



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**Motivación intrínseca y compromiso organizacional en un
establecimiento de call center, Lima, 2022**

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Licenciada en Administración

AUTORA:

Berrospi Sanchez, Susan Marimar (orcid.org/0000-0001-8182-4738)

ASESORA:

Dra. Mairena Fox, Petronila Liliana (orcid.org/0000-0001-9402-5601)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL:

Desarrollo Económico, Empleo y Emprendimiento

LIMA – PERÚ

2022

Dedicatoria

A Dios, mi padre celestial por ser el guía de mis pasos en todo este trayecto de mi vida.

A mis hijos Jonás Andrés Torres Berrospi y Joan Andrés Torres Berrospi, por ser mi fuente de motivación e inspiración para cumplir mis metas trazadas.

A mi madre Urbilinda Reynaldina Sanchez Taibe y mi padre Ramón Berrospi Gonzales, por alentarme que siga adelante por el futuro de nuestra familia.

Agradecimiento

A Dios, que, por su gracia y misericordia, me permitió concluir mi carrera universitaria.

A la Universidad César Vallejo por la oportunidad que me brindó en realizar este proyecto de investigación, para el alcance de mi meta profesional.

A mi asesora, por el apoyo en la realización del trabajo de investigación.

A mi familia, por el apoyo incondicional, paciencia y tiempo que me han brindado durante la carrera.

Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas.....	v
Índice de figuras.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	4
III. METODOLOGÍA.....	11
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	11
3.2. Variables y operacionalización.....	12
3.3. Población, muestra y muestreo.....	15
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	16
3.5. Procedimientos.....	18
3.6. Método de análisis de datos.....	19
3.7. Aspectos éticos.....	19
IV. RESULTADOS.....	20
V. DISCUSIÓN.....	48
VI. CONCLUSIONES.....	53
VII. RECOMENDACIONES.....	54
VIII. PROPUESTA.....	56
REFERENCIAS.....	58
ANEXOS.....	65

Índice de tablas

	Página
Tabla 1 Nivel de percepción de la motivación intrínseca en GSS.	20
Tabla 2 Nivel de percepción del compromiso organizacional en GSS.	21
Tabla 3 Nivel de percepción del reconocimiento en GSS.	22
Tabla 4 Interpretación de los componentes de la brecha nro. 01.	23
Tabla 5 Elaboración de estrategias dimensión reconocimiento.	26
Tabla 6 Nivel de percepción de la responsabilidad en GSS.	27
Tabla 7 Interpretación de los componentes de la brecha nro. 02.	28
Tabla 8 Elaboración de estrategias dimensión responsabilidad.	29
Tabla 9 Nivel de percepción de la promoción en GSS.	30
Tabla 10 Interpretación de los componentes de la brecha nro. 03.	31
Tabla 11 Elaboración de estrategias dimensión promoción.	32
Tabla 12 Nivel de percepción del compromiso afectivo en GSS.	33
Tabla 13 Interpretación de los componentes de la brecha nro. 04.	34
Tabla 14 Elaboración de estrategias dimensión compromiso afectivo.	35
Tabla 15 Nivel de percepción del compromiso normativo en GSS.	36
Tabla 16 Interpretación de los componentes de la brecha nro. 05.	37
Tabla 17 Elaboración de estrategias dimensión compromiso normativo.	38
Tabla 18 Nivel de percepción del compromiso de continuidad en GSS.	39
Tabla 19 Interpretación de los componentes de la brecha nro. 06.	40
Tabla 20 Elaboración de estrategias dimensión compromiso de continuidad.	41
Tabla 21 Estadísticos de la investigación.	42
Tabla 22 Coeficientes de correlación de Spearman.	43
Tabla 23 Correlación entre motivación intrínseca y compromiso organizacional. .	44
Tabla 24 Correlación entre motivación intrínseca y compromiso afectivo.	45
Tabla 25 Correlación entre motivación intrínseca y compromiso normativo.	46
Tabla 26 Correlación entre motivación intrínseca y compromiso de continuidad. .	47

Índice de figuras

	Página
Figura 1 Procedimiento de recolección de datos.....	18
Figura 2 Porcentajes de la motivación intrínseca en GSS.	20
Figura 3 Porcentajes del compromiso organizacional en GSS.....	21
Figura 4 Porcentajes del reconocimiento en GSS.....	23
Figura 5 Porcentajes de la responsabilidad en GSS.	27
Figura 6 Porcentajes de la promoción en GSS.	30
Figura 7 Porcentajes del compromiso afectivo en GSS.	33
Figura 8 Porcentajes del compromiso normativo en GSS.....	36
Figura 9 Porcentajes del compromiso de continuidad en GSS	39

Resumen

El presente estudio tiene como objetivo de determinar el nivel de motivación intrínseca con respecto al compromiso organizacional en un establecimiento de Call Center, ubicado en la ciudad de Lima, durante el año 2022. El trabajo corresponde a una investigación tipo descriptiva y correlacional, bajo un diseño no experimental y corte transversal. La muestra está conformada por 176 personas que laboran en el Call Center. Las técnicas de recolección de datos utilizadas fueron la revisión documental y la encuesta realizada al número de muestra. En cuanto a la confiabilidad del instrumento, se utilizó la ecuación de Alfa de Cronbach, cuyo valor asociado a las variables motivación intrínseca y compromiso organizacional permitió un total de 0.9688. Como resultado se determinó el nivel de motivación intrínseca con respecto al compromiso organizacional, donde el 95,5% de los encuestados se adaptan al trabajo, de acuerdo a las decisiones tomadas; con respecto a las dimensiones compromiso afectivo donde el 93,2% aportan a los resultados de la empresa dependiendo de sus habilidades, compromiso normativo donde el 88,1% se identifican con los problemas y compromiso de continuidad donde el 96,6% están dispuestos a trabajar en otra área si así lo requieren. Concluyéndose la existencia de una correlación positiva moderada entre la motivación intrínseca y el compromiso organizacional, puesto que se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula ($Rho = 0,658$ y $p \text{ valor} = 0,001 < 0,05$).

Palabras clave: Motivación intrínseca, compromiso organizacional, Call Center

Abstract

The objective of this study is to determine the level of intrinsic motivation with respect to organizational commitment in a Call Center establishment, located in the city of Lima, during the year 2022. The work corresponds to a descriptive and correlational type research, under a non-experimental design and cross section. The sample is made up of 176 people who work in the Call Center. The data collection techniques used were the documentary review and the survey carried out on the sample number. Regarding the reliability of the instrument, the Cronbach's Alpha equation was used, whose value associated with the variables intrinsic motivation and organizational commitment allowed a total of 0.9688. As a result, the level of intrinsic motivation was determined with respect to organizational commitment, where 95,5% of those surveyed adapt to work, according to the decisions made; regarding the dimensions affective commitment where 93,2% contribute to the results of the company depending on their skills, normative commitment where 88,1% identify with the problems and commitment to continuity where 96,6% are willing to work in another area yes so require. Concluding the existence of a moderate positive correlation between intrinsic motivation and organizational commitment, since the alternative hypothesis is accepted and the null hypothesis is rejected ($Rho = 0.658$ and $p \text{ value} = 0.001 < 0.05$).

Keywords: Intrinsic motivation, organizational commitment, Call Center.

