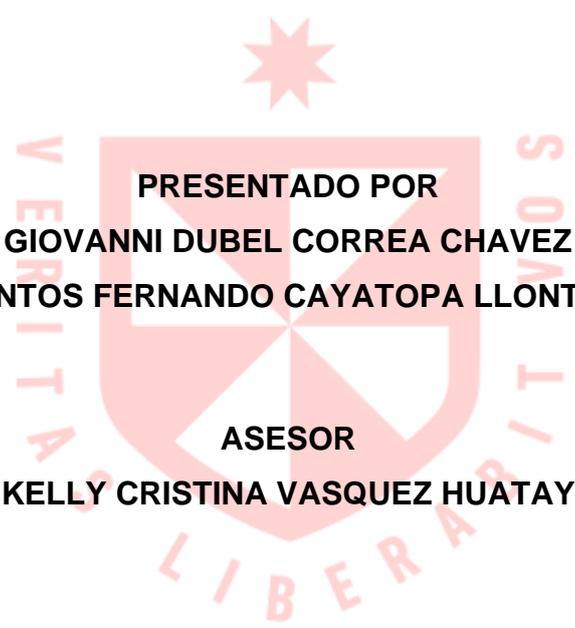




**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**MOTIVACIÓN Y SU INFLUENCIA EN EL COMPROMISO  
ORGANIZACIONAL DE LA UNIDAD DE ATENCIÓN AL  
CLIENTE, ELECTRONORTE S.A. CHICLAYO, AÑO 2022**



**PRESENTADO POR  
GIOVANNI DUBEL CORREA CHAVEZ  
SANTOS FERNANDO CAYATOPA LLONTOP**

**ASESOR  
KELLY CRISTINA VASQUEZ HUATAY**

**TESIS  
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

**CHICLAYO – PERÚ  
2023**



**CC BY-NC-ND**

**Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada**

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**TESIS**

**MOTIVACIÓN Y SU INFLUENCIA EN EL COMPROMISO  
ORGANIZACIONAL DE LA UNIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE,  
ELECTRONORTE S.A. CHICLAYO, AÑO 2022**

**PARA OPTAR**

**EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**PRESENTADA POR:**

**GIOVANNI DUBEL CORREA CHAVEZ  
SANTOS FERNANDO CAYATOPA LLONTOP**

**ASESORA:**

**DRA. KELLY CRISTINA VASQUEZ HUATAY  
ORCID: 0000-0001-5897-7031**

**CHICLAYO - PERÚ**

**2023**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecemos a Dios y a nuestros padres por el apoyo incondicional en el camino de nuestra formación profesional, del mismo modo a nuestra asesora por su ayuda para la elaboración de nuestro estudio.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

AGRADECIMIENTO .....	ii
RESUMEN .....	ix
ABSTRACT .....	x
REPORTE DE SIMILITUD.....	xi
CONSTANCIA DE EVALUACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO TURNITIN .....	xii
INTRODUCCIÓN.....	xiii
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	15
1.1 Descripción de la situación problemática .....	15
1.2 Formulación del problema .....	16
1.3 Objetivos del estudio.....	17
1.4 Justificación de la investigación .....	17
1.4.1. Importancia de la investigación .....	17
1.4.2. Viabilidad del estudio .....	18
1.5 Limitaciones.....	18
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	19
2.1 Antecedentes del estudio.....	19
2.1.1 Antecedentes internacionales.....	19
2.1.2 Antecedentes nacionales .....	21
2.2 Bases teóricas .....	23
2.2.1 Motivación.....	23
2.2.1.1 Según maclelland .....	23
2.2.1.1.1 Definición .....	23

2.2.1.1.2	Teoría de necesidades.....	24
2.2.1.2	Según Chiavenato.....	25
2.2.1.2.1	Definición.....	25
2.2.1.2.2	Proceso de motivación.....	25
2.2.1.2.3	Teorías de motivación.....	26
2.2.1.3	Según Hellriegel, Jackson, y Slocum.....	32
2.2.1.3.1	Definición.....	32
2.2.1.3.2	Enfoques de la motivación.....	33
2.2.1.4	Según Juan Pérez López.....	35
2.2.1.4.1	Definición.....	35
2.2.1.4.2	Teoría Antropológica.....	35
2.2.2	Compromiso Organizacional.....	37
2.2.2.1	Según Robbins y Judge.....	37
2.2.2.1.1	Definición.....	37
2.2.2.2	Según Meyer y Allen.....	38
2.2.2.2.1	Definición.....	38
2.2.2.2.2	Componente del Compromiso Organizacional.....	38
2.2.2.3	Según Arnold y Randall.....	40
2.2.2.3.1	Definición.....	40
2.2.2.3.2	Medición del Compromiso Organizacional.....	41
2.2.2.3.3	Causas y Consecuencias del Compromiso Organizacional.....	42
2.3	Definición de términos básicos.....	43
CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES.....		45
3.1	Formulación de hipótesis principal y derivadas.....	45

3.2 Variables y definición operacional.....	45
3.2.1 Variable independiente – Motivación.....	45
3.2.2 Variable dependiente – Compromiso organizacional .....	46
CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA .....	48
4.1 Diseño metodológico .....	48
4.2 Diseño muestral.....	49
4.2.1 Población .....	49
4.2.2 Muestra .....	50
4.3 Técnicas recolección de información.....	51
4.4 Técnicas para procesamiento de datos .....	52
4.5 Aspectos éticos.....	53
CAPÍTULO V: RESULTADOS .....	54
5.1 Resultados .....	54
5.1.1 Descripción de la muestra.....	54
5.1.2 Confiabilidad y validez del constructo del instrumento .....	54
5.1.3 Análisis exploratorio.....	56
5.1.4 Análisis descriptivo de variables .....	57
5.1.5 Contrastación de las hipótesis.....	58
CAPÍTULO VI: DISCUSIÓN.....	71
6.1 Resultados del estudio.....	71
CONCLUSIONES.....	73
RECOMENDACIONES .....	74
REFERENCIAS .....	75
Anexo 1: Matriz de consistencia .....	78

Anexo 2: Matriz operacionalización de variables .....	80
Anexo 3: Instrumento corregido recopilación de información.....	86
Anexo 4: Formato validación de juicio de especialistas.....	92
Anexo 5: Constancia de consentimiento informado de acceso público .....	102
Anexo 6: Instrumento recolección de datos entrevista estructurada .....	103
Anexo 7: Propuesta de motivación y compromiso organizacional .....	106
Anexo 8: Remisión del cuestionario a los trabajadores.....	109
Anexo 9: Remisión de entrevista a jefes de unidad de atención al cliente .....	110
Anexo 10: Bases de datos del cuestionario .....	111
Anexo 11: Entrevista con el jefe de unidad de atención al cliente - Chiclayo .....	112
Anexo 12: Entrevista con el jefe de unidad de atención al cliente - Cayalti .....	114
Anexo 13: Entrevista con el jefe de unidad de atención al cliente - Pimentel .....	116
Anexo 14: Coeficiente de alfa de cronbach por variables y dimensiones .....	118
Anexo 15: Tablas de distribución.....	119
Anexo 16: Tablas y graficos de barras de la frecuencia de los reusltados obtenidos.....	120

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Trabajadores en las oficinas de atención y cobranza del Electronorte S.A. - Provincia de Chiclayo.....	50
Tabla 2: Muestra por estrato.....	54
Tabla 3: Estadística de Fiabilidad del Instrumento – Prueba Piloto.....	54
Tabla 4: Estadística de Fiabilidad del Instrumento - Muestra.....	55
Tabla 5: Niveles y rango de variable motivación.....	55
Tabla 6: Niveles y rango de la variable compromiso organizacional.....	56
Tabla 7: Interpretación de Coeficiente de Correlación.....	57
Tabla 8: Relación entre Necesidad del Logro y Compromiso Afectivo.....	58
Tabla 9: Relación entre Necesidad del Poder y Compromiso Continuo.....	60
Tabla 10: Relación entre Necesidad de Afiliación y Compromiso Normativo.....	62
Tabla 11: Relación entre Motivación y Compromiso Organizacional.....	64

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Esquema simple del proceso de motivación .....	26
Figura 2: Clasificación de las teóricas de la motivación .....	27
Figura 3: La pirámide de necesidades humanas de Maslow y sus implicancias .....	29
Figura 4: El efecto de factores higiénicos y motivacionales .....	32
Figura 5: Teoría de las características del puesto .....	34
Figura 6: Diagrama de Correlación – Necesidad del Logro y Compromiso Afectivo .....	59
Figura 7: Diagrama de Correlación – Necesidad del Poder y Compromiso Continuo.....	61
Figura 8: Diagrama de Correlación – Necesidad de Afiliación y Compromiso Normativo	63
Figura 9: Diagrama de Correlación – Motivación y Compromiso Organizacional .....	65

## RESUMEN

El propósito de este estudio fue determinar el impacto de la motivación en el compromiso organizacional entre los empleados del departamento de atención al cliente de Electronorte S.A - Chiclayo, 2022. Por esta razón, en este estudio se empleó un enfoque mixto descriptivo y correlativo. Los resultados obtenidos mostraron una correlación significativa entre variables en empleados de unidad de análisis con un P. Valor = 0,000. Además, confirmamos que se manifiesta una correlación de Pearson de 0,6982 entre variables, que es significativo y directo. Se llegó a concluir que la necesidad de realización llega a influir en el compromiso emocional, observándose que los empleados muestran un alto nivel de responsabilidad por sus acciones y promueven el crecimiento y desarrollo profesional. La necesidad de poder, por otro lado, influye en el compromiso continuo, lo que indica que los empleados poseen las habilidades necesarias para garantizar un desempeño superior y asumir una mayor responsabilidad dentro de la organización. En relación con los requisitos de afiliación, estos tienen implicaciones para las obligaciones regulatorias. Los valores son los protagonistas impulsados por la empresa en sus normas y/o políticas con el objetivo de incentivar a los empleados a trabajar juntos para alcanzar las metas y luchar por el compromiso. / o para identificar metas y objetivos comerciales. Finalmente, se concluye que la motivación llega a influir en el compromiso organizacional y que la motivación hace que los empleados pertenezcan a una organización, concluimos que una mayor motivación conduce a un mayor compromiso organizacional.

**Palabras Claves:** Motivación, Compromiso Organización, Necesidad del Logro, Compromiso Afectivo, Necesidad del Poder, Compromiso Continuo, Necesidad de Afiliación, Compromiso Normativo.

## ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the impact of motivation on organizational commitment among employees of the customer service department of Electronorte S.A - Chiclayo, 2022; For this reason, a mixed descriptive and correlative approach was used in this study. The results obtained showed a significant correlation between the motivation and the organizational commitment of the employees of the unit of analysis with a P. Value = 0.000. In addition, we confirm that there is a Pearson correlation coefficient of 0.6982 between the two variables, which is significant and direct. It was concluded that the need for achievement influences emotional commitment, observing that employees show a high level of responsibility for their actions and promote professional growth and development. increase. The need for power, on the other hand, influences ongoing commitment, indicating that employees possess the necessary skills to ensure superior performance and assume greater responsibility within the organization. In relation to membership requirements, this has implications for regulatory obligations. Values are the protagonists promoted by the company in its standards and/or policies with the aim of encouraging employees to work together to achieve goals and fight for commitment. / or to identify business goals and objectives; Finally, based on the fact that motivation influences organizational commitment and that motivation makes employees belong to an organization, we conclude that higher motivation leads to higher organizational commitment.

**Keywords:** Motivation, Organizational Commitment, Need for Achievement, Affective Commitment, Need for Power, Continuous Commitment, Need for Affiliation, Normative Commitment.

# REPORTE DE SIMILITUD

Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

**Proyecto de Tesis - Final.docx**

RECuento DE PALABRAS

**13167 Words**

RECuento DE CARÁCTERES

**76289 Characters**

RECuento DE PÁGINAS

**174 Pages**

TAMAÑO DEL ARCHIVO

**14.8MB**

FECHA DE ENTREGA

**Apr 17, 2023 8:38 AM GMT-5**

FECHA DEL INFORME

**Apr 17, 2023 8:39 AM GMT-5**

## ● 9% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

- 7% Base de datos de Internet
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de Crossref
- Base de datos de contenido publicado de Crossref
- 7% Base de datos de trabajos entregados

## ● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)



DRA. KELLY CRISTINA VASQUEZ HUATAY

## CONSTANCIA DE EVALUACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO TURNITIN

FECHA	NOMBRE DEL DOCENTE ASESOR	CORREO DEL DOCENTE ASESOR
17/04/23	KELLY CRISTINA VÁSQUEZ HUATAY	kvasquezh@usmp.pe

NOMBRE DE LA TESIS
MOTIVACIÓN Y SU INFLUENCIA EN EL COMPROMISO ORGANIZACIONAL DE LA UNIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE, ELECTRONORTE S.A. PROVINCIA DE CHICLAYO, AÑO 2022

NOMBRE DEL ASESORADO	TELÉFONO Y CORREO	ESCUELA PROFESIONAL
GIOVANNI DUBEL CORREA CHÁVEZ SANTOS SANTOS FERNANDO CAYATOPA LLONTOP		ADMINISTRACIÓN

### RESULTADO:

9 % (EXCLUYENDO CITAS Y BIBLIOGRAFÍA)

### CONCLUSIÓN:

LA TESIS SE ENCUENTRA APTA PARA CONTINUAR CON EL SIGUIENTE TRÁMITE)



ASESORA: KELLY CRISTINA VÁSQUEZ HUATAY  
DNI 16690083



ASESORADO: SANTOS FERNANDO  
CAYATOPA LLONTOP

DNI: 47462692

REVISADOR POR:



ASESORADO: GIOVANNI DUBEL  
CORREA CHÁVEZ

DNI: 72580034



Mg. FERNANDO SUAREZ SANTA CRUZ  
COORDINADOR  
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN  
PROG. ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES  
USMP FN

## INTRODUCCIÓN

A nivel internacional, en un estudio realizado por Harvard Management Update, alrededor del 85 % de las empresas en Estados Unidos muestran que la motivación de los trabajadores disminuye drásticamente después de los seis meses en el trabajo. Además, continúa deteriorándose durante los años posteriores, si bien es cierto, un colaborador puede tener un gran desempeño individual, es importante tener una fuerza laboral comprometida. (Diario Gestión, 2019)

En el Perú, de acuerdo a la investigación de Supera World, para el 52 % de los empleados, los factores como el crecimiento laboral, motivación, y compromiso generan un instinto de pertenencia dando como resultado el compromiso de los colaboradores por destacar en sus labores. En el mismo estudio, el 25 % considera que lo más importante es la remuneración, por otro lado, el 22 % destaca que las acciones de reconocimiento, es un buen incentivo para reforzar las ganas de continuar en la empresa. (ANDINA, 2021)

Por tanto, la pregunta principal que se plantea en el estudio es ¿Cómo influye la motivación en el compromiso organizacional de los trabajadores de unidad de atención al cliente de Electronorte S.A. – Chiclayo, año 2022? Se estableció como hipótesis principal que la motivación influye en el compromiso organizacional de los empleados de unidad de atención al cliente.

La importancia de la investigación radica en que la motivación es uno de sus pilares fundamentales, porque influye en el compromiso organizacional, crea deseo de pertenecer a una entidad, empatiza con el comportamiento de una organización y beneficia a la organización con ello de medidas para mejorar las condiciones de trabajo existentes.

En el desarrollo de este estudio, se presentaron limitaciones, entre ellas la falta de tiempo por parte de los trabajadores para responder a las encuestas y entrevista. Asimismo, ante la emergencia sanitaria del país, se aplicó el instrumento virtualmente por medio de correos electrónicos de colaboradores de unidad de estudio de la investigación.

El estudio asumió un enfoque mixto de tipo básico y correlativo de esencia descriptiva, diseño no experimental - transversal. La muestra estuvo conformada por 76 representantes de servicio al cliente que laboran en Electronorte S.A. y trabajaban en Chiclayo.

El trabajo consta de seis capítulos: planteamiento del problema, marco teórico, hipótesis y variables, metodología, resultados y discusión, por último, conclusiones y recomendaciones.

## **CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1 Descripción de la situación problemática**

La empresa Electronorte S.A. dedicada a la comercialización y distribución eléctrica, desde su creación, ha pasado de ser una empresa pública a una empresa privada, siendo una entidad en la que el accionista mayoritario es el Estado, pero que en teoría y legalmente opera como privado. Todos estos cambios, indudablemente han generado un cierto impacto organizacional, particularmente en la unidad de atención al cliente.

En el artículo Global de ANDINA (2021) de Talent Works International, se afirma que los empleados felices y motivados tienden a ser un 31 % más productivos. Como tal, las organizaciones deben centrarse en sus necesidades, ya que son la fuerza impulsora para lograr sus objetivos. En Small Biz Genius Studio, el 63 % de los empleados descubrió que escucharlos y recompensarlos adecuadamente aumentó su satisfacción laboral, compromiso y motivación.

Según ESAN (2019), Perú es una de las naciones líderes en América Latina con una tasa de rotación promedio del 20 %. Por lo tanto, las empresas deben alinear a sus empleados con la cultura, la misión y la visión corporativas, los incentivos para el crecimiento, la promoción de nuevos aprendizajes y la mejora de las condiciones de trabajo. Para que se obtenga un sentido de propiedad y un mayor compromiso.

Según ANDINA (2021), a nivel nacional por Supera World, en un estudio en el que participaron alrededor de 1000 colaboradores peruanos, se evidenció que, para el 52 %, los factores como el crecimiento laboral generan mejoras en la calidad de por lo que

se esforzarán más, generando consigo un instinto de pertenencia dando como resultado colaboradores comprometidos por sobresalir. En el mismo estudio, se reveló que el 25 % de los trabajadores considera que lo más importante es la compensación económica, en cambio, el 22 % considera que las acciones de reconocimiento son un buen incentivo para reforzar las ganas de continuar en la empresa.

Es muy importante para una organización conocer la motivación y el nivel de compromiso organizacional de sus empleados, porque un empleado motivado y dedicado se esfuerza por lograr buenos resultados. Por ende, un empleado satisfecho aprecia su trabajo, lo comunica y lo refleja en una atención adecuada a los clientes. Si no, al menos trata de satisfacerlos con el servicio que brindan.

## **1.2 Formulación del problema**

- **Problema principal o general:**

¿Cómo la motivación influye en el compromiso organizacional en los trabajadores de la unidad de atención al cliente de la empresa Electronorte S.A. – Chiclayo, año 2022?

- **Problemas específicos:**

- ¿Cómo la necesidad del logro influye en el compromiso afectivo en los trabajadores de la unidad de atención al cliente de la empresa Electronorte S.A. – Chiclayo, año 2022?
- ¿Cómo influye la necesidad de poder en el compromiso continuo en los trabajadores de la unidad de atención al cliente de la empresa Electronorte S.A. – Chiclayo, año 2022?
- ¿Cómo la necesidad de afiliación influye en el compromiso normativo en los trabajadores de la unidad de atención al cliente de la empresa Electronorte S.A. – Chiclayo, año 2022?

### **1.3 Objetivos del estudio**

El estudio posee los correspondientes objetivos:

#### **Objetivo general**

Determinar la influencia de la motivación en el compromiso organizacional en los trabajadores de la unidad de atención al cliente de la empresa Electronorte S.A – Chiclayo, año 2022.

#### **Objetivos específicos**

- Identificar la influencia de la necesidad del logro en el compromiso afectiva en los trabajadores de la unidad de atención al cliente de la empresa Electronorte S.A. – Chiclayo, año 2022.
- Determinar la influencia la necesidad de poder en el compromiso continuo en los trabajadores de la unidad de atención al cliente de la empresa Electronorte S.A. – Chiclayo, año 2022.
- Identificar la influencia la necesidad de afiliación en el compromiso normativo en los trabajadores de la unidad de atención al cliente de la empresa Electronorte S.A. – Chiclayo, año 2022.

### **1.4 Justificación de la investigación**

#### **1.4.1. Importancia de la investigación**

Este estudio trata sobre la motivación y su impacto en el compromiso organizacional. Esto debe contribuir a una gestión integrada y sostenible de los recursos humanos, lo que conduce a una mejor permanencia en el trabajo de las instituciones examinadas. Asimismo, la empresa puede conocer las fortalezas y debilidades del departamento de servicio. Esto beneficiará a los trabajadores para que tomen las medidas adecuadas y mejoren el entorno de trabajo existente.

La motivación es fundamental para los empleados, ya que incide en el compromiso organizacional, incluyendo el sentido de pertenencia, la identificación

con la empresa, el comportamiento empresarial y la vinculación en un entorno social. De esta manera, se crea un ambiente agradable y participativo, lo que se traduce en una mejora en los servicios prestados a los clientes. Además, este estudio permitirá que futuras investigaciones avancen en el estudio de variables.

#### **1.4.2. Viabilidad del estudio**

- a) **Viabilidad técnica:** Se empleó apoyo tecnológico, el acceso a la los pertinentes datos y el tiempo requerido para llevar a efecto su desarrollo.
- b) **Viabilidad económica:** Se utilizó con los recursos económicos necesarios para desarrollar el estudio.
- c) **Viabilidad social:** La empresa colaboró de forma incondicional para la toma de las muestras dentro de la misma; por lo cual los resultados del estudio resultan de interés debido a que mejorará la motivación en el personal y el compromiso organizacional con ellos.

#### **1.5 Limitaciones**

Al desarrollar el análisis se presentaron ciertas limitaciones:

- a) **Limitaciones ambientales:** Ante la emergencia sanitaria del país, no se pudo efectuar la ejecución del instrumento de manera presencial en la unidad de análisis de la investigación, realizándolo de modo virtual vía correo electrónico de los trabajadores.
- b) **Limitaciones técnicas:** No se tuvo ninguna.
- c) **Limitaciones económicas:** Se contaron con los recursos necesarios.
- d) **Limitaciones metodológicas:** El tiempo de los empleados, ya que no todos se encontraron disponibles al momento de recolectar datos.

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2.1 Antecedentes del estudio**

Hay varios análisis de muchos autores que se detallan correspondientemente.

#### **2.1.1 Antecedentes internacionales**

En el ámbito internacional, presentamos los correspondientes antecedentes:

López (2020) realizó un estudio para indicar la correlación entre motivación laboral y diferentes tipos de participación organizacional entre los operadores de SIDU (Secretaría de Infraestructura y Desarrollo Urbano) en México. La investigación fue de enfoque cualitativo, no experimental y transversal utilizando una muestra de 149 empleados con un cuestionario de 33 preguntas. Se encontró una vinculación positiva entre variables, destacándose una mayor correlación entre la participación normativa y la motivación laboral extrínseca. Esto lleva a la conclusión de que la motivación de los colaboradores en el trabajo posee un efecto positivo en el compromiso organizacional.

Holguín (2022), en su investigación, abordó el tema reconocimiento motivacional y gestión de compromiso, con un diseño no experimental de enfoque cuantitativo. El objetivo es reconocer el la motivación, compromiso y gestión del compromiso como eje fundamental para el alcance de los objetivos institucionales. La muestra estuvo conformada por 385 trabajadores que no utilizaron un cuestionario estructurado. Concluyó que un gran porcentaje de los empleados que han respondido la encuesta probablemente

son los más comprometidos integralmente con la empresa demostrando que conocen los objetivos de las mismas. Además, indicó que la motivación, compromiso y gestión del compromiso son esenciales en toda institución, empresa o compañía para alcanzar las metas y los objetivos institucionales.

Álvarez (2022), en su investigación, tuvo como objetivo fue determinar la influencia de la motivación laboral en el compromiso y la felicidad en el trabajo. Se trabajó con una metodología cualitativa. Para ello, se utilizó una muestra de 135 colaboradores y una herramienta de cuestionario. De esta forma, concluyó que la motivación laboral está completamente ligada con la satisfacción laboral y los trabajadores buscan aspectos no económicos como el reconocimiento, la comunicación, las condiciones de trabajo favorables, las responsabilidades, la toma de decisiones o el progreso profesional. En ese sentido, se transforma el trabajo como una fuente de satisfacción que produce compromiso y felicidad laboral entre el empleado y la organización, es decir, el *engagement*.

La investigación realizada por Chóez (2021), en Ecuador, tuvo como objetivo determinar la relación de la motivación laboral con el nivel de compromiso. El alcance de dicha investigación es descriptivo explicativo, de diseño no experimental transversal. La información pudo ser recolectada con un cuestionario de preguntas a 17 trabajadores, para analizar la motivación laboral, evidenciando una relación positiva entre ambas variables. Esto llevó

a la conclusión que la motivación laboral no solo tiene un gran impacto en el compromiso organizacional de los trabajadores, en cualquier empresa es importante promover la motivación laboral y el compromiso organizacional como una herramienta clave para el éxito de las organizaciones.

El estudio de Tello (2018), en Ecuador, utiliza un enfoque cualitativo-cuantitativo e intenta examinar aspectos tanto numéricos como descriptivos. El objetivo fue determinar el vínculo entre los esfuerzos organizacionales y la satisfacción laboral en industria del calzado en provincia de Tungurawa. La muestra estuvo conformada por 63 empleados que respondieron el cuestionario. Los resultados detallan que no se manifiesta una vinculación positiva entre variables. Se concluye que el empleado no está satisfecho con algún aspecto del trabajo; sin embargo, puede sentir una sensación de obligación con la empresa.

### **2.1.2 Antecedentes nacionales**

En el ámbito nacional, presentamos los siguientes antecedentes:

En su estudio, Lozada (2022) presentó como objetivo el identificar las organizaciones de trabajadores y sus motivaciones y recompensas asociadas al trabajo en la comunidad victoriana de Chiclaora. Fue una investigación básica, pertinente, no experimental, lateral, analítica. Se utilizó sobre una muestra de 90 empleados mediante un cuestionario. Los resultados muestran que la motivación laboral es la base del compromiso. Se concluyó que los empleados tienen baja motivación laboral y compromiso emocional, pero compromiso alto y normal en un nivel moderado.

Fernández (2021) realizó un estudio para esclarecer la vinculación entre motivación laboral con compromiso organizacional en personal del Hospital Las Mercedes de Chiclayo. Esta investigación es fundamental, utilizando métodos cuantitativos, diseño no experimental, transversal y relacional. Se trabajó con una muestra de 189 colaboradores a quienes se administró un cuestionario. Los hallazgos conseguidos muestran que la correlación entre motivación de los colaboradores y compromiso con la labor temporal; y finalmente, baja motivación laboral y compromiso con el trabajo de agencia. Esto se debe a que, como parte del equipo de una agencia, los empleados sienten que su trabajo no se valora y experimentan poca reciprocidad en el trabajo, lo que sugiere que no la sienten.

La investigación realizada por Bendezú y Ugarte (2020) es de carácter fundamental, con métodos cuantitativos, diseño no experimental y alcance relevante. El propósito fue determinar el vínculo entre variables en directivos de la Ejecutiva 410 Hospital de Quillabamba - Convención. La muestra se conformó por 34 colaboradores que recibieron un cuestionario de 38 preguntas. Los hallazgos que los empleados no se daban cuenta de que la compensación recibida era acorde a sus responsabilidades y no estaban motivados para lograr sus objetivos. En última instancia, los empleados sienten que su desempeño, reconocimiento, responsabilidad y desarrollo se valoran como deberían. Sin embargo, los empleados se identificarán en el hospital, porque desean seguir trabajando.

Quiroz (2019) realizó una investigación sobre métodos cuantitativos, cobertura y niveles de relevancia. El objetivo fue determinar si la motivación era un factor asociado a la participación en salud organizacional en el área de la Unidad de Gestión 400. La muestra estuvo conformada por 174 empleados mediante el cuestionario. Así, a pesar de la baja correlación entre variables, cada dimensión se asignó correctamente a la estructura correspondiente. Se concluyó que los empleados de las empresas encuestadas carecían de motivación además de compromiso organizacional. La falta de atención a la clasificación adecuada del trabajo conduce a un desequilibrio en la ejecución efectiva de las tareas planificadas.

El estudio de Valdivieso (2023) se realizó utilizando el tipo de investigación básica transversal, con el nivel correlacional, diseño no experimental y un enfoque cuantitativo con método hipotético deductivo. La técnica utilizada fue la encuesta. La muestra se constituyó por 150 trabajadores. Los resultados obtenidos muestran que existe relación entre ambas variables, compromiso organizacional y motivación laboral, definiéndose como correlación directa y moderada.

## **2.2 Bases teóricas**

### **2.2.1 Motivación**

#### **2.2.1.1 Según McClelland**

##### **2.2.1.1.1 Definición**

De acuerdo a McClelland (1989), la motivación se basa en las emociones, en un interés en la condición afectiva, haciendo que el individuo este a disposición de alcanzar el éxito en las actividades, permitiendo demostrar su capacidad y desempeño. Se sostiene una dinámica de comportamiento humano, lo cual parte de tres necesidades básicas, representadas en la teoría de las necesidades del mismo autor.

#### **2.2.1.1.2 Teoría de necesidades**

McClelland (1989) descubrió que gran parte de los individuos tienen tres amplios conjuntos de necesidades vinculados con el trabajo, los cuales son los siguientes:

- a) **La necesidad del logro:** Es la necesidad de éxito competitivo, el encuentro de la excelencia y el logro de ciertos estándares. Algunas personas tienen una tendencia natural a buscar la realización personal en lugar de la recompensa del éxito en sí. Estoy buscando una situación que me pueda permitir. Sin embargo, no son competitivos y no disfrutan de la competencia. Además, evitan acciones que sean demasiado sencillas o demasiado complejas.
- b) **La necesidad de poder:** Es el impulso de control o influencia en los demás, de lograr que se comporten de una forma que no poseen naturalmente. Por lo tanto, el deseo de crear un efecto es controlar. Las personas con esta necesidad, que prefieren la

competencia y el estatus, están más preocupadas por la fama y la influencia que por el desempeño real.

- c) **Necesidad de afiliación:** Inclinación hacia la formación de vinculaciones próximas y amistosas, con un deseo de ser amado y admitido por los demás. Aquellos con esta necesidad desean la amistad, valoran la cooperación sobre la competencia y anhelan relaciones basadas en la comprensión mutua.

## **2.2.1.2 Según Chiavenato**

### **2.2.1.2.1 Definición**

Chiavenato (2011) especifica que la motivación es un estado de ánimo que guía a un individuo a actuar de una manera que le permita lograr metas específicas o realizar actividades que satisfagan sus necesidades individuales. Por lo tanto, hace referemcoa a fuerzas internas que conducen a la manifestación de un determinado comportamiento.

### **2.2.1.2.2 Proceso de motivación**

Chiavenato (2011) enfatiza que las personas están motivadas por una diversidad de factores. A un individuo le puede gustar su labor debido a que llega a satisfacer sus necesidades de seguridad además de sociales. No obstante, las necesidades de las personas cambian constantemente. La motivación de hoy puede no ser la motivación de mañana. Por lo tanto, se requiere conocer como funciona el procedimiento motivacional.

El procedimiento de motivación se detalla de la correspondiente forma:

1. Las necesidades y deficiencias causan tensión además de incomodidad en el individuo, lo que desencadena un procedimiento que intenta minimizar o suprimir estas tensiones.
2. El individuo señala un curso de actividad para dar satisfacción de una necesidad o deficiencia particular y surge la conducta orientada hacia este objetivo (impulso).
3. Si el individuo llega a dar satisfacción a la necesidad, el procedimiento de motivación fue exitoso. La satisfacción suprime o minimiza la deficiencia; no obstante, si la satisfacción no se consigue a través de un obstáculo, aparece la frustración, el estrés o el conflicto.
4. Esta valoración de desempeño establece una clase de premio (incentivo) o castigo para el individuo.
5. Se desata un proceso de motivación nuevo y comienza otro ciclo.

**Figura 1:**  
*Esquema simple del proceso de motivación*



**Fuente:** Chiavenato (2011)

### 2.2.1.2.3 Teorías de motivación

Chiavenato (2011) las clasifica en tres grupos:

- **Teorías de contenido:** Tienen que ver con elementos intrínsecos a los individuos y cómo activan, controlan, sostienen o detienen

su conducta, es decir, necesidades puntuales que incentivan a los individuos.

- **Teorías de proceso:** Detallan y estudian el conglomerado de pasos que activa, dirige, mantiene o paraliza el comportamiento.
- **Teorías de refuerzo:** Se fundamentan en las consecuencias de la conducta exitosa o no exitosa.

**Figura 2:**  
*Clasificación de las teorías de la motivación*

Clasificación de las teorías		Teorías de la motivación
<b>Teorías de contenido</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maslow:</li> <li>• Alderfer:</li> <li>• Herzberg:</li> <li>• McClelland:</li> </ul>	Teoría de la pirámide de necesidades Teoría ERC Teoría de los dos factores Teoría de las necesidades adquiridas
<b>Teorías del proceso</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adams:</li> <li>• Locke:</li> <li>• Vroom:</li> <li>• Porter y Lawler:</li> </ul>	Teoría de la equidad Teoría de la definición de objetivos Teoría de las expectativas Desempeño, satisfacción
<b>Teorías del refuerzo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teoría del refuerzo</li> </ul>	

**Fuente:** Chiavenato (2011)

➤ **Pirámide de necesidades de Maslow**

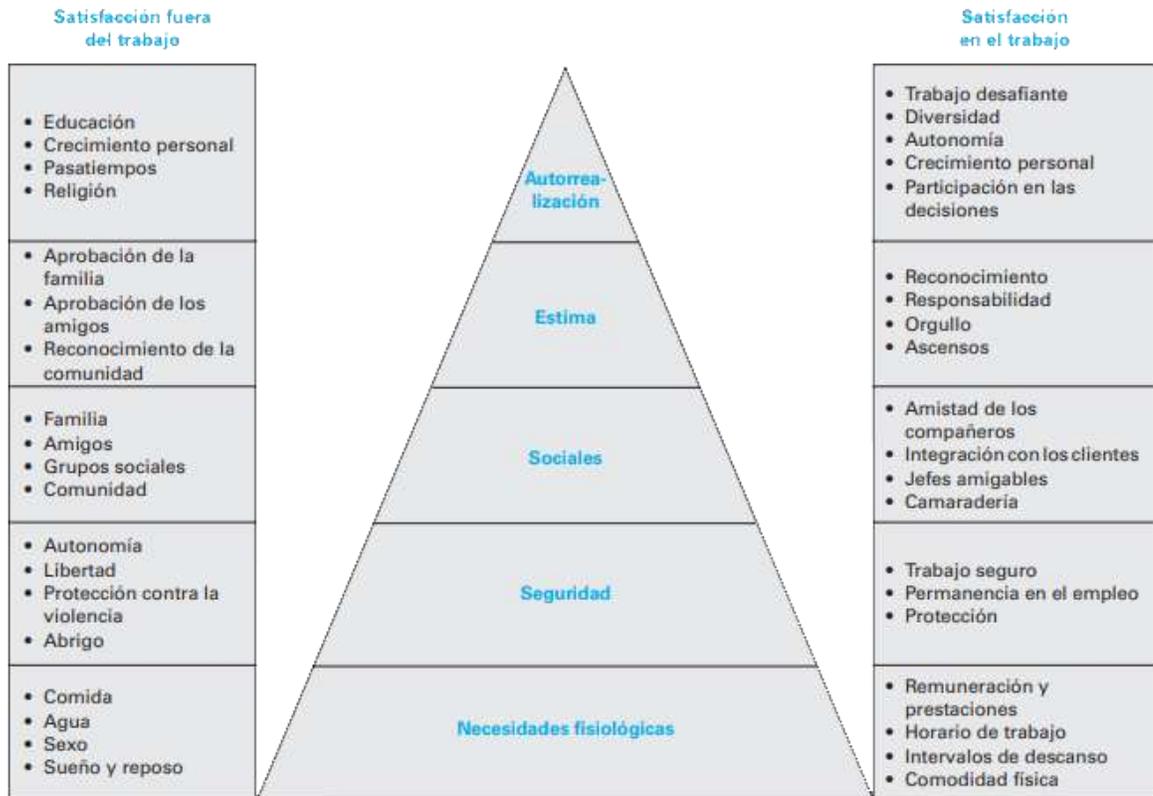
Según Chiavenato (2011), la teoría de motivación de Maslow se basa en la denominada jerarquía de necesidades. En otras palabras, se categorizan según su relevancia e influencia en el comportamiento.

- a) **Necesidades fisiológicas:** Estas incluyen la alimentación, la protección y la satisfacción de las necesidades biológicas del

cuerpo, como la protección contra el dolor y el sufrimiento. Son necesidades que requieren una satisfacción repetitiva y cíclica para asegurar la supervivencia del individuo.

- b) **Necesidades de seguridad:** Estas se refieren al deseo de sentirse seguro y protegido, ya sea de peligros reales o imaginarios del entorno. Se hallan estrechamente vinculadas con la supervivencia individual y buscan asegurar un entorno seguro y protegido.
- c) **Necesidades sociales:** Incluyen la amistad, el compartir, el sentido de pertenencia a un grupo y el deseo de dar y recibir afecto. Se refieren a la vida social del individuo y su necesidad de interactuar con otras personas, establecer conexiones y relaciones significativas.
- d) **Necesidades de estima:** Hacen referencia a cómo un individuo se distingue y valora a sí misma, incluyendo la autoestima, la confianza en uno mismo y el sentido de valía personal. Son necesidades relacionadas con la valoración y la estima propia.
- e) **Las necesidades de autorrealización:** Creen que son las mejores personas y que es a través del desarrollo de sus inclinaciones y habilidades que lo hacen. Por lo tanto, las necesidades humanas se hallan en la cima de la jerarquía, lo que refleja el constante esfuerzo de cada individuo por alcanzar su potencial y mejorar de manera continua a lo largo de su vida.

**Figura 3:**  
*La pirámide de las necesidades humanas de Maslow y sus implicancias*



*Fuente: Chiavenato (2011)*

➤ **Teoría de ERC**

Chiavenato (2011) señala que Alderfer trabajó en la jerarquía de necesidades de Maslow, pero la refinó a través de investigaciones empíricas y la resumió en tres categorizaciones: Ser, Relación y Crecimiento, lo cual resultó en la teoría ERC.

a) **Necesidades de la existencia:** Hace referencia al estado de bienestar físico relacionado con la existencia, el mantenimiento y

la supervivencia, abarcando requerimientos fisiológicos además de seguridad según la teoría de Maslow.

