ¿Cuándo? (Inmediatamente tras el logro o en un momento estratégico).
3. ¿Por qué? (Cuál es el objetivo que se desea alcanzar con los colaboradores).



Karina López Salazar

PSICÓLOGA

ide Asesor
Fiscal,
Jurídico
y Laboral

Casos de éxito

- **Google:** Autonomía del 20% del tiempo laboral para proyectos personales, generando innovación y compromiso.
- **Patagonia:** Incentivos ambientales (días libres para voluntariado), reforzando valores corporativos y motivación intrínseca.
- **Zappos:** Reconocimiento público constante y programas de desarrollo que fortalecen orgullo y pertenencia, se prioriza la felicidad de los colaboradores.



Implementación práctica y alineación con los valores y objetivos empresariales

🎯 Objetivo:

Diseñar un sistema de incentivación que no solo motive resultados, sino que refleje la identidad de la empresa, potencie el bienestar emocional y refuerce el sentido de pertenencia.



Cultura y valores como punto de partida



Antes de implementar incentivos, pregúntate:

- ¿Qué define a mi empresa?
- ¿Qué valores queremos transmitir?

Los incentivos deben ser un espejo de esa cultura.

Ejemplo: Una empresa que promueve la sostenibilidad puede ofrecer incentivos relacionados con el cuidado ambiental.

Los incentivos reflejan los valores



Todo programa de reconocimiento o incentivo comunica algo.

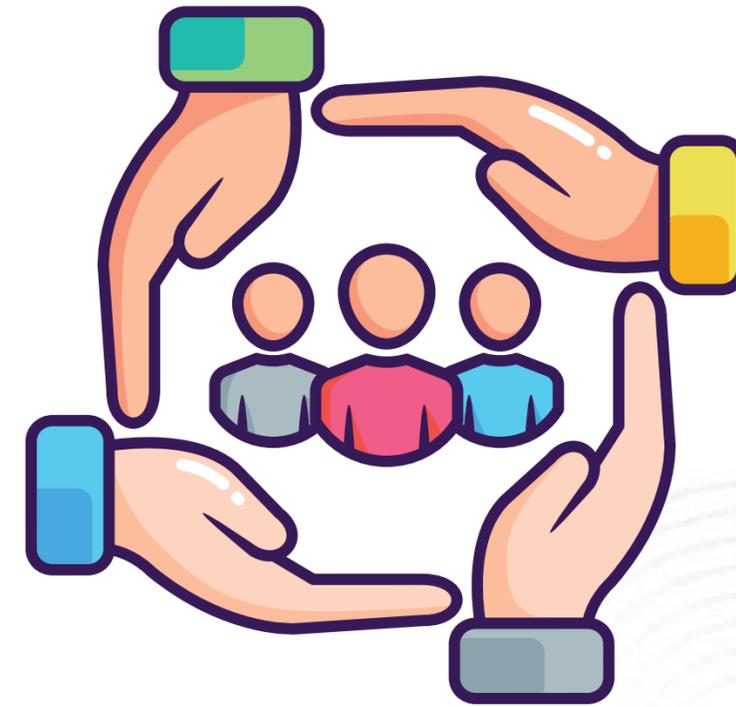
Si se premia solo la cantidad sin cuidar la calidad, se refuerza el mensaje de “producir por producir”.

Incentivos bien diseñados convierten la misión de la empresa en acción.

Coherencia entre incentivos y misión

Si la misión es *innovar*, los incentivos deben premiar la creatividad.

Si la misión es *cuidar al cliente*, los incentivos deben valorar la empatía y el servicio.



La coherencia genera credibilidad y confianza en la organización.

Vivir la experiencia para generar sentido de pertenencia



El colaborador debe sentir que forma parte de algo más grande.

Incentivos experienciales → viajes, actividades de equipo, espacios de bienestar.

Fomentar que las personas se sientan orgullosas de pertenecer y representen los valores en su día a día.

Bienestar Emocional como incentivo no como privilegio

Promover espacios de autocuidado, flexibilidad laboral, acompañamiento psicológico.

No se trata de un “extra” sino de una necesidad organizacional.

Un colaborador emocionalmente estable es más creativo, productivo y fiel a la empresa.



Medición y ajuste de los programas



Reajustar según resultados y retroalimentación de los colaboradores.

Los incentivos no son estáticos.

Ajustarse a las nuevas generaciones, contextos y cambios en la empresa.

Lo que motiva hoy, puede no ser lo que motive mañana.