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente, las organizaciones empresariales están dando pasos significativos al capital humano, ya que los constantes cambios dados por la sociedad, comprometen a las instituciones y empresas de asumir el rol del bienestar psicológico y social del personal. Esto contribuye con la mejora del desempeño de los colaboradores, y al mismo tiempo, con el cumplimiento de los objetivos individuales y metas (Pezo, 2020).

Al respecto, Pérez (2021), dice que las organizaciones empresariales requieren formar grupos de trabajo, obligados a cumplir sus objetivos estratégicos, y aportar en el crecimiento de la institución. Por lo tanto, la gestión de recursos humanos tiene importancia dentro de la organización, ya que cumplen con las funciones de mejorar las condiciones laborales, promover el beneficio del personal, e incentivar la motivación laboral, ayudando a mantener los niveles de compromiso organizacional.

Cabe destacar que, la motivación intrínseca y el compromiso organizacional constituyen una serie de factores fundamentales que analizan la conducta humana, la obligación del personal y el sentido de pertenencia con respecto a la organización (Luza, 2018).

El bajo nivel de la motivación del personal de las organizaciones donde desempeñan, la falta de bienestar social, el bajo salario y el inadecuado ambiente de trabajo, son las principales causas que conllevan a la elevada actividad de rotación que existe en Perú, siendo el país que ocupa en el tercer lugar debido al número de rotación de los trabajadores de las organizaciones, en Latinoamérica (Pezo, 2020). Un trabajador sin motivación, no podrá aprovechar el potencial profesional que tiene, haciendo que no cumpla con los planes y objetivos establecidos por la organización (Tejada, 2020).

En este contexto, se observó que el establecimiento de un Call Center, ubicado en el Cercado de Lima, hay un bajo nivel de motivación intrínseca por parte de los colaboradores, quienes limitan en el cumplimiento de sus actividades diarias,

preocupándose por la hora de salida, e incumpliendo con los objetivos y metas, en materia de atención al cliente y ventas de equipos de teléfonos. Todo esto es debido a la existencia del bajo nivel de comunicación efectiva con los jefes de la organización, al escaso plan de incentivos y a la falta de un plan de capacitación hacia los colaboradores.

Además, se ha podido constatar el bajo o escaso compromiso organizacional hacia el centro de trabajo por parte de los colaboradores, debido a la falta de participación de las actividades de gestión, el inadecuado clima laboral y a las constantes demoras de realizar un trabajo. Esto trae ocasiona directamente en la reducción de la cartera de clientes, quienes deciden irse a otro establecimiento, afectando la productividad de la organización. Por ello, es necesario incrementar los niveles correspondientes a las variables de motivación intrínseca y compromiso organizacional dentro del establecimiento, permitiendo solucionar la problemática, a través de la puesta en práctica las experiencias desarrolladas en la carrera de Administración.

Por lo tanto, se debe analizar el nivel de la motivación intrínseca con respecto al compromiso organizacional en un establecimiento del Call Center, basándose en responder la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo se determina el nivel de motivación intrínseca con respecto al compromiso organizacional en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022?

En el contexto de la **justificación teórica**, la investigación permite sustentar la importancia y relevancia del estudio a realizar, caracterizada principalmente por la definición de las variables e indicadores, mediante el diagnóstico de la problemática y la revisión exhaustiva en la literatura actualizada, sirviendo como antecedente para futuros proyectos de investigación. Esta investigación permitirá arrojar los resultados de manera satisfactoria, mediante el cumplimiento de los objetivos.

A nivel de **relevancia social**, esta investigación proporciona un enfoque de la motivación intrínseca y comportamiento organizacional de los colaboradores,

cuya mejora en la remuneración dependerá de la ejecución de los objetivos de la organización, y del programa de incentivación.

En cuanto a la **justificación metodológica**, la investigación es de carácter cuantitativa y descriptiva, ya que se basa en la determinación del nivel de motivación intrínseca y compromiso organizacional en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022, mediante el uso de una guía de entrevista que servirá para recolectar información por parte de los colaboradores.

De esta manera, el **objetivo general** consiste en: Determinar el nivel de motivación intrínseca con respecto al compromiso organizacional en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022.

Mientras que los **objetivos específicos** consisten en: 1) Determinar el nivel de motivación intrínseca con respecto al compromiso afectivo en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022. 2) Determinar el nivel de motivación intrínseca con respecto al compromiso normativo en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022. 3) Determinar el nivel de motivación intrínseca con respecto al compromiso de continuidad en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022.

Cabe indicar que la **hipótesis general** es formulada como: Existe una relación entre el nivel de motivación intrínseca y el compromiso organizacional en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022.

II. MARCO TEÓRICO

Al analizar los estudios previos relacionados con las variables, se procedió a realizar las investigaciones asociadas con la motivación intrínseca y compromiso organizacional. Por lo tanto, los **antecedentes internacionales** son presentados a continuación:

Aimacaña (2021), en su tesis de maestría propuso mejorar el compromiso organizacional a los colaboradores de la organización SEGUVID, ubicada en Ambato (Ecuador). La metodología de investigación es exploratoria y la muestra no probabilística, la cual estuvo conformada por 30 trabajadores. Una de las técnicas de empleadas fue el cuestionario aceptado por Meller y Allen. En cuanto a los resultados, indicó que hay una mayor capacidad afectiva en la dimensión normativa, ya que los trabajadores realizan sus tareas por deber moral.

Aldana, Tafur, y Leal (2017), en su trabajo de investigación analizó el compromiso organizacional en los centros hospitalarios ubicados en Barranquilla (Colombia). La metodología está basada en el enfoque cualitativo, elaborado a partir del método etnográfico. Las técnicas de empleadas fueron la observación y la entrevista semiestructurada. En los resultados obtenidos permitieron evidenciar que el personal de enfermería conserva su compromiso organizacional orientado en el desarrollo profesional, actividades de preventas y clase de negociación, contribuyendo a la mejora de la relación empresarial.

Caballero (2018), en su tesis de maestría evaluó el nivel de satisfacción laboral con respecto al compromiso organizacional por parte de los colaboradores que hacen vida en la Universidad Especializada de las Américas, ubicada en Panamá. El diseño de la investigación es correlacional y transeccional, mientras que la técnica empleada fue el desarrollo de una encuesta realizada a una muestra de 67 trabajadores. En cuanto a los resultados, determinaron que existe un factor dependiente de la remuneración salarial con respecto a la satisfacción laboral, por lo tanto, no se relaciona las variables independientes y dependientes. Además, propuso ampliar las áreas físicas en un tiempo de 36 meses y así, establecer los planes de capacitaciones según a los intereses de los trabajadores.

Castagnola, et. al (2020), desarrolló una investigación donde evaluó el compromiso organizacional de los profesores, a través del uso de la motivación intrínseca. La metodología está basada en el diseño de investigación no experimental, de corte transversal, correlacional, y la técnica de la recolección de datos utilizada fueron dos cuestionarios para medir ambas variables. La muestra estuvo conformada por 192 docentes pertenecientes a institución educativa, y validó las hipótesis mediante el factor de correlación de Spearman. Con respecto a los resultados, se obtuvieron que la motivación intrínseca esté relacionada directamente con el compromiso organizacional de los profesores pertenecientes a los centros educativos estatales. Por lo tanto, se comprobó que la relación planteada en la hipótesis es alta.