**b) Necesidades de relaciones:** Hace referencia al anhelo de interactuar con otros individuos, en otras palabras, las vinculaciones sociales, que abarcan las categorías sociales y elementos externos de necesidades según la teoría de categorías de Maslow.

**c) Necesidades de crecimiento:** Estos aspectos están vinculados con el desarrollo del potencial humano y el anhelo de desarrollo individual, que incluye elementos internos como la necesidad de aprecio de Maslow, así como la de autorrealización.

➤ **Teoría de los dos factores de Herzberg**

Según Chiavenato (2011), para Herzberg, la motivación de individuos para trabajar depende de dos factores estrechamente vinculados.

**a) Los factores de higiene:** Estas son las circunstancias de labores que rodean a un individuo, incluidas instalaciones y el entorno. Las circunstancias físicas, los salarios además de beneficios, normativas organizacionales, el estilo de liderazgo, el entorno de labores, las vinculaciones entre gerencia y colaboradores, las reglas internas, las opciones de crecimiento, los compañeros de trabajo, incluidas las relaciones laborales. De hecho, estos son factores tradicionalmente utilizados por entidades para incentivar a los individuos. Sin embargo, la capacidad de los factores de

higiene para afectar a las personas es limitada. El término 'higiene' implica un carácter preventivo y preventivo que solo evita la insatisfacción, ya que los efectos conductuales no aumentan significativa o permanentemente la satisfacción cuando estos factores son superiores, pero cuando es inseguro provoca frustración. Los denominados factores de insatisfacción involucran:

- Salario recibido
- Recibir prestamos sociales
- Circunstancias físicas de labores además de comodidad.
- Vinculación con el gerente.
- Vinculaciones con compañeros.
- Normativa Organizacional.

Los elementos de higiene se refieren a elemento externos y los requerimientos básicos de una persona.

**b) Factores motivacionales:** Esto se vincula con los perfiles de trabajo y las actividades relacionadas. Aseguran una duradera satisfacción e incrementa la productividad a grados de calidad. La felicidad de los individuos aumenta significativamente cuando sus elementos de motivación son óptimos, y termina la felicidad cuando no están seguros. Los elementos de satisfacción involucran:

- Uso completo de habilidades individuales.
- Libertad para tomar decisiones de cómo hacer la labor.
- Responsabilidad completa por la labor.
- Definición de objetivos y propósitos vinculados con la labor.

- Autovaloración del desempeño.

**Figura 4:**

*El efecto de los factores higiénicos y los motivacionales*



*Fuente: Chiavenato (2011)*

### 2.2.1.3 Según Hellriegel, Jackson, y Slocum

#### 2.2.1.3.1 Definición

Hellriegel, Jackson y Slocum (2017) definieron la motivación como el estado psicológico que ocurre cuando las fuerzas internas y externas incentivan, controlan o perpetúan el comportamiento. En una organización, las conductas clave de colaboradores son tanto productivos como improductivos. Ser eficiente también significa centrarse en lo que más importa para nuestro trabajo y ser buenos ciudadanos corporativos. El comportamiento improductivo incluye pérdida de tiempo en lugar de comportamiento laboral, antisocial, hostil e incluso abuso entre compañeros. Cuando los gerentes entienden

qué motiva a sus empleados, pueden mejorar los comportamientos productivos como la puntualidad y el trabajo duro y reducir los comportamientos destructivos como llegar tarde, robar y perder el tiempo.

#### **2.2.1.3.2 Enfoques de la motivación**

Según Hellriegel, Jackson y Slocum (2017), la motivación se puede dividir en los siguientes enfoques:

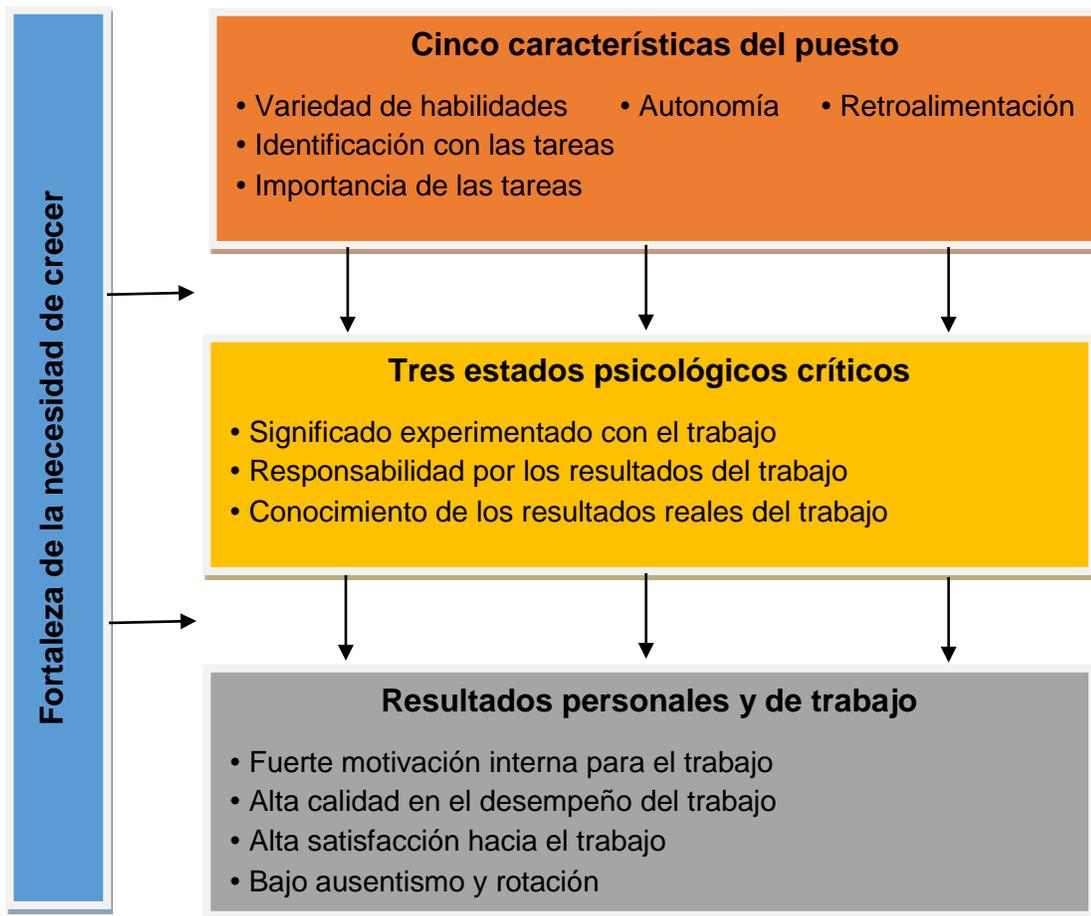
- **Enfoque gerencial**

Una perspectiva de gestión para comprender la motivación se centra en el impacto de las acciones de gerentes en la satisfacción y motivación de los colaboradores. Los gerentes pueden incentivar e inspirar directamente a los colaboradores a través de la comunicación cara a cara, establecer metas realistas y reconocer, felicitar y recompensar a quienes las alcanzan.

- **Enfoque del diseño de puestos**

Los empleados son más felices y están más motivados cuando su trabajo es significativo y responsable. Incluso si sus publicaciones están diseñadas para garantizar la retroalimentación, en esencia, el trabajo debe estar diseñado para proporcionar un trabajo que los empleados disfruten. Las personas que aman su trabajo pueden no necesitar motivaciones especiales como grandes salarios o citas importantes.

**Figura 5:**  
*Teoría de las características del puesto*



*Fuente: Hellriegel, Jackson, y Slocum (2017)*

- **Enfoque organizacional**

El contexto general de la organización también es importante, las políticas y las prácticas para la gestión del personal a menudo son aspectos relevantes del contexto de la organización. Los beneficios adecuados (tales como vacaciones pagadas, licencia por enfermedad, seguro y cuidado de niños o ancianos), la estructura de la recompensa (así como bonos y promociones) y las oportunidades de desarrollo (como educación, capacitación y tutoría) pueden atraer nuevos trabajadores a la organización. El

esfuerzo y la retención de los empleados en la empresa están influidos en parte por la percepción de que las políticas son justas y equitativas.

- **Enfoque de las diferencias individuales**

Los gerentes proponen que utilicemos nuestro conocimiento sobre las diferencias individuales para crear organizaciones que motiven e inspiren a las personas con diversas características personales. En lugar de adoptar un enfoque igualitario, los gerentes deben buscar empleados cuyos valores y preferencias sean congruentes con las condiciones laborales y organizacionales.

#### **2.2.1.4 Según Juan Pérez López**

##### **2.2.1.4.1 Definición**

Para Perez (1985), la motivación es la acción del individuo para efectuar una labor para dar satisfacción a puntuales necesidades.

##### **2.2.1.4.2 Teoría Antropológica**

Perez (1985) clasifica los tipos de motivación de la siguiente manera:

- a) Motivación Intrínseca:** Una justificación o explicación interna creada por la persona que lleva a cabo una acción. Los pensamientos pueden surgir en cualquier momento, ya sea como resultado del razonamiento, la memoria o la mente subconsciente. Así mismo, estos pensamientos se asocian con sentimientos además de emociones, lo que da lugar a actitudes. Factores como la autoimagen, las creencias, los valores y los

principios éticos y morales de una persona pueden influir en el desarrollo de actitudes positivas y negativas. Cuando una actitud se percibe como positiva, automáticamente surge una excusa, también conocida como motivación, para realizar la conducta. Por supuesto, estamos hablando del conocimiento y las habilidades de una persona, por lo que los resultados son buenos o malos según lo que se espera de él o de los demás. En algunos casos, los pensamientos no necesariamente producen sentimientos. Como tal, puede generar pensamientos y actitudes que motiven la acción. Asimismo, emociones como el amor pueden evocar actitudes, motivaciones y acciones sin pensar en ellas.

**b) Motivación Extrínseca:** Varias causas fuera del control de la persona que realiza la acción. Para generar motivación, los factores externos deben actuar sobre los elementos receptivos (pensamientos, emociones, acciones). Para que los factores externos sean motivadores, deben cambiar la percepción de una persona. El mejor ejemplo son los salarios de los empleados. Como dicen, el salario en sí mismo no es una motivación, pero un salario más alto crea diferencias externas que influyen en los pensamientos y sentimientos, motivando así a las personas a desempeñarse mejor con el tiempo. El objetivo es hasta que la percepción de la diferencia resultante se desvanece y se convierte en un factor de retención. Se consideran cambios en la política organizacional las diferencias que pueden afectar las condiciones normales de individuos. Cuando esta

política nueva evoca pensamientos además de sentimientos positivos, a su vez fomenta actitudes positivas y motiva a las personas a comprometerse y resistir el cambio, lo que se refleja en los resultados de su trabajo.

- c) **Motivación Trascendente:** Una persona puede causar una condición o resultado en otra a través de su acción motivada. Esta clase de motivación además de otros aspectos de la conducta están influenciados por las creencias, valores, principios y pertenencia social u organizacional de la persona. Al dejar de lado los intereses materiales personales y trabajar en beneficio de los demás, suelen surgir valores como solidaridad, amistad, servicio y amor, los cuales son significativos para la persona.

## **2.2.2 Compromiso Organizacional**

### **2.2.2.1 Según Robbins y Judge**

#### **2.2.2.1.1 Definición**

Robbins y Judge (2009) describen el compromiso organizacional como la evaluación de hasta qué punto los empleados se identifican y desean mantener una relación con una organización específica y sus objetivos. La participación laboral se refiere a la identificación con una labor en particular, mientras que el compromiso implica identificarse con la entidad en su conjunto, que va más allá del trabajo específico que realizan en ella.

## **2.2.2.2 Según Meyer y Allen**

### **2.2.2.2.1 Definición**

Meyer y Allen (1991) detallan el compromiso como una disposición a nivel psicológico que describe la vinculación entre un individuo y una entidad, que tiene implicaciones para la decisión de seguir siendo parte de la entidad o abandonarla.

### **2.2.2.2.2 Componente del Compromiso Organizacional**

Meyer y Allen (1991) describen tres componentes del compromiso organizacional: afectivo, continuo además de normativo. Estos componentes reflejan el deseo además de la necesidad o la obligación de mantenerse en la entidad, lo cual define la naturaleza del compromiso.

- a) Compromiso afectivo:** Es la "fuerza de identificación y colaboración en una determinada entidad" porque representa la orientación emocional que siente un empleado hacia una organización. El grado en que un individuo está emocionalmente involucrado en una entidad. El elemento afectivo (deseo) hace referencia a vínculos emocionales que las personas forman hacia las organizaciones cuando perciben que sus requerimientos (puntualmente las psicológicas) además de expectativas están satisfechas y disfrutan de ser parte de una entidad. El compromiso emocional se conforma de cuatro categorías:

- ✓ **Particularidades personales.** Estos son la edad, el género además de la educación asociados con la participación.
- ✓ **Particularidades estructurales.** Los que están más asociados se relacionan con las asociaciones empleado-supervisor, que tienen un puesto puntual, así como un sentimiento de relevancia en la entidad.
- ✓ **Particularidades vinculadas a la labor.** Aquí hay colaboración en toma de decisiones. El empleado busca el acatamiento de requerimientos, el empleo de habilidades además de la expresión de valores sean compatibles dentro de la entidad.
- ✓ **Experiencias profesionales.** Se vincula con la combinación de experiencia profesional además de compromiso emocional.

**b) El compromiso de enjuiciamiento o continuo:** (Necesidad)

Indica cómo una persona percibe el costo (financiero, físico, psicológico) y la rara posibilidad de encontrar otro trabajo cuando decide dejar su trabajo. En otras palabras, los empleados se sienten conectados con la entidad porque han invertido tiempo, energía además de dinero e irse es perderlo todo. Su lealtad a la empresa aumenta, al igual que sus oportunidades fuera de la empresa. Este es el grado en que las personas se dan cuenta de que deben permanecer en la organización.

- c) Aquí se refleja un aspecto computacional, ya que involucra el seguimiento de las inversiones (regímenes de pensiones, bonos de servicio, aprendizajes, etc.) que se acumulan y acumulan como resultado de la membresía organizacional. Salir cada vez es más caro, de ahí el “incumplimiento de la obligación”.
- d) **El compromiso normativo:** (Responsabilidad) es una creencia en la lealtad (un sentimiento moral) a una organización, tal vez un beneficio, que surge de un sentido de obligación de reciprocidad o recibir un beneficio particular (por ejemplo, capacitación o educación). Una vez recibidos, los empleados se sienten obligados a quedarse. Me quedaré allí hasta que se cancele la deuda. Este elemento es consistente con teoría de la reciprocidad. Es decir, el receptor del beneficio adquiere a cambio la responsabilidad moral inherente del donante. En este tipo de compromiso, las personas brindan a la organización oportunidades y recompensas que son valoradas y desarrollan fuertes lazos con la organización como resultado de su participación en la organización.

### **2.2.2.3 Según Arnold y Randall**

#### **2.2.2.3.1 Definición**

Arnold y Randall (2012). Citan a Griffin y Bateman quienes definen el compromiso organizacional con tres elementos:

- La voluntad de mantener una afiliación activa con la entidad.

- La convicción y aceptación de valores además de metas de la entidad.
- El compromiso de dedicar esfuerzo en beneficio de la entidad.

Es probable que una persona que muestra compromiso hacia una organización desarrolle una fuerte identificación y sentido de pertenencia hacia la misma, esté en acuerdo con sus objetivos y valores, y muestre disposición para permanecer en ella y trabajar arduamente en su favor.

#### **2.2.2.3.2 Medición del Compromiso Organizacional**

Arnold y Randall (2012) se han generado diversos cuestionarios para la medición varios elementos de la teoría del compromiso descrita anteriormente. Una escala extensamente utilizada es el Cuestionario de Compromiso Organizacional (CDCO) generado por Mowday. Este es un cuestionario de 15 ítems desglosado en diferentes escalas por diferentes investigadores, pero utilizado como una escala de participación compuesta. "Mi lealtad a esta organización es baja", "Haré lo que sea necesario para que esta entidad tenga éxito", "Me importa el destino de esta entidad", etc. CDCO se desarrolló previo de que la literatura hiciera la distinción entre afectivo, normativo y compromiso permanente. Se utilizan otras escalas. Además, War, Cook y Wall desarrollaron la novena escala. Un ejemplo de artículo podría ser: "Me siento parte de la entidad". Esta escala igualmente se enfoca típicamente en componente afectivo.

Allen y Meyer crearon su cuestionario para valorar los factores emocionales, normativos y continuos, cada uno calificado en ocho elementos. Aunque no es perfecta, la escala se desempeña bien en las pruebas psicométricas y se usa ampliamente en la actualidad. Hay muchos otros elementos y conceptos que otros cuestionarios pretenden utilizar para medir el compromiso.

Igualmente que la satisfacción laboral, el compromiso con la entidad suele medirse a través de cuestionarios que utilizan escalas de Likert.

#### **2.2.2.3.3 Causas y Consecuencias del Compromiso Organizacional**

Arnold y Randall (2012) realizaron una extensa investigación sobre cómo el compromiso organizacional se vincula con otras experiencias, actitudes y comportamientos en el lugar de trabajo. Algunos de estos crean modelos bastante complejos que muestran relaciones de causa y efecto entre el esfuerzo, la satisfacción, la motivación, las características del trabajo y otras variables.

Existen diversos enfoques teóricos para compromiso organizacional. Uno de esos enfoques es el enfoque conductual, que asume que la responsabilidad surge cuando una persona públicamente hace algo por su propia voluntad que es irreversible. De manera similar al enfoque de autoconciencia, una persona observa sus propios comportamientos y cree que realmente necesita comprometerse porque hizo algo que podría haber elegido no hacer, pero que causó graves consecuencias a los ojos de los demás. Sugiero concluir que me siento

mejor cuando una persona se une voluntariamente a una organización y luego se involucra en diversas actividades (por ejemplo, voluntariado después del trabajo). Es una buena teoría y hay mucha evidencia para respaldarla.

Sin embargo, la sugerencia más general es que se puede facilitar el compromiso individual compartiendo experiencias positivas, que reflejan un enfoque de intercambio social. Si estoy de acuerdo con esto, seré leal y trabajador. "Muchos investigadores han intentado determinar qué experiencias placenteras son más importantes para el compromiso organizacional. De forma global, los factores intrínsecos del trabajo (desafío, autonomía, etc.) parecen ser más relevantes que los extrínsecos como el salario además de condiciones de trabajo. Esto es especialmente cierto para el elemento afectivo del compromiso (en otras palabras, compromiso fundamentado en apego emocional (qué tan costosa es la jubilación para una persona), que está fuertemente influenciado por las percepciones individuales de las contribuciones organizacionales pasadas y presentes, el atractivo (o falta de él) de otros empleados.

### **2.3 Definición de términos básicos**

- **Motivación:** Según McClelland (1989), es la acción para estimular a los empleados a fin de obtener un apropiado desempeño en la consecución de los propósitos de la entidad.
- **Necesidades:** Para McClelland (1989), conduce a la satisfacción/insatisfacción.

- **Afiliación:** McClelland (1989) refiere que es tendencia a complacer y aceptar a los demás. Prefiere las situaciones cooperativas a las competitivas.
- **Poder:** McClelland (1989) indica que es la tendencia a influir y controlar; preferencia por situaciones competitivas, para ganar prestigio e influencia, en lugar de obtenerlo por consecuencia de un resultado.
- **Logro:** McClelland (1989) lo define como la predisposición a alcanzar propósitos y resultados con mayor satisfacción ya mejorarlos continuamente. Prefiero situaciones que requieran responsabilidad personal y toma de riesgos controlados.
- **Compromiso organizacional:** Para Meyer y Allen (1991), es una forma de asociación entre empleados e instituciones generada por la identificación e involucramiento del empleado con la institución.
- **Compromiso afectivo:** Según Meyer y Allen (1991), es el apego emocional del colaborador a la institución, que se adquiere por la satisfacción de la organización con respecto a los requerimientos además de expectativas que el colaborador espera.
- **Compromiso continuo:** Según Meyer y Allen (1991), ocurre cuando un empleado se siente apegado a una instalación porque abandonar la instalación significa perderlo todo después de gastar tiempo, dinero y esfuerzo. También se sienten más conectados con la empresa porque sienten que tienen menos oportunidades fuera de la empresa.
- **Compromiso normativo:** Meyer y Allen (1991) plantean que, desde un punto de vista, se entiende como lealtad a la entidad. Existe un sentimiento de culpa hacia la entidad por brindar oportunidades o recompensas que los trabajadores valoran.

## CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES

### 3.1 Formulación de hipótesis principal y derivadas

- **Hipótesis general**

La motivación influye en el compromiso organizacional en trabajadores de unidad de atención al cliente de la entidad Electronorte S.A. – Provincia de Chiclayo, año 2022.

- **Hipótesis específicas**

- a) La necesidad del logro influye en el compromiso afectivo en trabajadores de unidad de atención al cliente de entidad Electronorte S.A. – Chiclayo, año 2022.
- b) La necesidad de poder influye en el compromiso continuo en trabajadores de unidad de atención al cliente de entidad Electronorte S.A. – Chiclayo, año 2022.
- c) La necesidad de afiliación influye en el compromiso normativo en trabajadores de unidad de atención al cliente de entidad Electronorte S.A. – Chiclayo, año 2022.

### 3.2 Variables y definición operacional

#### 3.2.1 Variable independiente – Motivación

McClelland (1989) la define como disposición del individuo para alcanzar el éxito en actividades que permitan demostrar su capacidad y su desempeño sea evaluado.

**Definición operacional:**

- **Dimensión 1:** Necesidad del Logro

Según McClelland (1989), es una necesidad del éxito competitivo, la exploración de excelencia, consecución del éxito y el logro en vinculación con ciertos estándares.

- **Dimensión 2:** Necesidad de Poder

Para McClelland (1989), es el impulso que lleva a controlar o influenciar a otros, a llevarlos a adquirir un comportamiento que naturalmente no tendrían.

- **Dimensión 3:** Necesidad de Afiliación

McClelland (1989) refiere que es la tendencia a relaciones interpersonales próximas y amistosas, la necesidad de ser amado además de aceptado por los otros.

### 3.2.2 Variable dependiente – Compromiso organizacional

Conforme con Meyer y Allen (1991), es una disposición psicológica que particulariza la vinculación entre individuos además de organizaciones.

**Definición operacional:**

- **Dimensión 1:** Compromiso afectivo

Meyer y Allen (1991) detallan que es una orientación emocional que el colaborador siente hacia la entidad.

- **Dimensión 2:** Compromiso continuo

Meyer y Allen (1991) indican que es el reconocimiento de la persona, el colaborador se percibe conectado con la entidad dado a que ha involucrado tiempo, energías además de dinero, dejarlo simbolizaría perderlo en su

totalidad; igualmente perciben que sus oportunidades fuera de la empresa son mínimas, por lo que aumenta su compromiso.

- **Dimensión 3:** Compromiso normativo

Meyer y Allen (1991) señalan que es la idea de lealtad a entidad (sentido moral), tal vez por recepcionar beneficios que se derivan en el sentido del deber de brindar correspondencia.

## CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA

### 4.1 Diseño metodológico

- **Enfoque:** Conforme a Hernández et al. (2014), los métodos mixtos son un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos basados en el análisis de datos cuantitativos y cualitativos y su integración y discusión conjunta para extraer conclusiones de toda la información. Además, es un compilado para proporcionar una mejor comprensión de la investigación.

Esta investigación emplea un diseño cuantitativo basado en métodos mixtos, un estudio en profundidad que intenta determinar el impacto de la motivación en el compromiso organizacional de colaboradores.

- **Tipo:** Según Hernández et al. (2014), la investigación científica es más rigurosa, metódica y cuidadosa. Esto se aplica a la investigación cuantitativa, cualitativa o mixta. Se logran dos objetivos fundamentales: a) formar conocimiento y teoría (investigación básica) y b) resolver problemas (investigación aplicada).

Se considera la introducción a las investigaciones fundamentales, porque la investigación está destinada a verificar la teoría en la práctica y los resultados obtenidos se verifican contra la base teórica.

- **Alcance:** Según Hernández et al. (2014), la investigación descriptiva posee como propósito describir las particularidades y perfiles del individuo, grupo, comunidad, proceso, objeto u otro evento a analizar, intentando recolectar datos de manera independiente o junto con variables. Su propósito no es describir la relación entre ellos. La investigación de correlación per se tiene como objetivo responder una pregunta de investigación con el objetivo de comprender el grado de relación o asociación que existe entre dos o más variables en un contexto dado. La investigación realizada tendrá relevancia descriptiva, ya que pretende un análisis detallado del tema de estudio, se intentará describir los efectos de la motivación además del compromiso organizacional. Además, será relevante la

relación entre dos variables, compartiendo una variable con otra variable, como es la motivación compromiso organizacional correspondiente de colaboradores de Electronorte S.A.

- **Diseño:** Conforme con Hernández et al. (2014), la encuesta se realizó sin manipulación intencionalmente las variables; las variables independientes fueron manipuladas intencionalmente para visualizar su efecto respecto a otras variables. Por lo tanto, en el estudio no experimental se observan eventos que ocurren en ambientes naturales para su posterior análisis. Un diseño de estudio transversal o transversal busca recopilar datos en puntos específicos en el tiempo para describir y analizar frecuencias y asociaciones en un punto dado en el tiempo.

Un diseño transversal no experimental se consideró adecuado para su uso en este estudio; dado que la recolección de datos se realizó en una fracción de segundo, no se realizó manipulación de variables, solo observación y análisis de fenómenos.

- **Unidad de análisis:** Conforme con Hernández et al. (2014), para elegir una muestra, primero es necesario definir la unidad de análisis (individuo, organización, revista, comunidad, situación, evento, etc.) y luego describir la población.

La unidad de análisis es el representante de servicio al cliente de Electronorte S.A.

## 4.2 Diseño muestral

### 4.2.1 Población

Está compuesta por empleados del departamento de atención al cliente de Electronorte S.A en la provincia de Chiclayo, al año 2022. El tamaño de la población promedió 76 trabajadores que cumplieron con los criterios para realizar la encuesta.

**Tabla 1:** Trabajadores en las oficinas de atención y cobranza del Electronorte S.A. - Provincia de Chiclayo

ITEM	CIUDAD	OFICINAS DE ATENCIÓN Y COBRANZA	N° DE TRABAJADORES
1	Chiclayo	1	25
2	La Victoria	1	8
3	Leonardo Ortiz	1	8
4	Reque	1	5
5	Monsefu	1	5
6	Pomalca	1	3
7	Tumán	1	3
8	Pimentel	1	5
9	Eten	1	3
10	Lagunas	-	-
11	Picsi	-	-
12	Pátapo	-	-
13	Cayaltí	1	5
14	Oyotún	1	3
15	Nueva Arica	-	-
16	Pucalá	-	-
17	Santa Rosa	-	-
18	Zaña	-	-
19	Chongoyape	1	3
20	Puerto Eten	-	-
<b>TOTAL</b>			<b>76</b>

*Fuente:* Electronorte S.A. (2022)

#### 4.2.2 Muestra

De acuerdo a Hernández et al. (2014), en limitadas ocasiones, es posible medir a toda la población, se puede denominar muestra de estudio, pretendiendo que esta refleje fielmente el conjunto de la población. Es por ello que en la presente investigación se tomó todo el grupo de la población de 76 trabajadores de la Unidad de Atención al Cliente, considerando lo siguiente:

### **Criterios de inclusión de población de análisis.**

- Sexo: masculino y femenino
- Trabajadores de la unidad de atención al cliente
- Agencias de la provincia de Chiclayo

### **Criterios de exclusión de la población de estudio.**

No se consideran al personal de otras áreas de la empresa.

## **4.3 Técnicas recolección de información**

Conforme con Hernández et al. (2014), la recolección de datos involucra desarrollar un plan de procedimiento detallado que nos impulse a recolectar datos para un propósito puntual.

La medida adecuada es registrar datos observables que representen verdaderamente el concepto o variable que el investigador está considerando.

### **a) Técnicas de recolección de información: Encuesta y Entrevista.**

Conforme con Hernández et al. (2014), la indagación es una técnica equivalente a estudios no experimentales transversales o transaccionales (causalidad descriptiva o relacionada) y se puede aplicar en diferentes contextos (entrevistas cara a cara, correos electrónicos, mensajes postales, etc.).

En este estudio, se empleó como herramienta de recogida de información un cuestionario estructurado mediante escalas Likert, ya que esto permitiría una apropiada tabulación además de estudio estadístico de datos obtenidos.

Las opciones de ítems poseen la correspondiente valoración:

- Totalmente en desacuerdo: 1
- En desacuerdo: 2
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo: 3

- De acuerdo: 4
- Totalmente de acuerdo: 5

Según Hernández et al (2014), las entrevistas cualitativas son más íntimas, flexibles y abiertas. Se define como una reunión en la que una persona (entrevistador) habla e intercambia información con otra persona (entrevistado) u otras personas.

En esta encuesta, se utilizaron entrevistas estructuradas para recopilar información sobre la motivación de colaboradores además del compromiso organizacional desde el enfoque de gerentes de línea.

#### **4.4 Técnicas para procesamiento de datos**

Conforme con Hernández et al. (2014), Excel es una herramienta esencial para tabular la información y los datos recopilados y procesados por las herramientas para determinar la confiabilidad de las herramientas, utilizando los valores alfa de Cronbach para establecer su nivel de confiabilidad.

Este estudio utiliza muestras de prueba para establecer la confiabilidad del instrumento. Después de la encuesta, el cuestionario fue enviado a los empleados de las empresas encuestadas.

El trabajo de campo, se realizará ejecutando el siguiente procedimiento:

- Los datos recopilados fueron ingresados al programa Excel.
- Se efectuó el Test de Kolmogorov – Smirnov para determinar la distribución de las variables y dimensiones.
- Se determinó coeficientes de Correlación Pearson para constatar las hipótesis
- Se establecieron los niveles de acuerdo a los Baremos.
- Por último, se efectuó el análisis además de discusión de datos conseguidos.

## 4.5 Aspectos éticos

Esta investigación fue diseñada y realizada de acuerdo con el Código de Ética del Instituto Universitario San Martín de Porres, con el fin de cumplir con todos los estándares establecidos y realizar una investigación veraz, clara y transparente.

Esto se hizo con el consentimiento de la empresa, que entiende los términos del estudio.

De manera similar, este estudio consideró el consentimiento informado antes de la recopilación de datos y aseguró que los datos se usaron solo con fines de investigación. También trabajamos con los estándares de la 7.<sup>a</sup> edición de la Asociación Americana de Psicología (APA) para la citación de datos bibliográficos y escritos utilizados; también se basa en los lineamientos de Universidad de San Martín de Porres para la realización de disertaciones y estudios.

El desarrollo de este estudio estuvo guiado por los siguientes valores:

- **Responsabilidad:** Se tiene un manejo eficiente de los datos e información, protegiendo así la intervención de colaboradores de la entidad, aplicando un cuestionario de manera anónima.
- **Honestidad:** Sí se recopilan datos de los trabajadores después de usar la herramienta, se proporcionarán pruebas para garantizar su honestidad.
- **Confidencialidad:** Respecto a los datos de la entidad y en situación de conflicto de intereses, nos abstenemos de juzgar sobre dichos eventos; puesto que se busca cuidar por el buen nombre de la entidad, dentro y fuera de la misma.

## CAPÍTULO V: RESULTADOS

### 5.1 Resultados

#### 5.1.1 Descripción de la muestra

La muestra para esta encuesta estuvo constituida por representantes de servicio al cliente de entidad Electronorte S.A., provincia de Chiclayo, 2022. El tamaño de la muestra promedió 76 empleados que cumplieron con criterios de la encuesta y fue una muestra aleatoria simple.

#### 5.1.2 Confiabilidad y validez del constructo del instrumento

*Tabla 2: Descripción de la muestra*

	<b>MUESTRA</b>
Masculino	47
Femenino	29
<b>TOTAL</b>	<b>76</b>

*Fuente: Elaboración Propia*

La validez de la herramienta se encomendó a tres expertos que confirmaron que la herramienta cumplía con los requisitos necesarios para emparejar la pregunta con indicadores para cada dimensión de la variable.

De acuerdo con Hernández et al. (2014), el grado de confiabilidad de la escala se mide por indicadores estadísticos, la confiabilidad se encuentra por valor alfa de Cronbach.

A partir de 2022, 20 representantes de Electronorte S.A. en la atención al cliente realizarán un piloto en la provincia de Ferreñafe. implementar. Aquí están los detalles:

*Tabla 3: Estadística Fiabilidad del Instrumento – Prueba Piloto*

	<b><math>\alpha</math> de Cronbach</b>
Escala	0.924

*Fuente: Elaboración Propia*

Como se muestra en la Tabla 3, el uso del instrumento en una prueba piloto logró una confiabilidad alfa de Cronbach de 0,924 en los 54 ítems del cuestionario.

Finalmente, a partir de 2022, la herramienta fue probada en una muestra de 76 representantes de servicio al cliente de entidad Electronorte S.A. prueba. Aplica para la provincia de Chiclayo. Luego vienen los detalles:

**Tabla 4:** Estadística de Fiabilidad del Instrumento - Muestra

	<b><math>\alpha</math> de Cronbach</b>
Instrumento	0.891

**Fuente:** Elaboración Propia

Como se muestra en la Tabla 4, cuando se aplica la herramienta a la muestra, tomando como ejemplo los 54 ítems del cuestionario, se obtiene la confiabilidad de Cronbach  $\alpha$  de 0.891.

De igual forma, BAREMAR fue creado para determinar la escala de calificación obtenida a través de una herramienta que permite su interpretación y está compuesta de la siguiente manera:

La variable independiente – Motivación, está conformada por un total de 27 preguntas, la cual presenta la posibilidad mínima de puntuar 54 y la posibilidad máxima de puntuar 270; por lo que se establecen los siguientes rangos, tal como se detalla correspondientemente:

**Tabla 5:** Niveles y rango de variable motivación

<b>Nivel</b>	<b>Rango</b>
Baja	54 - 126
Media	127 - 198
Alta	199 - 270

**Fuente:** Elaboración Propia

En mérito a ello, se estableció los siguientes rangos de puntuaciones: a) De 54 a 126 se determinó como **BAJA MOTIVACIÓN**, b) De 127 a 198 se consideró como **MEDIA MOTIVACIÓN**, y c) De 199 a 270 fueron consideradas como **ALTA MOTIVACIÓN**.

Variable dependiente – Compromiso Organizacional, está conformada por un total de 27 preguntas, la cual presenta la posibilidad mínima de puntuar 54 y la posibilidad máxima de puntuar 270; por lo que se establecen los siguientes rangos, tal como se detalla correspondientemente:

**Tabla 6:** *Niveles y rango de la variable compromiso organizacional*

<b>Nivel</b>	<b>Rango</b>
Baja	54 - 126
Media	127 - 198
Alta	199 - 270

*Fuente:* Elaboración Propia

De acorde a lo antes señalado, se estableció los siguientes rangos de puntuación: a) De 54 a 126 se determinó como **BAJO COMPROMISO ORGANIZACIONAL**, b) De 127 a 198 se consideró como **MEDIO COMPROMISO ORGANIZACIONAL** y c) De 199 a 270 fueron consideradas como **ALTO COMPROMISO ORGANIZACIONAL**.

### 5.1.3 Análisis exploratorio

Para la aplicación del instrumento escala de Likert utiliza el coeficiente de Correlación alfa de Cronbach que tiene un rango descriptivo de relevancia, ya que busca brindar un análisis detallado de las variables consideradas. Además, describe el efecto de motivación y el esfuerzo organizacional en el desempeño de colaboradores. También, está correlacionado porque se valora la vinculación entre variables, es decir, una variable se basa en la proporción de la otra variable. Nuevamente, el estudio utilizó métodos mixtos, usando una parte cualitativa de una entrevista estructurada y una parte cuantitativa de un cuestionario para obtener datos para probar hipótesis a través de variables.

Además, también se considera una investigación fundamental, ya que la investigación implica la verificación práctica de la teoría, los resultados obtenidos se verifican contra la base teórica. Por otro lado, se considera un diseño no experimental transversal, ya que la recogida de información se da en un momento

único, no hay manipulación de variables, simplemente se visualizan los eventos y luego se estudian; esto se debe a que la variable independiente ya se ha producido y, por lo tanto, no se puede manipular.

#### 5.1.4 Análisis descriptivo de variables

Se hizo un análisis estadístico de la normalidad, por lo cual se trabajó con el Test de Kolmogorov – Smirnov; ello, debido al tamaño de la muestra, pues esta, se encuentra compuesta por 76 trabajadores, determinando que la distribución de las variables es normal.

En base a esto, se empleó el coeficiente de Pearson para las variables ya que se obtuvo un nivel de significación superior a 0.05 y la distribución fue normal.

Conforme con Hernández et al. (2014), el coeficiente de Pearson es una prueba estadística cuyo propósito es analizar la vinculación entre variables medidas a nivel de intervalo o razón, para demostrar el coeficiente de Correlación se determina de la correspondiente manera:

**Tabla 7:** Interpretación de Coeficiente de Correlación

<b>Directa - Positiva</b>	<b>Inversa - Negativa</b>	<b>Interpretación</b>
0.00 a 0.10	0.00 a -0.10	Correlación muy débil
0.11 a 0.25	-0.11 a -0.25	Correlación débil
0.26 a 0.50	-0.26 a -0.50	Correlación media
0.51 a 0.75	-0.51 a -0.75	Correlación considerable
0.76 a 0.90	-0.76 a -0.90	Correlación fuerte

**Fuente:** Hernández et al. (2014)

### 5.1.5 Contrastación de las hipótesis

- **Hipótesis específica 1:** La necesidad del logro influye en compromiso afectivo en los trabajadores de unidad de atención al cliente de entidad Electronorte S.A. – Provincia de Chiclayo, año 2022.

Para probar la hipótesis, se aplicó la herramienta del cuestionario a 73 representantes de servicio al cliente de entidad para dar respuesta a la formulación de la primera pregunta específica. Los siguientes resultados fueron obtenidos:

#### **Hipótesis estadística**

- **Hipótesis Nula (H<sub>0</sub>):** No existe influencia entre necesidad del logro y compromiso afectivo en los trabajadores de unidad de atención al cliente de entidad Electronorte S.A. – Chiclayo, año 2022.
- **Hipótesis Alterna (H<sub>1</sub>):** Existe influencia entre necesidad del logro y compromiso afectivo en los trabajadores de unidad de atención al cliente de entidad Electronorte S.A. – Chiclayo, año 2022.