Caso Práctico: Plan de Acción



Ejemplo de implementación:

- 1. Diagnóstico:** Encuesta sobre motivadores y valores percibidos.
- 2. Diseño:** Programa con incentivos intrínsecos (desarrollo, autonomía) + extrínsecos (bonos, reconocimientos).
- 3. Comunicación:** Explicar cómo se relaciona con los valores de la empresa.
- 4. Aplicación:** Lanzar el programa de forma transparente y justa.
- 5. Evaluación:** Medir resultados y ajustar.

Dinámica

Un valor central de mi empresa y un incentivo que lo refleje en la práctica



Errores comunes que sabotean la motivación



✘ Incentivos genéricos

👉 Un mismo premio no motiva igual a todos.

Impacto: Se pierde conexión personal y relevancia.

✘ Premiar solo resultados y no procesos

👉 Ignorar el esfuerzo desmotiva, aunque el resultado sea bueno.

Impacto: Se fomenta la presión y el miedo al error.

Errores comunes que sabotean la motivación

✘ Confundir competitividad con motivación

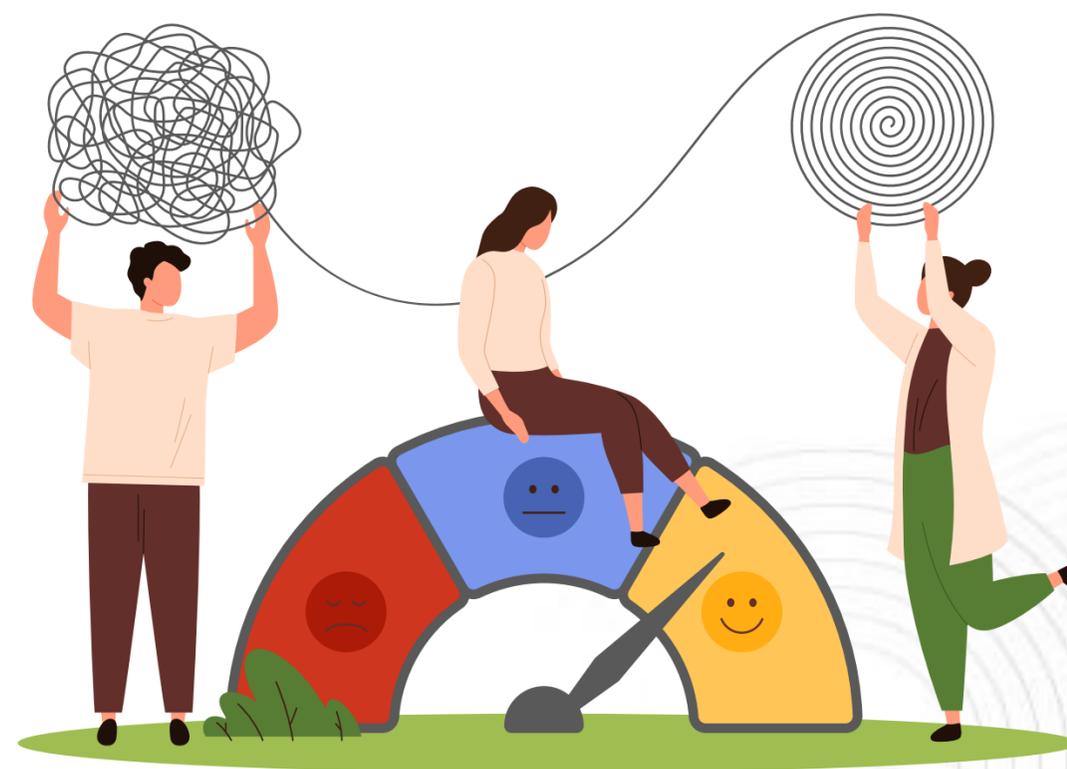
👉 Competir no siempre inspira, a veces divide.

Impacto: Genera rivalidad, estrés y ambientes tóxicos.

✘ Reconocer tarde o de forma poco específica

👉 Un “gracias” sin contexto no es suficiente.

Impacto: El reconocimiento pierde fuerza y credibilidad.



La motivación se construye con incentivos personalizados, oportunos y alineados a valores.

Top 5 de aprendizajes

- ★ La incentivación correcta no es un gasto, es una inversión.
- ★ Los colaboradores no solo trabajan por dinero, sino por propósito, reconocimiento y bienestar.
- ★ La motivación florece cuando los valores de la empresa y las necesidades de las personas se alinean.
- ★ La retroalimentación y los incentivos bien aplicados fortalecen la cultura organizacional.
- ★ Los incentivos deben reflejar los valores y misión de la empresa, o perderán credibilidad.