Narváez (2020), en su tesis de grado analizó el compromiso organizacional de los colaboradores de la organización Santillana Ecuador. Una de la técnica empleada fue un cuestionario adaptado para la muestra de 114 personas. En el proceso de análisis, se evidenció que el 52,5% del personal que labora en la empresa, poseen los compromisos afectivo y normativo asociados con las oportunidades y beneficios, el 85% muestran tener dedicación y vigor en el cumplimiento de sus actividades, y el 60% de los trabajadores se identifican con un compromiso de continuidad en el trabajo.

En cuanto a los **antecedentes nacionales** se tienen a García y Gonzales (2018), en su tesis de grado determinó la forma donde la motivación laboral esté asociada al compromiso organizacional, en los colaboradores de la Municipalidad Sánchez Carrión. La metodología estuvo basada en el diseño de investigación descriptiva, correlacional y trasversal, bajo una visión cuantitativa. Una de las técnicas empleadas fue la entrevista aplicada para una muestra total de 301 trabajadores. En el proceso de análisis, se comprobó una relación explicativa entre el compromiso organizacional y la motivación laboral, permitiendo validar la hipótesis planteada.

Luza (2018), en su tesis de grado determinó el nivel de la motivación intrínseca con respecto al compromiso organizacional de los colaboradores de las

delegaciones ordinarias del parlamento. La metodología estuvo basada en el diseño de investigación no experimental, correlaciona y transversal, bajo una visión cuantitativa. La población de estudio estuvo constituida por 242 y la muestra abarcan las 149 personas que laboran en las distintas delegaciones ordinarias. En cuanto a los resultados, se obtuvo que el 71.1% de los trabajadores posee un compromiso organizacional con el parlamento, y la dimensión que tuvo mayor predominio fue la de compromiso normativo. Por otro lado, se comprobó que el nivel de motivación intrínseca está asociado con el compromiso organizacional por parte de los trabajadores. Por lo tanto, se comprobó que la relación planteada en la hipótesis es alta.

Ramos (2020), en su tesis de grado aportó en la mejora del compromiso organizacional de los trabajadores del departamento de Catastro Urbano de la Municipalidad de Chiclayo, mediante el programa de motivación intrínseca. La metodología estuvo basada en el tipo de investigación aplicada y transversal, diseñada experimentalmente. Una de las técnicas empleadas fue un cuestionario realizado para la muestra constituida por 44 trabajadores. Con respecto a los resultados, se obtuvo que la ejecución del plan de motivación intrínseca haya sido efectiva, debido a una significancia arrojada por un $p_valor = 0,000 < 0,05$, probando así que tal programa contribuye con el avance continuo del compromiso organizacional, por parte de los colaboradores de la institución.

Ríos (2018), en su tesis de grado determinó la relación que existe entre la eficacia de la actividad laboral y el compromiso organizacional de los colaboradores de la organización. La metodología estuvo basada en el diseño de investigación no experimental y correlacional, bajo una visión cuantitativa. Una de las técnicas de recolección empleadas fue una entrevista realizada para la muestra constituida por 24 trabajadores de la empresa. En el proceso de análisis, se aplicó el método estadístico SPSS, comprobándose la efectividad de una concordancia entre la eficacia de la actividad laboral y el compromiso organizacional. De igual manera, se comprobó la determinación de las motivaciones intrínsecas, con respecto al compromiso organizacional.

Rodríguez (2021), en su tesis de grado determinó el nivel de la motivación intrínseca con respecto al compromiso organizacional, por parte de los colaboradores de una sociedad de servicios manufactureros. La metodología estuvo basada en el diseño de investigación transversal, no experimental y correlacional, bajo una visión cuantitativa. La población está constituida por 25 trabajadores de la sociedad y la muestra fue representada en forma censal. Una de las técnicas de recolección empleada fue una entrevista, mediante dos cuestionarios revisados. En el proceso de análisis, determinaron el nivel significativo de la motivación intrínseca, con respecto al compromiso organizacional por parte de los colaboradores.

Las variables de estudio que respaldaron el desarrollo de esta investigación son la **motivación intrínseca** y el **compromiso organizacional**, siendo revisada a continuación:

Ramos (2020) define la **motivación intrínseca** como el encuentro de la satisfacción que tienen las personas para lograr alcanzar las metas propuestas. Al respecto, Del Águila (2020), establece que la motivación intrínseca es desarrollada en los individuos, al activar las conductas interiores que permiten en la realización de las actividades de manera independiente, es decir cuando ellos elijen y aprovechan sus oportunidades para asumir la responsabilidad de su aprendizaje, incrementan su nivel de motivación interna, y así hacer seguimiento al avance de las metas trazadas De igual manera, Narváez (2020) manifiesta que es una clase de motivación en la cual el trabajador posee las ganas de promover su crecimiento personal, mediante el cumplimiento de sus funciones, para favorecer los resultados de la empresa. Cabe destacar que la motivación personal está basada en las necesidades y conductas del individuo, contando con la colaboración de sus seres queridos y compañeros de labores, obteniendo beneficios profesionales (Romero, 2019).

Por su parte, Larios (2018) manifiesta que la motivación intrínseca constituye una reacción dada por una persona, al momento de ejecutar una acción, independientemente de la respuesta del otro. Dicho cambio viene

desarrollado por el aprendizaje, que, adoptándose en dos tipos, tanto del resultado esperado como del impulso para ejecutar una acción. El aprendizaje es a nivel operativo, donde se crea satisfacción en las necesidades cognitivas, y a nivel estructural donde genera las satisfacciones afectivas de cada quien.

Para Castagnola, et. al (2020), lo intrínseco está relacionado con el avance y mejora del crecimiento personal, caracterizado por la forma de ser y las experiencias adquiridas por las personas, sobre todo en el ámbito profesional. Si las personas tienden a enfrentarse retos profesionales, entonces es posible que aumente su motivación intrínseca.

El ser humano desarrolla un instinto que permite satisfacer sus necesidades y deseos, presentándose en 5 enfoques como: El deseo por afecto necesario para la existencia, contando con el efecto de afiliación; el deseo propio de seguridad, que permite dar protección física; la necesidad por lograr centralizar los fenómenos observados en el ambiente, mediante la educación y desarrollo mental dado en la infancia; la necesidad de una interacción entre las personas, y la necesidad de valores en una persona (Quispe, 2019).

Por otra parte, Acuña (2016), la motivación intrínseca impulsa a las personas para que obtengan sus logros y reconocimientos, mediante el nivel de responsabilidad que tienen. Al respecto, Tejada (2020), señala que el reconocimiento constituye la necesidad de las personas, siendo dividida en 2 tipos como:

- Estima propia, la cual se basa en la confianza, capacidad, logros y autonomía.
- Reputación, que está relacionada con la dignidad, nivel y popularidad.

Pérez (2021) define al logro como el impulso para alcanzar una meta, de manera exitosa. El individuo lucha por obtener el reconocimiento, mediante el desarrollo de sus habilidades y competencias, con esfuerzo y dedicación. Es importante destacar que el individuo prefiere actuar por su cuenta, mostrando todo su grado de potencial humano. En cambio, Cumpa (2020) define la responsabilidad como el valor y la actitud que tiene el individuo para aceptar, entender y participar en los

hechos, haciéndose responsable de ellos. Además, incorpora el respeto por sí mismo para el desarrollo personal.