**Nivel de significancia:**  $\alpha = 0,01$  (1%), si el P.Value  $\leq 0.01$  por lo cual no se acepta H<sub>0</sub> se efectúa la aceptación H<sub>1</sub>.

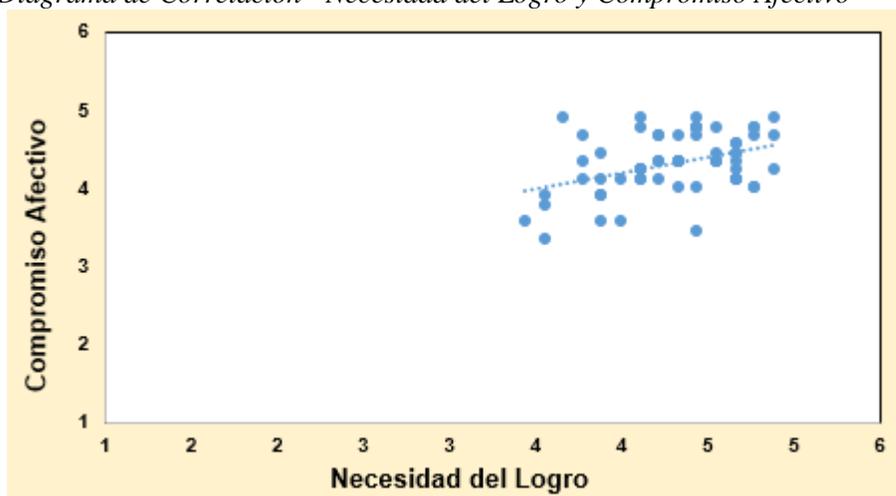
*Tabla 8: Relación entre la Necesidad del Logro y el Compromiso Afectivo*

Variables	Correlaciones		
	r	Necesidad del Logro Estadístico	P Value
Compromiso Afectivo	0,4140**	3.5521	0.001

\*\* Significativa en el nivel 0,01.

*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 6:**  
*Diagrama de Correlación - Necesidad del Logro y Compromiso Afectivo*



*Fuente: Elaboración Propia*

Los hallazgos presentados en la Tabla 9 muestran que se manifiesta una asociación significativa (determinada por el valor de  $P = 0,001$ ) entre la necesidad de desempeño y el compromiso emocional de los empleados del de Electronorte S.A. en la atención al cliente – Provincia de Chiclayo, 2022; Además, se probó un coeficiente de correlación de Pearson de 0,4140 entre variables para determinar una vinculación media directa.

En base a lo detallado al párrafo anterior, se pudo conocer que el nivel de la Necesidad del Logro en el Compromiso Afectivo es alto (58 %), por lo cual los trabajadores demuestran un alto grado de responsabilidad sobre sus acciones dentro de la entidad, produciendo un sentimiento de pertenencia debido a que la entidad lleva a cabo distintas actividades, como el desarrollo de capacitaciones y talleres, lo que promueve el crecimiento y desarrollo profesional de los colaboradores. Sin embargo, el 26 % de trabajadores indican que las metas establecidas en su unidad de trabajo no están definidas de manera clara y específicas. Por otro lado, el 16 % consideran que no reciben frecuentemente orientaciones sobre sus labores que realizan, lo que provoca un desgano en el cumplimiento de las actividades encomendadas.

- **Hipótesis específica 2:** La demanda de energía eléctrica requirió del esfuerzo continuo del personal Atención al Cliente de Electronorte S.A. comprometida. – Chiclayo, 2022.

Para la comparación de hipótesis se aplicó la herramienta del cuestionario a 76 representantes de atención al cliente para responder a la formulación de la segunda pregunta específica; Se lograron los siguientes resultados:

**Hipótesis estadísticas**

- **Hipótesis Nula (H<sub>0</sub>):** En 2022 no habrá impacto entre la demanda eléctrica y el compromiso continuo del personal Atención al Cliente de Electronorte S.A., Chiclayo.
- **Hipótesis Alterna (H<sub>1</sub>):** En departamento Atención al Cliente de Electronorte S.A. hay una interacción entre la necesidad de energía y el compromiso constante de empleados. – Chiclayo, 2022.

**Nivel de significancia:**  $\alpha = 0,01$  (1%), si  $P.Value \leq 0.01$ , por lo que no se acepta  $H_0$  y se efectúa la aceptación de  $H_1$ .

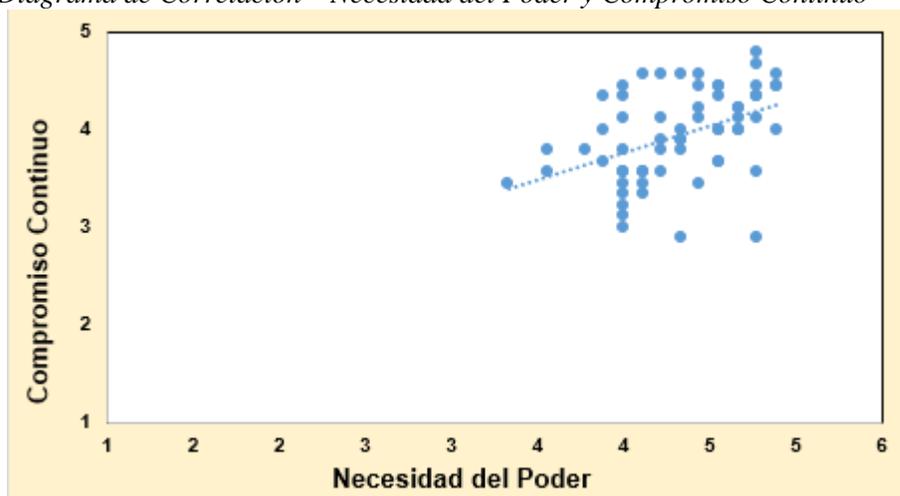
***Tabla 9: Relación entre la Necesidad del Poder y el Compromiso Continúo***

<b>Correlaciones</b>			
<b>Variables</b>	<b>r</b>	<b>Necesidad del Poder Estadístico</b>	<b>P Value</b>
Compromiso Continúo	0.4318**	3.7392	0.000

\*\* Significativa en el nivel 0,01.

**Fuente:** *Elaboración Propia*

**Figura 7:**  
*Diagrama de Correlación – Necesidad del Poder y Compromiso Continuo*



**Fuente:** *Elaboración Propia*

Los hallazgos que se observan en Tabla 9 prueban una significativa relación entre la demanda de energía y la participación continua de los empleados de Electronorte S.A. en la atención al cliente. Indicado por P-valor = 0,000 - Chiclayo, 2022, el coeficiente de Pearson con una vinculación media directa es 0,4318.

A lo mencionado anteriormente, se conoció que la Necesidad del Poder en el Compromiso Continuo es nivel medio (44 %), evidenciando que los trabajadores consideran que reúnen las competencias necesarias, adquiridas por la experiencia y conocimientos para asumir mayores responsabilidades dentro de la organización. Sin embargo, el 24 % de trabajadores indican que su puesto de trabajo no encuentra situaciones competitivas, que contribuyan al desarrollo sus las actividades, y el 20 % consideran que su continuidad en la organización es más por la necesidad económica que deseo, percibiendo mejores oportunidades laborales en otras entidades.

- **Hipótesis específica 3:** La necesidad de afiliación influye en compromiso normativo en trabajadores de unidad de atención al cliente de entidad Electronorte S.A. – Chiclayo, año 2022.

Con el fin de comparar los supuestos actuales, se aplicó la herramienta cuestionario a 76 empleados del departamento de atención al cliente para dar respuesta a la formulación de la tercera pregunta específica, se obtuvo los siguientes resultados:

**Hipótesis estadísticas**

- **Hipótesis Nula ( $H_0$ ):** No se evidencia una influencia entre necesidad de afiliación y compromiso normativo en trabajadores unidad de atención al cliente de entidad Electronorte S.A. – Chiclayo, año 2022.
- **Hipótesis Alterna ( $H_1$ ):** Se evidencia una influencia entre necesidad de afiliación y compromiso normativo en trabajadores unidad de atención al cliente de entidad Electronorte S.A. – Chiclayo, año 2022.

**Nivel de significancia:**  $\alpha = 0,01$  (1%), si  $P\text{Value} \leq 0.01$ , por tanto, no se acepta  $H_0$  y se efectúa la aceptación de  $H_1$ .

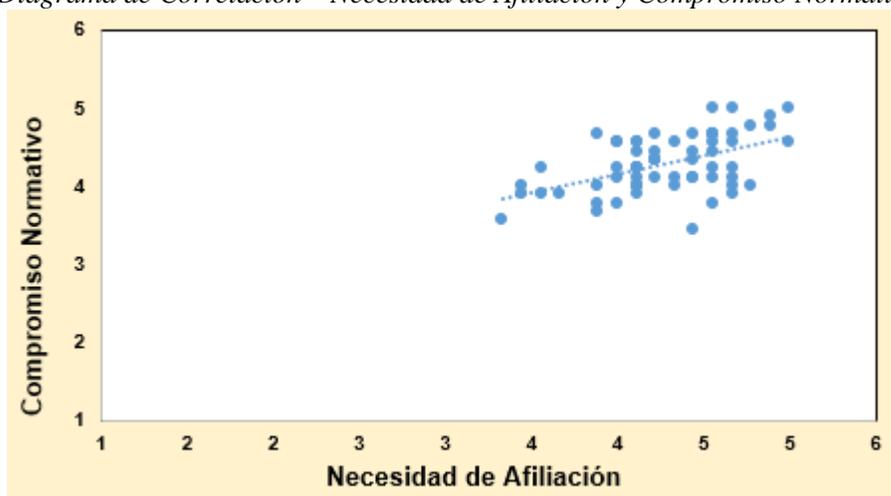
*Tabla 10: Relación entre la Necesidad de Afiliación y el Compromiso Normativo*

Variables	Correlaciones		
	r	Necesidad de Afiliación Estadístico	P Value
Compromiso Normativo	0.5050**	4.5694	0.000

\*\* Significativa en el nivel 0,01.

*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 8:**  
*Diagrama de Correlación – Necesidad de Afiliación y Compromiso Normativo*



**Fuente:** *Elaboración Propia*

Los hallazgos presentados en la Tabla 10 detallan una asociación significativa (determinada por  $P.value = 0.000$ ) entre la necesidad de conectividad y la voluntad de monitorear a los representantes de atención al cliente en Electronorte S.A. Dar. composición. – provincia de Chiclayo, 2022. Además, se confirmó un coeficiente de Correlación Pearson de 0,5050 entre variables, lo que detalla una vinculación media directa.

Cabe señalar que existe un alto nivel de demanda de afiliación para las obligaciones de supervisión (65 %), por lo que los empleados creen que mantener buenas relaciones con los compañeros es importante para un trabajo en equipo más eficaz. Las normas y/o directrices corporativas también facilitan esto. Sin embargo, el 20 % de los empleados informaron una falta de reciprocidad en la agencia porque sentían que la organización no estaba tomando en cuenta sus contribuciones. Por otro lado, el 15 % sintió que el sistema de bonificación no trató el esfuerzo de manera justa.

- **Hipótesis General:** La motivación influye en compromiso organizacional en colaboradores de unidad de atención al cliente de Electronorte S.A. – Chiclayo, año 2022.

Con el fin de comparar las hipótesis actuales, se utilizó la herramienta cuestionario con 76 empleados de atención al cliente para responder la formulación de preguntas generales y se obtuvieron los siguientes resultados:

**Hipótesis estadísticas**

- **Hipótesis Nula (H<sub>0</sub>):** No se evidencia la influencia entre motivación y compromiso organizacional en colaboradores de unidad de atención al cliente de entidad Electronorte S.A. – Chiclayo, año 2022.
- **Hipótesis Alterna (H<sub>1</sub>):** Hay evidencia de influencia entre motivación y compromiso organizacional en colaboradores de unidad de atención al cliente de entidad Electronorte S.A. – Chiclayo, año 2022.

**Nivel de significancia:**  $\alpha = 0,01$  (1%), si el P.Value  $\leq 0.01$ , por tanto, se rechaza H<sub>0</sub> y se efectúa la aceptación de H<sub>1</sub>.

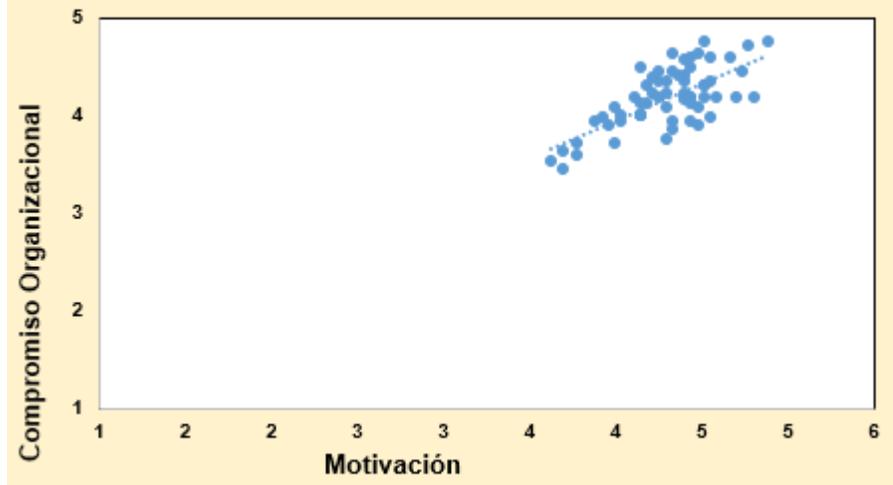
*Tabla 11: Relación entre Motivación y Compromiso Organizacional*

<b>Correlaciones</b>			
<b>Variables</b>	<b>r</b>	<b>Motivación Estadístico</b>	<b>P Value</b>
Compromiso Organizacional	0.6982**	7.6163	0.000

\*\* Significativa en el nivel 0,01.

*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 9:**  
*Diagrama de Correlación – Motivación y Compromiso Organizacional*



*Fuente: Elaboración Propia*

En Tabla 11 evidencia que se manifiesta una correlación significativa entre la motivación de Electronorte S.A. consta y compromiso organizacional. Determinado allí por  $P.Value = 0.000$ . – Provincia de Chiclayo, 2022. Además, se verificó un alto coeficiente de Correlación (Pearson = 0.6982) entre las dos variables, por lo que se concluye que se manifiesta una asociación directa significativa.

Los niveles motivacionales de compromiso organizacional se han mostrado altos, sugiriendo que cuanto más motivados están los trabajadores, mayor es el compromiso organizacional de pertenecer a la empresa, ser miembro activo de la empresa e identificarse con la empresa y las acciones de sus empleados.

**Tabla 12:** Análisis de regresión de variables  
*Variables entradas/eliminadas*<sup>a</sup>

Modelo	Variables entradas	Variables eliminadas	Método
1	Afiliación, Poder, Realización <sup>b</sup>	.	Introducir

a. Variable dependiente: Compromiso

b. Todas las variables solicitadas introducidas.

**Fuente:** *Elaboración Propia*

**Tabla 13:** Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,680 <sup>a</sup>	,462	,434	4,13171

a. Predictores: (Constante), Afiliación, Poder, Realización

**Fuente:** *Elaboración Propia*

El presente resumen expone los resultados derivados de un análisis de regresión realizado con el propósito de examinar la relación entre las variables predictoras, a saber: "Afiliación", "Poder" y "Realización", en relación con la variable de respuesta. Se empleó el coeficiente de determinación  $(R^2)$  como métrica fundamental para evaluar la capacidad del modelo en explicar la variabilidad observada en la variable de respuesta.

Los resultados indican que el modelo de regresión logra explicar aproximadamente el 46.2 % de la variabilidad en la variable de respuesta. Esta proporción se incrementa ligeramente al 43.4 % cuando se toma en consideración la complejidad del modelo ajustado, lo que demuestra que la inclusión de los predictores no resulta en un incremento sustancial de la capacidad explicativa. La constante y los predictores "Afiliación", "Poder" y "Realización" fueron empleados en la construcción del modelo.

Los hallazgos sugieren que existe una relación moderada entre los predictores seleccionados y la variable de respuesta. No obstante, existe una proporción significativa de la variabilidad en la variable de respuesta que no puede ser explicada por el modelo. La limitada capacidad de los predictores para explicar la variabilidad observada podría sugerir la necesidad de considerar la inclusión de otros factores no considerados en el análisis actual.

En conclusión, el modelo de regresión, aunque presenta una capacidad razonable para explicar parte de la variabilidad en la variable de respuesta, no logra capturar la totalidad de dicha variabilidad. Se recomienda realizar investigaciones futuras para identificar y considerar otros factores que puedan influir en la variable de respuesta y mejorar la capacidad explicativa del modelo.

**Tabla 14:** Análisis de la varianza  
*ANOVA<sup>a</sup>*

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	864,240	3	288,080	16,875	,000 <sup>b</sup>
	Residuo	1007,189	59	17,071		
	Total	1871,429	62			

a. Variable dependiente: Compromiso

b. Predictores: (Constante), Afiliación, Poder, Realización

*Fuente: Elaboración Propia*

Se llevó a cabo un análisis de varianza (ANOVA) con el propósito de evaluar la contribución de un modelo de regresión hacia la explicación de la variabilidad observada en la variable dependiente "Compromiso". El modelo incluyó los predictores "Afiliación", "Poder" y "Realización", además de una constante. Se presenta a continuación un resumen de los resultados obtenidos:

El modelo de regresión en su conjunto logró explicar de manera significativa una cantidad sustancial de la variabilidad total presente en la variable dependiente "Compromiso". El valor de la suma de cuadrados asociado a la

regresión fue calculado en 864,240, con un grado de libertad de 3. Esta suma de cuadrados se distribuyó en una media cuadrática de 288,080.

Para evaluar la significancia global del modelo, se utilizó el estadístico F, cuyo valor fue de 16,875. La puntuación obtenida supera de manera notoria el umbral crítico, indicando así que el modelo de regresión en su conjunto posee un efecto significativo sobre la variable dependiente "Compromiso". La probabilidad asociada a este estadístico (denotada como "Sig.") fue muy cercana a cero (,000), lo que confirma la significancia estadística del modelo.

La varianza residual, es decir, la variabilidad en la variable dependiente que no es explicada por el modelo fue calculada en 1007,189, y se distribuyó en 59 grados de libertad. Esto resultó en una media cuadrática residual de 17,071.

En resumen, el análisis de varianza indica que el modelo de regresión, que incluye los predictores "Afiliación", "Poder" y "Realización", junto con una constante, tiene un impacto altamente significativo en la variabilidad observada en la variable dependiente "Compromiso". Los resultados respaldan la idea de que al menos uno de los predictores incluidos en el modelo tiene un efecto significativo sobre la variable dependiente.

**Tabla 14:** Análisis de coeficientes de variables  
*Coeficientes<sup>a</sup>*

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		Sig.
	B	Desv. Error	Beta	t	
1 (Constante)	4,459	8,479		,526	,601

Realización	,049	,131	,045	,372	,711
Poder	,547	,141	,443	3,869	,000
Afiliación	,435	,179	,303	2,426	,018

a. Variable dependiente: Compromiso

*Fuente: Elaboración Propia*

Se presentan los resultados de los coeficientes obtenidos a partir de un análisis de regresión relacionado con la variable dependiente "Compromiso". Los coeficientes no estandarizados representan los cambios en la variable dependiente asociados a un cambio unitario en la variable independiente correspondiente, manteniendo constantes las otras variables. Los coeficientes estandarizados, por su parte, expresan cuántas desviaciones estándar de cambio en la variable dependiente se pueden esperar por una desviación estándar de cambio en la variable independiente, manteniendo las demás constantes.

El término constante en el modelo, que puede interpretarse como el valor esperado de la variable dependiente cuando todas las variables independientes son cero, fue calculado en 4,459. Sin embargo, su nivel de significancia (puntuación t) es de 0,526, lo que sugiere que no es estadísticamente significativo para explicar la variabilidad en la variable dependiente ( $p > 0,05$ ).

En lo que respecta a los predictores:

1. "Realización" posee un coeficiente no estandarizado de 0,049 y un coeficiente estandarizado de 0,045. Su nivel de significancia es de 0,372 ( $p > 0,05$ ). Esto indica que no hay suficiente evidencia para afirmar que este predictor tiene un efecto significativo en la variable dependiente.

2. "Poder" presenta un coeficiente no estandarizado de 0,547 y un coeficiente estandarizado de 0,443. Su nivel de significancia es muy bajo, con un valor

de  $p = 0,000$  ( $p < 0,001$ ), lo que indica que este predictor tiene un efecto significativo y positivo en la variable dependiente.

3. "Afiliación" muestra un coeficiente no estandarizado de 0,435 y un coeficiente estandarizado de 0,303. Su nivel de significancia es de 0,018 ( $p < 0,05$ ), lo que sugiere que este predictor tiene un efecto significativo y positivo en la variable dependiente.

En conjunto, estos resultados indican que los predictores "Poder" y "Afiliación" tienen un impacto significativo en la variable dependiente "Compromiso". Por otro lado, el predictor "Realización" no parece tener un efecto estadísticamente significativo. Sin embargo, es necesario considerar que el coeficiente de la constante y el predictor "Realización" podrían ser objeto de análisis más detallados o en contextos más amplios para comprender completamente sus efectos en la variable dependiente.

## CAPÍTULO VI: DISCUSIÓN

### 6.1 Resultados del estudio

En este apartado, se discuten los hallazgos conseguidos a partir del análisis e interpretación de la información recopilada, los detalles son los siguientes:

A partir de hallazgos detallados en la Tabla 8 (correspondientes a hipótesis específica 1), se puede confirmar el estudio realizado por Bendezú y Ugarte (2020), según el cual el nivel motivacional de compromiso emocional es alto. Esto indica que los empleados son responsables de su liderazgo y de sus actividades laborales satisfactorias, que muestran una conexión emocional con la empresa. Asimismo, es consistente con la teoría de McClelland (1989) quien señala que los individuos buscan asumir la responsabilidad de sus propios deseos de mejora en la búsqueda del logro personal. Además, Hellriegel, Jackson y Slocum (2017) argumentan que los empleados poseen más felicidad y están más motivados cuando su trabajo es significativo y se sienten responsables.

Con respecto a lo detallado en la Tabla 9, correspondiente a hipótesis específica 2, se pudo comprobar, con el estudio realizado por Lozada (2022), una relación de nivel medio entre la motivación y el compromiso continuo. Esto evidencia que la continuidad laboral de colaboradores dentro de la entidad se debe a que consideran les resultaría muy difícil conseguir un trabajo igual o similar al que ya tienen. Además, guarda relación con lo señalado por Meyer y Allen (1991), quienes detallan que la persona percibe que sus oportunidades laborales son pocas; por lo que, aumenta su adhesión a la organización.

En los resultados de la Tabla 10, correspondiente a la hipótesis específica 3, la investigación realizada por Quiroz (2019) puede constatar el alto nivel entre la motivación y el compromiso del supervisor, lo que demuestra que los empleados continúan trabajando más porque tienen la obligación moral de ser responsables. En este sentido, Hellriegel, Jackson y Slocum (2017) afirman que su enfoque apunta a encontrar empleados cuyos valores y preferencias estén en consonancia con el lugar de trabajo y las condiciones organizacionales.

En referencia a los detalles de la Tabla 11, de acuerdo con el supuesto general, el estudio realizado por López (2020) puede confirmar un alto nivel de vinculación entre motivación y compromiso organizacional, lo que sugiere que cuanto más motivados están los empleados, mejor se percibe su compromiso con la organización. Así también, lo expresan en sus estudios los autores Bendezú y Ugarte (2020) y Lozada (2022). Por otro lado, siguiendo los resultados de Fernández (2021), confirmamos una vinculación débil entre variables, ya que los trabajadores perciben poca reciprocidad laboral entre la relación laboral y el empleador, y el bajo valor del desempeño laboral al no sentirse parte del equipo de trabajo.

## CONCLUSIONES

1. La satisfacción de necesidades afecta el compromiso emocional y se encontró una correlación directa y significativa (0.4140). También, se observó que los empleados detallan un elevado grado de responsabilidad por sus acciones, beneficia su crecimiento y desarrollo profesional.
2. La necesidad del poder influye en el compromiso continuo, existiendo una Correlación directa y significativa (0,4318); demostrando que los colaboradores reúnen las competencias necesarias para garantizar un buen desempeño y son capaces de encargarse de mayores tareas dentro de la organización.
3. La necesidad de afiliación incide en la obligación regulatoria, destacando una correlación directa y significativa de (0,5050); como valores, el rol primordial que las organizaciones promueven en sus normas y/o políticas, para que los empleados estén decididos a comprometerse, cooperar e identificarse con las metas establecidas por la institución y/o meta.
4. Finalmente, la motivación impacta en compromiso organizacional, mostrando una vinculación directamente significativa de (0.6982), observándose que una mayor motivación implica un mayor compromiso organizacional, basado en que la motivación impulsa a los empleados a pertenecer a la institución.

## **RECOMENDACIONES**

1. Recomendamos establecer metas y objetivos que sean alcanzables de acuerdo a las actividades y conocimientos de los trabajadores, permitiendo reforzar el sentimiento de logro.
2. Recomendamos crear programas de incentivos que fomenten el compromiso de colaboradores con la consecución de objetivos. (Anexo 07)
3. Se sugiere implementar programas de capacitación en liderazgo, compromiso organizacional y trabajo en equipo para ayudar a los colaboradores a optimizar su desempeño y habilidades sociales. (Anexo 07)
4. Se recomienda implementar un sistema de recursos humanos (Bizneo), con la finalidad de planificar, controlar, y organizar el talento humano de la empresa, con el objetivo de optimizar su desempeño.

## REFERENCIAS

- Álvarez, B. (2022). *La influencia de la motivación laboral en el compromiso y la felicidad en el trabajo [Artículo, ICADE BUSINESS SCHOOL]*. Repositorio Institucional, España. Obtenido de <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/68066/TFM001709.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- ANDINA. (24 de Julio de 2021). *Mantener al equipo motivado mejora la productividad*. Obtenido de <https://andina.pe/agencia/noticia-mantener-al-equipo-motivado-mejora-productividad-854746.aspx>
- Arnold, J., & Randall, R. (2012). *Psicología del trabajo. Comportamiento humano en el ámbito laboral*. PEARSON.
- Bembibre, C. (Febrero de 2020). *Compañerismo*. Obtenido de Definición ABC: <https://www.definicionabc.com/social/companerismo.php>
- Bendezú, B., & Ugarte, B. (2020). *Motivación y Compromiso Organizacional del Personal Administrativo en la Unidad Ejecutora - 410 Hospital de Quillabamba - Provincia de la Covención [Tesis de Pregrado, Universidad Andina del Cusco]*. Repositorio Institucional. Obtenido de [https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/4231/Brenda\\_Elizabeth\\_Tesis\\_bachiller\\_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/4231/Brenda_Elizabeth_Tesis_bachiller_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Bisquerra, J. (2003). *Relaciones Interpersonales*. Mac Graw Hill.
- Castro, L. (2018). Motivación e incentivos laborales en las normas de Gestión de Recursos Humanos del Sector Público. *Gestión en el Tercer Milenio*, 21(41), 43-52.
- Chiavenato, I. (2011). *Administración de Recursos Humanos*. Mc Graw Hill.
- Chóez, M. (2021). *Motivación laboral y su relación con el nivel de compromiso organizacional en las escuelas de conducción [Artículo - Universidad Técnica de Manabí]*. Repositorio Institucional, Ecuador. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7926977>
- Clavería, A. (20 de Agosto de 2009). *La importancia de reconocer a los empleados*. Obtenido de América economía: <https://mba.americaeconomia.com/articulos/reportajes/la-importancia-de-reconocer-los-empleados>
- Electronorte S.A. (09 de Mayo de 2022). Oficinas de Atención. (S. F. Cayatopa Llontop, & G. D. Correa Chávez, Entrevistadores)
- ESAN. (09 de Septiembre de 2019). *Motivación laboral: nuevas tendencias globales*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/motivacion-laboral-nuevas-tendencias-globales>
- Fenster, T. (2015). *Gender and the City: The different formations of belonging*. Estados Unidos: Blacwell.

- Fernandez, S. (2021). *Motivación Laboral y Compromiso Institucional de los Colaboradores en el Hospital Las Mercedes, Chiclayo [Tesis de Maestría, Universidad Cesar Vallejo]*. Repositorio Institucional. Obtenido de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/78442/Fernandez\\_BS-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/78442/Fernandez_BS-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Hellriegel, D., Jackson, S., & Slocum, J. (2017). *Administración un enfoque basado en competencias*. CENGAGE Learning.
- Hernández, Fernández y Baptista. (2014). *Metodología de la investigación. (6ta ed)*. México D.F. Recuperado el 25 de Octubre de 2019, de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Holguín, F. (2022). *Reconocimiento De La Motivación, Compromiso Y Gestión Del Compromiso Como Eje Fundamental Para El Alcance De Los Objetivos Institucionales De Una Muestra De Las Empresas En La Ciudad Sevilla [Artículo, Universidad Internaonal de Andalucía]*. Repositorio Institucional, España. Obtenido de [https://dspace.unia.es/bitstream/handle/10334/7112/1323\\_Holgu%C3%ADn.pdf?sequence=1](https://dspace.unia.es/bitstream/handle/10334/7112/1323_Holgu%C3%ADn.pdf?sequence=1)
- López, O. (2020). *Influencia de la Motivación en el Compromiso Organizacional de los Empleados de Nivel Operativo de la SIDUE [Tesis de maestría, Universidad Autónoma de Baja California]*. Repositorio Institucional. Obtenido de <https://repositorioinstitucional.uabc.mx/bitstream/20.500.12930/2877/1/FCA020086.pdf>
- Lozada, L. (2022). *Motivación laboral y el compromiso organizacional en los colaboradores de la Municipalidad de la Victoria, Chiclayo [Tesis de Maestría, Universidad Cesar Vallejo]*. Repositorio Institucional. Obtenido de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/78653/Lozada\\_RL-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/78653/Lozada_RL-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- McClelland, D. (1989). *Estudio de la motivación humana*. Narcea S.A.
- Meyer, J., & Allen, N. (1991). *A three-component conceptualization of organizational commitment*. Human Resource Management Review.
- Perez, J. (1985). *Las motivaciones humanas*. IESE.
- Quiroz, I. (2019). *Motivación del Logro y Compromiso Organizacional del Talento Humano de la Ejecutadora 400 Gerencia Regional de Salud [Tesis de Pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]*. Repositorio Institucional. Obtenido de [https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/2297/1/TL\\_QuirozCanariolsis.pdf](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/2297/1/TL_QuirozCanariolsis.pdf)
- Robbins, S., & Coulter, M. (11 de Diciembre de 2014). *Administración*. México: PEARSON. Obtenido de Concepto: <https://concepto.de/meta/>
- Robbins, S., & Judge, T. (2009). *Comportamiento Organizacional*. PEARSON.

- Romero, E., & Pérez, C. (1 de Diciembre de 2012). *Aproximación al concepto de responsabilidad*. Obtenido de Revista de Pedagogía Bordón: <https://recyt.fecyt.es/index.php/BORDON/article/view/22074>
- Sagi-Vela, L. (2004). *Gestión por competencias: el reto compartido del crecimiento personal y de la organización*. ESIC Editorial.
- Stok, J. (26 de Febrero de 2013). *Empleados y empleadores: El dilema de la lealtad*. Obtenido de Diario Gestión: <https://gestion.pe/impresia/empleados-empleadores-dilema-lealtad-32507-noticia/>
- Tello, L. (2018). *Relación del Compromiso Organizacional con la Satisfacción Laboral en el sector calzado de la Provincia de Tungurahua [Tesis de maestría, Universidad Técnica de Ambato]*. Repositorio Institucional. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/28319>
- Valdivieso, C. (2023). *Compromiso organizacional y motivación laboral en trabajadores del área Pyme de un banco privado – Trujillo [Tesis de Maestría, Universidad César Vallejo]*. Repositorio Institucional, Trujillo. Obtenido de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/110484/Valdivieso\\_CHCV-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/110484/Valdivieso_CHCV-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

## ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

<b>TÍTULO DE LA TESIS:</b>	<b>Motivación y su influencia en el compromiso organizacional de los trabajadores de la unidad de atención al cliente de la empresa Electronorte S.A en la ciudad Chiclayo en el año 2022</b>
<b>LÍNEA DE INVESTIGACIÓN</b>	<b>Sostenibilidad</b>
<b>AUTOR(ES):</b>	Giovanni Dubel Correa Chávez Santos Fernando Cayatopa Llontop

<b>PROBLEMAS</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>HIPÓTESIS</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>METODOLOGÍA</b>
<b>Problema general</b>	<b>Objetivo general</b>	<b>Hipótesis general</b>			
¿Cómo la motivación influye en el compromiso organizacional en los trabajadores de la unidad de atención al cliente de la empresa Electronorte S.A. – Chiclayo, Año 2022?	Determinar la influencia de la motivación en el compromiso organizacional en los trabajadores de la unidad de atención al cliente de la empresa Electronorte S.A – Chiclayo, Año 2022.	La motivación influye en el compromiso organizacional en los trabajadores de la unidad de atención al cliente de la empresa Electronorte S.A. – Chiclayo, Año 2022.	<b>Variable Independiente:</b> Motivación (Teoría de McClelland)  <b>Variable dependiente:</b> Compromiso organizacional (Componentes de Meyer y Allen)	- Necesidad del Logro - Necesidad de Poder - Necesidad de Afiliación  - Compromiso afectivo - Compromiso continuo - Compromiso normativo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Enfoque:</b> Mixto</li> <li>• <b>Alcance:</b> Descriptivo - Correlacional</li> <li>• <b>Tipo:</b> Básica</li> <li>• <b>Diseño:</b> No experimental - transversal</li> <li>• <b>Unidad de análisis:</b> Trabajadores de la unidad de atención al cliente de la empresa Electronorte S.A - Chiclayo</li> </ul>
<b>Problemas específicos</b>	<b>Objetivos específicos</b>	<b>Hipótesis específicos</b>	<b>Variable / Dimensión</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Medios de Certificación (Fuente / Técnica)</b>
¿Cómo la motivación influye en el compromiso afectivo en los trabajadores de la unidad de atención al cliente de la empresa	Identificar la influencia de la motivación en el compromiso afectiva en los trabajadores de la	La motivación influye en el compromiso afectivo en los trabajadores de la unidad de atención al cliente de la	Necesidad del Logro	- Responsabilidad personal - Metas - Retroalimentación personal	Encuesta

Electronorte S.A. – Chiclayo, Año 2022?	unidad de atención al cliente de la empresa Electronorte S.A. - Chiclayo, Año 2022.	empresa Electronorte S.A. – Chiclayo, Año 2022.	Compromiso Afectivo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lazos emocionales con la organización</li> <li>- Sentimiento de pertenencia a la entidad</li> <li>- Percepción de satisfacción de necesidades</li> </ul>	Entrevista
¿Cómo influye la motivación en el compromiso continuo en los trabajadores de la unidad de atención al cliente de la empresa Electronorte S.A. – Chiclayo, Año 2022?	Determinar la influencia de la motivación en el compromiso continuo en los trabajadores de la unidad de atención al cliente de la empresa Electronorte S.A. – Chiclayo, Año 2022.	La motivación influye en el compromiso continuo en los trabajadores de la unidad de atención al cliente de la empresa Electronorte S.A. – Chiclayo, Año 2022.	Necesidad de Poder	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Control</li> <li>- Autoridad</li> <li>- Competencia</li> </ul>	
			Compromiso Continuo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Necesidad de permanecer en un trabajo</li> <li>- Opciones laborales</li> <li>- Inversiones en la organización</li> </ul>	
¿Cómo la motivación influye en el compromiso normativo en los trabajadores de la unidad de atención al cliente de la empresa Electronorte S.A. – Chiclayo, Año 2022?	Identificar la influencia de la motivación en el compromiso normativo en los trabajadores de la unidad de atención al cliente de la empresa Electronorte S.A. – Chiclayo, Año 2022.	La motivación influye en el compromiso normativo en los trabajadores de la unidad de atención al cliente de la empresa Electronorte S.A. – Chiclayo, Año 2022.	Necesidad de Afiliación	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Relaciones interpersonales</li> <li>- Reconocimiento</li> <li>- Compañerismo</li> </ul>	
			Compromiso Normativo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lealtad hacia la entidad</li> <li>- Reciprocidad con la entidad</li> <li>- Sentimiento de deuda con la organización</li> </ul>	