Reflexionemos...

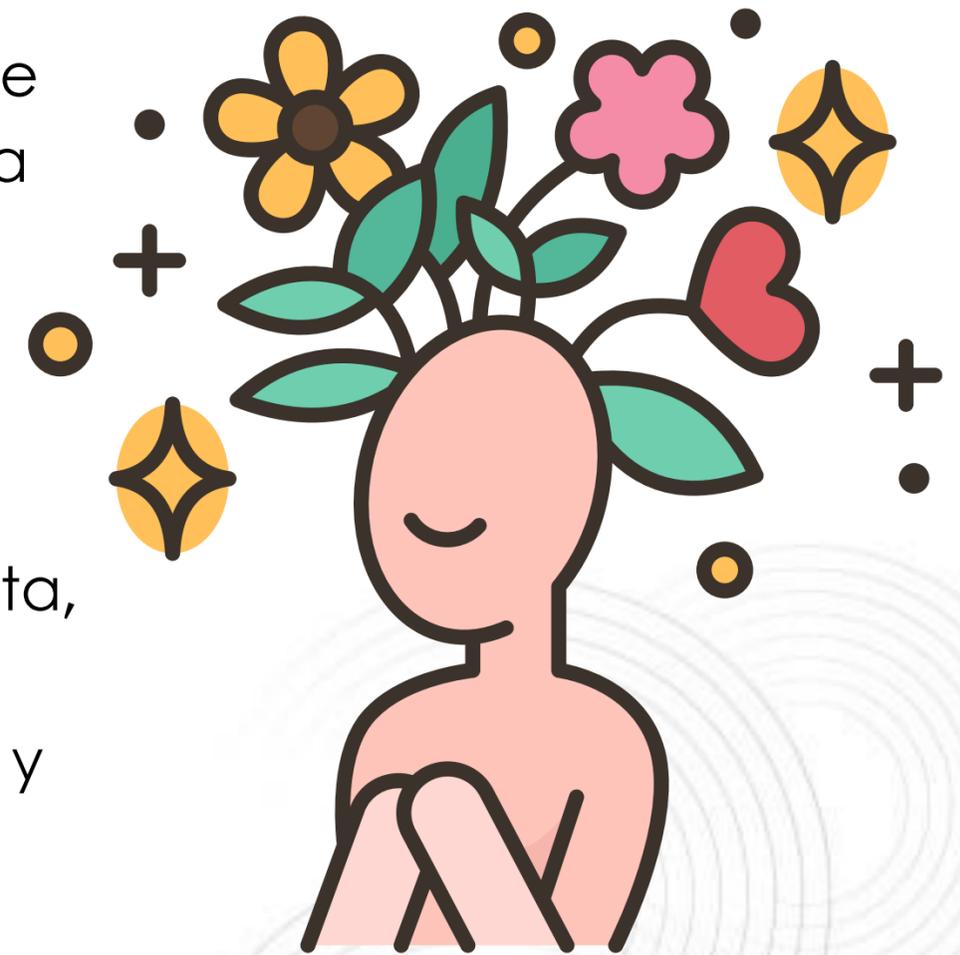
Imaginen que en una empresa hay dos colaboradores:

Uno recibe cada mes un bono económico, pero nunca sabe claramente por qué se lo ganó. El otro, en cambio, recibe un reconocimiento en una junta porque su forma de resolver conflictos reflejó los valores de la empresa y además le ofrecieron acompañamiento para seguir desarrollando sus habilidades.

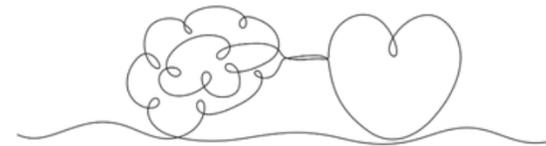
¿A quién creen que le brillan más los ojos cuando piensa en su trabajo?

El primero se motiva un momento y después lo olvida. El segundo conecta, se siente visto, valorado y parte de algo más grande.

La incentivación correcta no es dar 'algo'... es dar sentido, pertenencia y reconocimiento auténtico. Y cuando eso sucede, la motivación se convierte en cultura, y la cultura en resultados que trascienden.



“Hoy no hablamos solo de incentivos, hablamos de personas. Y el mayor incentivo siempre será hacerles sentir que importan.”



Karina López Salazar

PSICÓLOGA

Gracias

Psicóloga Karina López Salazar
karibienestar@gmail.com/ 55 6602 4095

SCAN ME