Otra de las variables mencionadas en el estudio, es el **compromiso organizacional**, definida por Allen y Meyer, citados por Rodríguez (2021), como una condición psicológica caracterizada por unir las relaciones entre los colaboradores y la organización, influyendo positivamente en las tomas de decisiones. Para Buitrón (2020), el compromiso organizacional está enfocado en el desenvolvimiento y la eficacia mostrados por el colaborador, a fin de promover la productividad en la organización. De igual forma, se relaciona también con la conducta del colaborador, evidenciándose en la disposición y soporte en las necesidades ejecutoras de la organización que la representa.

Según Narváez (2020), el compromiso organizacional viene dado por el nivel de los trabajadores quienes se motivan para dar apoyo mutuo desde sus cargos, y así garantizar satisfactoriamente con el desarrollo de las metas en la organización. El compromiso organizacional está totalmente definido por los aspectos particulares y las experiencias iniciales, las cuales son desarrolladas a largo plazo (Aimacaña, 2021).

En la presente investigación, se tomaron en cuenta las dimensiones planteadas por Allen y Meyer, citados por Rodríguez (2021), como: el compromiso afectivo (deseo), el compromiso normativo (orden institucional) y el compromiso de continuidad (necesidad).

La primera dimensión correspondiente a la investigación, es el compromiso afectivo referido al lazo emocional establecido por las personas en las empresas, cuyas necesidades psicológicas son satisfechas con relación a su estabilidad profesional (Allen y Meyer, citados por Rodríguez, 2021). Al respecto, Narváez (2020), el compromiso afectivo está representado por la actitud positiva que posee el trabajador para alcanzar las metas de una empresa, manteniéndose en ella. Esto influye en las experiencias profesionales del trabajador quien posee la motivación de realizar las actividades rutinarias.

Por otro lado, Allen y Meyer, citados por Luza (2018), establecieron que un compromiso afectivo está constituido por los siguientes elementos: Los atributos personales relacionados con la edad, el género y la formación del colaborador, asociadas con el compromiso; las características estructurales, referidas a las relaciones entre el colaborador y el supervisor, siendo de suma relevancia en la organización; y las características relativas al centro laboral, que cuenta con la toma de decisión por parte del colaborador, quien posee la capacidad y el valor de participar activamente en el cumplimiento de las necesidades, dentro de la organización.

La segunda dimensión está enfocada en el compromiso normativo, representado por la obligación y el sentimiento que poseen el colaborador hacia su puesto de trabajo, permitiendo cumplir con las actividades dentro de la empresa. Todo esto es impulsado socialmente por la lealtad al puesto de trabajo por parte del colaborador, ya que cuenta con los beneficios creados por la empresa, a fin de mantener una estrecha comunicación entre ambos (Allen y Meyer, citados por Rodríguez, 2021). En este sentido, Narváez (2020), establece que el colaborador tiene la moral de cumplir debidamente con sus actividades, ya que cuenta con su remuneración, la cual permite mantenerse dentro de la organización. Por lo tanto, Luza (2018), señala que el compromiso normativo está referido a la capacidad sentimental que posee el colaborador de permanecer dentro de su puesto de trabajo, ya que valora a la oportunidad dada por la organización.

Por último, se tiene el compromiso de continuidad referido a la concientización por parte del colaborador (Rodríguez, 2021), ya que, si el decidiera renunciar a la empresa, reconocería el impacto económico, mental y físico (esfuerzo); las escasas posibilidades para buscar otro empleo, y las dudas de que sus oportunidades sean minimizadas fuera de la organización (Luza, 2018). Por su parte, Narváez (2020), manifiesta que este tipo de compromiso está referido a la estabilidad del colaborador dentro de la organización a causa de diversos factores económicos y sociales.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1 Tipo de investigación

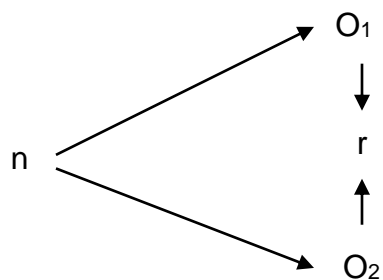
De acuerdo a las estrategias metodológicas, se realizará una investigación tipo descriptiva y correlacional. Se denomina descriptiva, ya que permite describir las variables Motivación Intrínseca y Compromiso Organizacional, las cuales tienen el propósito de identificar los fenómenos relevantes (Pimienta, 2017) en torno a la realidad. De igual forma, se establece como correlacional, ya que para (Pimienta, 2017), intenta verificar que ambas variables de estudio estén vinculadas entre sí, teniendo la posibilidad de predecir los valores de una de ellas.

Por otra parte, la investigación posee un carácter cuantitativo, ya que ofrece la posibilidad de observar, determinar y comparar los fenómenos observados con estudios similares (Hernández y Mendoza, 2018).

3.1.2 Diseño de investigación

La investigación presenta un diseño no experimental, puesto que se elabora sin alterar la contextualización de la variable "Motivación Intrínseca", basándose en las dimensiones, conceptos, fenómenos o hechos ocurridos (Hernández y Mendoza, 2018). De igual manera, el diseño es de corte transversal, ya que revisa el hecho de las características, dimensiones y elementos de varias variables incluidas en la población (Hernández y Mendoza, 2018).

Por lo tanto, se establece la siguiente estructura:



Dónde:

n = Muestra del estudio.

O_1 = Variable independiente.

O_2 = Variable dependiente.

r = Vínculos entre ambas variables.

3.2. Variables y operacionalización

(Arias, 2021) define a la variable como el término basado en responder a la pregunta o problema de investigación. Dicha variable debe estar alineada con el problema, objetivo e hipótesis general de la investigación. La variable puede ser dividida en dos o más dimensiones, y a su vez pueden ser divididas en varios indicadores.

3.2.1 Variable 1: Motivación intrínseca

Definición conceptual: Narváez (2020) manifiesta la motivación intrínseca es una clase de motivación en la cual el trabajador posee las ganas de promover su crecimiento personal, mediante el cumplimiento de sus funciones, para favorecer los resultados de la empresa.

Definición operacional: La motivación intrínseca será medida mediante las dimensiones como: Reconocimiento, responsabilidad y promoción.

Dimensiones:

1) Reconocimiento: Tejada (2020) señala que el reconocimiento constituye la necesidad de las personas.

Indicadores:

Desempeño laboral: Zorrilla y Aliaga (2020) define el desempeño laboral como la capacidad que tienen los trabajadores de demostrar sus habilidades, para el cumplimiento de sus objetivos y metas.

Productividad: Fernández (2021) define la productividad como el aumento o reducción del rendimiento laboral, por parte de los trabajadores en una organización.

Logro: Pérez (2021) define al logro como el impulso para alcanzar una meta, de manera exitosa.

2) Responsabilidad: Cumpa (2020) define la responsabilidad como el valor y la actitud que tiene el individuo para aceptar, entender y participar en los hechos, haciéndose responsable de ellos.

Indicadores:

Puntualidad: Fernández (2021) define la puntualidad como la capacidad que posee el colaborador para ingresar al centro laboral y así poder cumplir con las actividades requeridas en todo momento.

Asignación de tareas: Estrago (2020) define la asignación de tareas como el nivel de responsabilidad que tienen los colaboradores, para cumplir con los objetivos y ser presentados a un grupo de personas.

Trabajo en equipo: Fernández (2021) señala que el trabajo en equipo constituye el esfuerzo mutuo y coordinado por un grupo de colaboradores, para cumplir con los objetivos propuestos

3) Promoción: Cumpa (2020) señala que la promoción constituye la oportunidad recibida por un colaborador, a fin de alcanzar sus objetivos personales y profesionales.