## ANEXO 2: MATRIZ OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 1. Operacionalización de la variable 1

<b>Variable:</b> Motivación		
<b>Definición conceptual:</b> Según McClelland (1989), la motivación es la disposición del individuo para alcanzar el éxito en actividades que permitan demostrar su capacidad y su desempeño sea evaluado.		
<b>Instrumento:</b> Cuestionario		
Dimensiones	Indicadores (Definición Operacional)	Ítems del instrumento
<b>Dimensión 1:</b>  Necesidad del Logro  McClelland (1989), Es una necesidad del éxito competitivo, la búsqueda de la excelencia, lucha por el éxito y el logro en relación con ciertos estándares.	Indicador 1: Responsabilidad personal  Según Romero y Pérez (2012). Se refiere a la obligación de responder por sus propios actos, siendo la conciencia de las consecuencias de nuestros actos que hacemos o dejamos de hacer con nosotros mismos o con los demás.	<b>Compuesta por 3 preguntas:</b>  Asumo las consecuencias de mis actos realizados en la empresa  Me siento en la obligación de responder por mis actos equivocados dentro de la empresa  Soy consciente que debo realizar mis labores con la mayor responsabilidad posible
	Indicador 2: Metas  Robbins y Coulter (2014). La meta es un fin, son los resultados o propósitos que se desea lograr, teniendo las características que sean realistas y alcanzables.	<b>Compuesta por 3 preguntas:</b>  La empresa siempre me indica las metas de manera clara y específica  Considero que las metas de mi unidad de trabajo son realistas y alcanzables  Siento que mis actividades labores contribuyen en los resultados que desea lograr la empresa
	Indicador 3: Retroalimentación personal  Robbins y Coulter (2014). La retroalimentación permite que los empleados sepan si su nivel de esfuerzo es suficiente para cumplir el objetivo, y es importante que ambas partes requieren ser escuchadas, comprendidas y respetadas; sólo así podrán darse resultados positivos. En cualquier caso, la retroalimentación debe ser frecuente y recurrente.	<b>Compuesta por 3 preguntas:</b>  Recibo frecuentemente orientaciones y/o consejos sobre los resultados obtenidos de mi trabajo  La empresa toma en cuenta mi opinión sobre el logro de mis metas  Considero que los consejos y/o retroalimentaciones recibido

		frecuentemente por mis superiores contribuye a mejorar mi desempeño
<p><b>Dimensión 2:</b> Necesidad de Poder</p> <p>McClelland (1989). Impulso que lleva a controlar o influenciar a otros, a llevarlos a adquirir un comportamiento que naturalmente no tendrían.</p>	<p>Indicador 1: Control</p> <p>Robbins y Coulter (2014). Control es medir y corregir el desempeño de los empleados para asegurar que se cumplan las metas y objetivos propuestos, mostrando dónde existen desviaciones de sus actividades y ayudar a corregirlas.</p>	<p><b>Compuesta por 3 preguntas:</b></p> <p>Percibo que el sistema de control de mis superiores permite mejorar mi desempeño en la empresa</p> <p>Considero que el sistema control es una herramienta que permite identificar las desviaciones de mis actividades y me ayuda a corregirlas</p> <p>Considero que el cumplimiento de mis metas y objetivos se debe a la correcta implementación del sistema de control</p>
	<p>Indicador 2: Autoridad</p> <p>Chiavenato (2011). Poder legítimo derivado de la posición de una persona en una organización formal. Confiere el derecho de dar órdenes y esperar obediencia. Es un poder institucionalizado y formalizado que depende de la legitimidad.</p>	<p><b>Compuesta por 3 preguntas:</b></p> <p>Considero que la imagen que proyecta mi superior encaja con el cargo que tiene</p> <p>Veo a mi jefe como un líder que contribuye al desarrollo de mis actividades</p> <p>Percibo que las ordenes asignadas por mi jefe contribuyen a realizar eficientemente mis labores</p>
	<p>Indicador 3: Competencias</p> <p>Sagi-Vela (2004). Las competencias es la recopilación de conocimiento (saber), habilidades (saber cómo) y actitudes (saber de cómo debe y quiere ser) que se utilizan al cumplir una determinada responsabilidad o una determinada contribución profesional para garantizar su buen desempeño.</p>	<p><b>Compuesta por 3 preguntas:</b></p> <p>Considero reunir el conocimiento, habilidades y actitudes necesarias para mi puesto de trabajo</p> <p>Las capacitaciones y talleres que brinda la empresa contribuye al efectivo desarrollo de mis actividades</p> <p>Considero que mis competencias profesionales son determinantes para garantizar un buen desempeño en la empresa</p>
<p><b>Dimensión 3:</b> Necesidad de Afiliación</p>	<p>Indicador 1: Relaciones interpersonales</p> <p>Bisquerra (2003). Las relaciones interpersonales es una interacción recíproca</p>	<p><b>Compuesta por 3 preguntas:</b></p>

<p>McClelland (1989). Tendencia a relaciones interpersonales cercanas y amistosas, el deseo de ser amado y aceptado por los demás.</p>	<p>entre dos o más personas, se trata de relaciones sociales, trabajar en un ambiente laboral adecuado es importante ya que un entorno bueno incide directamente en el desempeño y bienestar emocional, e incluso se alcanzan vínculos emocionales de amistad que van más allá de las barreras del trabajo.</p>	<p>La relación con mis compañeros contribuye a un mejor desempeño dentro de la unidad de trabajo</p> <p>Considero importante establecer una buena relación con mis compañeros de trabajo</p> <p>Los vínculos emocionales con mis compañeros contribuyen a que el trabajo en equipo sea más eficiente</p>
	<p>Indicador 2: Reconocimiento</p> <p>Clavería (2009). El reconocimiento es el conjunto de estrategias que se utiliza para premiar a los colaboradores, con la finalidad de reforzar aquellas conductas positivas. Cuando se reconoce a una persona eficiente y eficaz, se están reforzando además las acciones y comportamientos que la organización desea prolongar en los empleados.</p>	<p><b>Compuesta por 3 preguntas:</b></p> <p>Percibo que mis superiores reconocen la eficiencia y eficacia al realizar mis actividades</p> <p>Los reconocimientos otorgados por la organización contribuyen un cambio positivo en mis acciones</p> <p>La empresa otorga reconocimientos de manera equitativa con la finalidad de reforzar mis acciones</p>
	<p>Indicador 3: Compañerismo</p> <p>Bembibre (2020). Es relación o vínculo amistoso que se establece entre compañeros, y que tiene como características principales actitudes y comportamientos en los que prima la bondad, el <u>respeto</u> y la <u>confianza</u> entre ellos.</p>	<p><b>Compuesta por 3 preguntas:</b></p> <p>Tengo un buen vínculo amistoso con mis compañeros</p> <p>Considero que el respeto y la confianza es determinante para la realización de actividades laborales</p> <p>Ayudo a mis compañeros cada vez que se pueda a realizar mejor sus actividades</p>

Tabla 2. Operacionalización de la variable 2

<b>Variable:</b> Compromiso organizacional		
<b>Definición conceptual:</b> Según Meyer y Allen (1991), es un estado psicológico que caracteriza una relación entre una persona y una organización		
<b>Instrumento:</b> Cuestionario		
Dimensiones	Indicadores (Definición Operacional)	Ítems del instrumento
<p><b>Dimensión 1:</b> Compromiso afectivo</p> <p>Meyer y Allen (1991). Describe una orientación emocional que el empleado siente hacia la organización.</p>	<p>Indicador 1: Lazos emocionales con la organización</p> <p>Meyer y Allen (1991). Los empleados tejen lazos emocionales con la organización cuando perciben la satisfacción de sus necesidades y sus expectativas, por lo tanto, disfrutan de su permanencia en la organización.</p>	<p><b>Compuesta por 3 preguntas:</b></p> <p>La empresa toma en cuenta la satisfacción de mis necesidades laborales en el proceso de su planificación</p> <p>La empresa contribuye a la formación de los lazos emocionales entre los trabajadores para generar un sentido de pertenencia</p> <p>Me siento orgulloso de pertenecer a la organización porque contribuye a mi trabajo profesional</p>
	<p>Indicador 2: Sentimiento de pertenencia a la entidad</p> <p>Fenster (2015). El sentido de pertenencia como un conjunto de sentimientos, percepciones, deseos, necesidades, construidas sobre las bases de prácticas cotidianas desarrolladas en espacios cotidianos, cambia con el tiempo en la medida que las experiencias diarias crecen y sus efectos se acumulan planteando que el conocimiento de un lugar, los usos diarios y los ritos refuerzan el sentido de pertenencia.</p>	<p><b>Compuesta por 3 preguntas:</b></p> <p>La empresa mediante el conjunto de actividades diarias refuerza mi sentido de pertenencia</p> <p>Se promueve a través de las actividades diarias la integración de los trabajadores en la organización</p> <p>Las distintas actividades diarias en la empresa contribuye a tener una buena experiencia profesional</p>
	<p>Indicador 3: Percepción de satisfacción de necesidades</p> <p>Meyer y Allen (1991). La satisfacción de las necesidades de los empleados permite que se sientan apoyados por la compañía, están mayor comprometidos con ella y mejorando su rendimiento laboral.</p>	<p><b>Compuesta por 3 preguntas:</b></p> <p>Siento que la empresa promueve mi crecimiento y desarrollo profesional</p> <p>Percibo un mayor compromiso con la empresa, cuando satisface mis necesidades laborales</p> <p>Considero que el apoyo profesional por parte de la empresa contribuye a mejorar mi</p>

		rendimiento en mis actividades laborales
<p><b>Dimensión 2:</b> Compromiso continuo</p> <p>Meyer y Allen (1991). (Necesidad) Indica el reconocimiento de la persona, el trabajador se siente conectado con la institución porque ha invertido tiempo, dinero y esfuerzo y dejarlo significaría perderlo todo; También perciben que sus oportunidades fuera de la empresa son mínimas, por lo que aumenta su compromiso a la empresa.</p>	<p>Indicador 1: Necesidad de trabajo en la entidad</p> <p>Meyer y Allen (1991). Es el grado que el empleado percibe por permanecer en la organización, debido a la búsqueda de inversiones (remuneraciones, bonificaciones, aprendizaje, etc) acumuladas y resultantes de pertenecer a la organización.</p>	<p><b>Compuesta por 3 preguntas:</b></p> <p>    Mi permanencia en la organización es un asunto de necesidades económicas y no de deseo</p> <p>    Mi permanencia en la organización es debido a la necesidad de tener un trabajo fijo</p> <p>    La necesidad de tener mayor crecimiento profesional me obliga permanecer en la empresa</p>
	<p>Indicador 2: Opciones laborales</p> <p>Meyer y Allen (1991). El empleado reconoce los costos (financieros, físicos y psicológicos), perciben las oportunidades fuera de la compañía.</p>	<p><b>Compuesta por 3 preguntas:</b></p> <p>    Los beneficios económicos otorgados por la empresa, son superiores a la competencia</p> <p>    La experiencia y conocimientos adquiridos por la organización me permite postular a otras entidades</p> <p>    Considero que tengo muy pocas opciones de conseguir un mejor trabajo</p>
	<p>Indicador 3: Inversiones en la organización</p> <p>Meyer y Allen (1991). Los trabajadores sienten una conexión con la institución porque ha invertido tiempo, dinero, y esfuerzo; dejarlo significaría perderlo todo.</p>	<p><b>Compuesta por 3 preguntas:</b></p> <p>    Considero que el tiempo dedicado a esta empresa me ha dado buenos resultados</p> <p>    Si continuo en esta empresa es por todo el tiempo y esfuerzo dedicado en ella</p> <p>    Considero que la retribución económica es mejor en comparación de otras entidades en el rubro</p>
<p><b>Dimensión 3:</b> Compromiso normativo</p> <p>Meyer y Allen (1991). Creencia en la lealtad a la organización (sentido moral), tal vez por recibir beneficios</p>	<p>Indicador 1: Lealtad a la empresa</p> <p>Stok (2013). La lealtad no es una virtud para ser reclamada unilateralmente; se promueve con actitudes sinceras y justas, premiando esfuerzos y corrigiendo prudentemente fallos o desaciertos. Es, pues, una cuestión recíproca: el empleador vale para el</p>	<p><b>Compuesta por 3 preguntas:</b></p> <p>    La sinceridad y justicia que practica la empresa despierta en mi un sentimiento de lealtad</p>

<p>que se derivan en el sentido del deber de proporcionar reciprocidad o recibir ciertas prestaciones.</p>	<p>empleado tanto como este para aquel. Y, definitivamente, se trata de una cuestión de valores, que no se cotizan, precisamente, en bolsa. Un trabajador leal apuesta por su empresa siempre, busca mejorar su trabajo, procura que la imagen de esta crezca ante terceros: esa lealtad debe ser exigida en todos los niveles de la organización, empezando, ciertamente, por los más altos.</p>	<p>Los valores que promueve la empresa genera un sentimiento de lealtad</p> <p>Todas las actividades y/o acciones contempladas en las normas de la empresa ha generado en mi un sentimiento de lealtad</p>
	<p>Indicador 2: Reciprocidad con la entidad</p> <p>Chiavenato (2011). La organización espera que los empleados hagan aportaciones y les otorga incentivos y recompensas para motivarlos a que aporten más.</p>	<p><b>Compuesta por 3 preguntas:</b></p> <p>Desarrollo mejor mis labores para obtener recompensas adicionales por parte la empresa</p> <p>Percibo que mis aportes son importantes en el logro de los objetivos en mi unidad de trabajo</p> <p>Considero que el sistema de bonificaciones actual es equitativo con el esfuerzo que realizo</p>
	<p>Indicador 3: Sentimiento de deuda con la organización</p> <p>Meyer y Allen (1991). Los empleados perciben un sentimiento de deuda con la institución tal vez por recibir beneficios o prestaciones, que hace que el empleado se sienta obligado permanecer allí hasta que la deuda está cubierta.</p>	<p><b>Compuesta por 3 preguntas:</b></p> <p>Considero que estoy en deuda con la empresa, por lo beneficios otorgados</p> <p>Considero que debo retribuir la consideración y beneficios laborales que la empresa me ha ofrecido</p> <p>Considero los beneficios y prestaciones brindados por la empresa sobre pasa mis expectativas</p>

### ANEXO 3: INSTRUMENTO CORREGIDO RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN

<b>Nombre del Instrumento:</b>		Cuestionario sobre Motivación						
<b>Autores del Instrumento:</b>		Cayatopa Llontop, Santos Fernando Correa Chávez, Giovanni Dubel						
<b>Definición Conceptual:</b>		McClelland (1989), la motivación es la disposición del individuo para alcanzar el éxito en actividades que permitan demostrar su capacidad y su desempeño sea evaluado.						
<b>Población:</b>		76 trabajadores de la unidad de atención al cliente						
Variable	Dimensión	Indicador	Preguntas	Escala				
				TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	DE ACUERDO	TOTALMENTE ACUERDO
				1	2	3	4	5
<b>MOTIVACIÓN</b>	D1 Necesidad del Logro	I1 Responsabilidad personal	1.- Asumo las consecuencias de mis actos realizados en la empresa					
			2.- Me siento en la obligación de responder por mis actos equivocados dentro de la empresa					
			3.- Soy consciente que debo realizar mis labores con la mayor responsabilidad posible					
		I2 Metas	1.- La empresa establece las metas de manera clara y específica					
			2.- Considero que las metas de mi unidad de trabajo son realistas y alcanzables					
			3.- Siento que mis actividades labores contribuyen en los resultados que desea lograr la empresa					
		I3 Retroalimentación personal	1.- Recibo frecuentemente orientaciones y/o consejos sobre los resultados obtenidos de mi trabajo					
			2.- La empresa toma en cuenta mi opinión sobre el logro de mis metas					
			3.- Considero que los consejos y/o retroalimentaciones recibido frecuentemente por mis superiores contribuye a mejorar mi desempeño					

	D2 Necesidad de Poder	I1 Control	1.- Percibo que el sistema de control de mis superiores permite mejorar mi desempeño en la empresa					
			2.- Considero que el sistema control es una herramienta que permite identificar las desviaciones de mis actividades y me ayuda a corregirlas					
			3.- Considero que el cumplimiento de mis metas y objetivos se debe a la correcta implementación del sistema de control					
		I2 Autoridad	1.- Considero que la imagen que proyecta mi superior encaja con el cargo que tiene					
			2.- Veo a mi jefe como un líder que contribuye al desarrollo de mis actividades					
			3.- Percibo que las ordenes asignadas por mi jefe contribuyen a realizar eficientemente mis labores					
		I3 Competencia	1.- Considero reunir el conocimiento, habilidades y actitudes necesarias para mi puesto de trabajo					
			2.- Las capacitaciones y talleres que brinda la empresa contribuye al efectivo desarrollo de mis actividades					
			3.- Considero que mis competencias profesionales son determinantes para garantizar un buen desempeño en la empresa					
	D3 Necesidad del Afilación	I1 Relaciones interpersonales	1.- La relación con mis compañeros contribuye a un mejor desempeño dentro de la unidad de trabajo					
			2.- Considero importante establecer una buena relación con mis compañeros de trabajo					
			3.- Los vínculos emocionales con mis compañeros contribuyen a que el trabajo en equipo sea más eficiente					
I2 Reconocimiento		1.- Percibo que mis superiores reconocen la eficiencia y eficacia al realizar mis actividades						
		2.- Los reconocimientos otorgados por la organización contribuyen un cambio positivo en mis acciones						
		3.- La empresa otorga reconocimientos de manera equitativa con la finalidad de reforzar mis acciones						

		I3	1.- Tengo un buen vínculo amistoso con mis compañeros					
		Compañerismo	2.- Considero que el respeto y la confianza es determinante para la realización de actividades laborales					
			3.- Ayudo a mis compañeros cada vez que se pueda a realizar mejor sus actividades					

<b>Nombre del Instrumento:</b>		Cuestionario sobre Compromiso Organizacional						
<b>Autor del Instrumento:</b>		Cayatopa Llontop, Santos Fernando Correa Chávez, Giovanni Dubel						
<b>Definición Conceptual:</b>		Según Meyer y Allen (1991), es un estado psicológico que caracteriza una relación entre una persona y una organización.						
<b>Población:</b>		76 trabajadores de la unidad de atención al cliente						
Variable	Dimensión	Indicador	Preguntas	Escala				
				TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	DE ACUERDO	TOTALMENTE ACUERDO
				1	2	3	4	5
COMPROMISO ORGANIZACIONAL	D1 Compromiso afectivo	I1 Lazos emocionales	1.- La empresa toma en cuenta la satisfacción de mis necesidades laborales en el proceso de su planificación					
			2.- La empresa contribuye a la formación de los lazos emocionales entre los trabajadores para generar un sentido de pertenencia					
			3.- Me siento orgulloso de pertenecer a la organización porque contribuye a mi crecimiento profesional					
		I2 Sentimiento de pertenencia a la entidad	1.- La empresa mediante el conjunto de actividades diarias refuerza mi sentido de pertenencia					
			2.- Se promueve a través de las actividades diarias la integración de los trabajadores en la organización					
			3.- Las distintas actividades diarias en la empresa contribuye a tener una buena experiencia profesional					
	I3	1.- Siento que la empresa promueve mi crecimiento y desarrollo profesional						

		Percepción de satisfacción de necesidades	2.- Percibo un mayor compromiso con la empresa, cuando satisface mis necesidades laborales					
			3.- Considero que el apoyo profesional por parte de la empresa contribuye a mejorar mi rendimiento en mis actividades laborales					
	D2	I1	1.- Mi permanencia en la organización es un asunto de necesidades económicas y no de deseo					
	Compromiso continuo	Necesidad de trabajo en la entidad	2.- Mi permanencia en la organización es debido a la necesidad de tener un trabajo fijo					
3.- La necesidad de tener mayor crecimiento profesional me obliga permanecer en la empresa								
I2			1.- Los beneficios económicos otorgados por la empresa, son superiores a la competencia					
Opciones laborales		2.- La experiencia y conocimientos adquiridos por la organización me permite postular a otras entidades						
		3.- Considero que tengo muy pocas opciones de conseguir un mejor trabajo						
		I3	1.- Considero que el tiempo dedicado a esta empresa me ha dado buenos resultados					
Inversiones en la organización		2.- Si continuo en esta empresa es por todo el tiempo y esfuerzo dedicado en ella						
		3.- Considero que la retribución económica es mejor en comparación de otras entidades en el rubro						
		D3	I1	1.- La sinceridad y justicia que practica la empresa despierta en mi un sentimiento de lealtad				

	Compromiso normativo	Lealtad a la empresa	2.- Los valores que promueve la empresa genera un sentimiento de lealtad					
			3.- Todas las actividades y/o acciones contempladas en las normas de la empresa ha generado en mi un sentimiento de lealtad					
		I2 Reciprocidad con la entidad	1.- Desarrollo mejor mis labores para obtener recompensas adicionales por parte la empresa					
			2.- Percibo que mis aportes son importantes en el logro de los objetivos en mi unidad de trabajo					
			3.- Considero que el sistema de bonificaciones actual es equitativo con el esfuerzo que realizo					
		I3 Sentimiento de deuda con la organización	1.- Considero que estoy comprometido con la empresa, por lo beneficios otorgados					
			2.- Considero que debo retribuir la consideración y beneficios laborales que la empresa me ha ofrecido					
			3.- Considero los beneficios y prestaciones brindados por la empresa sobre pasa mis expectativas					

## ANEXO 4: FORMATO VALIDACIÓN DE JUICIO DE ESPECIALISTAS

### INSTRUCCIONES:

Para validar el Instrumento debe colocar en el casillero de los criterios: suficiencia, claridad, coherencia y relevancia, el número que según su evaluación corresponda de acuerdo a la rúbrica.

### RÚBRICA PARA LA VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Criterios	Escala de valoración			
	1	2	3	4
<b>1. SUFICIENCIA:</b> Los ítems que pertenecen a una misma dimensión o indicador son suficientes para obtener la medición de ésta.	Los ítems no son suficientes para medir la dimensión o indicador.	Los ítems miden algún aspecto de la dimensión o indicador, pero no corresponden a la dimensión total.	Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión o indicador completamente.	Los ítems son suficientes.
<b>2. CLARIDAD:</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir su sintáctica y semántica son adecuadas.	El ítem no es claro.	El ítem requiere varias modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas.	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>3. COHERENCIA:</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión o indicador.	El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión o indicador.	El ítem tiene una relación regular con la dimensión o indicador que está midiendo	El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión o indicador que está midiendo.
<b>4. RELEVANCIA:</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión o indicador.	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que éste mide.	El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

**FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS**

**TABLA N° 2**  
VARIABLE 2 (Compromiso Organizacional)

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario dirigido a los trabajadores de la unidad de atención al cliente de la empresa "Electronorte S.A"					
Autores del Instrumento	Giovanni Dubel Correa Chávez Santos Fernando Cayatopa Lintop					
Variable 2: (Especificar si es variable dependiente o independiente)	Compromiso Organizacional (Variable dependiente)					
Población:	Trabajadores de la unidad de atención al cliente de la empresa "Electronorte S.A"					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1: Compromiso afectivo						
I1: Lazos emocionales con la organización	1.- La empresa toma en cuenta la satisfacción de mis necesidades laborales en el proceso de su planificación	4	4	4	4	
	2.- La empresa contribuye a la formación de los lazos emocionales entre los trabajadores para generar un sentido de pertenencia		4	4	4	
	3.- Me siento orgulloso de pertenecer a la organización porque contribuye a mi crecimiento profesional		4	4	4	
I2: Sentimiento de pertenencia a la entidad	1.- La empresa mediante el conjunto de actividades diarias refuerza mi sentido de pertenencia		4	4	4	
	2.- Se promueve a través de las actividades diarias la integración de los trabajadores en la organización		4	4	4	
	3.- Las distintas actividades diarias en la empresa contribuye a tener una buena experiencia profesional		4	4	4	
I3: Percepción de satisfacción de necesidades	1.- Siento que la empresa promueve mi crecimiento y desarrollo profesional	4	4	4		
	2.- Percibo un mayor compromiso con la empresa, cuando satisface mis necesidades laborales	4	4	4		
	3.- Considero que el apoyo profesional por parte de la empresa contribuye a mejorar mi rendimiento en mis actividades laborales	4	4	4		
D2: Compromiso continuo						
I1: Necesidad de trabajo en la entidad	1.- Mi permanencia en la organización es un asunto de necesidades económicas y no de deseo	4	4	4	4	
	2.- Mi permanencia en la organización es debido a la necesidad de tener un trabajo fijo		4	4	4	

	3.- La necesidad de tener mayor crecimiento profesional me obliga permanecer en la empresa		4	4	4	
I2: Opciones laborales	1.- Los beneficios económicos otorgados por la empresa, son superiores a la competencia		4	4	4	
	2.- La experiencia y conocimientos adquiridos por la organización me permite postular a otras entidades		4	4	4	
	3.- Considero que tengo muy pocas opciones de conseguir un mejor trabajo		4	4	4	
I3: Inversiones en la organización	1.- Considero que el tiempo dedicado a esta empresa me ha dado buenos resultados		4	4	4	
	2.- Si continuo en esta empresa es por todo el tiempo y esfuerzo dedicado en ella		4	4	4	
	3.- Considero que la retribución económica es mejor en comparación de otras entidades en el rubro		4	4	4	
D3: Compromiso normativo						
I1: Lealtad a la empresa	1.- La sinceridad y justicia que practica la empresa despierta en mí un sentimiento de lealtad		4	4	4	
	2.- Los valores que promueve la empresa genera un sentimiento de lealtad		4	4	4	
	3.- Todas las actividades y/o acciones contempladas en las normas de la empresa ha generado en mí un sentimiento de lealtad		4	4	4	
I2: Reciprocidad con la entidad	1.- Desarrollo mejor mis labores para obtener recompensas adicionales por parte la empresa		4	4	4	
	2.- Percibo que mis aportes son importantes en el logro de los objetivos en mi unidad de trabajo	4	4	4	4	
	3.- Considero que el sistema de bonificaciones actual es equitativo con el esfuerzo que realizo		3	4	4	
I3: Sentimiento de deuda con la organización	1.- Considero que estoy comprometido con la empresa, por lo beneficios otorgados		4	4	4	
	2.- Considero que debo retribuir la consideración y beneficios laborales que la empresa me ha ofrecido		4	4	4	
	3.- Considero los beneficios y prestaciones brindados por la empresa sobre pasa mis expectativas		4	4	4	

Firma de validador experto



### INFORMACIÓN DEL VALIDADOR EXPERTO

Validado por:

<b>Tipo de validador:</b>	Interno ( )                      Externo ( X ) [Docente USMP]
<b>Apellidos y nombres:</b>	Celis Sirlopu Vilma Cristina
<b>Sexo:</b>	Hombre ( )    Mujer ( X )
<b>Profesión:</b>	MBA Administración Estratégica de Empresas
<b>Grado académico</b>	Licenciado <sup>1</sup> ( )                      Maestro ( X )                      Doctor ( )
<b>Años de experiencia laboral</b>	De 5 a 10 ( )                      De 11 a 15 ( )                      De 16 a 20 ( )                      De 21 a más (X)
Solamente para validadores externos	
<b>Organización donde labora:</b>	UTP – Universidad Tecnológica del Perú
<b>Cargo actual:</b>	Catedrática Universitaria
<b>Área de especialización</b>	Administración
<b>N° telefónico de contacto</b>	978724394
<b>Correo electrónico de contacto</b>	
<b>Medio de preferencia para contactarlo</b>	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono ( x )                      Por correo electrónico ( )



Firma Validador Experto

<sup>1</sup> Los validadores internos, docentes de otras universidades de prestigio o investigadores, deben poseer el grado académico de Maestro o Doctor; para los profesionales especializados y los empresarios con experiencia en el tema de investigación del alumno, se podrá considerar a profesionales con la licenciatura correspondiente.

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

**TABLA N° 2**  
VARIABLE 2 (Compromiso Organizacional)

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario dirigido a los trabajadores de la unidad de atención al cliente de la empresa "Electronorte S.A"					
Autores del Instrumento	Giovanni Dubel Correa Chávez Santos Fernando Cayatopa Llantop					
Variable 2: (Especificar si es variable dependiente o independiente)	Compromiso Organizacional (Variable dependiente)					
Población:	Trabajadores de la unidad de atención al cliente de la empresa "Electronorte S.A"					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1: Compromiso afectivo		4				
I1: Lazos emocionales con la organización	1.- La empresa toma en cuenta la satisfacción de mis necesidades laborales en el proceso de su planificación		4	4	4	
	2.- La empresa contribuye a la formación de los lazos emocionales entre los trabajadores para generar un sentido de pertenencia		4	4	4	
	3.- Me siento orgulloso de pertenecer a la organización porque contribuye a mi crecimiento profesional		4	4	4	
I2: Sentimiento de pertenencia a la entidad	1.- La empresa mediante el conjunto de actividades diarias refuerza mi sentido de pertenencia		4	3	4	
	2.- Se promueve a través de las actividades diarias la integración de los trabajadores en la organización		4	4	4	
	3.- Las distintas actividades diarias en la empresa contribuye a tener una buena experiencia profesional		3	4	4	
I3: Percepción de satisfacción de necesidades	1.- Siento que la empresa promueve mi crecimiento y desarrollo profesional		4	4	4	
	2.- Percibo un mayor compromiso con la empresa, cuando satisface mis necesidades laborales		4	4	4	
	3.- Considero que el apoyo profesional por parte de la empresa contribuye a mejorar mi rendimiento en mis actividades laborales		4	4	4	
D2: Compromiso continuo		4				

I1: Necesidad de trabajo en la entidad	1.- Mi permanencia en la organización es un asunto de necesidades económicas y no de deseo	4	4	4	
	2.- Mi permanencia en la organización es debido a la necesidad de tener un trabajo fijo	4	4	4	
	3.- La necesidad de tener mayor crecimiento profesional me obliga permanecer en la empresa	4	4	4	
I2: Opciones laborales	1.- Los beneficios económicos otorgados por la empresa, son superiores a la competencia	3	4	4	
	2.- La experiencia y conocimientos adquiridos por la organización me permite postular a otras entidades	3	4	4	
	3.- Considero que tengo muy pocas opciones de conseguir un mejor trabajo	4	3	4	
I3: Inversiones en la organización	1.- Considero que el tiempo dedicado a esta empresa me ha dado buenos resultados	4	4	4	
	2.- Si continuo en esta empresa es por todo el tiempo y esfuerzo dedicado en ella	4	4	4	
	3.- Considero que la retribución económica es mejor en comparación de otras entidades en el rubro	4	4	3	
D3: Compromiso normativo		4			
I1: Lealtad a la empresa	1.- La sinceridad y justicia que practica la empresa despierta en mí un sentimiento de lealtad	4	4	4	
	2.- Los valores que promueve la empresa genera un sentimiento de lealtad	4	4	4	
	3.- Todas las actividades y/o acciones contempladas en las normas de la empresa ha generado en mí un sentimiento de lealtad	4	4	4	
I2: Reciprocidad con la entidad	1.- Desarrollo mejor mis labores para obtener recompensas adicionales por parte la empresa	4	4	4	
	2.- Percibo que mis aportes son importantes en el logro de los objetivos en mi unidad de trabajo	4	4	4	
	3.- Considero que el sistema de bonificaciones actual es equitativo con el esfuerzo que realizo	4	4	4	
I3: Sentimiento de deuda con la organización	1.- Considero que estoy comprometido con la empresa, por lo beneficios otorgados	4	4	4	
	2.- Considero que debo retribuir la consideración y beneficios laborales que la empresa me ha ofrecido	4	4	4	
	3.- Considero los beneficios y prestaciones brindados por la empresa sobre pasa mis expectativas	4	4	4	

Firma de validador experto



### INFORMACIÓN DEL VALIDADOR EXPERTO

Validado por:

<b>Tipo de validador:</b>	Interno ( )                      Externo (x)
<b>Apellidos y nombres:</b>	Yovera Rivas Milagros del Pilar
<b>Sexo:</b>	Hombre ( )                      Mujer ( X )
<b>Profesión:</b>	Abogada
<b>Grado académico</b>	Licenciado <sup>1</sup> (X)                      Maestro ( )                      Doctor ( )
<b>Años de experiencia laboral</b>	De 3 a 7 (x)                      De 8 a 12 ( )                      De 13 a 17 ( )                      De 18 a más ( )
Solamente para validadores externos	
<b>Organización donde labora:</b>	Ministerio Público
<b>Cargo actual:</b>	Especialista Administrativo
<b>Área de especialización</b>	Potencial Humano
<b>N° telefónico de contacto</b>	952869258
<b>Correo electrónico de contacto</b>	Correo institucional: myovera@mpfn.gob.pe
<b>Medio de preferencia para contactar</b>	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono ( )                      Por correo electrónico (X)



Firma Validador Experto

<sup>1</sup> Los validadores internos, docentes de otras universidades de prestigio o investigadores, deben poseer el grado académico de Maestro o Doctor; para los profesionales especializados y los empresarios con experiencia en el tema de investigación del alumno, se podrá considerar a profesionales con la licenciatura correspondiente.

### FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

**TABLA N° 1**  
Variable 1 (Motivación)

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario dirigido a los trabajadores de la unidad de atención al cliente de la empresa "Electronorte S.A"					
Autores del Instrumento	Giovanni Dubel Correa Chávez Santos Fernando Cayatopa Lfontop					
Variable 1: (Especificar si es variable dependiente o independiente)	Motivación (Variable independiente)					
Población:	Trabajadores de la unidad de atención al cliente de la empresa "Electronorte S.A"					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1: Realización		4				
I1: Responsabilidad personal	1.- Asumo las consecuencias de mis actos realizados en la empresa		3	3	4	
	2.- Me siento en la obligación de responder por mis actos equivocados dentro de la empresa		3	3	4	
	3.- Soy consciente que debo realizar mis labores con la mayor responsabilidad posible		4	4	4	
I2: Metas	1.- La empresa establece las metas de manera clara y específica		3	4	4	
	2.- Considero que las metas de mi unidad de trabajo son realistas y alcanzables		4	4	4	
	3.- Siento que mis actividades labores contribuyen en los resultados que desea lograr la empresa		3	4	4	
I3: Retroalimentación personal	1.- Recibo frecuentemente orientaciones y/o consejos sobre los resultados obtenidos de mi trabajo		4	4	4	
	2.- La empresa toma en cuenta mi opinión sobre el logro de mis metas		4	4	4	
	3.- Considero que los consejos y/o retroalimentaciones recibido frecuentemente por mis superiores contribuye a mejorar mi desempeño		3	4	4	
D2: Poder		4				
I1: Control	1.- Percibo que el sistema de control de mis superiores permite mejorar mi desempeño en la empresa		3	4	4	
	2.- Considero que el sistema control es una herramienta que permite identificar las desviaciones de mis actividades y me ayuda a corregirlas		3	4	4	
	3.- Considero que el cumplimiento de mis metas y objetivos se debe a la correcta implementación del sistema de control		4	4	4	

I2: Autoridad	1.- Considero que la imagen que proyecta mi superior encaja con el cargo que tiene	3	4	4	
	2.- Veo a mi jefe como un líder que contribuye al desarrollo de mis actividades	4	4	4	
	3.- Percibo que las ordenes asignadas por mi jefe contribuyen a realizar eficientemente mis labores	4	4	4	
I3: Competencia	1.- Considero reunir el conocimiento, habilidades y actitudes necesarias para mi puesto de trabajo	3	4	4	
	2.- Las capacitaciones y talleres que brinda la empresa contribuye al efectivo desarrollo de mis actividades	4	4	4	
	3.- Considero que mis competencias profesionales son determinantes para garantizar un buen desempeño en la empresa	4	4	4	
D3: Afiliación		4			
I1: Relaciones interpersonales	1.- La relación con mis compañeros contribuye a un mejor desempeño dentro de la unidad de trabajo	4	4	4	
	2.- Considero importante establecer una buena relación con mis compañeros de trabajo	3	4	4	
	3.- Los vínculos emocionales con mis compañeros contribuyen a que el trabajo en equipo sea más eficiente	3	4	4	
I2: Reconocimiento	1.- Percibo que mis superiores reconocen la eficiencia y eficacia al realizar mis actividades	3	4	4	
	2.- Los reconocimientos otorgados por la organización contribuyen un cambio positivo en mis acciones	4	4	4	
	3.- La empresa otorga reconocimientos de manera equitativa con la finalidad de reforzar mis acciones	3	4	4	
I3: Compañerismo	1.- Tengo un buen vínculo amistoso con mis compañeros	4	4	4	
	2.- Considero que el respeto y la confianza es determinante para la realización de actividades laborales	4	4	4	
	3.- Ayudo a mis compañeros cada vez que se pueda a realizar mejor sus actividades	4	4	4	

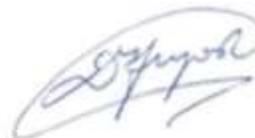
Firma de validador experto



### INFORMACIÓN DEL VALIDADOR EXPERTO

Validado por:

<b>Tipo de validador:</b>	Interno ( <input checked="" type="checkbox"/> )      Externo ( <input type="checkbox"/> ) [Docente USMP]
<b>Apellidos y nombres:</b>	Supo Rojas Dante Godofredo
<b>Sexo:</b>	Hombre ( <input checked="" type="checkbox"/> )      Mujer ( <input type="checkbox"/> )
<b>Profesión:</b>	MBA Administración y Gestión de Empresas
<b>Grado académico</b>	Licenciado <sup>1</sup> ( <input type="checkbox"/> )      Maestro ( <input checked="" type="checkbox"/> )      Doctor ( <input type="checkbox"/> )
<b>Años de experiencia laboral</b>	De 5 a 10 ( <input type="checkbox"/> )      De 11 a 15 ( <input type="checkbox"/> )      De 16 a 20 ( <input type="checkbox"/> )      De 21 a más ( <input checked="" type="checkbox"/> )
Solamente para validadores externos	
<b>Organización donde labora:</b>	
<b>Cargo actual:</b>	
<b>Área de especialización</b>	
<b>N° telefónico de contacto</b>	
<b>Correo electrónico de contacto</b>	Correo institucional:
<b>Medio de preferencia para contactarlo</b>	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono ( <input type="checkbox"/> )      Por correo electrónico ( <input checked="" type="checkbox"/> )




---

 Firma Validador Experto

<sup>1</sup> Los validadores internos, docentes de otras universidades de prestigio o investigadores, deben poseer el grado académico de Maestro o Doctor; para los profesionales especializados y los empresarios con experiencia en el tema de investigación del alumno, se podrá considerar a profesionales con la licenciatura correspondiente.

## ANEXO 5: CONSTANCIA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO DE ACCESO PÚBLICO



### CONSTANCIA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO DE ACCESO PÚBLICO

Por medio de la presente, informamos que la empresa Electronorte S.A. autoriza los alumnos (a) Giovanni Dubel Correa Chávez y Santos Fernando Cayatopa Llantop con código de matrícula No. 72580034 y 47462692 de la Escuela Profesional de Administración, de la Universidad de San Martín de Porres, hacer uso de la información que a continuación se detalla, con el consentimiento de la institución, para el desarrollo de su proyecto de investigación, la cual lleva por título: "MOTIVACIÓN Y SU INFLUENCIA EN EL COMPROMISO ORGANIZACIONAL DE LA UNIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE, ELECTRONORTE S.A. PROVINCIA DE CHICLAYO, AÑO 2022."

1. Solicito hacer uso del nombre de la institución.
2. Datos del personal de la unidad de atención al cliente (Nombres, correos electrónicos)
3. Datos de la empresa (Misión, visión, reseña histórica, y estructura organizacional)
4. Otros datos, netamente académicos.

Dicha información, se recopilará en el Trabajo de Campo para posteriormente ser registrada en su investigación con fines netamente académicos.

Se expide la presente **CONSTANCIA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO**, a solicitud del interesado (a), para los fines que estime conveniente.

Pimentel, 17 de Octubre de 2022

  
ALUMNO

  
ALUMNO

  
EMPRESA



## ANEXO 6: INSTRUMENTO RECOLECCIÓN DE DATOS ENTREVISTA ESTRUCTURADA

### DATOS GENERALES:

Apellidos y Nombres: \_\_\_\_\_

Cargo: \_\_\_\_\_

Ubicación: \_\_\_\_\_

### INSTRUCCIONES

Por favor responda a las siguientes preguntas:

1.- ¿Considera que la motivación en los trabajadores es muy importante en la organización?  
¿Por qué y cómo la realizan?

---

---

---

---

2.- ¿Considera que el personal de la unidad de atención al cliente tiene un alto grado de responsabilidad en el logro de las metas?

---

---

---

---

3.- ¿La empresa brinda algún reconocimiento a los trabajadores cuando cumplen con los objetivos trazados en la unidad de atención al cliente? ¿De qué forma?

---

---

---

---

4.- ¿Durante el tiempo de trabajo, algunos de los trabajadores acuden constantemente a consultarle sobre el desarrollo de sus actividades en la unidad de atención al cliente?

---

---

---

---

5.- ¿Considera que el sistema de control en la unidad de atención al cliente, permite a los trabajadores mejorar sus competencias organizacionales en sus labores? ¿Cuáles son dichos sistemas de control?

---

---

---

---

6.- ¿Los trabajadores tienen oportunidades de aprender y crecer profesionalmente en la empresa? ¿Cómo logran estas oportunidades?

---

---

---

---

7.- ¿Con qué frecuencia se reúne con los trabajadores para reforzar aspectos vinculados con el trabajo? ¿Cómo se coordinan las reuniones?

---

---

---

---

8.- ¿Toma en consideración las opiniones de los trabajadores para la implementación de solución de problemas en la unidad de atención al cliente?

---

---

---

---

9.- ¿Cree que los trabajadores de la unidad de atención al cliente se sienten comprometidos con la empresa? ¿Cómo lo demuestran?

---

---

---

---

10.- ¿Cree usted que influye la motivación en el compromiso de los trabajadores de la unidad de atención al cliente? ¿Cómo lo percibe?

---

---

---

---

## **ANEXO 7: PROPUESTA DE MOTIVACIÓN Y COMPROMISO ORGANIZACIONAL PARA COLABORADORES DE UNIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE DEL ELECTRONORTE S.A. – PROVINCIA DE CHICLAYO**

### **I.- Presentación**

De acuerdo McClelland (1989) la motivación se basa en las emociones, en un interés de la condición afectiva, haciendo que la persona esté a disposición de desarrollar mejor sus actividades que permitan demostrar su capacidad y su desempeño.

Según Meyer y Allen (1991) el compromiso organizacional se caracteriza por la relación entre una persona y una organización, lo que tiene consecuencias para la decisión de continuar en la organización o abandonarla.

Es por ello que, un plan de motivación y compromiso organizacional es muy importante para que el trabajador brinde su mejor aporte en el puesto asignado, enfocándose en generar una mayor eficiencia y mejor desempeño. Por lo cual, la presente propuesta permitirá que el trabajador presente una mejor disposición en el desarrollo de sus actividades, generando un sentimiento de permanencia en la organización.

### **II.- Objetivo**

El objetivo de la presente propuesta, proporciona los motivos adecuados para los trabajadores de la unidad de atención al cliente y, sobre todo, incrementa el nivel de compromiso organizacional de los colaboradores.

### **III.- Alcance**

La presente propuesta es de aplicación para todo el personal que trabaja en la Unidad de Atención al Cliente del Electronorte S.A., Provincia de Chiclayo – Año 2022.

### **IV.- Justificación**

Las personas son la columna vertebral de cualquier empresa; pues, de ellos depende el éxito de esta. Por lo cual, un personal motivado y comprometido, son los pilares fundamentales en los que las grandes empresas sustentan sus logros. Estos aspectos, permiten que una empresa alcance altos niveles de competitividad, siendo parte esencial de los nuevos enfoques administrativos. Es así que, la principal esencia de trabajadores motivados, se encuentra en el trato que recibe en sus relaciones individuales, en la confianza, respeto y consideración que sus jefes tienen hacia él. También son importantes, el ambiente laboral y la medida en que éste facilita el cumplimiento del trabajo de colaborador.

### **V.- Recursos**

#### **a) Humanos**

- ✓ Expositores
- ✓ Especialista
- ✓ Facilitadores
- ✓ Participantes

#### **b) Materiales**

- ✓ **Documentación:** Certificados, Constancias, Evaluación, Material de Estudio, entre otros.
- ✓ **Infraestructura:** Las actividades se desarrollarán dentro de la Empresa.

### **VI.- Estrategias del Plan de Motivación y Compromiso Organizacional**

**a) Estrategias Salariales**

<b>Estrategias</b>	<b>Actividades</b>	<b>Finalidad</b>	<b>Indicador</b>	<b>Periodo</b>	<b>Responsable</b>
<b>Incentivos Monetarios</b>	Otorgamiento de bonos económicos a los trabajadores por el cumplimiento de metas	Incentivar los trabajadores para que logren las metas	N° de trabajadores que cumplen las metas	Mensual	Jefe de Área
	Otorgamiento de vales (consumo / compras / viaje) a los trabajadores por el cumplimiento de metas	Incentivar los trabajadores para que logren las metas	N° de trabajadores que cumplen las metas	Mensual	Jefe de Área

**b) Estrategias de Capacitaciones**

<b>Estrategias</b>	<b>Actividades</b>	<b>Finalidad</b>	<b>Indicador</b>	<b>Periodo</b>	<b>Responsable</b>
<b>Talleres dinámicos</b>	Talleres de habilidades blandas para la atención al público	Contribuir en su formación profesional de los trabajadores	Nivel de desempeño laboral	Trimestralmente	Recursos Humanos / Jefe de Área
<b>Capacitaciones constantemente</b>	Capacitaciones sobre potenciar competencias de colaboración en trabajo en equipo	Mejorar las capacidades y competencias de colaboradores	Nivel de aprendizaje	Mensualmente	Recursos Humanos / Jefe de Área
	Poner en práctica lo aprendido en las capacitaciones	Incentivar a que los trabajadores generen nuevos conocimientos	Nivel de aprendizaje	Mensualmente	Recursos Humanos / Jefe de Área

		s y competencias			
	Determinar la importancia de las capacitaciones	Formar una cultura de aprendizaje constante	Numero de sugerencias	Mensualmente	Recursos Humanos / Jefe de Área

**c) Estrategias para el Desarrollo Laboral**

<b>Estrategias</b>	<b>Actividades</b>	<b>Finalidad</b>	<b>Indicador</b>	<b>Periodo</b>	<b>Responsable</b>
<b>Programa formativo</b>	Acuerdos con institutos o universidades	Retención de los trabajadores	Promedio de calificación	Semestral	Recursos Humanos / Jefe de Área
	Reconocimiento por logros laborales y académicos	Retención de los trabajadores	Nivel de cumplimiento de objetivos	Mensual	Recursos Humanos / Jefe de Área
	Promover a colaboradores realizar línea de carrera en la entidad	Retención de los trabajadores	Nivel de cumplimiento de objetivos	Anual	Recursos Humanos / Jefe de Área
<b>Ascensos continuos</b>	Concursos internos para ascensos	Retención de los trabajadores	Nivel de académico y profesional	Anual	Recursos Humanos / Jefe de Área
<b>Evaluación de desempeño laboral</b>	Aplicación de evaluación 360° grados	Conocer su desempeño laboral	Puntaje obtenido	Anual	Recursos Humanos / Jefe de Área
	Implementar un feedback	Conocer las debilidades / quejas de los trabajadores	-	Mensual	Recursos Humanos / Jefe de Área

## ANEXO 8: REMISIÓN DEL CUESTIONARIO A LOS TRABAJADORES

CUESTIONARIO A LOS TRABAJADORES DEL ELECTRONORTE S.A. 1 v 🔍 v 🗄

**g** GIOVANNI DUBEL CORREA CHAVEZ 👍 ↶ ↷ ↲ 🗄 ⋮  
Para: ezeladap@diztriluz.com.pe; ifonsecan@diztriluz.com.pe; jolivad@diztriluz.com.pe **y 67 más** Lun 26/09/2022 8:00

Buenos días estimado colaborador, el presente instrumento que forma parte de un trabajo de investigación, el cual tiene como objetivo de **determinar la influencia de la motivación en el compromiso organizacional en los trabajadores de la Unidad de Atención al Cliente - Provincia de Chiclayo** de la empresa Electronorte S.A. - 2022.

Estamos realizando el siguiente cuestionario, el cual le agradeceremos conteste con la mayor sinceridad posible.

<https://forms.gle/IDPQ8Ck7VupVoQQ8>

Agradecemos su atención y estamos atentos a su respuesta.

Saludos Cordiales.

**Atte.**  
**Giovanni Correa.**  
**Fernando Cayatopa.**



### CUESTIONARIO A LOS TRABAJADORES DEL ELECTRONORTE S.A.

Estimado colaborador, el presente instrumento que forma parte de un trabajo de investigación, el cual tiene como objetivo de determinar la influencia de la motivación en el compromiso organizacional en los trabajadores de la Unidad de Atención al Cliente de la empresa Electronorte S.A. - Provincia de Chiclayo

## ANEXO 9: REMISIÓN DE ENTREVISTA A JEFES DE UNIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE

ENTREVISTA ESTRUCTURADA

**G** GIOVANNI DUBEL CORREA CHAVEZ Lun 26/09/2022 8:00

Para: ngonalezb@diztriluz.com.pe; scamposh@diztriluz.com.pe; lfariasr@diztriluz.com.pe y 6 más

Buenos días estimado colaborador, el presente instrumento que forma parte de un trabajo de investigación, el cual tiene como **objetivo de determinar la influencia de la motivación en el compromiso organizacional en los trabajadores de la Unidad de Atención al Cliente** de la empresa Electronorte S.A. - Provincia de Chiclayo 2022.

Estamos realizando el siguiente cuestionario, el cual le agradeceremos conteste con la mayor sinceridad posible.

<https://forms.gle/ixF4bU2pLYKxhHZr9>

Agradecemos su atención y estamos atentos a su respuesta.

Saludos Cordiales.

Atte.  
**Giovanni Correa.**  
**Fernando Cayatopa.**



**INSTRUMENTO DE RECOLECIÓN DE DATOS ENTREVISTA ESTRUCTURADA**

Estimado colaborador, el presente instrumento que forma parte de un trabajo de investigación, el cual tiene como objetivo de determinar la influencia de la motivación en el compromiso organizacional en los trabajadores de la Unidad de Atención al Cliente de la empresa Electronorte S.A. - Provincia de Chiclayo 2022. Estamos realizando el siguiente cuestionario, el cual le agradeceremos conteste con la mayor sinceridad posible.

## ANEXO 10: BASES DE DATOS DEL CUESTIONARIO

**PLANTILLA DE PROCESAMIENTO DE DATOS**

Coordinación de Asignatura de Investigación Empresarial Aplicada

Última actualización: 08/Jul/2020 17:30      Elaborado por: Gustavo R. Espiritu Rojas

N°	P001	P002	P003	P004	P005	P006	P007	P008	P009	P010	P011	P012	P013	P014	P015	P016	P017	P018	P019	P020	P021	P022	P023	P024	P048	P049	P050	P051	P052	P053	P05
001	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	
002	5	5	4	3	4	4	4	3	5	3	3	2	2	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	
003	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	
004	4	4	4	4	4	4	5	4	4	2	3	3	2	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	
005	4	4	5	3	3	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	
006	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	2	2	2	4	5	4	5	4	2		
007	4	4	5	2	4	4	4	4	4	2	3	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	5	4	5	4	4	
008	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	3	2	4	5	4	4	4	2	
009	4	4	5	2	3	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3		
010	4	4	4	2	2	4	4	4	4	2	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	2	2	3	3	5	3	4	3	3		
011	4	4	4	3	2	4	4	4	3	3	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	3	2	4	3	5	5	5	5	4		
012	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	
013	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	
014	5	5	4	4	2	4	4	4	4	2	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	3	3	5	4	5	4	2		
015	4	5	4	4	2	4	4	4	4	2	4	5	3	2	4	4	4	4	4	5	3	2	4	4	3	4	4	5	4	2	
016	5	5	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	
017	4	4	4	2	2	4	4	5	5	2	5	4	5	3	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	
018	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	
019	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	3	4	3	4	4	3	

## **ANEXO 11: ENTREVISTA CON EL JEFE DE UNIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE PROVINCIA DE CHICLAYO**

**1.- ¿Considera que la motivación en los trabajadores es muy importante en la organización? ¿Por qué y cómo la realizan?**

Si, porque los colaboradores al sentirse motivados realizan sus labores con un alto grado de eficacia, se sienten cómodos en su puesto de trabajo y comprometidos con los objetivos de la unidad, en mi calidad de jefe de dicha área trato de estar al tanto de sus dificultades y dudas, además de darle la importancia y valor que tiene cada colaborador sea cual sea su puesto o rango jerárquico, alabando sus aciertos y corrigiendo de manera constructiva sus errores.

**2.- ¿Considera que el personal de la unidad de atención al cliente tiene un alto grado de responsabilidad en el logro de las metas?**

Si, todos los colaboradores de la unidad de atención al cliente-Chiclayo estamos muy comprometidos (y me incluyo) con el logro de las metas y objetivos, cada uno de nosotros somos conscientes de la importancia de nuestra labor y literalmente nos ponemos la camiseta por la institución para sacarla adelante y lograr ser reconocidos como la unidad más eficiente y eficaz de la región y porque no del Perú.

**3.- ¿La empresa brinda algún reconocimiento a los trabajadores cuando cumplen con los objetivos trazados en la unidad de atención al cliente? ¿De qué forma?**

Si, quiero dejar en claro que todos los colaboradores son importantes para nosotros ya que todos se esfuerzan por mejorar laboralmente día a día y eso es reconocido por mi persona cada que tengo oportunidad, sin embargo como en todo lugar hay algunos que destacan por sobre todos los demás, tenemos colaboradores que cumplen con los objetivos casi siempre, otros de manera esporádica y algunos nunca o casi nunca, a los trabajadores que cumplen con los objetivos se les realiza un reconocimiento público delante de todos alabando y resaltando lo vital que es dentro de la institución, otra manera es realizando un compartir en algún restaurante o centro de esparcimiento con la ayuda de todos los integrantes de la unidad, entenderá que al ser una institución pública no se puede dar incentivo económico.

**4.- ¿Durante el tiempo de trabajo, algunos de los trabajadores acuden constante a consultarle sobre el desarrollo de sus actividades en la unidad de atención al cliente?**

Si, todos los colaboradores de la unidad de atención al cliente-Chiclayo consultan sobre cómo va el desempeño en su trabajo y si están teniendo alguna deficiencia en dicha labor, pero además de ello yo en mi calidad de jefe los monitoreo de manera continua y les doy retroalimentación constante para prevenir dificultades o malas gestiones involuntarias.

**5.- ¿Considera que el sistema de control en la unidad de atención al cliente permite a los trabajadores mejorar sus competencias organizacionales en sus labores? ¿Cuáles son dichos sistemas de control?**

Si, trabajamos principalmente con 2 sistemas los cuales son establecidos por ELECTRONORTE Tenemos el Sistema de Control de Plazos (SCP) el cual permite a los trabajadores tener en cuenta los tiempos máximos establecidos para cada trámite que recepcionan e ingresan y los requisitos para dichas gestiones, y el otro es el Libro de sugerencias y reclamaciones tanto físico como virtual esto nos ayuda enormemente para saber la calidad de atención de nuestros colaboradores y la eficiencia

en sus labores, ya que al ser un área de atención al ciudadano nuestro objetivo principal es servir y ayudar de la mejor manera posible a nuestros compatriotas.

**6.- ¿Los trabajadores tienen oportunidades de aprender y crecer profesionalmente en la empresa? ¿Cómo logran estas oportunidades?**

Todos los trabajadores tienen las mismas oportunidades y posibilidades de aprender y crecer profesionalmente en la institución, yo en mi calidad de jefe de la sede Chiclayo trato a todos por igual y les enseño constantemente todo lo que se y como realizar su trabajo de la mejor manera posible, ahora en cuanto a crecer profesionalmente al ser una institución pública como usted entenderá la única manera de hacer lineal de carrera o ascender es a través de concurso público de méritos que cada uno de los trabajadores tiene acceso a través del portal web de la institución, además se realizan algunos nombramientos provisionales en cargos de confianza pero eso le compete directamente a la gerencia general y en eso no tengo mayor injerencia.

**7.- ¿Con qué frecuencia se reúne con los trabajadores para reforzar aspectos vinculados con el trabajo? ¿Cómo se coordinan las reuniones?**

La Reunión por parte de mi persona y los colaboradores es constante y muy frecuente, diríamos que es diaria e inclusive varias veces al día brindándoles retroalimentación, reforzando aspectos positivos y corrigiendo deficiencias, como le mencionaba en la unidad de atención al cliente todos estamos comprometidos en hacer las cosas bien. estas reuniones se coordinan en el mismo centro laboral y dentro de la jornada laboral.

**8.- ¿Toma en consideración las opiniones de los trabajadores para la implementación de solución de problemas en la unidad de atención al cliente?**

Por supuesto, la opinión de los colaboradores es sumamente importante para poder superar las dificultades que se presentan y me atrevería a decir inclusive que son vitales, ya que finalmente son ellos los que utilizan los sistemas de la institución y tienen contacto directo con los ciudadanos, por ello pueden entregarme información de primera mano sobre algo que no funcione o perjudique el correcto desarrollo de las actividades dentro de la unidad de atención al cliente.

**9.- ¿Cree que los trabajadores de la unidad de atención al cliente se sienten comprometido con la empresa? ¿Cómo lo demuestran?**

Estoy seguro que están comprometidos con la unidad de atención al cliente-Chiclayo, lo demuestran en el día a día llegando temprano a su centro de labores, en la excelente calidad de atención que dan a los ciudadanos, en el logro de las metas establecidas por la institución y en lo eficiente que son con las gestiones propias de su puesto, por lo tanto, no me queda ninguna duda de su compromiso hacia la institución.

**10.- ¿Cree usted que influye la motivación en el compromiso de los trabajadores de la unidad de atención al cliente? ¿Cómo lo percibe?**

Definitivamente si influye la motivación en el compromiso de mis trabajadores de la unidad de atención al cliente, como lo mencionaba lo percibo en el día a día, en la manera tan excelente que realizan su trabajo, el ambiente laboral es magnifico, mis trabajadores están tan motivados que siempre tienen la camiseta puesta y trabajan en equipo con el fin de sacar adelante la unidad de atención al cliente-Chiclayo y contribuir de manera positiva a la institución que es ELECTRONORTE.

## ANEXO 12: ENTREVISTA CON EL JEFE DE UNIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE DISTRITO DE CAYALTI

**1.- ¿Considera que la motivación en los trabajadores es muy importante en la organización? ¿Por qué y cómo la realizan?**

Sí, cualquier trabajador motivado podrá realizar su trabajo con el mejor ánimo posible y eso se verá reflejado en la calidad de su atención y el sobresaliente desarrollo de sus actividades, yo como jefe de la unidad de atención al cliente trato a todos mis trabajadores con respeto y siempre resalto la importancia que tienen para la institución y procurando tener el mejor clima laboral posible.

**2.- ¿Considera que el personal de la unidad de atención al cliente tiene un alto grado de responsabilidad en el logro de las metas?**

Sí, todos nosotros estamos comprometidos con la institución, con la unidad a la cual pertenecemos y por ende con las metas y objetivos establecidos. El hecho de servir a nuestros ciudadanos nos motiva a desarrollar nuestro trabajo cada día mejor.

**3.- ¿La empresa brinda algún reconocimiento a los trabajadores cuando cumplen con los objetivos trazados en la unidad de atención al cliente? ¿De qué forma?**

El reconocimiento a la labor de los trabajadores es continuo, sin el capital humano nada sería posible en nuestra unidad. Ahora bien; en nuestra sede de Cayalti nunca hemos tenido problemas en lograr los objetivos plasmados por la unidad de atención al cliente, al contrario llegar a nuestras metas y objetivos es bastante frecuente, sin embargo; tenemos meses en que algunos trabajadores destacan por sobre los demás, en ese caso yo a través del puesto que desempeño les extiendo un reconocimiento verbal y agradecimiento por el esfuerzo en pro de nuestra unidad y algunas veces realizamos un pequeño compartir entre todos.

**4.- ¿Durante el tiempo de trabajo, algunos de los trabajadores acuden constante a consultarle sobre el desarrollo de sus actividades en la unidad de atención al cliente?**

Bueno en realidad los trabajadores de la Unidad de Atención al Cliente- Cayalti desempeñan de manera óptima su trabajo y cuando rara vez tienen alguna duda se acercan a mi oficina para poder ayudarlos o darles indicaciones, sin embargo, en mi calidad de jefe de la unidad de Atención mi trabajo es supervisar que todo este marchando bien, y ello se logra estando pendiente de sus labores y entregando retroalimentación constante.

**5.- ¿Considera que el sistema de control en la unidad de atención al cliente permite a los trabajadores mejorar sus competencias organizacionales en sus labores? ¿Cuáles son dichos sistemas de control?**

Bueno los sistemas de control contribuyen positivamente en la calidad de atención y gestión de los colaboradores que pertenecen a la unidad de Atención al Cliente, Tenemos 2 sistemas de control establecidos por la institución, los cuales son el Sistema de Control de Plazos(SCP) para seguir minuciosamente los procedimientos de cada trámite y no exceder los tiempos establecidos por ley para dichos trámites, y el otro es el libro de sugerencias y reclamaciones el cual se revisa muy frecuentemente para tener un balance certero de la percepción que tiene el ciudadano hacia nuestra atención.

**6.- ¿Los trabajadores tienen oportunidades de aprender y crecer profesionalmente en la empresa? ¿Cómo logran estas oportunidades?**

Por supuesto, todos los trabajadores tienen las mismas oportunidades de aprender y crecer en ELECTRONORTE, Sobresalir dentro de la institución depende íntegramente de cada trabajador y sus objetivos o metas personales, las oportunidades se logran participando en concursos públicos de méritos que la institución lanza de manera recurrente en la página web de la institución , inclusive cuando se solicitan puestos laborales la institución informa a través de un comunicado a cada uno de los trabajadores vía correo institucional.

**7.- ¿Con qué frecuencia se reúne con los trabajadores para reforzar aspectos vinculados con el trabajo? ¿Cómo se coordinan las reuniones?**

Las reuniones son bastantes frecuentes inclusive podría decirle que diarias con la finalidad de absolver dudas y reforzar conocimientos sobre casuísticas un tanto complejas, las reuniones son coordinadas dentro de nuestro horario laboral en la misma oficina y algunas veces a través del grupo de WhatsApp que hemos creado en nuestra unidad.

**8.- ¿Toma en consideración las opiniones de los trabajadores para la implementación de solución de problemas en la unidad de atención al cliente?**

Claro, nosotros tratamos de ser una institución Horizontal, si bien es cierto existen puestos jerárquicos la comunicación entre jefe y colaborador es bastante fluida y se toma en cuenta la opinión de todos los colaboradores, además quien mejor que los trabajadores para proponer soluciones si son ellos quienes generalmente informan sobre las dificultades o trabas que tienen al realizar sus labores dentro de la unidad de atención al cliente.

**9.- ¿Cree que los trabajadores de la unidad de atención al cliente se sienten comprometido con la empresa? ¿Cómo lo demuestran?**

No me queda ninguna duda que están comprometidos con la institución, lo demuestran con el empeño que ponen a sus labores, la manera como trabajan en equipo y el excelente grupo humano que han formado, el clima laboral es excelente gracias a todos, esas son evidencias más que suficientes para estar seguro de su compromiso hacia la Unidad de Atención al Cliente-Cayalti.

**10.- ¿Cree usted que influye la motivación en el compromiso de los trabajadores de la unidad de atención al cliente? ¿Cómo lo percibe?**

Por supuesto, los trabajadores de la Unidad de Atención al cliente-Cayalti al estar motivados y reconocidos por su centro de labores y por mi persona percibo que realizan su trabajo con un mayor grado de compromiso y responsabilidad, eso lo demuestran con la manera tan prolija que atienden a los ciudadanos y siempre de la manera más amable y eficiente.

## **ANEXO 13: ENTREVISTA CON EL JEFE DE UNIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE DISTRITO DE PIMENTEL**

**1.- ¿Considera que la motivación en los trabajadores es muy importante en la organización? ¿Por qué y cómo la realizan?**

Si, la motivación en las instituciones públicas generalmente es vital porque a nosotros nos mueve el hecho de servir a los ciudadanos, yo siendo jefe de la unidad de atención al cliente de la sede Pimentel les doy a mis trabajadores el mejor trato posible procurando respeto y consideración hacia cada uno de ellos e implantándoles el deseo de servir de la mejor manera posible a los ciudadanos.

**2.- ¿Considera que el personal de la unidad de atención al cliente tiene un alto grado de responsabilidad en el logro de las metas?**

Si, todos conocemos y somos conscientes de las metas establecidas por la unidad de atención al cliente y el grado de responsabilidad e importancia que eso conlleva para la imagen de la institución que es Electronorte, en la sede Pimentel todos estamos comprometidos con lo antes mencionado y eso está demostrado en nuestros indicadores.

**3.- ¿La empresa brinda algún reconocimiento a los trabajadores cuando cumplen con los objetivos trazados en la unidad de atención al cliente? ¿De qué forma?**

Si, en realidad los objetivos se cumplen siempre hasta ahora no se ha tenido ninguna dificultad en ese sentido, por ello yo cada que tengo oportunidad les doy unas palabras de reconocimiento públicas para incentivarlos a seguir realizando tan sobresaliente labor y reconociendo su trabajo, inclusive se les extiende un reconocimiento vía correo institucional de mi parte y de parte de gerencia general.

**4.- ¿Durante el tiempo de trabajo, algunos de los trabajadores acuden constante a consultarle sobre el desarrollo de sus actividades en la unidad de atención al cliente?**

En realidad, se da muy pocas veces, ya que la información se las entregó de manera constante durante toda la jornada laboral para así continuar con una buena gestión y resolver problemas que se puedan dar de manera intempestiva.

**5.- ¿Considera que el sistema de control en la unidad de atención al cliente permite a los trabajadores mejorar sus competencias organizacionales en sus labores? ¿Cuáles son dichos sistemas de control?**

El Sistema de Control de Plazos (SCP) es muy importante para llevar un control de los procedimientos de cada uno de los tramites, pero sobre todo para no exceder los tiempos establecidos según ley.

**6.- ¿Los trabajadores tienen oportunidades de aprender y crecer profesionalmente en la empresa? ¿Cómo logran estas oportunidades?**

Si, todos los trabajadores tienen las mismas oportunidades de aprender y crecer dentro de la unidad de atención al cliente, yo como jefe les enseño cualquier cosa que desconozcan para realizar su trabajo eficientemente y estamos disponibles para absolver cualquier duda, y en cuanto a crecer profesionalmente se da a través de concurso público|de méritos que son publicados en el portal web de Electronorte.

**7.- ¿Con qué frecuencia se reúne con los trabajadores para reforzar aspectos vinculados con el trabajo? ¿Cómo se coordinan las reuniones?**

Se da de manera diaria dentro de nuestro centro de labores para resolver cualquier duda que tengan los trabajadores en cuanto a su gestión o problemas con los sistemas informáticos, además la retroalimentación frecuente y vital para nuestra unidad de atención al cliente, las reuniones se coordinan dentro de las oficinas y durante la jornada laboral.

**8.- ¿Toma en consideración las opiniones de los trabajadores para la implementación de solución de problemas en la unidad de atención al cliente?**

Por supuesto, las opiniones de los trabajadores para mejorar problemas o deficiencias dentro de la unidad de atención al cliente son en extremo importantes, muchas veces gracias a las propuestas de los trabajadores hemos logrado mejorar significativamente nuestra gestión y por tanto eso se ha visto reflejado en la satisfacción de los ciudadanos.

**9.- ¿Cree que los trabajadores del área de atención al cliente se sienten comprometido con la empresa? ¿Cómo lo demuestran?**

Sí, lo demuestran en lo humanos que son al atender a los ciudadanos y al gran desempeño que tienen en su trabajo, siempre están tratando de mejorar, siempre logran sus objetivos y metas, pero sobre todo siempre trabajamos en equipo y con plena convicción de servicio hacia los demás.

**10.- ¿Cree usted que influye la motivación en el compromiso de los colaboradores de la unidad de atención al cliente? ¿Cómo lo percibe?**

Sí, en nuestra unidad de atención al cliente sede Pimentel nuestros colaboradores están altamente comprometidos en dar un servicio de calidad a los ciudadanos y esto es producto de la motivación a la cual están afectos por parte de la institución y de mi persona, dándoles la importancia que se merecen y reconociendo lo importante que son para nosotros. Esta demás decirles que lo percibo en cada jornada de trabajo que tengo el agrado de compartir con ellos, en la eficiencia que demuestran en el desempeño de sus labores, pero sobre todo en su convicción de servicio.

## ANEXO 14: COEFICIENTE DE ALFA DE CRONBACH POR VARIABLES Y DIMENSIONES

*Tabla 25: Coeficiente de Alfa de Cronbach por Variables*

<b>Variables</b>	<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>N de Elementos</b>
Motivación	0.819	27
Compromiso Organizacional	0.816	27

*Fuente: Elaboración Propia*

*Tabla 36: Coeficiente de Alfa de Cronbach por Dimensiones de la Variable Motivación*

<b>Dimensiones</b>	<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>N de Elementos</b>
Necesidad del Logro	0.733	9
Necesidad del Poder	0.751	9
Necesidad de Afiliación	0.741	9

*Fuente: Elaboración Propia*

*Tabla 47: Coeficiente de Alfa de Cronbach por Dimensiones de la Variable Compromiso Organizacional*

<b>Dimensiones</b>	<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>N de Elementos</b>
Compromiso Afectivo	0.719	9
Compromiso Continuo	0.723	9
Compromiso Normativo	0.724	9

*Fuente: Elaboración Propia*

## ANEXO 15: TABLAS DE DISTRIBUCIÓN

*Tabla 18: Test de Kolmogorov-Smirnov*

<b>Var/Dim</b>	<b>Estadístico</b>	<b>g.l.</b>	<b>Sig.</b>	<b>Decisión</b>	<b>Interpretación</b>
Motivación	0.104	63	0.089	<b>Retener H0</b>	Se distribuye en forma normal
Necesidad del Logro	0.105	63	0.084	<b>Retener H0</b>	Se distribuye en forma normal
Necesidad del Poder	0.111	63	0.052	<b>Retener H0</b>	Se distribuye en forma normal
Necesidad de Afiliación	0.110	63	0.054	<b>Retener H0</b>	Se distribuye en forma normal
Compromiso Organizacional	0.083	63	> 0.20	<b>Retener H0</b>	Se distribuye en forma normal
Compromiso Afectivo	0.111	63	0.051	<b>Retener H0</b>	Se distribuye en forma normal
Compromiso Continuo	0.102	63	0.098	<b>Retener H0</b>	Se distribuye en forma normal
Compromiso Normativo	0.110	63	0.053	<b>Retener H0</b>	Se distribuye en forma normal

*Fuente: Elaboración Propia*

## ANEXO 16: TABLAS Y GRAFICOS DE BARRAS DE LA FRECUENCIA DE LOS REUSLTADOS OBTENIDOS

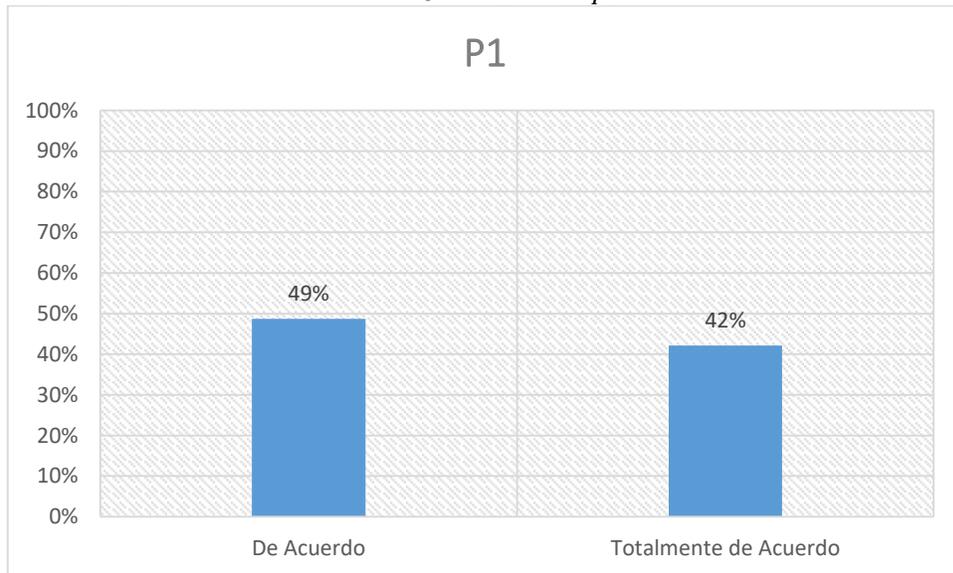
### Necesidad del Logro

*Tabla 59: Consecuencias de actividades realizadas en la empresa*  
**P1**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	De Acuerdo	41	54.00%	54.00%	54.00%
	Totalmente de Acuerdo	35	46.00%	46.00%	100.00%
<b>TOTAL</b>		<b>76</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 10:**  
*Consecuencias de actividades realizadas en la empresa*



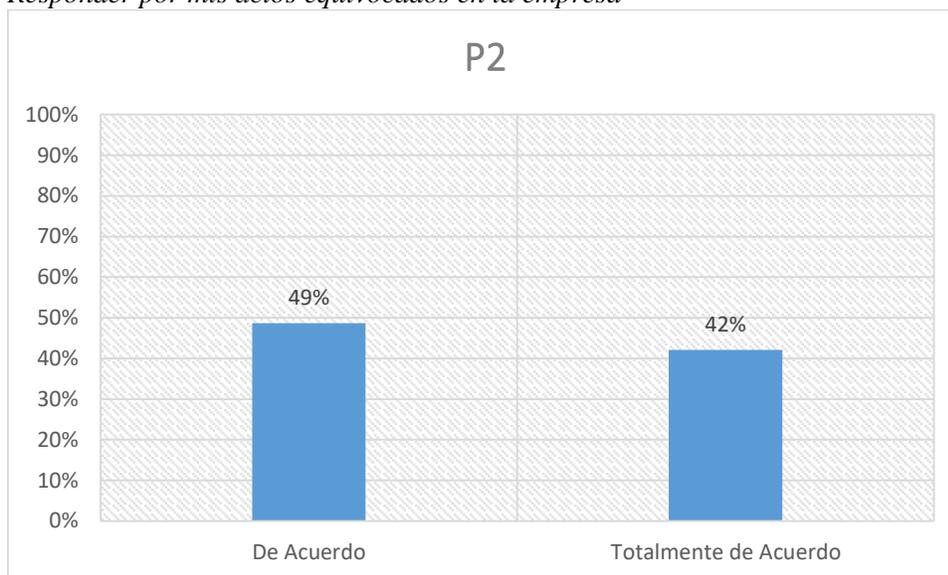
*Fuente: Elaboración Propia*

**Tabla 20: Responder por mis actos equivocados en la empresa**  
P2

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	De Acuerdo	43	57.00%	57.00%	57.00%
	Totalmente de Acuerdo	33	43.00%	43.00%	100.00%
	<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 11:**  
Responder por mis actos equivocados en la empresa



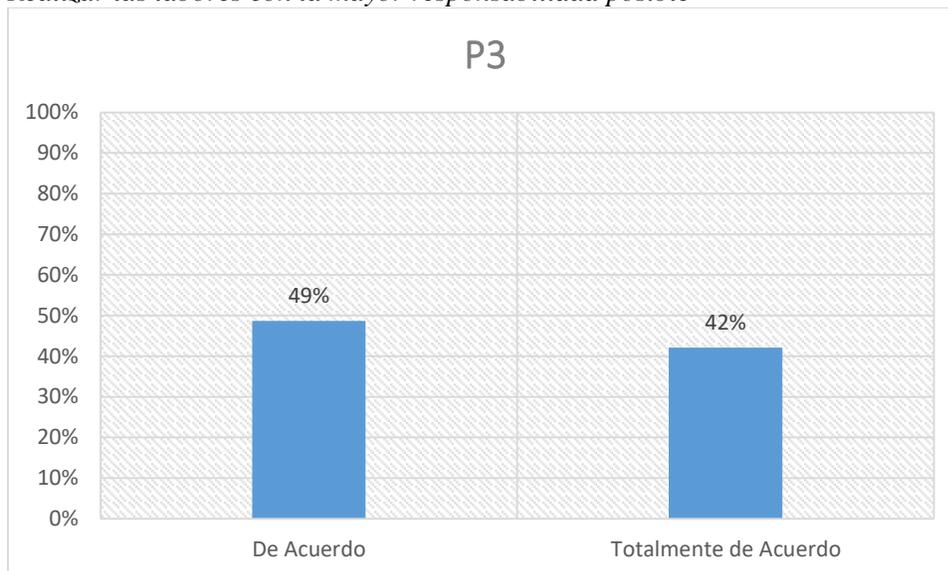
*Fuente: Elaboración Propia*

**Tabla 26:** Realizar las labores con la mayor responsabilidad posible  
P3

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	De Acuerdo	49	64.00%	64.00%	64.00%
	Totalmente de Acuerdo	27	36.00%	36.00%	100.00%
	<b>TOTAL</b>	<b>63</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