Indicadores:

Ascenso: (Castillo, 2017) define como la oportunidad que presenta un colaborador de cambiar de estatus laboral, adquiriendo nuevas responsabilidades en sus funciones.

Satisfacción: (Castillo, 2017) define como la capacidad que tienen los colaboradores de sentirse conforme o inconforme, de acuerdo a los resultados obtenidos en sus actividades laborales.

Calidad del trabajo: Fernández (2021) señala que la calidad del trabajo constituye el estado de satisfacción que tiene el colaborador, con respecto a las actividades asignadas y al ambiente laboral.

3.2.2 Variable 2: Compromiso organizacional

Definición conceptual: Allen y Meyer, citados por Rodríguez (2021), define al compromiso organizacional, como una condición psicológica caracterizada por unir las relaciones entre los colaboradores y la organización, influyendo positivamente en las tomas de decisiones.

Definición operacional: El compromiso organizacional será medida mediante las dimensiones como: Compromiso afectivo, compromiso normativo y compromiso de continuidad.

Dimensiones:

1) Compromiso afectivo: Para Narváez (2020) está representado por la actitud positiva que posee el trabajador para alcanzar las metas de una empresa, manteniéndose en ella.

Indicadores:

Características personales: Luza (2018) señala que las características personales abarcan la edad, género y nivel de instrucción académica correspondiente al colaborador.

Características estructurales: Luza (2018) señala que las características estructurales están relacionadas con el intercambio entre el colaborador y el supervisor, el puesto fijo de trabajo, y la valoración del significado de pertenecer a una empresa.

Características laborales: Luza (2018) señala que las características laborales están asociadas con las decisiones tomadas por los colaboradores, de acuerdo a sus capacidades, necesidades y competencias.

2) Compromiso normativo: Para Luza (2018) está referido a la capacidad sentimental que posee el colaborador de permanecer dentro de su puesto de trabajo, ya que valora a la oportunidad dada por la organización.

Indicadores:

Lealtad: Buitrón (2020) define a lealtad como la capacidad que tiene el colaborador para cumplir con las necesidades de la organización.

Filosofía de gestión: Hipolito (2020) señala que la filosofía de gestión establece los lineamientos, valores y principios implementados en las instituciones.

Sentido de pertenencia: Nárvaez (2020) define al sentido de pertenencia como el afecto que tiene el colaborador de formar parte de una organización.

3) Compromiso de continuidad. Para Narvárez (2020) está referido a la estabilidad del colaborador dentro de la organización a causa de diversos factores económicos y sociales.

Indicadores:

Compensaciones: Estrago (2020) define a compensaciones como el otorgamiento de las recompensas financieras y no financieras a los miembros de una organización.

Adaptabilidad: Alcalde (2017) señala que la adaptabilidad a la permanencia de la efectividad en distintos ambientes y asignaciones de trabajo.

Empleo: Cristóbal y Bernachea (2018) señala que el empleo es la condición donde un individuo es contratado, con el propósito de realizar ciertas actividades laborales, a cambio de una determinada remuneración

3.3. Población, muestra y muestreo

Para Hernández y Mendoza (2018), la **población** está referida al número de objetos que tienen el propósito de definir claramente los parámetros muestrales. Mientras que Pimienta (2017) menciona que es el conjunto de factores que constituyen el objeto de la investigación, en un espacio y tiempo determinado. La población estuvo conformada por las 325 personas que laboran en un Call Center, ubicado en el centro de Lima.

Bajo los criterios de inclusión, fueron considerados los colaboradores que desempeñan en sus funciones como: Asistente administrativo, asesores de ventas

y teleoperadores. Mientras que los criterios de exclusión, no fueron considerados los colaboradores que desempeñan en sus funciones como: Asistente de RRHH, coordinador y personal de seguridad.

Para Hernández y Mendoza (2018), la **muestra** está referida como la porción extraída de la población, donde se recogerán sus datos representativos, a fin de cumplir los objetivos de la investigación. Por lo tanto, dicha muestra está constituida por 176 personas que laboran en el Call Center (Anexo 4).

Se considera el **muestreo** no probabilístico, el cual es definido por Hernández y Mendoza (2018), como el análisis de los datos recolectados mediante los procedimientos estadísticos, correspondientes a las variables de estudio.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para Hernández y Mendoza (2018), las **técnicas de recolección de datos** constituyen las estrategias aplicadas en el estudio, las cuales sirven para recoger informaciones en función de las variables. Los datos recolectados constituyen el principal soporte de la investigación. En este caso, la medición de las variables a estudiar (motivación intrínseca y compromiso organizacional) se emplean las siguientes técnicas: encuesta y revisión documental, entre otras.

Para Hernández y Mendoza (2018), la encuesta es una técnica donde el investigador aplica una serie de preguntas a cada uno de los encuestados, quienes opinan de distintas formas. En el presente estudio, se realizó la encuesta con el propósito de recopilar las respuestas, de manera virtual.

Para Pimienta (2017), la revisión documental constituye el análisis de la información seleccionada por el investigador, siendo correctamente organizada y clasificada. En este estudio, se desarrollaron los fundamentos teóricos mediante el uso de las fuentes bibliográficas (tesis de grado y artículos científicos), siendo confiables, ya que requieren ser seleccionadas de manera exhaustiva.

Hernández y Mendoza (2018), establece que el **instrumento de recolección de datos** constituye el recurso que sirve para registrar y analizar la información una

variable proveniente de la muestra. Por lo tanto, se emplearon los instrumentos como: Fichas bibliográficas, cuestionario y escala tipo Likert.

Arias (2021) señala que las fichas bibliográficas consisten en recolectar los datos de las fuentes extraídas, mediante el uso de cualquier modelo diseñado, para poder incluir las informaciones consultadas

Hernández y Mendoza (2018), establece que el cuestionario está referido al desarrollo de las preguntas, relacionadas con las variables de estudio.

Para Hernández y Mendoza (2018), la escala tipo Likert es un instrumento conformado por un número de puntos, expresados mediante la formulación de juicios o afirmaciones, las cuales permiten medir las reacciones por parte de los entrevistados. La escala puede ser medida desde 2 hasta 5 puntos o ítems.

Con respecto a la **validez del cuestionario**, ha sido validado por los expertos, con el fin de revisar la coherencia correspondiente a las preguntas formuladas. A continuación, se muestra en la tabla 4.4.1 (Anexo 4) la opinión emitida por los expertos que validaron los instrumentos, en relación a las variables del estudio.

Por otro lado, la **confiabilidad del instrumento**, se determinó mediante el desarrollo de una prueba piloto, la cual permitió realizar una encuesta a 23 personas, los arrojados mediante el programa Microsoft Office Excel. Hernández y Mendoza (2018), señalan que la confiabilidad está asociada con la cantidad de indicadores, los cuales son incluidos dentro del instrumento.

Por otro lado, se desarrolla una prueba piloto a fin de medir la variable en cada uno de los indicadores. Una vez obtenidos los datos, se determina la confiabilidad del instrumento, a través de la ecuación de Alfa de Cronbach. Frías-Navarro (2021) señala que el análisis de Alfa de Cronbach, constituye un instrumento utilizado para precisar su fiabilidad, por medio de la medición realizada a cada uno de los indicadores. El valor de Alfa de Cronbach se encuentra comprendido entre 0 y 1, el cual permite validar el total de la puntuación arrojada en el cuestionario.