**Fuente:** Elaboración Propia

**Figura 12:**  
Realizar las labores con la mayor responsabilidad posible



**Fuente:** Elaboración Propia

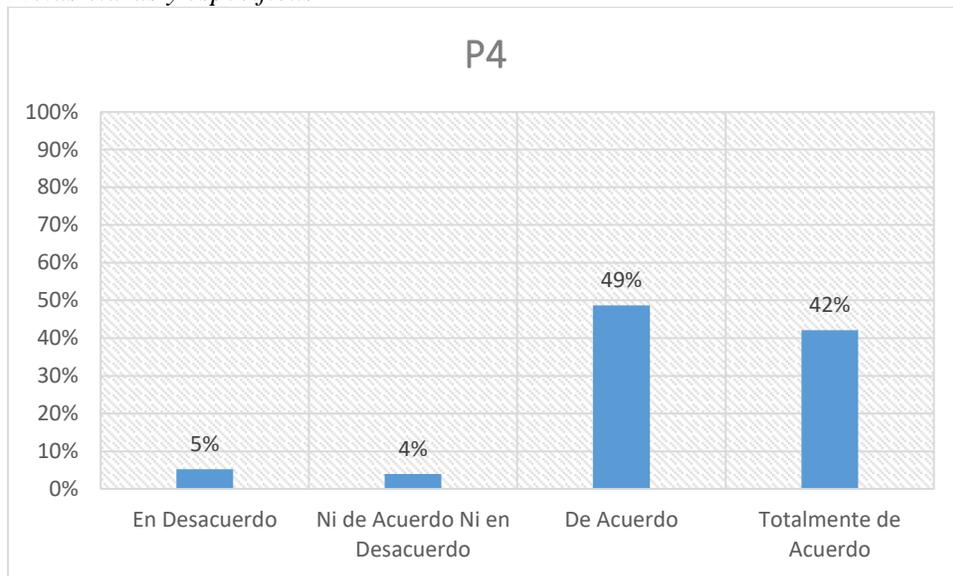
**Tabla 22: Metas claras y específicas**

**P4**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	11	14.00%	14.00%	14.00%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	13	17.00%	17.00%	32.00%
	De Acuerdo	30	39.00%	39.00%	71.00%
	Totalmente de Acuerdo	22	29.00%	29.00%	100.00%
<b>TOTAL</b>		<b>76</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

**Fuente: Elaboración Propia**

**Figura 13:**  
*Metas claras y específicas*



**Fuente: Elaboración Propia**

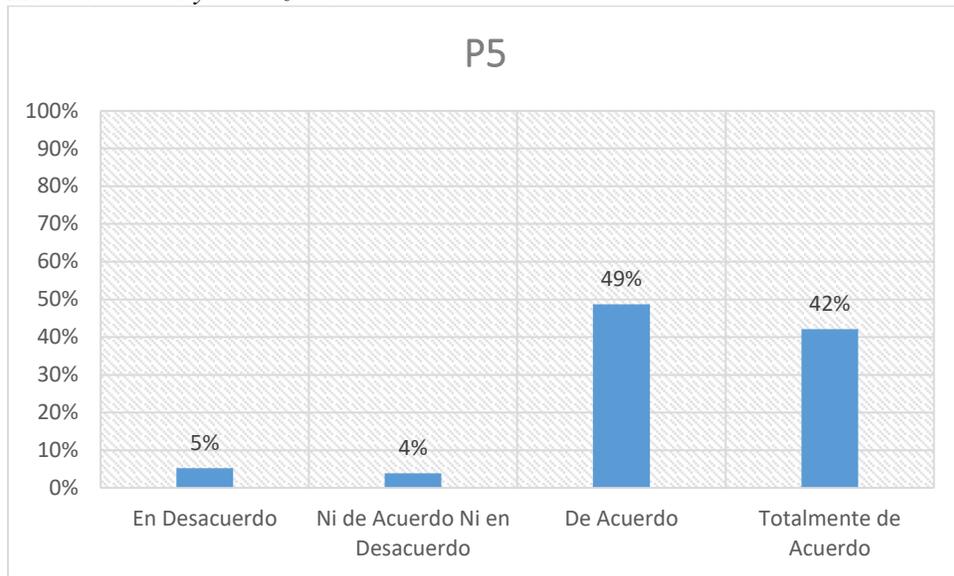
**Tabla 73: Metas realistas y alcanzables**

**P5**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	13	17.00%	17.00%	17.00%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	6	8.00%	8.00%	25.00%
	De Acuerdo	26	34.00%	34.00%	59.00%
	Totalmente de Acuerdo	31	41.00%	41.00%	100.00%
<b>TOTAL</b>		<b>76</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

**Fuente: Elaboración Propia**

**Figura 14:**  
Metas realistas y alcanzables



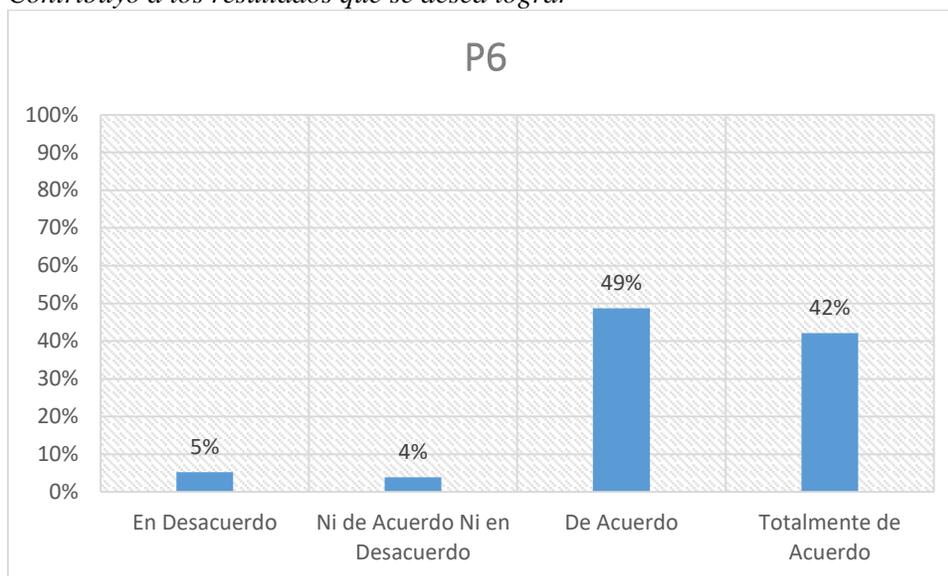
*Fuente: Elaboración Propia*

**Tabla 84:** Contribuyo a los resultados que se desea  
P6

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	1	8.00%	8.00%	8.00%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	1	11.00%	11.00%	18.00%
	De Acuerdo	41	55.00%	55.00%	74.00%
	Totalmente de Acuerdo	20	26.00%	26.00%	100.00%
<b>TOTAL</b>		<b>76</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 15:**  
Contribuyo a los resultados que se desea lograr



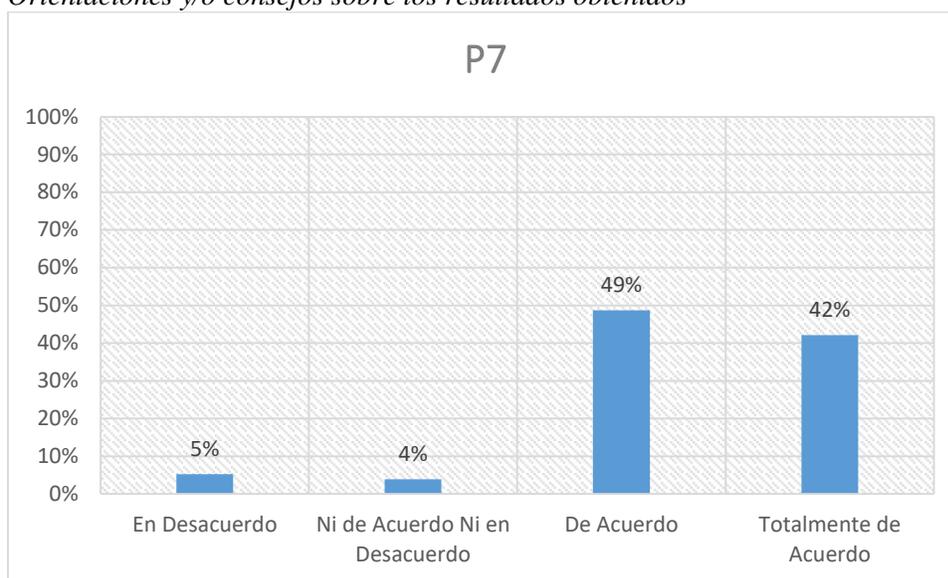
*Fuente: Elaboración Propia*

**Tabla 95: Orientaciones y/o consejos sobre los resultados obtenidos**  
P7

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	5	7.00%	7.00%	7.00%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	7	9.00%	9.00%	16.00%
	De Acuerdo	43	57.00%	57.00%	72.00%
	Totalmente de Acuerdo	21	28.00%	28.00%	100%
<b>TOTAL</b>		<b>76</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 16:**  
Orientaciones y/o consejos sobre los resultados obtenidos



*Fuente: Elaboración Propia*

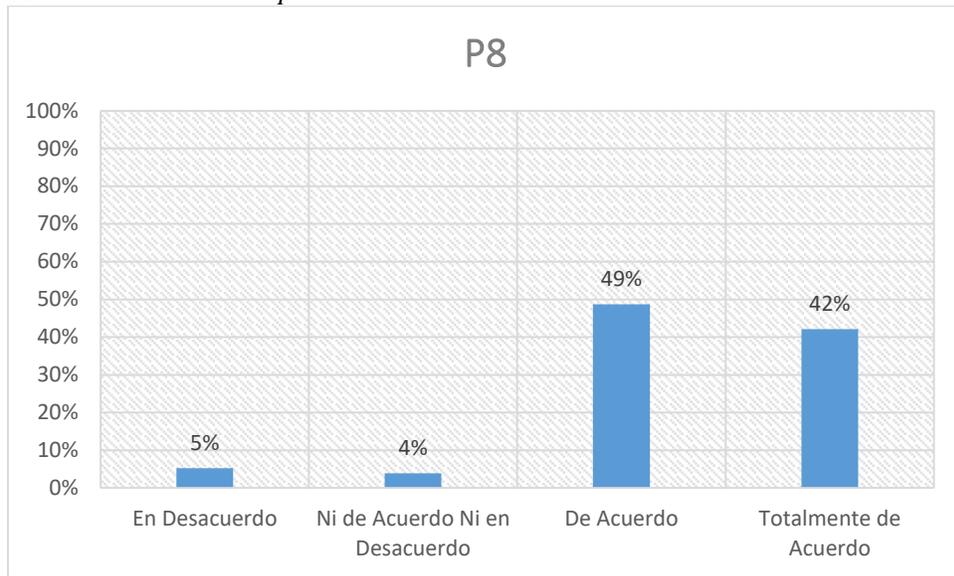
**Tabla 106:** Se toma en cuenta mi opinión

**P8**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	3	4.00%	4.00%	4.00%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	6	8.00%	8.00%	12.00%
	De Acuerdo	29	38.00%	38.00%	50.00%
	Totalmente de Acuerdo	38	50.00%	50.00%	100%
<b>TOTAL</b>		<b>76</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 17:**  
Se toma en cuenta mi opinión



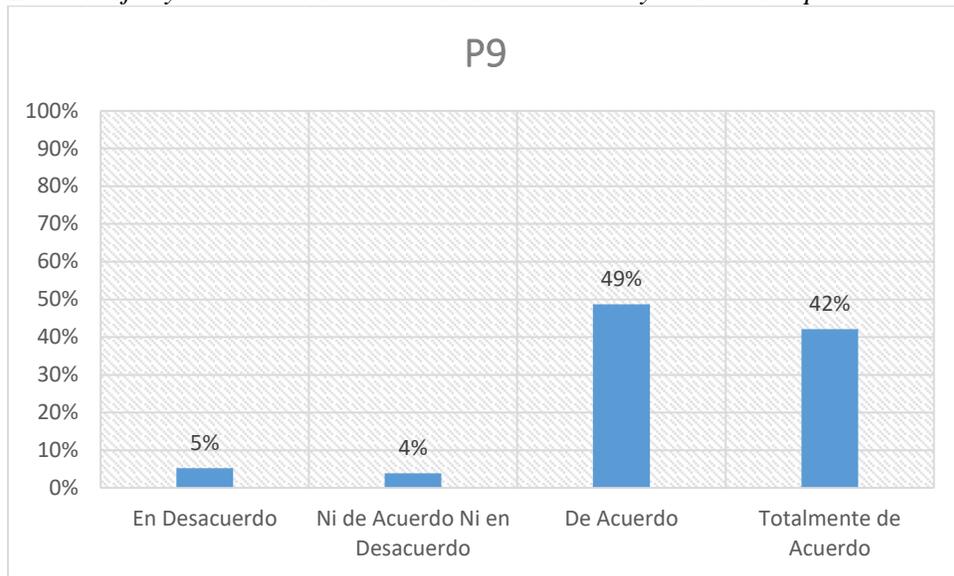
**Fuente:** Elaboración Propia

**Tabla 117:** Los consejos y/o retroalimentación recibidos contribuye a mi desempeño  
P9

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	3	4.00%	4.00%	4.00%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	5	7.00%	7.00%	11.00%
	De Acuerdo	34	45.00%	45.00%	55.00%
	Totalmente de Acuerdo	34	45.00%	45.00%	100.00%
<b>TOTAL</b>		<b>76</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

**Fuente:** Elaboración Propia

**Figura 18:**  
*Los consejos y/o retroalimentación recibidos contribuye a mi desempeño*



*Fuente: Elaboración Propia*

### **Compromiso Afectivo**

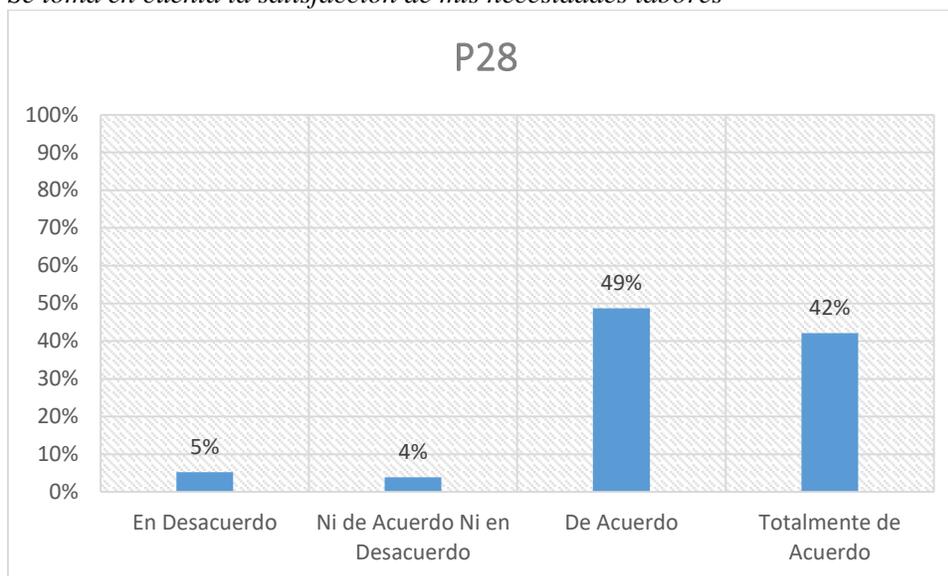
**Tabla 128:** *Se toma en cuenta la satisfacción de mis necesidades labores*  
**P28**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	9	12.00%	12.00%	12.00%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	13	17.00%	17.00%	29.00%
	De Acuerdo	29	38.00%	38.00%	67.00%
	Totalmente de Acuerdo	25	33.00%	33.00%	100.00%
	<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 19:**

*Se toma en cuenta la satisfacción de mis necesidades labores*



*Fuente: Elaboración Propia*

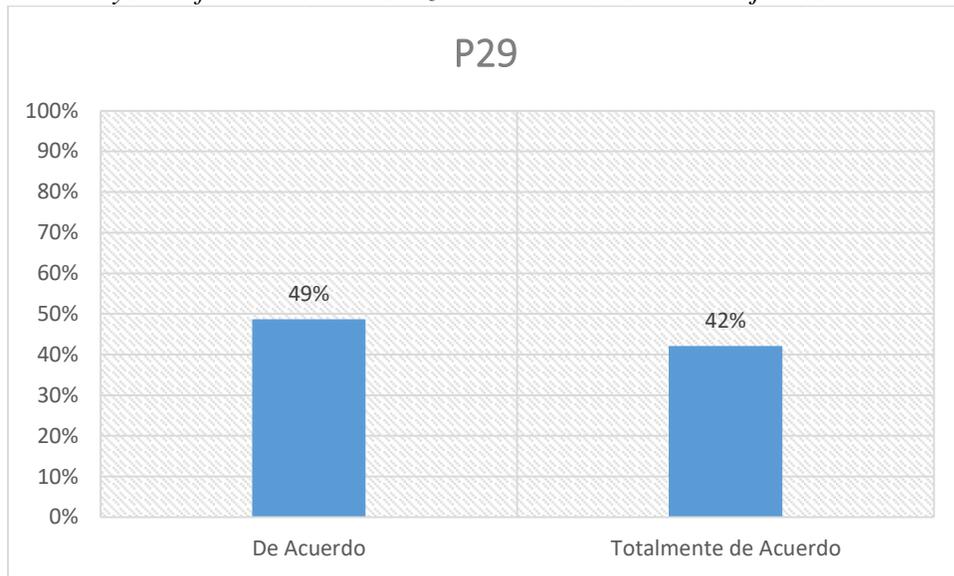
**Tabla 139:** *Contribuye a la formación de los lazos emocionales entre trabajadores*

**P29**

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje Valido</b>	<b>Porcentaje Acumulado</b>
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	De Acuerdo	28	37.00%	37.00%	37.00%
	Totalmente de Acuerdo	48	63.00%	63.00%	100.00%
<b>TOTAL</b>		<b>63</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 20:**  
*Contribuye a la formación de los lazos emocionales entre trabajadores*



*Fuente: Elaboración Propia*

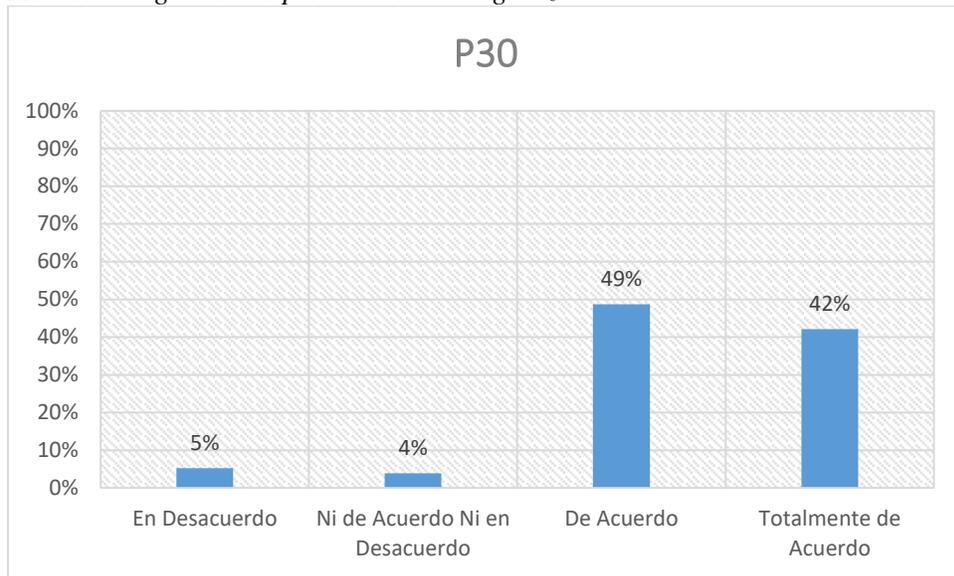
**Tabla 3014:** *Me siento orgulloso de pertenecer a la organización*

**P30**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	3	4.00%	4.00%	4.00%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	5	7.00%	7.00%	11.00%
	De Acuerdo	37	49.00%	49.00%	59.00%
	Totalmente de Acuerdo	31	41.00%	41.00%	100.00%
<b>TOTAL</b>		<b>76</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 21:**  
*Me siento orgulloso de pertenecer a la organización*



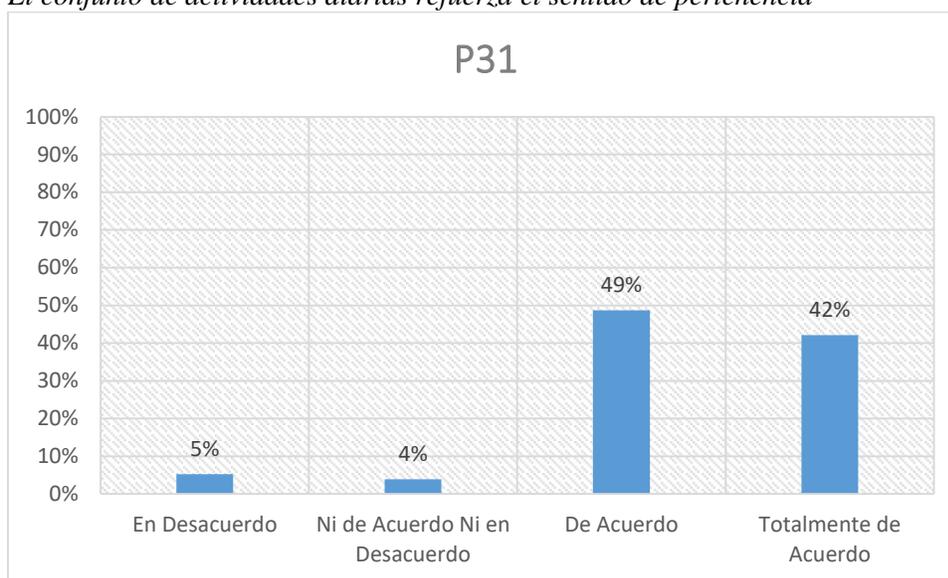
**Fuente:** *Elaboración Propia*

**Tabla 31:** *El conjunto de actividades diarias refuerza el sentido de pertenencia*  
**P31**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	6	8.00%	8.00%	8.00%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	10	13.00%	13.00%	21.00%
	De Acuerdo	36	47.00%	47.00%	68.00%
	Totalmente de Acuerdo	24	32.00%	32.00%	100.00%
<b>TOTAL</b>		<b>63</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

**Fuente:** *Elaboración Propia*

**Figura 22:**  
El conjunto de actividades diarias refuerza el sentido de pertenencia



**Fuente:** Elaboración Propia

**Tabla 3215:** Promover a través de las actividades diarias la integración de los trabajadores

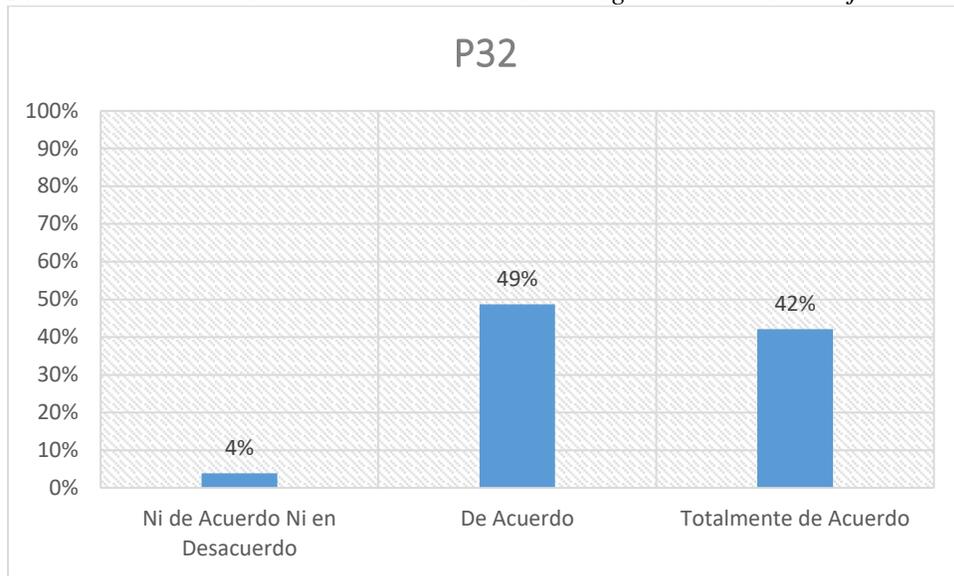
**P32**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	4	5.00%	5.00%	5.00%
	De Acuerdo	43	57.00%	57.00%	62.00%
	Totalmente de Acuerdo	29	38.00%	38.00%	100.00%
<b>TOTAL</b>		<b>76</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

**Fuente:** Elaboración Propia

**Figura 23:**

*Promover a través de las actividades diarias la integración de los trabajadores*



**Fuente:** *Elaboración Propia*

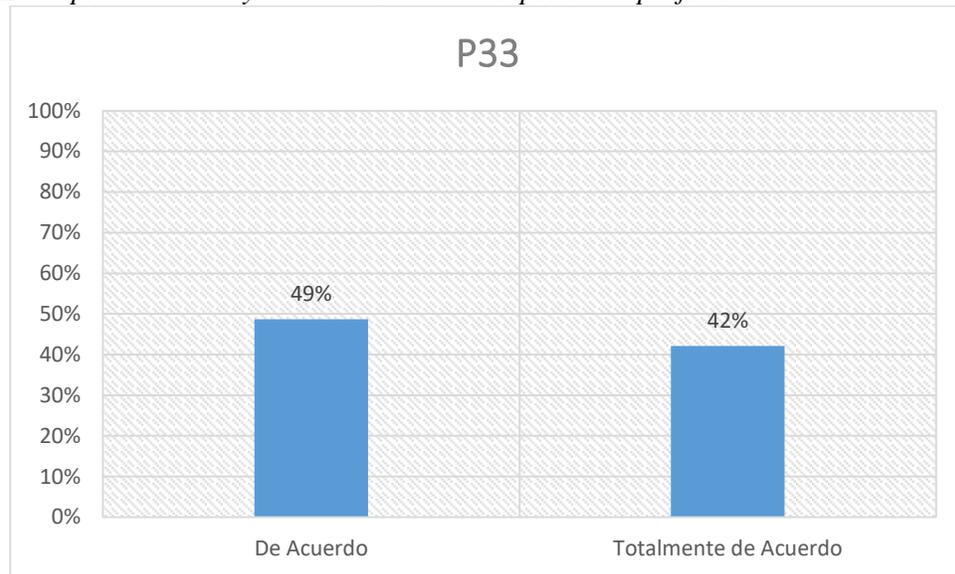
**Tabla 163:** *La empresa contribuyen a tener una buena experiencia profesional*

**P33**

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje Valido</b>	<b>Porcentaje Acumulado</b>
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	De Acuerdo	46	61.00%	61.00%	61.00%
	Totalmente de Acuerdo	30	39.00%	39.00%	100.00%
	<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

**Fuente:** *Elaboración Propia*

**Figura 24:**  
*La empresa contribuye a tener una buena experiencia profesional*



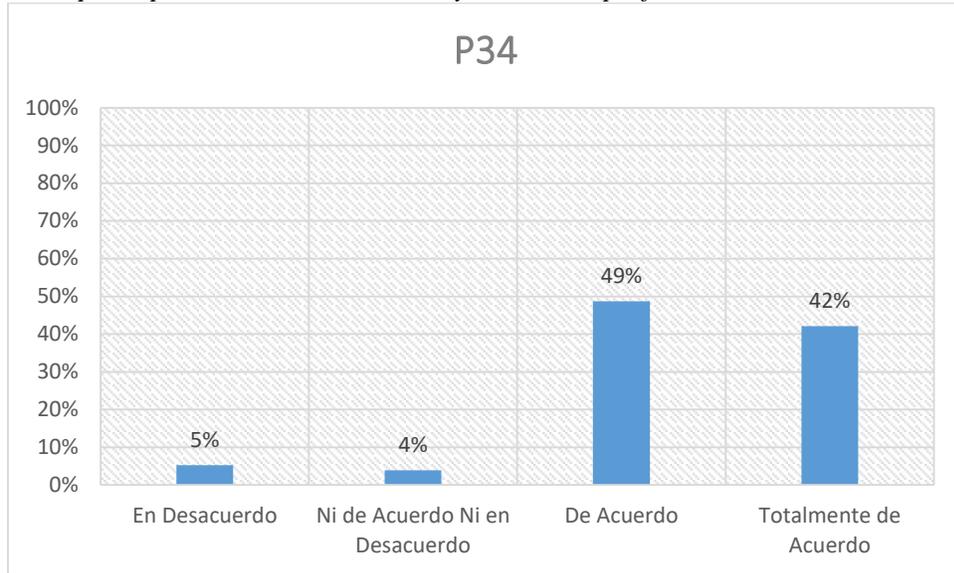
**Fuente:** *Elaboración Propia*

**Tabla 174:** *La empresa promueve mi crecimiento y desarrollo profesional*  
**P34**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	7	9.00%	9.00%	9.00%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	10	13.00%	13.00%	22.00%
	De Acuerdo	30	39.00%	39.00%	62.00%
	Totalmente de Acuerdo	29	38.00%	38.00%	100.00%
	<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

**Fuente:** *Elaboración Propia*

**Figura 25:**  
*La empresa promueve mi crecimiento y desarrollo profesional*



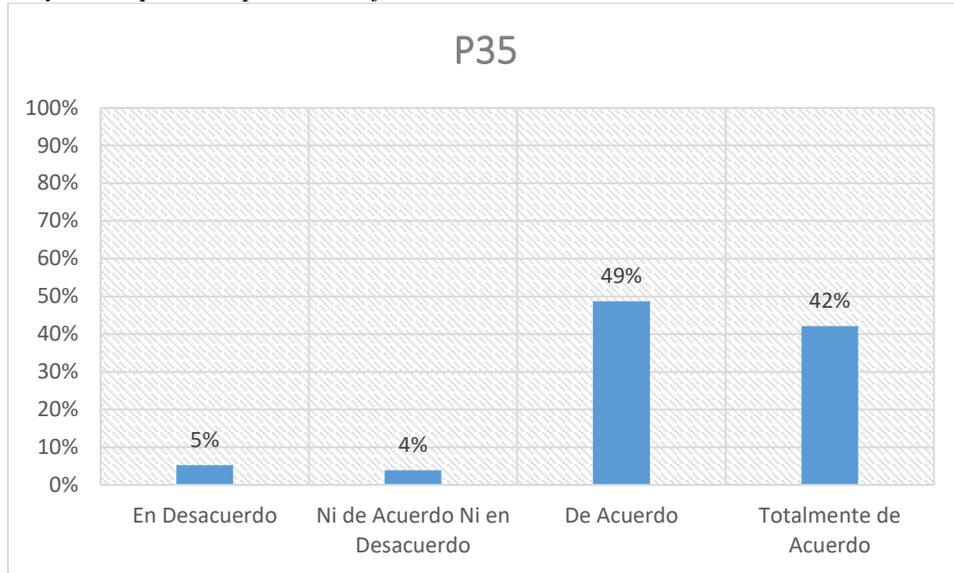
**Fuente:** *Elaboración Propia*

**Tabla 185:** *Mayor compromiso por la satisfacción de las necesidades laborales*  
**P35**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	6	8.00%	8.00%	8.00%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	11	14.00%	14.00%	22.00%
	De Acuerdo	35	46.00%	46.00%	68.00%
	Totalmente de Acuerdo	24	32.00%	32.00%	100.00%
<b>TOTAL</b>		<b>76</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

**Fuente:** *Elaboración Propia*

**Figura 26:**  
**Mayor compromiso por la satisfacción de las necesidades laborales**



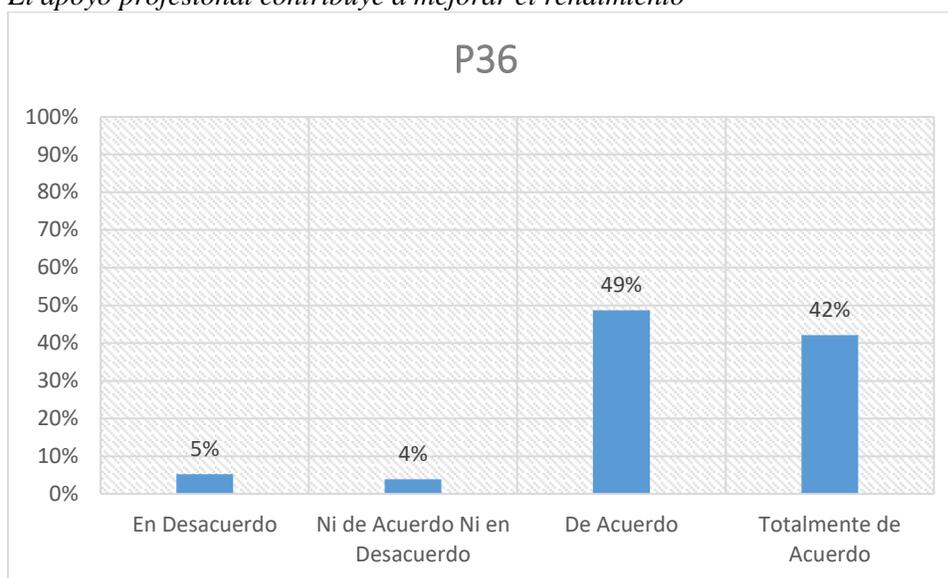
**Fuente:** *Elaboración Propia*

**Tabla 196:** *El apoyo profesional contribuye a mejorar el rendimiento*  
**P36**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	4	5.00%	5.00%	5.00%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	3	4.00%	4.00%	9.00%
	De Acuerdo	37	49.00%	49.00%	58.00%
	Totalmente de Acuerdo	32	42.00%	42.00%	100.00%
<b>TOTAL</b>		<b>76</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

**Fuente:** *Elaboración Propia*

**Figura 27:**  
El apoyo profesional contribuye a mejorar el rendimiento



*Fuente: Elaboración Propia*

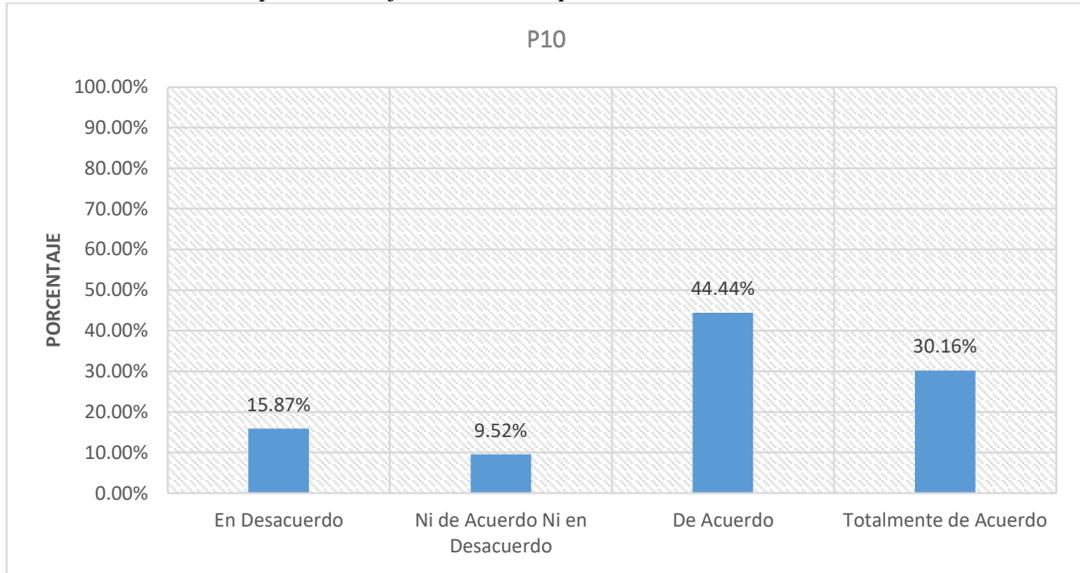
### Necesidad del Poder

**Tabla 207:** El sistema de control permite mejorar el desempeño  
**P10**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	10	15.87%	15.87%	15.87%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	6	9.52%	9.52%	25.40%
	De Acuerdo	28	44.44%	44.44%	69.84%
	Totalmente de Acuerdo	19	30.16%	30.16%	100.00%
	<b>TOTAL</b>	<b>63</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 28:**  
El sistema de control permite mejorar el desempeño



*Fuente: Elaboración Propia*

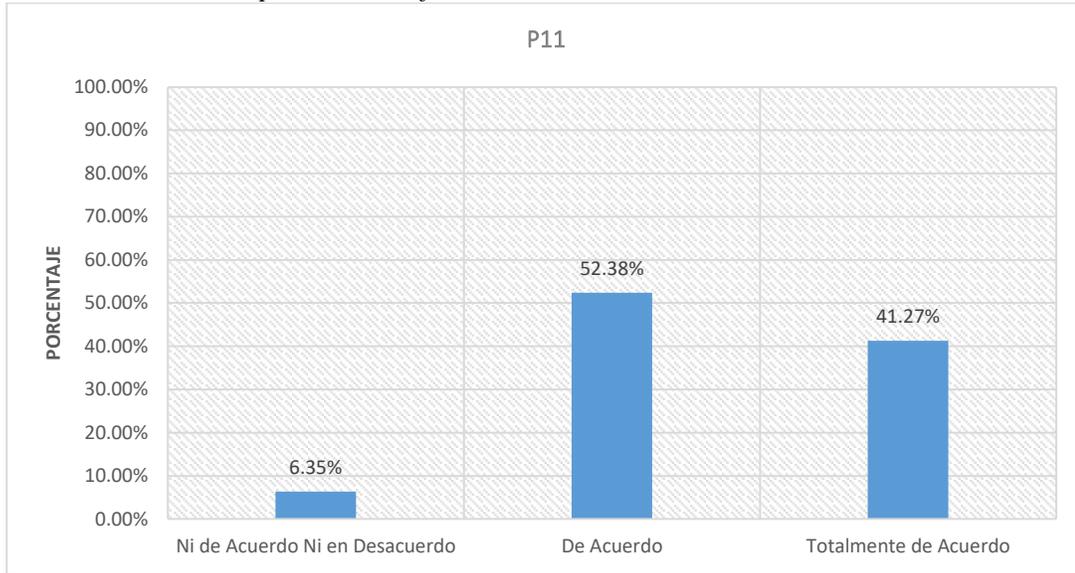
**Tabla 218:** El sistema de control permite identificar las desviaciones de las actividades  
**P11**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	4	6.35%	6.35%	6.35%
	De Acuerdo	33	52.38%	52.38%	58.73%
	Totalmente de Acuerdo	26	41.27%	41.27%	100.00%
<b>TOTAL</b>		<b>63</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 29:**

*El sistema de control permite identificar las desviaciones de las actividades*



*Fuente: Elaboración Propia*

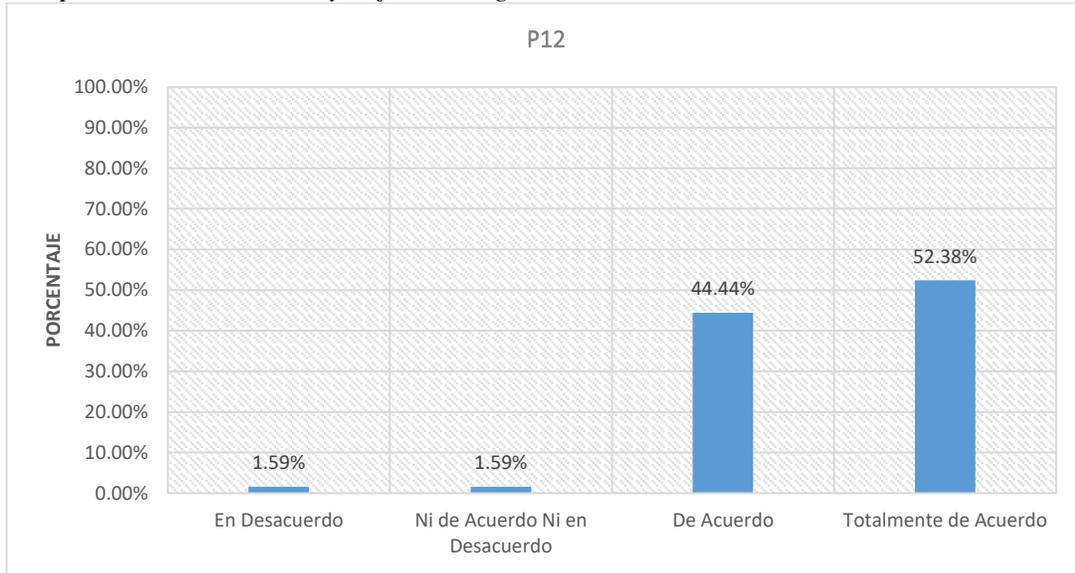
**Tabla 229: Cumplimiento de las metas y objetivos es gracias al sistema de control**

**P12**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	1	1.59%	1.59%	1.59%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	1	1.59%	1.59%	3.17%
	De Acuerdo	29	46.03%	46.03%	49.21%
	Totalmente de Acuerdo	32	50.79%	50.79%	100.00%
<b>TOTAL</b>		<b>63</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 30:**  
Cumplimiento de las metas y objetivos es gracias al sistema de control



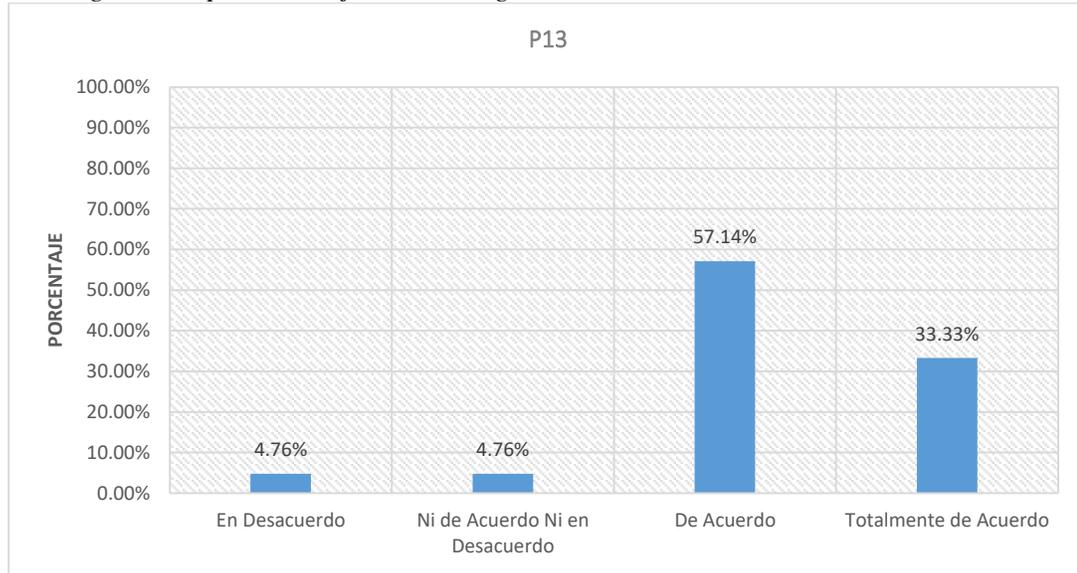
*Fuente: Elaboración Propia*

**Tabla 4023:** La imagen del superior encaja con su cargo  
P13

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	3	4.76%	4.76%	4.76%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	3	4.76%	4.76%	9.52%
	De Acuerdo	36	57.14%	57.14%	66.67%
	Totalmente de Acuerdo	21	33.33%	33.33%	100.00%
<b>TOTAL</b>		<b>63</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 31:**  
*La imagen del superior encaja con su cargo*



*Fuente: Elaboración Propia*

**Tabla 4124:** *El jefe es un líder que contribuye al desarrollo de las actividades*  
**P14**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	1	1.59%	1.59%	1.59%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	1	1.59%	1.59%	3.17%
	De Acuerdo	35	55.56%	55.56%	58.73%
	Totalmente de Acuerdo	26	41.27%	41.27%	100.00%
<b>TOTAL</b>		<b>63</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 32:**  
*El jefe es un líder que contribuye al desarrollo de las actividades*



*Fuente: Elaboración Propia*

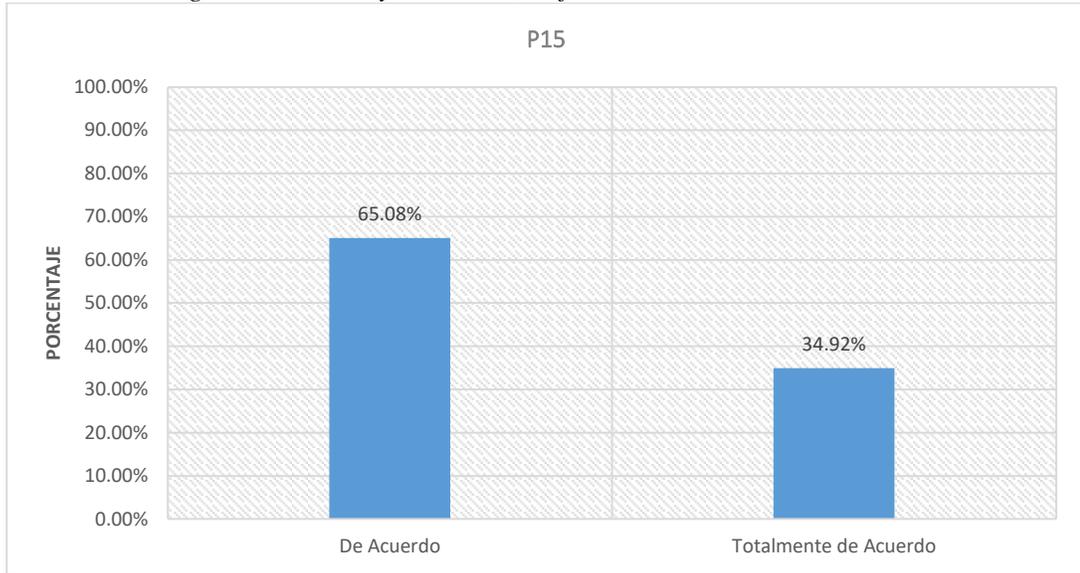
**Tabla 252:** *Las ordenes asignadas contribuyen a realizar eficientemente las labores*  
**P15**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	De Acuerdo	41	65.08%	65.08%	65.08%
	Totalmente de Acuerdo	22	34.92%	34.92%	100.00%
<b>TOTAL</b>		<b>63</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 33:**

*Las ordenes asignadas contribuyen a realizar eficientemente las labores*



*Fuente: Elaboración Propia*

**Tabla 263:** *Reúno el conocimiento, habilidades y actitudes necesarias para el puesto*

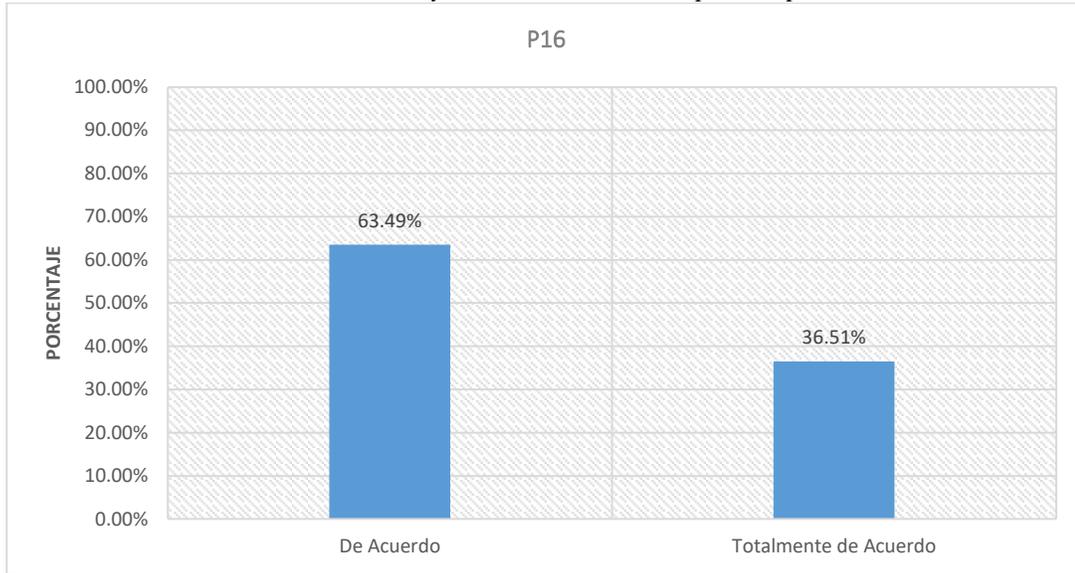
**P16**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	De Acuerdo	40	63.49%	63.49%	63.49%
	Totalmente de Acuerdo	23	36.51%	36.51%	100.00%
<b>TOTAL</b>		<b>63</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 34:**

*Reúno el conocimiento, habilidades y actitudes necesarias para el puesto*



*Fuente: Elaboración Propia*

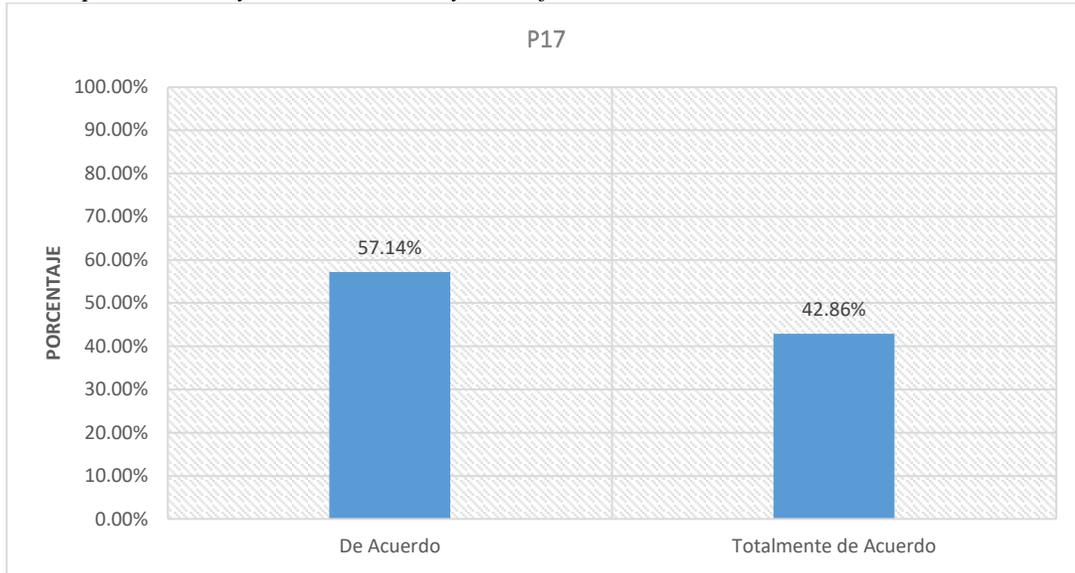
**Tabla 274:** *Las capacitaciones y talleres contribuye al efectivo desarrollo de las actividades*  
**P17**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	De Acuerdo	36	57.14%	57.14%	57.14%
	Totalmente de Acuerdo	27	42.86%	42.86%	100.00%
<b>TOTAL</b>		<b>63</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 35:**

*Las capacitaciones y talleres contribuyen al efectivo desarrollo de las actividades*



*Fuente: Elaboración Propia*

**Tabla 285:** *Las competencias profesionales son determinantes para un buen desempeño*

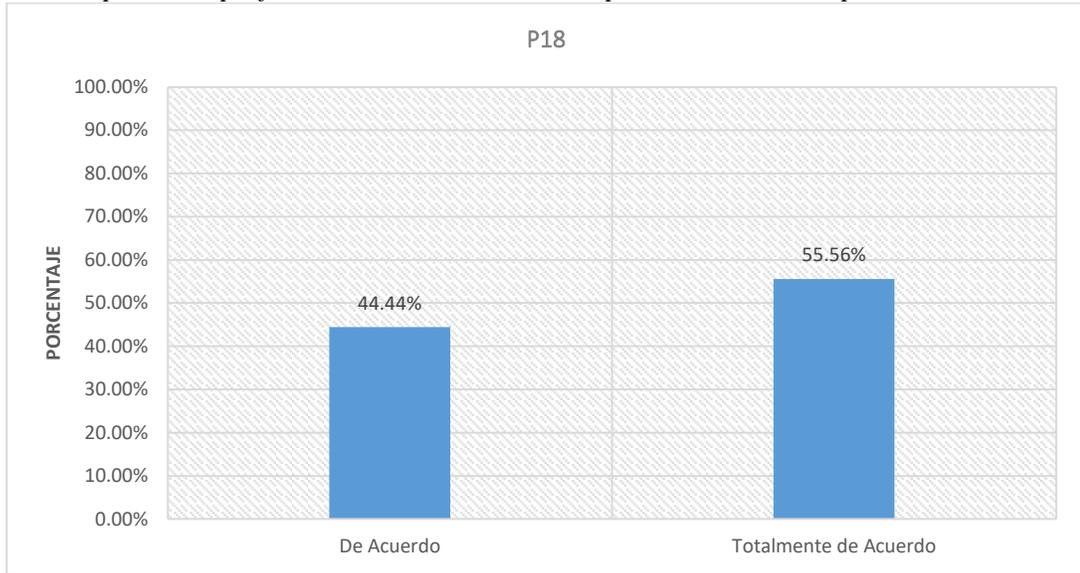
**P18**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	De Acuerdo	28	44.44%	44.44%	44.44%
	Totalmente de Acuerdo	35	55.56%	55.56%	100.00%
<b>TOTAL</b>		<b>63</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 36:**

*Las competencias profesionales son determinantes para un buen desempeño*



*Fuente: Elaboración Propia*

### **Compromiso Continuo**

**Tabla 296:** *La permanencia en la organización es por necesidad económica y no de deseo*  
**P37**

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje Valido</b>	<b>Porcentaje Acumulado</b>
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	3	4.76%	4.76%	4.76%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	23	36.51%	36.51%	41.27%
	De Acuerdo	30	47.62%	47.62%	88.89%
	Totalmente de Acuerdo	7	11.11%	11.11%	100.00%
<b>TOTAL</b>		<b>63</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 37:**  
*La permanencia en la organización es por necesidad económica y no de deseo*



*Fuente: Elaboración Propia*

**Tabla 307:** *La permanencia en la organización es por la necesidad de tener un trabajo fijo*

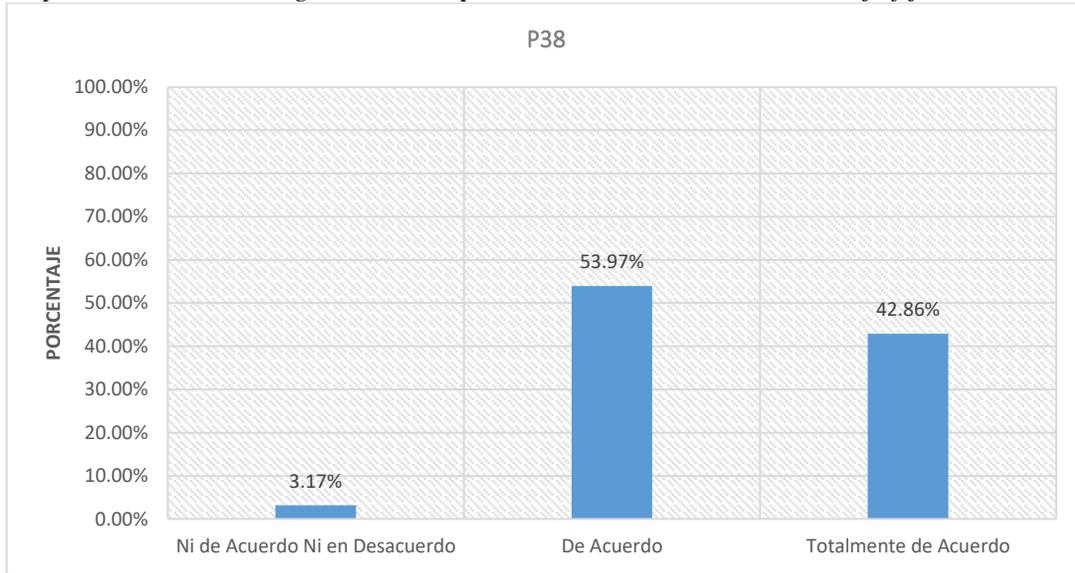
**P38**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	2	3.17%	3.17%	3.17%
	De Acuerdo	34	53.97%	53.97%	57.14%
	Totalmente de Acuerdo	27	42.86%	42.86%	100.00%
<b>TOTAL</b>		<b>63</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 38:**

*La permanencia en la organización es por la necesidad de tener un trabajo fijo*



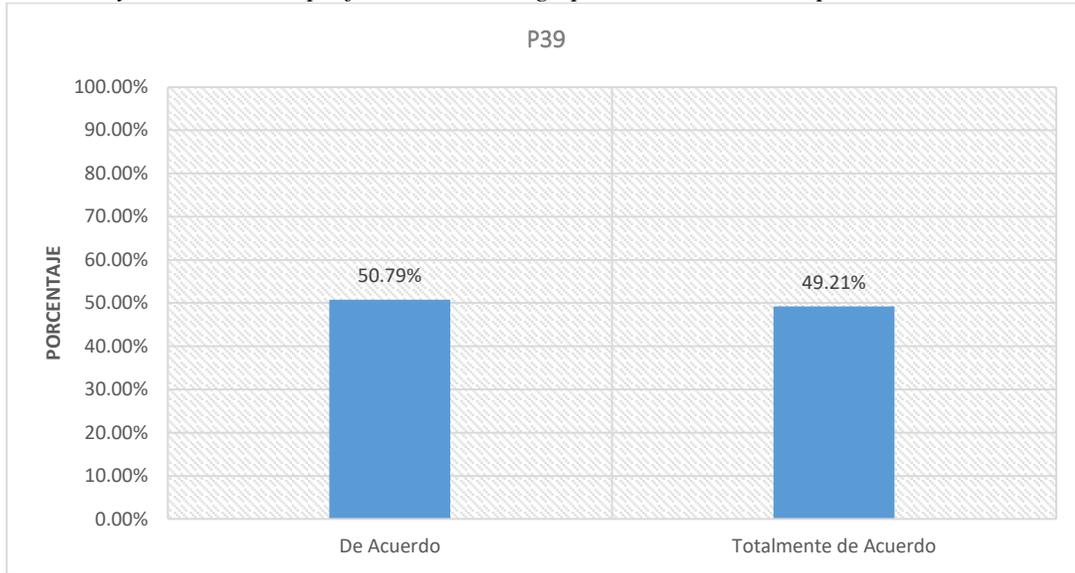
*Fuente: Elaboración Propia*

**Tabla 318: Tener mayor crecimiento profesional me obliga permanecer en la empresa**  
**P39**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	De Acuerdo	32	50.79%	50.79%	50.79%
	Totalmente de Acuerdo	31	49.21%	49.21%	100.00%
	<b>TOTAL</b>	<b>63</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 39:**  
*Tener mayor crecimiento profesional me obliga permanecer en la empresa*



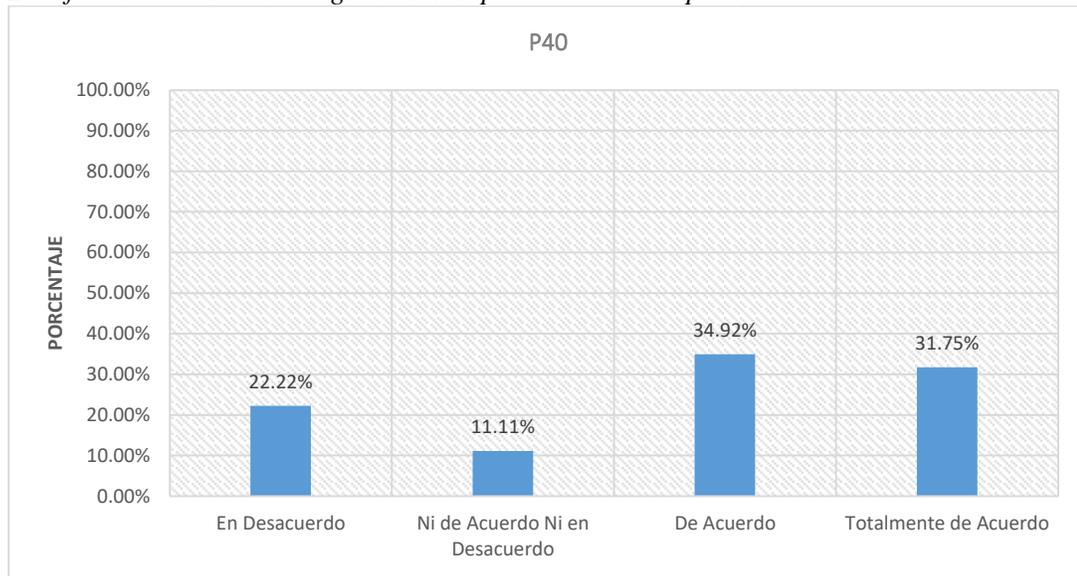
*Fuente: Elaboración Propia*

**Tabla 329: Beneficios económicos otorgados son superiores a la competencia**  
**P40**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	14	22.22%	22.22%	22.22%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	7	11.11%	11.11%	33.33%
	De Acuerdo	22	34.92%	34.92%	68.25%
	Totalmente de Acuerdo	20	31.75%	31.75%	100.00%
	<b>TOTAL</b>	<b>63</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 40:**  
Beneficios económicos otorgados son superiores a la competencia



*Fuente: Elaboración Propia*

**Tabla 5033:** La experiencia y conocimientos adquiridos me permite postular a otras entidades

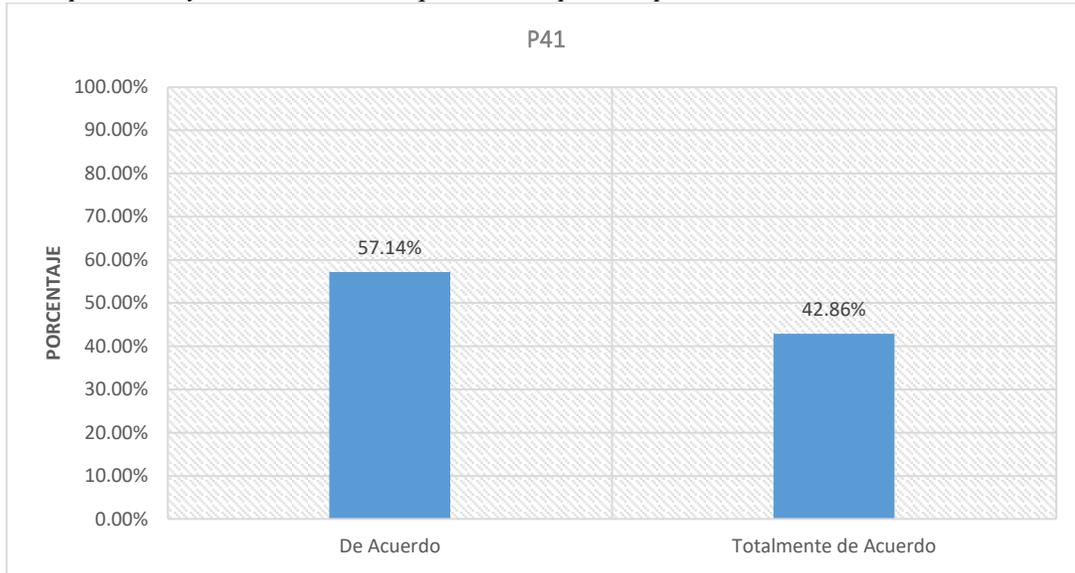
**P41**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	De Acuerdo	36	57.14%	57.14%	57.14%
	Totalmente de Acuerdo	27	42.86%	42.86%	100.00%
<b>TOTAL</b>		<b>63</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 41:**

*La experiencia y conocimientos adquiridos me permite postular a otras entidades*



*Fuente: Elaboración propia*

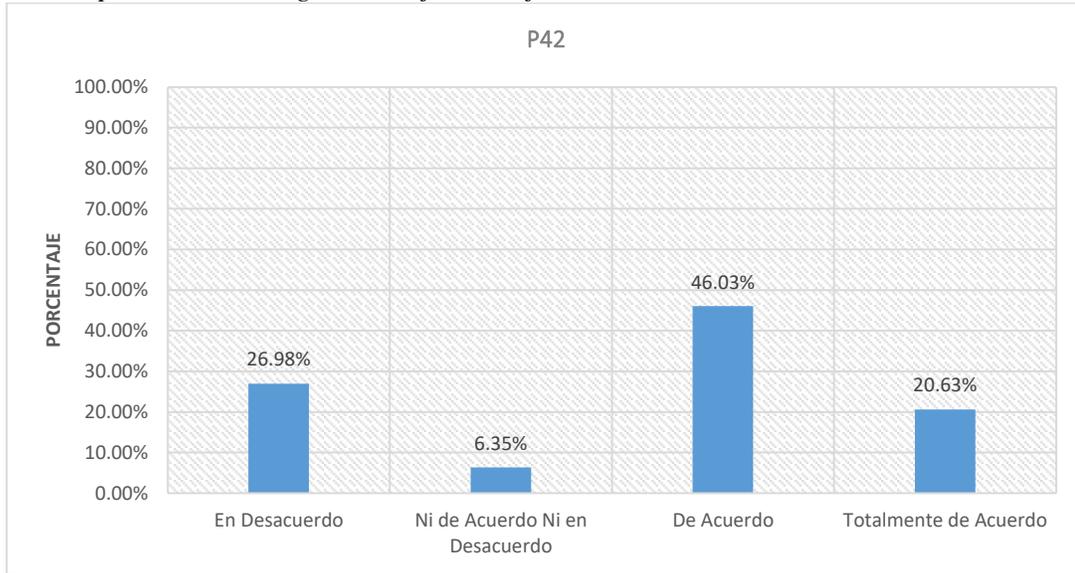
**Tabla 51: Pocas opciones de conseguir un mejor trabajo**

**P42**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	17	26.98%	26.98%	26.98%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	4	6.35%	6.35%	33.33%
	De Acuerdo	29	46.03%	46.03%	79.37%
	Totalmente de Acuerdo	13	20.63%	20.63%	100.00%
<b>TOTAL</b>		<b>63</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 42:**  
*Pocas opciones de conseguir un mejor trabajo*



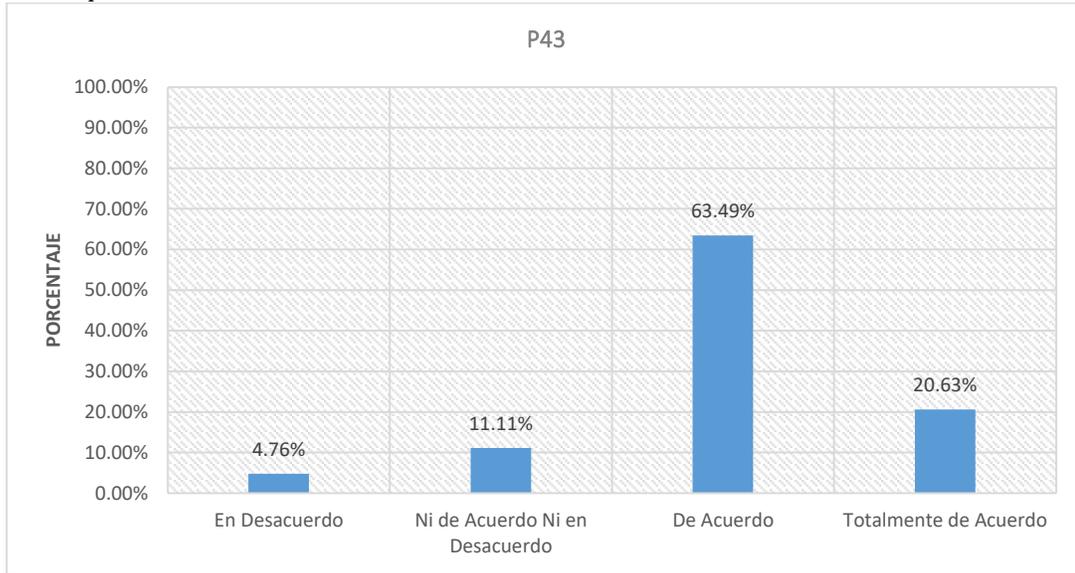
**Fuente:** *Elaboración Propia*

**Tabla 342:** *El tiempo dedicado me ha dado buenos resultados*  
**P43**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	3	4.76%	4.76%	4.76%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	7	11.11%	11.11%	15.87%
	De Acuerdo	40	63.49%	63.49%	79.37%
	Totalmente de Acuerdo	13	20.63%	20.63%	100.00%
<b>TOTAL</b>		<b>63</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

**Fuente:** *Elaboración Propia*

**Figura 43:**  
*El tiempo dedicado me ha dado buenos resultados*



*Fuente: Elaboración Propia*

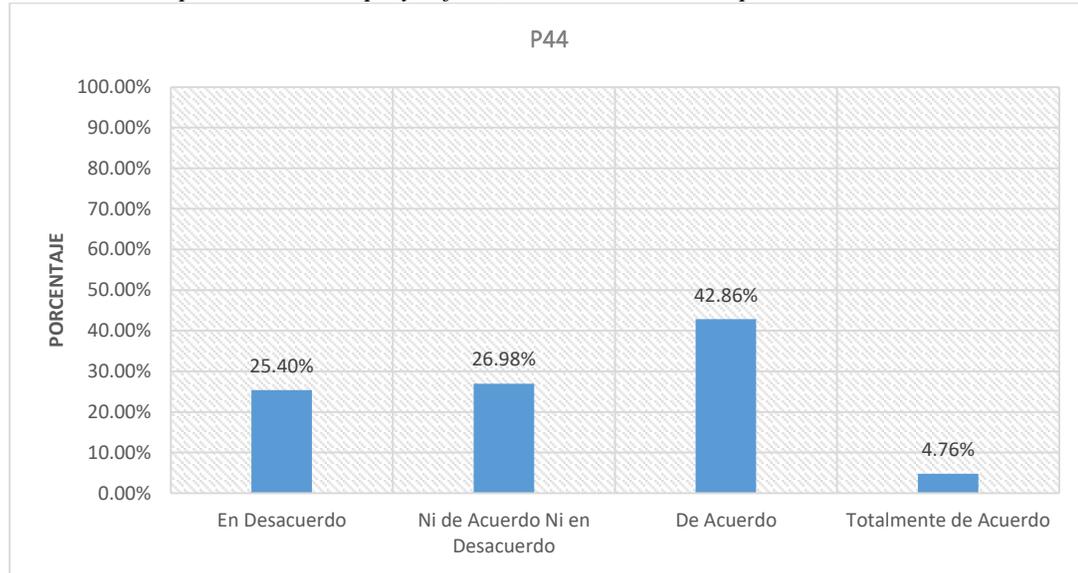
**Tabla 353:** *Si continuo es por todo el tiempo y esfuerzo dedicado en la empresa*  
**P44**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	16	25.40%	25.40%	25.40%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	17	26.98%	26.98%	52.38%
	De Acuerdo	27	42.86%	42.86%	95.24%
	Totalmente de Acuerdo	3	4.76%	4.76%	100.00%
<b>TOTAL</b>		<b>63</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 44:**

*Si continuo es por todo el tiempo y esfuerzo dedicado en la empresa*



*Fuente: Elaboración Propia*

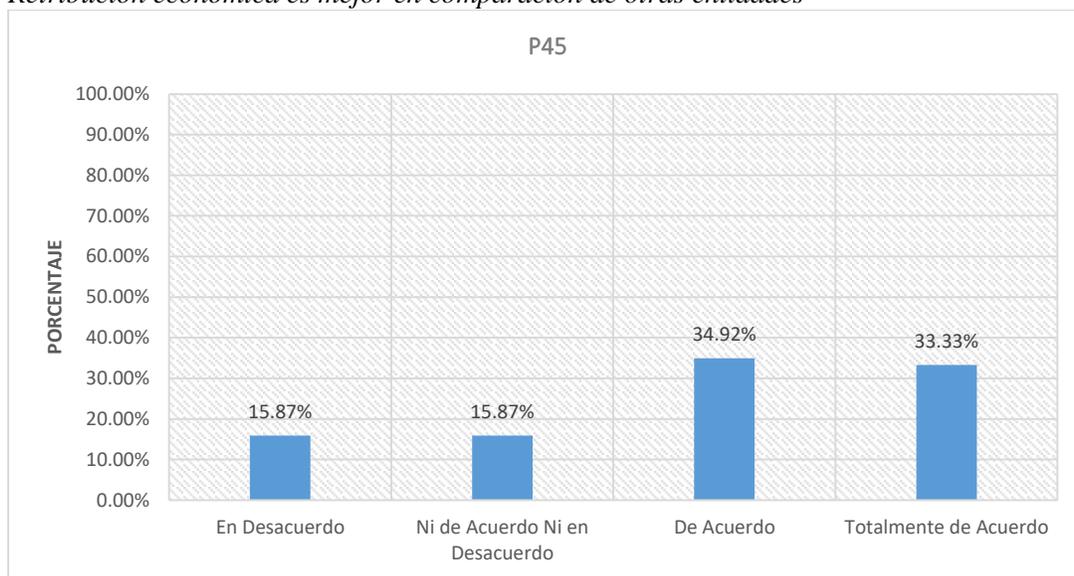
**Tabla 364:** *Retribución económica es mejor en comparación de otras entidades*

**P45**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	10	15.87%	15.87%	15.87%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	10	15.87%	15.87%	31.75%
	De Acuerdo	22	34.92%	34.92%	66.67%
	Totalmente de Acuerdo	21	33.33%	33.33%	100.00%
<b>TOTAL</b>		<b>63</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 45:**  
*Retribución económica es mejor en comparación de otras entidades*



*Fuente: Elaboración Propia*

### **Necesidad de Afiliación**

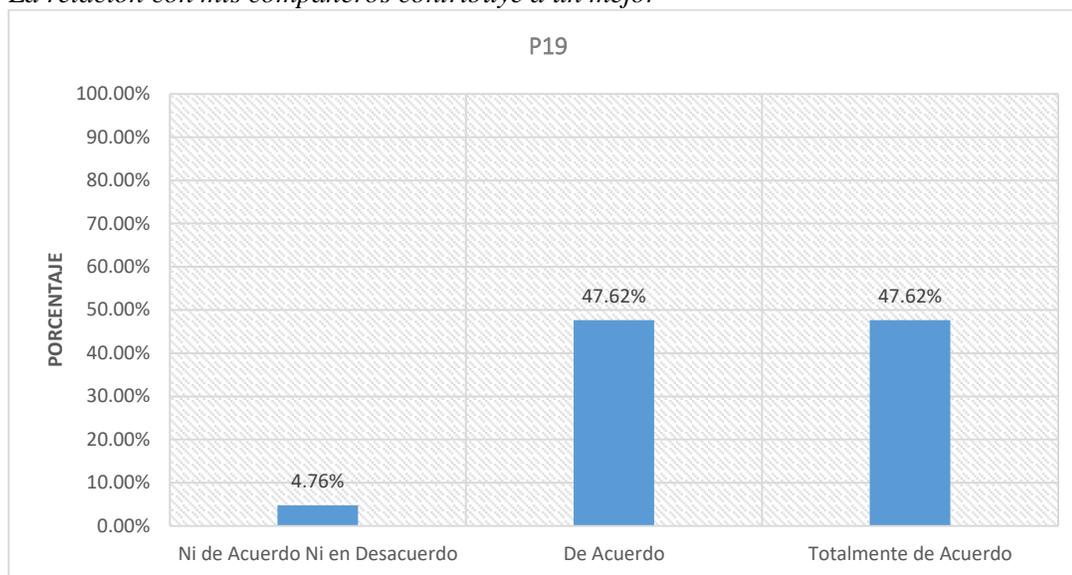
**Tabla 375:** *La relación con mis compañeros contribuye a un mejor desempeño*  
**P19**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	3	4.76%	4.76%	4.76%
	De Acuerdo	30	47.62%	47.62%	52.38%
	Totalmente de Acuerdo	30	47.62%	47.62%	100.00%
<b>TOTAL</b>		<b>63</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 46:**