En este caso, se determinó que el valor de Alfa de Cronbach, asociado a las variables motivación intrínseca y compromiso organizacional arrojó un total de

0.9688 (Anexo 4), el cual significa que el coeficiente de Alfa viene siendo excelente, siguiendo la escala de interpretación sugerida por Frías-Navarro (2021).

3.5. Procedimientos

- 1) Se procedió a realizar el diagnóstico de la problemática que presentan en un establecimiento de Call Center, mediante el uso de la técnica de la encuesta.
- 2) Se realizó una revisión exhaustiva del material bibliográfico relacionado con el tema y su variable de estudio.
- 3) Se realizarán los análisis de resultados en el programa Microsoft Office Excel, para el cumplimiento de los objetivos de la investigación.
- 4) Por último, se procede a la elaboración y presentación del trabajo final.

Figura 1 *Procedimiento de recolección de datos.*



3.6. Método de análisis de datos

Los análisis de datos estadísticos fueron registrados en los programas Microsoft Office Excel e IBM SPSS, mediante el cálculo descriptivo e inferencial. Las frecuencias en términos porcentuales fueron representadas por medio de tablas y figuras.

Método descriptivo, cuya función es utilizar y minimizar los distintos valores obtenidos.

Estadística inferencial, sirve para recolectar la información con respecto a la muestra obtenida, con el fin de formular casos hipotéticos que conlleven a las conclusiones.

3.7. Aspectos éticos

Los aspectos éticos fueron tomados en cuenta, mediante los siguientes criterios:

Información al sujeto: El estudio presenta cualquier problemática, la cual puede ser resuelta. Así que, antes que los colaboradores sean sometidos a la aplicación del instrumento, se pudo consultar su disposición de formar parte del estudio, dando entender que los resultados permitirán solucionar los problemas planteados.

Respeto a la voluntad de decisión del sujeto: Se informó al sujeto para que tome su decisión con respecto a la aceptación o rechazo de colaborar con la investigación. De igual forma, se dio entender que la participación no es obligatoria, ya que el investigador cumple el papel de proteger los derechos a la expresión.

Confidencialidad: Se garantizó a los participantes su confidencialidad ya anonimato, al momento de brindar información durante la participación en el estudio.

IV. RESULTADOS

4.1 Análisis descriptivo

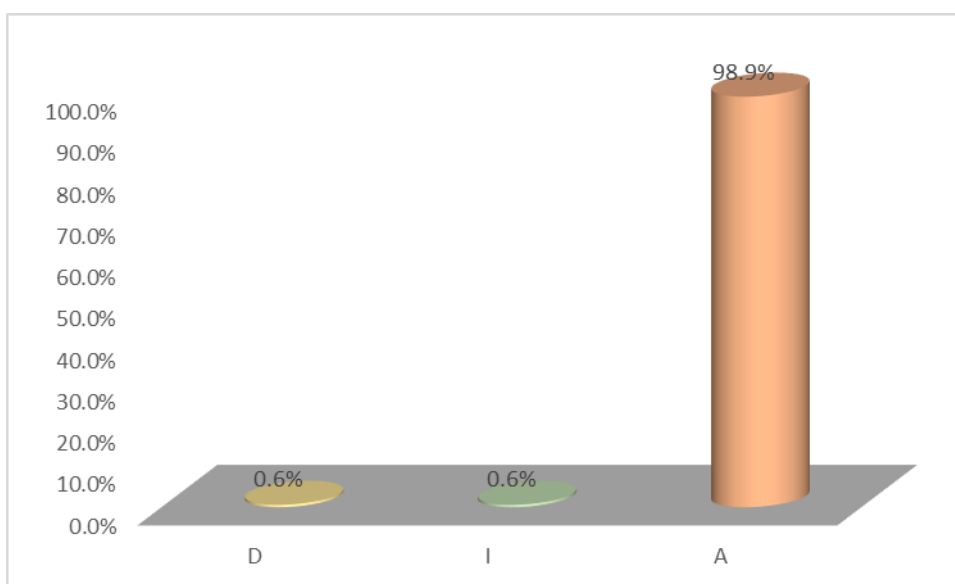
4.1.1. Motivación intrínseca

Tabla 1 Nivel de percepción de la motivación intrínseca en GSS.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Desacuerdo	1	,6	,6	,6
Indiferente	1	,6	,6	1,1
Acuerdo	174	98,9	98,9	100,0
Total	176	100,0	100,0	

Nota: Cuestionario motivación intrínseca

Figura 2 Porcentajes de la motivación intrínseca en GSS.



Interpretación

El 98.9% de los encuestados manifestó que están de acuerdo (**A**) que los colaboradores de la empresa cumplen con las metas propuestas de manera puntual y responsable; mientras que un 0.6% afirma indiferente (**I**) de que la empresa promueve el ascenso entre sus mejores colaboradores para tener una línea de carrera; y un 0.6% refiere que están desacuerdo (**D**) que los

colaboradores de la empresa no poseen el reconocimiento público por haber alcanzado las metas propuestas. Narváez (2020) manifiesta la motivación intrínseca es una clase de motivación en la cual el trabajador posee las ganas de promover su crecimiento personal, mediante el cumplimiento de sus funciones, para favorecer los resultados de la empresa.

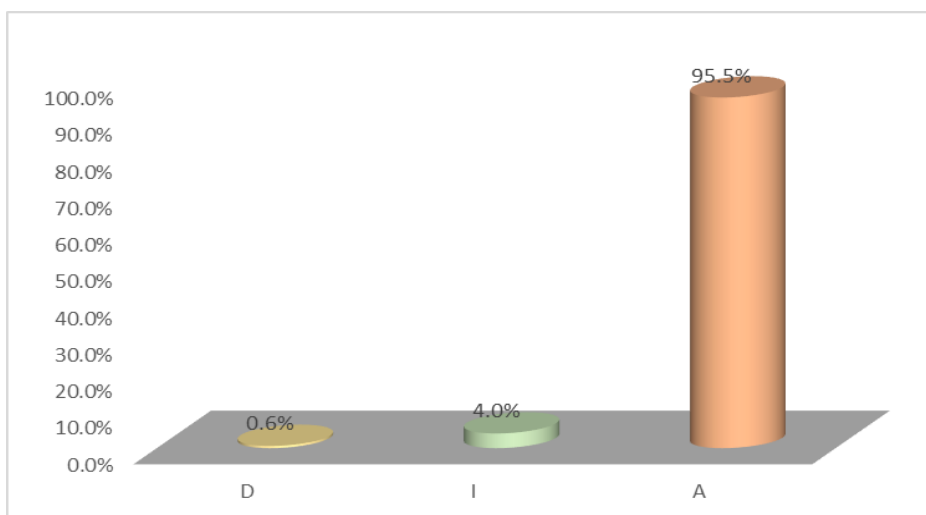
4.1.2. Compromiso organizacional

Tabla 2 Nivel de percepción del compromiso organizacional en GSS.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Desacuerdo	1	,6	,6	,6
Indiferente	7	4,0	4,0	4,5
Acuerdo	168	95,5	95,5	100,0
Total	176	100,0	100,0	

Nota: Elaboración Propia (2022).

Figura 3 Porcentajes del compromiso organizacional en GSS.



Interpretación

El 95.5% de los encuestados manifestó que están de acuerdo (**A**) que los colaboradores de la empresa hayan tomado la decisión de adaptarse al trabajo de acuerdo a sus gustos y habilidades; mientras que un 4.0% afirma indiferente (**I**) de

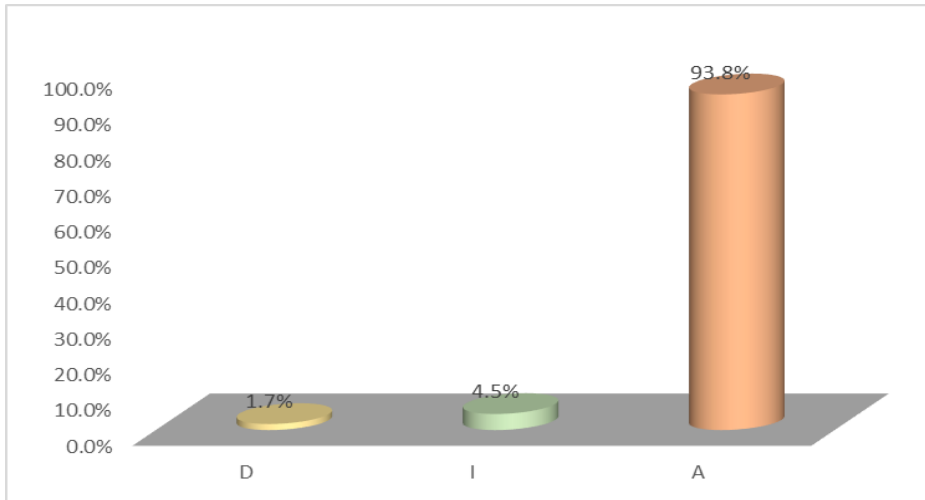
que un trabajador se sienta afectado si decidiera dejar la empresa de manera inmediata; y un 0.6% refiere que están desacuerdo **(D)** de que los colaboradores se sientan feliz al permanecer el resto de la vida profesional en la empresa. Allen y Meyer, citados por Rodríguez (2021), define al compromiso organizacional, como una condición psicológica caracterizada por unir las relaciones entre los colaboradores y la organización, influyendo positivamente en las tomas de decisiones.

4.1.3. Reconocimiento

Tabla 3 Nivel de percepción del reconocimiento en GSS.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Desacuerdo	3	1,7	1,7	1,7
Indiferente	8	4,5	4,5	6,2
Acuerdo	165	93,8	93,8	100,0
Total	176	100,0	100,0	

Figura 4 *Porcentajes del reconocimiento en GSS.*



Interpretación

De lo expuesto se puede acotar de forma concisa que del total de encuestados el 1.7% percibe que la dimensión reconocimiento no se encuentra instaurada en la empresa. Por otro lado, el 4.5% se manifiesta indiferente y finalmente el 93.8% está de acuerdo en que la dimensión se ejecuta o desarrolla dentro de la organización. Tejada (2020) señala que el reconocimiento constituye la necesidad de las personas.

Tabla 4 *Interpretación de los componentes de la brecha nro. 01.*

PORCENTAJE	CRITERIO	OBJETIVO	NIVEL DE ESFUERZO		EVENTO ESPERADO
			PARA CUBRIR BRECHAS (metas)		
93.8%	ACUERDO	CORTO PLAZO	93.8%	POCO ESFUERZO	0,938
4.5%	INDIFERENTE	MEDIANO PLAZO	4.5%	REGULAR ESFUERZO	0,045
1.7%	DESACUERDO	LARGO PLAZO	1.7%	MAYOR ESFUERZO	0,017

Tabla 5 *Elaboración de estrategias dimensión reconocimiento.*

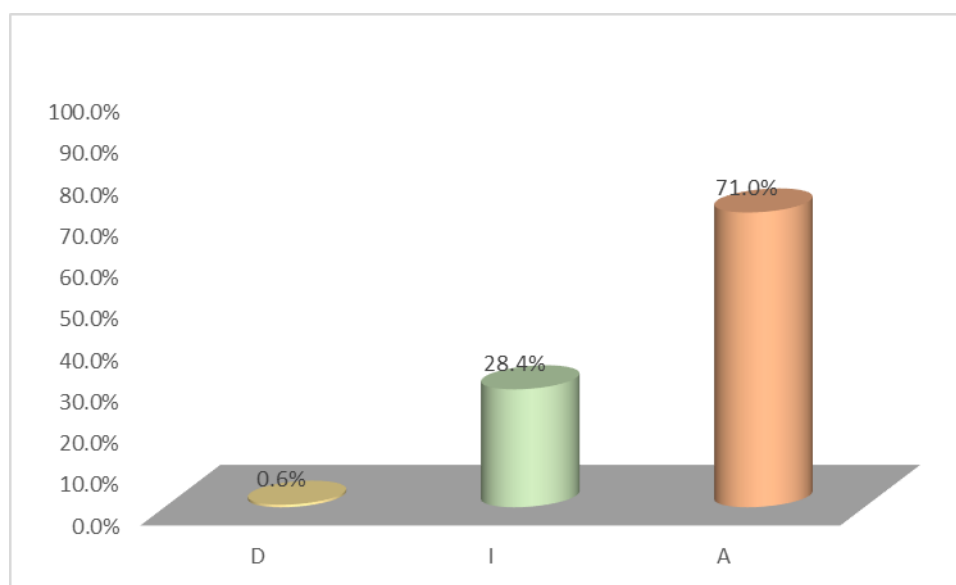
PORCENTAJE	CONCEPTO	
100%	Tejada (2020) señala que el reconocimiento constituye la necesidad de las personas.	
	RECONOCER LOS DIVERSOS LOGROS DE CADA TRABAJADOR	
	ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
1.7%	1. Otorgar diferentes premios para los colaboradores más destacados durante el último mes de gestión.	Fotos
DESACUERDO	2. Brindar la posibilidad de aparecer en las paredes la empresa con el cuadro del empleado del mes.	Videos
	IMPLEMENTAR LA POSIBILIDAD DE QUE LOS COLABORADORES DEL MES PUEDAN APARECER EN LOS MEDIOS DIGITALES DE LA ORGANIZACIÓN	
	ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
4.5%	1. Crear una sección en la web 2.0 para exponer la foto del trabajador con más índice de productividad mensual.	Screenshot web 2.0
INDIFERENTE	2. Crear una sección en páginas de la institución como Facebook o Instagram donde se destaque la labor realizada de los mejores asesores de GSS.	Screenshot de redes sociales
93.8%		
ACUERDO	ALIADOS	

4.1.4. Responsabilidad

Tabla 6 Nivel de percepción de la responsabilidad en GSS.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Desacuerdo	1	,6	,6	,6
Indiferente	50	28,4	28,4	29,0
Acuerdo	125	71,0	71,0	100,0
Total	176	100,0	100,0	

Figura 5 Porcentajes de la responsabilidad en GSS.



Interpretación

Considerando la figura previa a estas líneas se puede detallar que una escasa parte de 0.6% está en desacuerdo respecto a la percepción de la dimensión en cuestión, es decir, no la perciben. Mientras que para el 28.4% es indiferente y para el 71% dicha percepción es alta; es decir, están de acuerdo en que se realiza en la institución. Cumpa (2020) define la responsabilidad como el valor y la actitud que

tiene el individuo para aceptar, entender y participar en los hechos, haciéndose responsable de ellos.