*La relación con mis compañeros contribuye a un mejor*



*Fuente: Elaboración Propia*

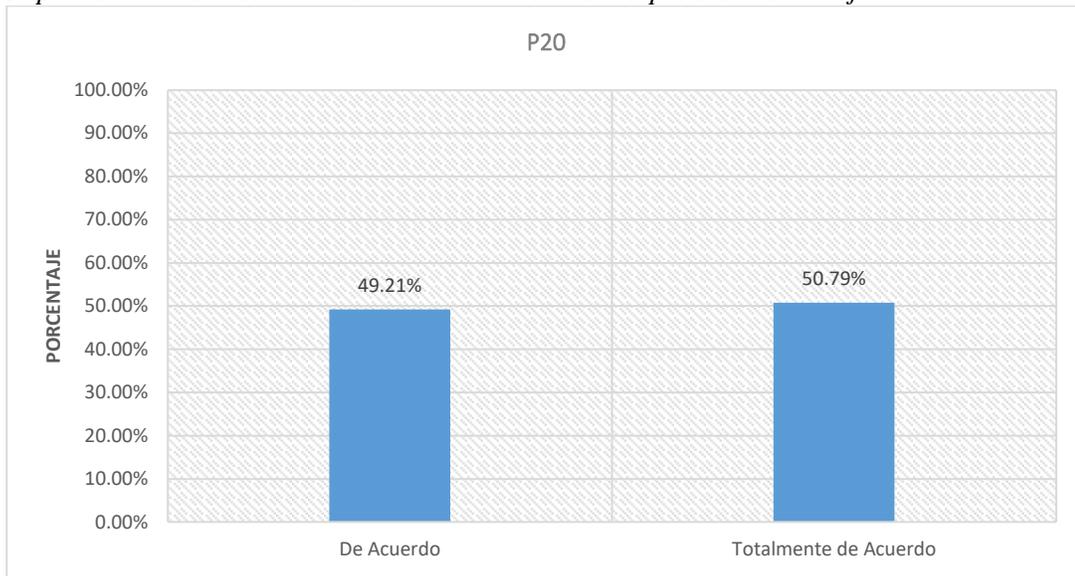
**Tabla 386: Importante establecer una buena relación con mis compañeros de trabajo**

**P20**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	De Acuerdo	31	49.21%	49.21%	49.21%
	Totalmente de Acuerdo	32	50.79%	50.79%	100.00%
	<b>TOTAL</b>	<b>63</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 47:**  
*Importante establecer una buena relación con mis compañeros de trabajo*



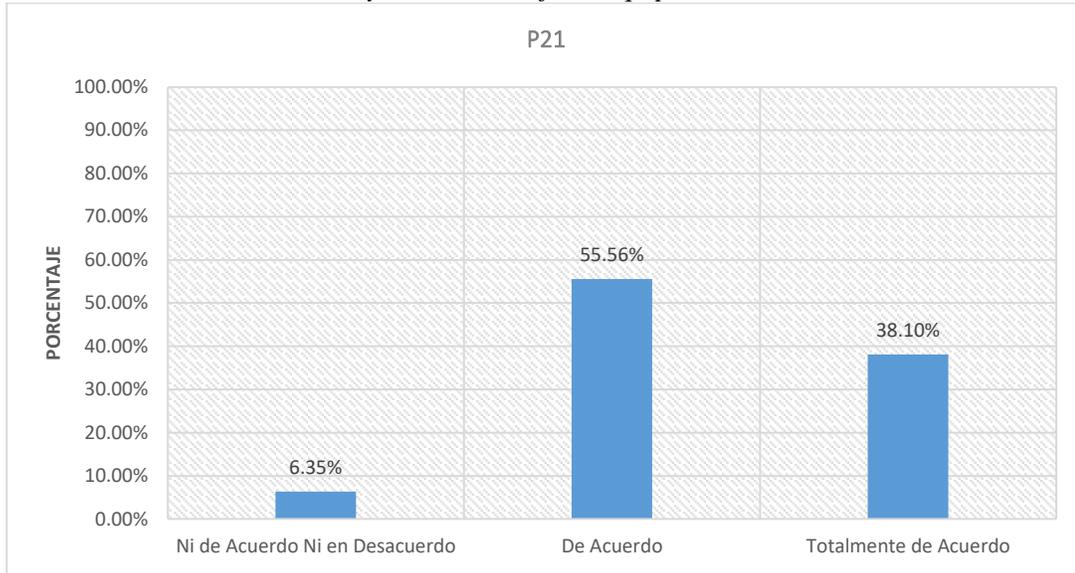
*Fuente: Elaboración Propia*

**Tabla 397:** *Vínculos emocionales contribuyen en el trabajo en equipo*  
**P21**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	4	6.35%	6.35%	6.35%
	De Acuerdo	35	55.56%	55.56%	61.90%
	Totalmente de Acuerdo	24	38.10%	38.10%	100.00%
<b>TOTAL</b>		<b>63</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 48:**  
Vínculos emocionales contribuyen en el trabajo en equipo



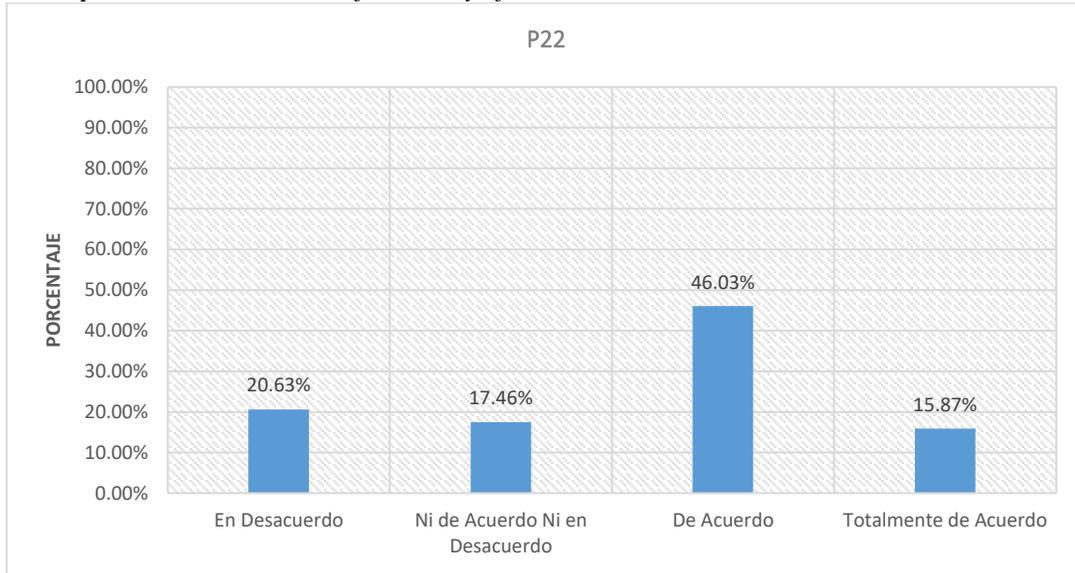
*Fuente: Elaboración Propia*

**Tabla 408:** Los superiores reconocen la eficiencia y eficacia  
P22

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	13	20.63%	20.63%	20.63%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	11	17.46%	17.46%	38.10%
	De Acuerdo	29	46.03%	46.03%	84.13%
	Totalmente de Acuerdo	10	15.87%	15.87%	100.00%
<b>TOTAL</b>		<b>63</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 49:**  
*Los superiores reconocen la eficiencia y eficacia*



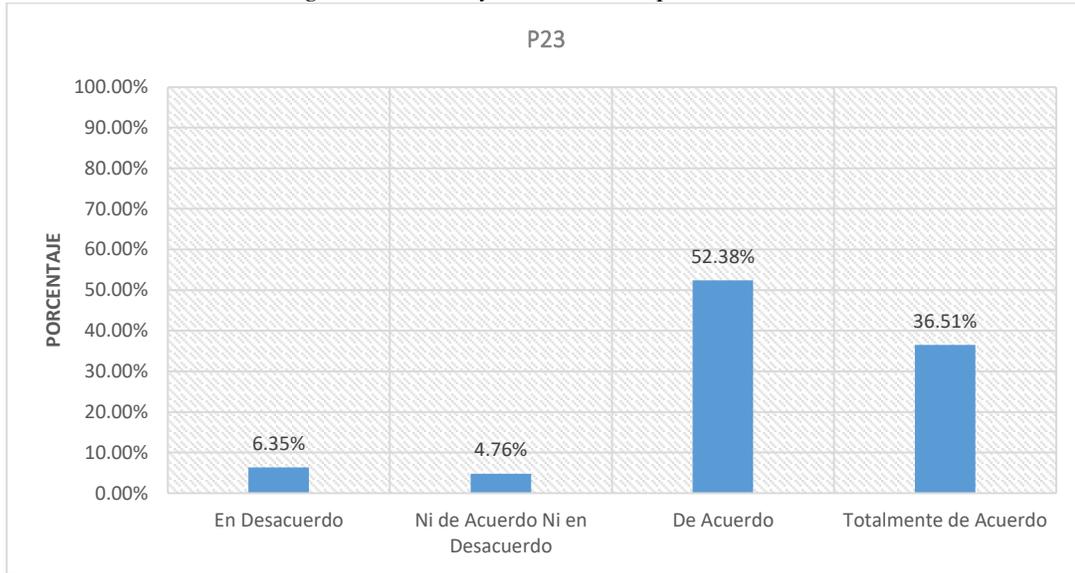
*Fuente: Elaboración Propia*

**Tabla 419:** *Los reconocimientos otorgados contribuyen un cambio positivo*  
**P23**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	4	6.35%	6.35%	6.35%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	3	4.76%	4.76%	11.11%
	De Acuerdo	33	52.38%	52.38%	63.49%
	Totalmente de Acuerdo	23	36.51%	36.51%	100.00%
	<b>TOTAL</b>	<b>63</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 50:**  
*Los reconocimientos otorgados contribuyen un cambio positivo*



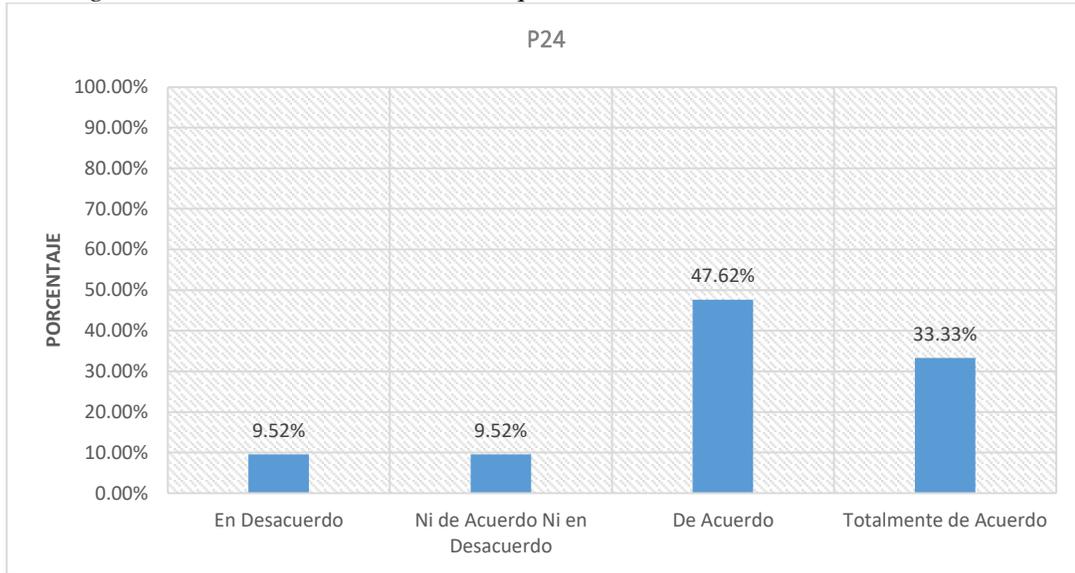
*Fuente: Elaboración Propia*

**Tabla 60:** *Se otorga los reconocimientos de manera equitativa*  
**P24**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	6	9.52%	9.52%	9.52%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	6	9.52%	9.52%	19.05%
	De Acuerdo	30	47.62%	47.62%	66.67%
	Totalmente de Acuerdo	21	33.33%	33.33%	100.00%
<b>TOTAL</b>		<b>63</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 51:**  
*Se otorga los reconocimientos de manera equitativa*



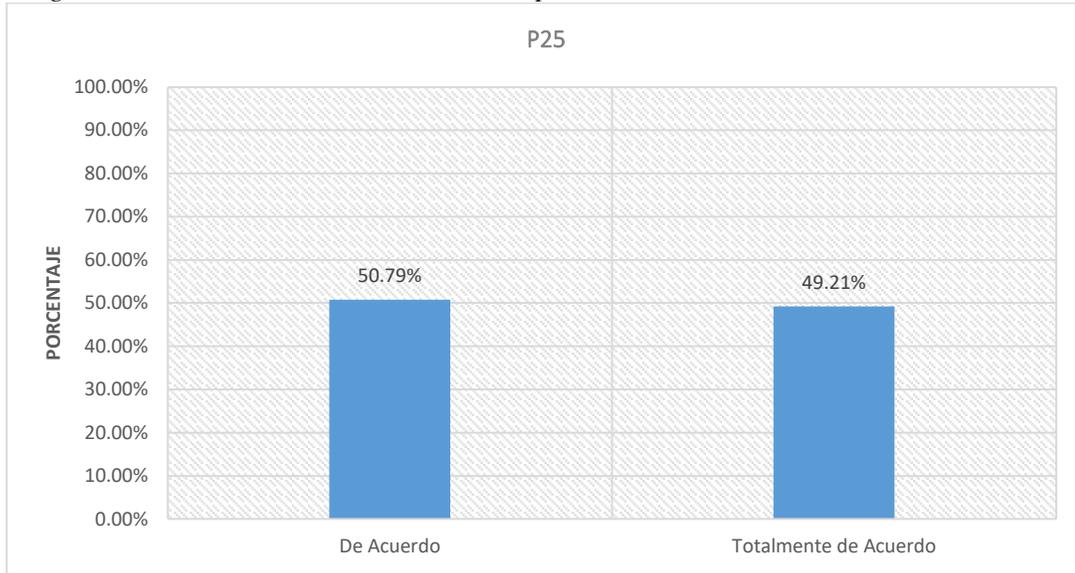
*Fuente: Elaboración Propia*

**Tabla 6142:** *Tengo un buen vínculo amistoso con mis compañeros*  
**P25**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	De Acuerdo	32	50.79%	50.79%	50.79%
	Totalmente de Acuerdo	31	49.21%	49.21%	100.00%
<b>TOTAL</b>		<b>63</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 52:**  
Tengo un buen vínculo amistoso con mis compañeros



*Fuente: Elaboración Propia*

**Tabla 432:** Considero que el respeto y la confianza es determinante para la realización de actividades laborales

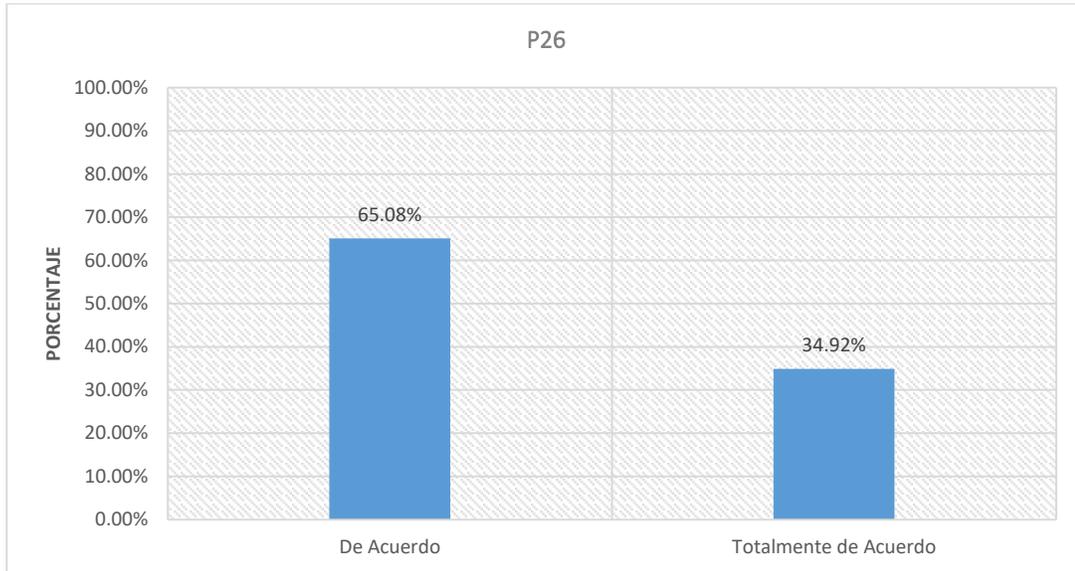
**P26**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	De Acuerdo	41	65.08%	65.08%	65.08%
	Totalmente de Acuerdo	22	34.92%	34.92%	100.00%
<b>TOTAL</b>		<b>63</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 53:**

*Considero que el respeto y la confianza es determinante para la realización de actividades laborales*



*Fuente: Elaboración Propia*

**Tabla 443:** *Ayudo a mis compañeros para realizar mejor sus actividades*  
**P27**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	De Acuerdo	23	36.51%	36.51%	36.51%
	Totalmente de Acuerdo	40	63.49%	63.49%	100.00%
	<b>TOTAL</b>	<b>63</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 54:**

Ayudo a mis compañeros para realizar mejor sus actividades



*Fuente: Elaboración Propia*

### **Compromiso Normativo**

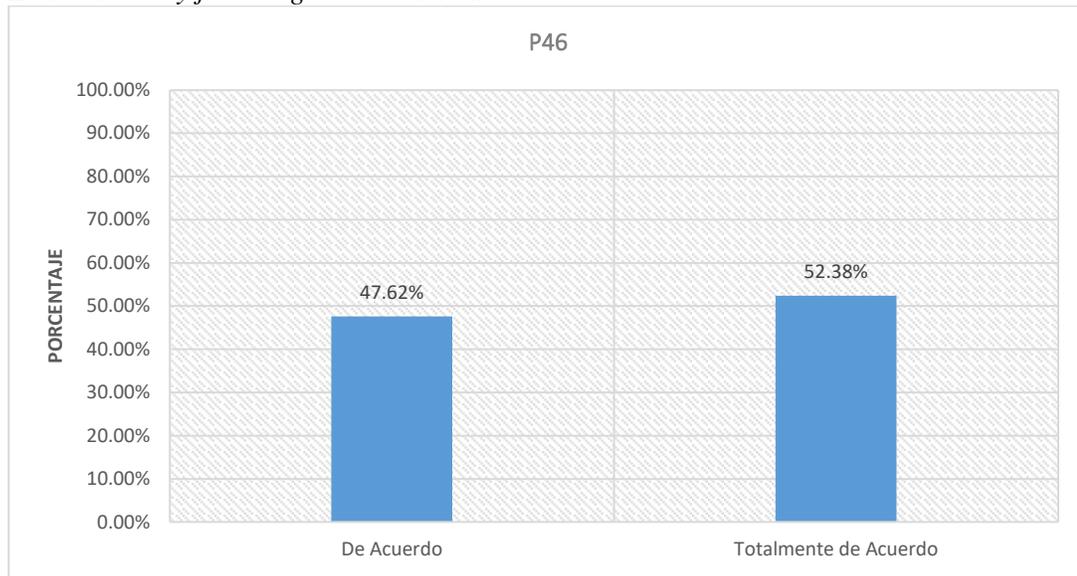
*Tabla 454: La sinceridad y justicia genera un sentimiento de lealtad*

**P46**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	De Acuerdo	30	47.62%	47.62%	47.62%
	Totalmente de Acuerdo	33	52.38%	52.38%	100.00%
	<b>TOTAL</b>	<b>63</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 55:**  
*La sinceridad y justicia genera un sentimiento de lealtad*



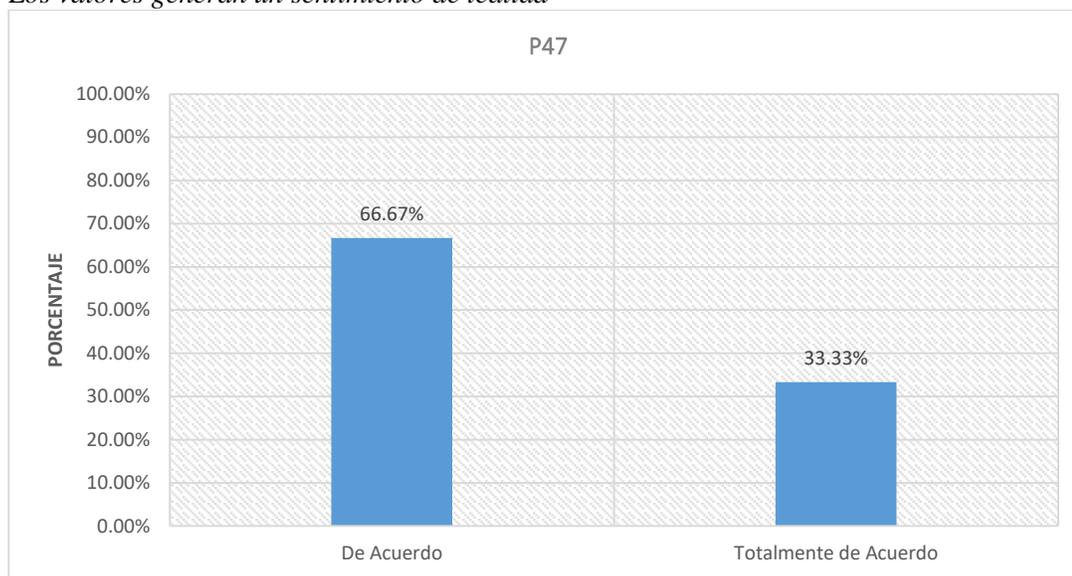
*Fuente: Elaboración Propia*

**Tabla 465:** *Los valores genera un sentimiento de lealtad*  
**P47**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	De Acuerdo	42	66.67%	66.67%	66.67%
	Totalmente de Acuerdo	21	33.33%	33.33%	100.00%
<b>TOTAL</b>		<b>63</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 56:**  
*Los valores generan un sentimiento de lealtad*



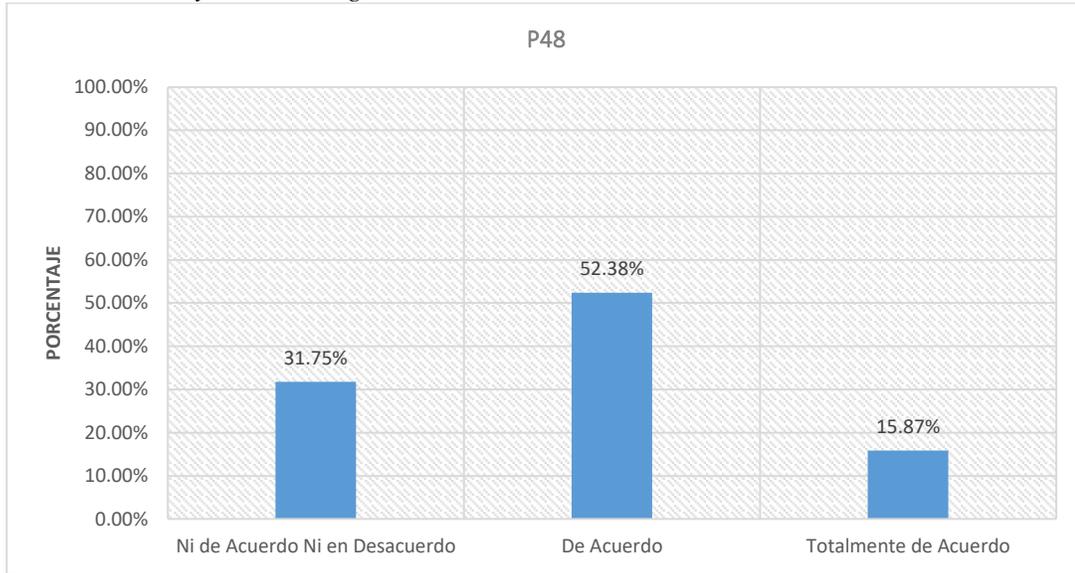
*Fuente: Elaboración Propia*

**Tabla 476:** *Las actividades y/o acciones genera un sentimiento de lealtad*  
**P48**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	20	31.75%	31.75%	31.75%
	De Acuerdo	33	52.38%	52.38%	84.13%
	Totalmente de Acuerdo	10	15.87%	15.87%	100.00%
<b>TOTAL</b>		<b>63</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 57:**  
*Las actividades y/o acciones genera un sentimiento de lealtad*



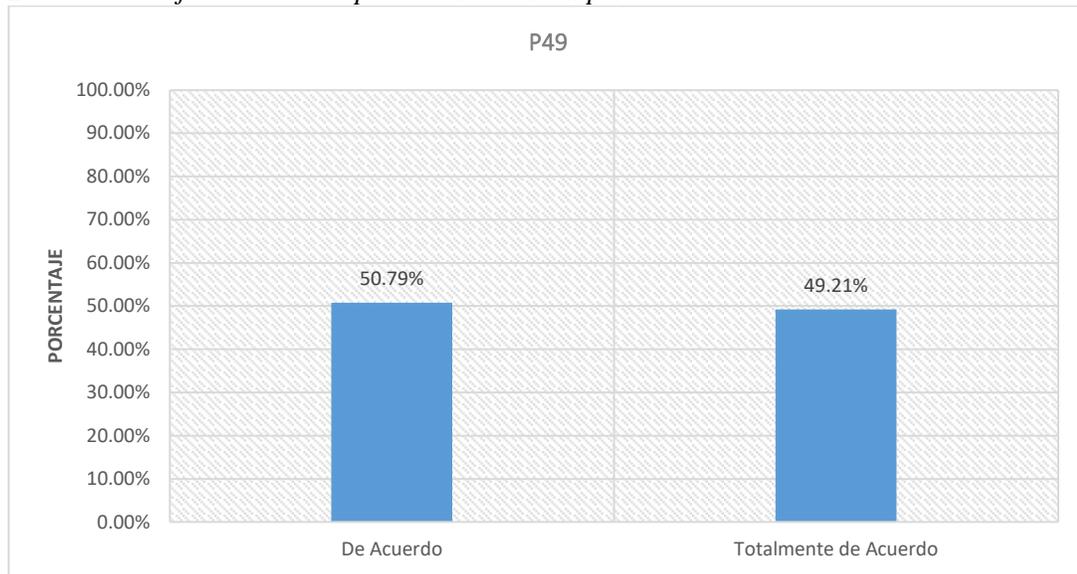
*Fuente: Elaboración Propia*

**Tabla 487:** *Desarrollo mejor las labores para obtener recompensas adicionales*  
**P49**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	De Acuerdo	32	50.79%	50.79%	50.79%
	Totalmente de Acuerdo	31	49.21%	49.21%	100.00%
<b>TOTAL</b>		<b>63</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 58:**  
*Desarrollo mejor las labores para obtener recompensas adicionales*



*Fuente: Elaboración Propia*

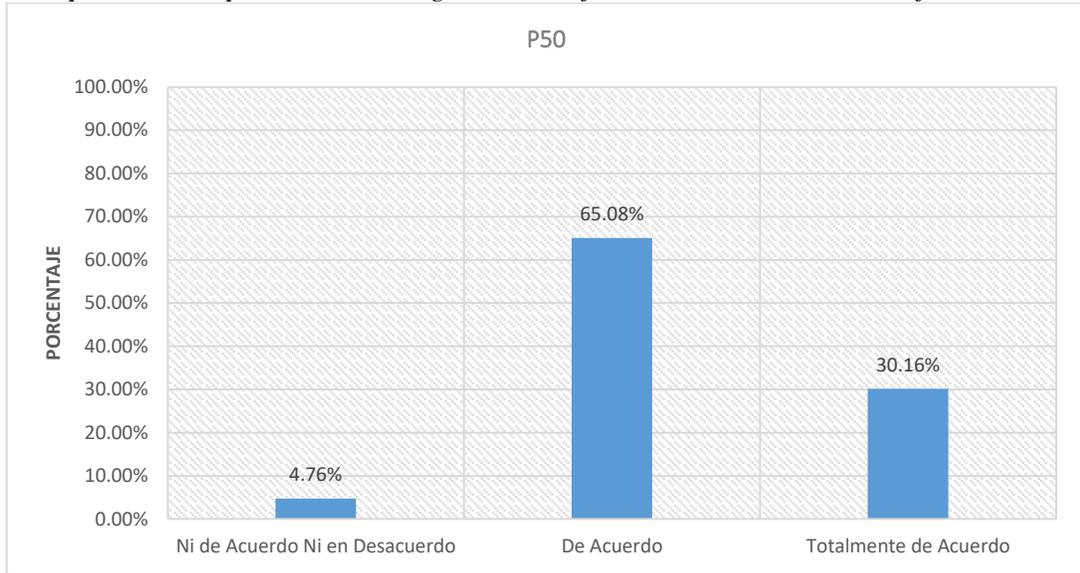
**Tabla 498:** *Los aportes son importantes en el logro de los objetivos en la unidad de trabajo*  
**P50**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	3	4.76%	4.76%	4.76%
	De Acuerdo	41	65.08%	65.08%	69.84%
	Totalmente de Acuerdo	19	30.16%	30.16%	100.00%
<b>TOTAL</b>		<b>63</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 59:**

*Los aportes son importantes en el logro de los objetivos en la unidad de trabajo*



*Fuente: Elaboración Propia*

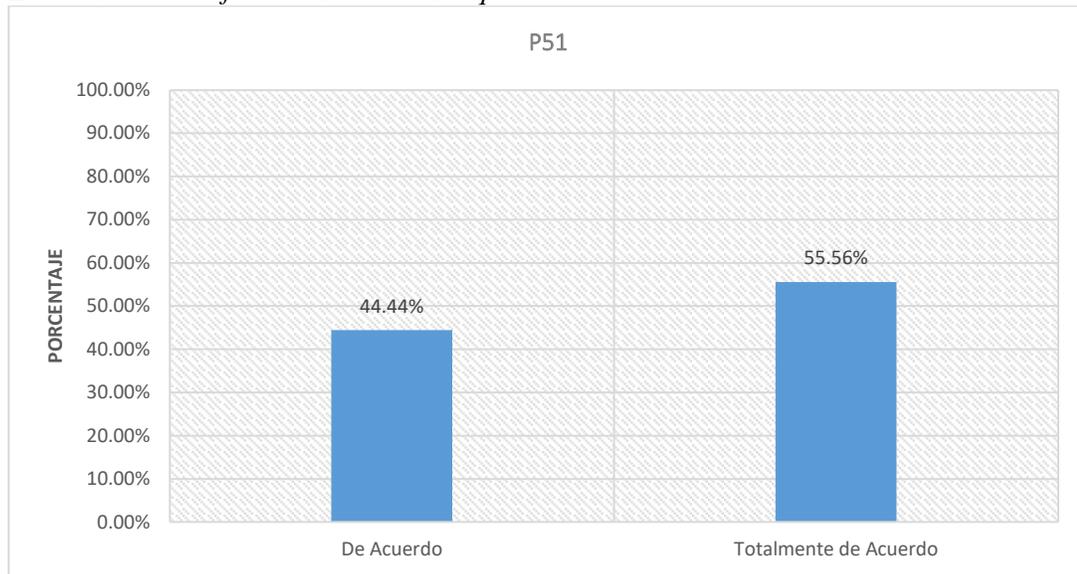
**Tabla 509:** *El sistema de bonificaciones actual es equitativo*

**P51**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	De Acuerdo	28	44.44%	44.44%	44.44%
	Totalmente de Acuerdo	35	55.56%	55.56%	100.00%
<b>TOTAL</b>		<b>63</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 60:**  
*El sistema de bonificaciones actual es equitativo*



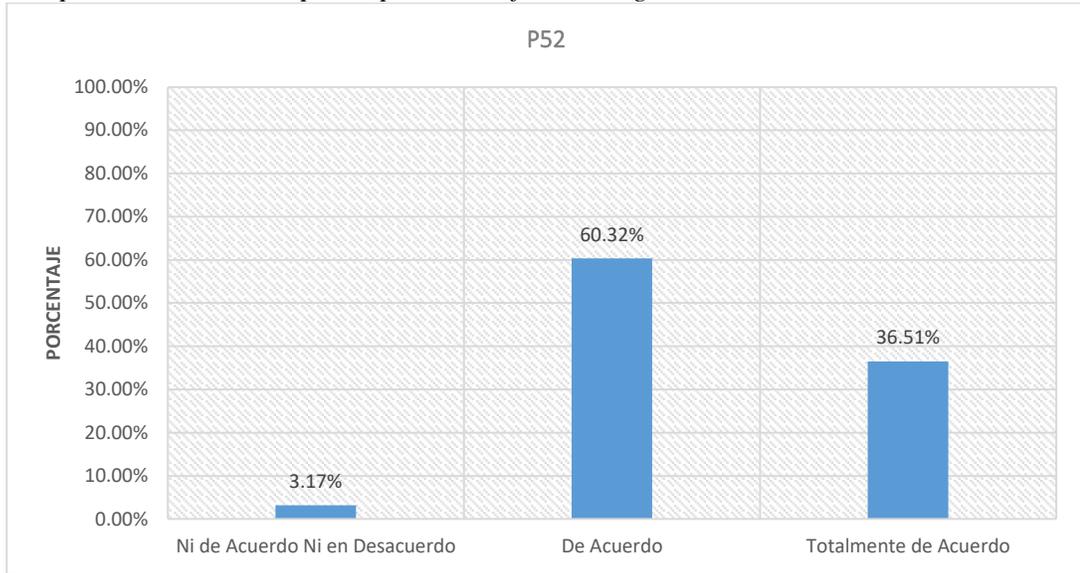
*Fuente: Elaboración Propia*

**Tabla 7051:** *Comprometido con la empresa, por lo beneficios otorgados*  
**P52**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	2	3.17%	3.17%	3.17%
	De Acuerdo	38	60.32%	60.32%	63.49%
	Totalmente de Acuerdo	23	36.51%	36.51%	100.00%
	<b>TOTAL</b>	<b>63</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 61:**  
*Comprometido con la empresa, por lo beneficios otorgados*



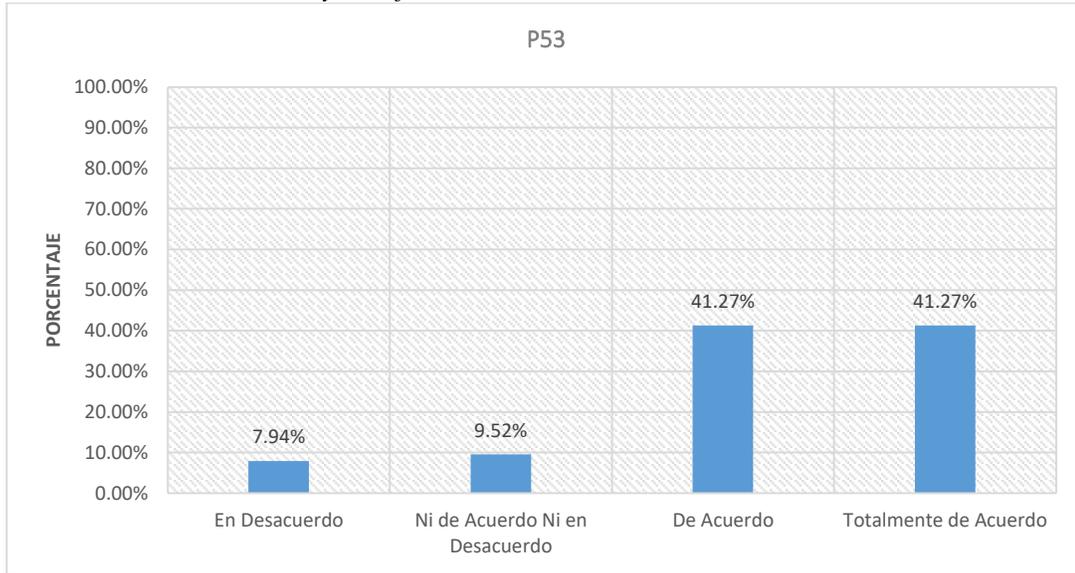
*Fuente: Elaboración Propia*

**Tabla 7152:** *Retribuir la consideración y beneficios laborales*  
**P53**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	5	7.94%	7.94%	7.94%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	6	9.52%	9.52%	17.46%
	De Acuerdo	26	41.27%	41.27%	58.73%
	Totalmente de Acuerdo	26	41.27%	41.27%	100.00%
	<b>TOTAL</b>	<b>63</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 62:**  
*Retribuir la consideración y beneficios laborales*



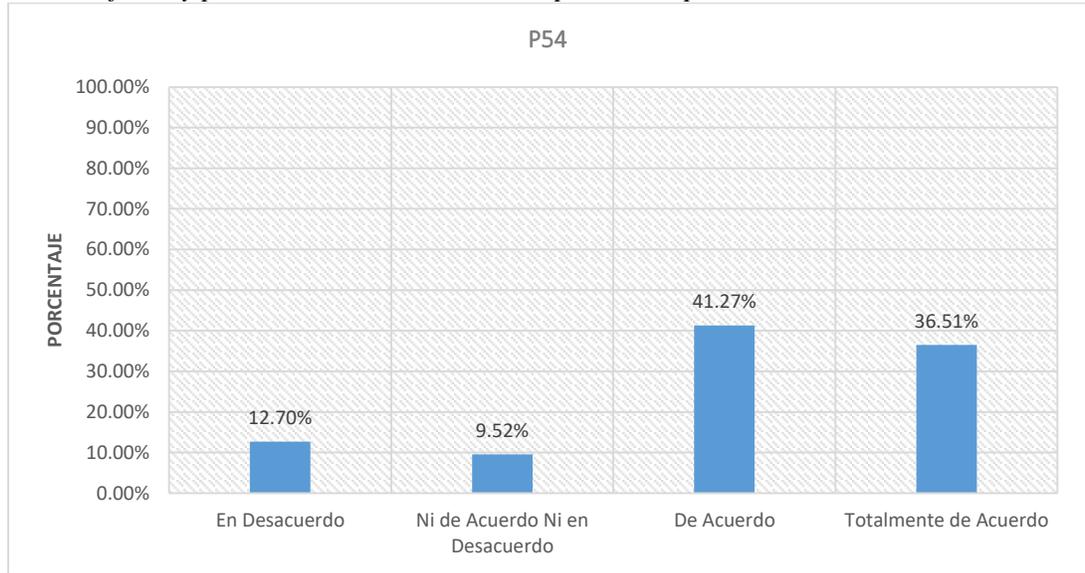
**Fuente:** *Elaboración Propia*

**Tabla 532:** *Los beneficios y prestaciones brindados sobre pasa las expectativas*  
**P54**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	0.00%	0.00%
	En Desacuerdo	8	12.70%	12.70%	12.70%
	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	6	9.52%	9.52%	22.22%
	De Acuerdo	26	41.27%	41.27%	63.49%
	Totalmente de Acuerdo	23	36.51%	36.51%	100.00%
	<b>TOTAL</b>	<b>63</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

**Fuente:** *Elaboración Propia*

**Figura 63:**  
*Los beneficios y prestaciones brindados sobre pasa las expectativas*



**Fuente:** *Elaboración Propia*