Tabla 7 Interpretación de los componentes de la brecha nro. 02.

PORCENTAJE	CRITERIO	OBJETIVO	NIVEL DE ESFUERZO		EVENTO ESPERADO
			PARA CUBRIR	BRECHAS (metas)	
71%	ACUERDO	CORTO PLAZO	71%	POCO ESFUERZO	0,71
28.4%	INDIFERENTE	MEDIANO PLAZO	28.4%	REGULAR ESFUERZO	0,284
0.6%	DESACUERDO	LARGO PLAZO	0.6%	MAYOR ESFUERZO	0,06

Tabla 8 *Elaboración de estrategias dimensión responsabilidad.*

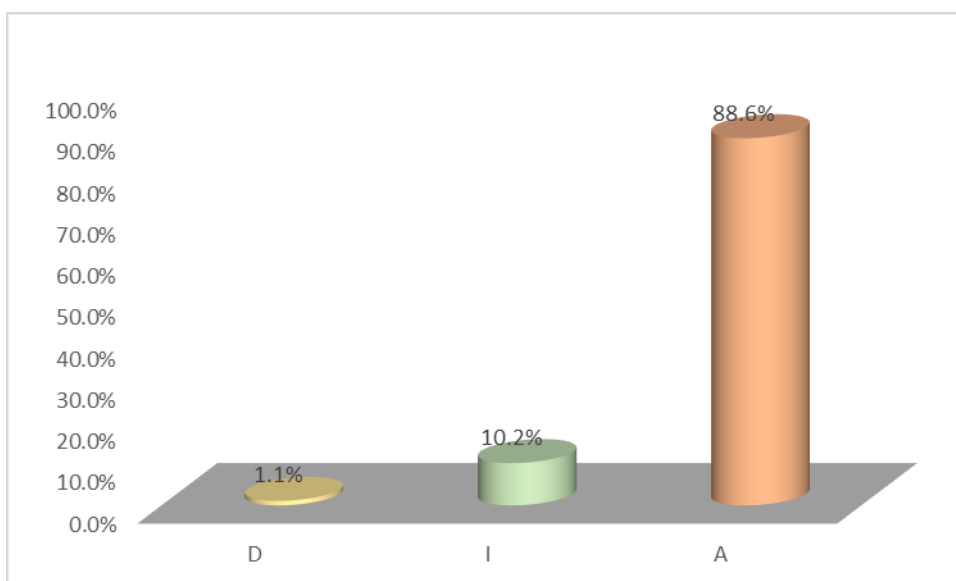
PORCENTAJE	CONCEPTO	
100%	Cumpa (2020) define la responsabilidad como el valor y la actitud que tiene el individuo para aceptar, entender y participar en los hechos, haciéndose responsable de ellos.	
AUMENTAR LAS FUNCIONES DE CIERTOS EMPLEADOS PARA EVALUAR SU DESENVOLVIMIENTO		
	ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
0.6%	<ol style="list-style-type: none"> 1. Seleccionar de manera objetiva a los diferentes recursos humanos a los que se les brindará un extra de funciones sin que ello perjudique su desempeño. 2. Delegar las funciones correspondientes. 	MOF
DESACUERDO		
EJERCER DE MANERA PROACTIVA EL EMPOWERMENT		
	ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
28.4%	<ol style="list-style-type: none"> 1. Detallar específicamente en una base de datos de Microsoft Excel los asesores que podrán tomar decisiones de la empresa. 2. Supervisar de forma continua los resultados, puntos negativos y positivos de las diversas decisiones tomadas. 	Base de datos Excel
INDIFERENTE		
71%		
ACUERDO	ALIADOS	

4.1.5. Promoción

Tabla 9 Nivel de percepción de la promoción en GSS.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Desacuerdo	2	1,1	1,1	1,1
Indiferente	18	10,2	10,2	11,4
Acuerdo	156	88,6	88,6	100,0
Total	176	100,0	100,0	

Figura 6 Porcentajes de la promoción en GSS.



Interpretación

Apenas solo el 1.1% de los encuestados están en desacuerdo respecto a la consideración de las oportunidades que brinda la empresa. Por otro lado, el 10.2% se manifiesta indiferente y prácticamente el total de encuestado indicó su conformidad o, dicho de otra forma, se encuentran en total acuerdo respecto a las oportunidades brindadas en beneficio del colaborador. Cumpa (2020) señala que la promoción constituye la oportunidad recibida por un colaborador, a fin de alcanzar sus objetivos personales y profesionales.

Tabla 10 Interpretación de los componentes de la brecha nro. 03.

PORCENTAJE	CRITERIO	OBJETIVO	NIVEL DE ESFUERZO		EVENTO ESPERADO
			PARA CUBRIR	BRECHAS (metas)	
88.6%	ACUERDO	CORTO PLAZO	88.6%	POCO ESFUERZO	0,886
10.2%	INDIFERENTE	MEDIANO PLAZO	10.2%	REGULAR ESFUERZO	0,102
1.1%	DESACUERDO	LARGO PLAZO	1.1%	MAYOR ESFUERZO	0,011

Tabla 11 *Elaboración de estrategias dimensión promoción.*

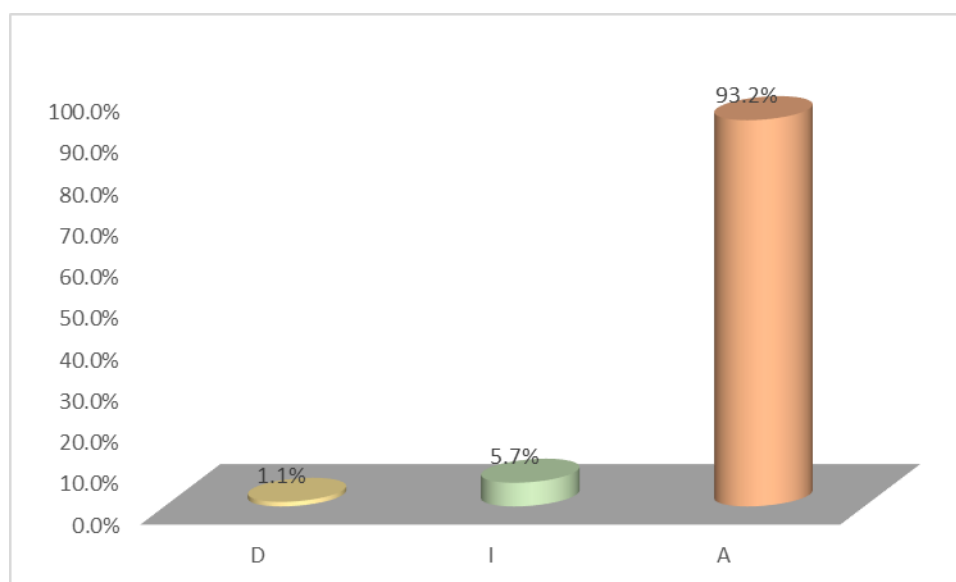
PORCENTAJE	CONCEPTO	
100%	Cumpa (2020) señala que la promoción constituye la oportunidad recibida por un colaborador, a fin de alcanzar sus objetivos personales y profesionales.	
ANALIZAR OPORTUNIDADES DE TRABAJO CONCRETAS PERCIBIDAS POR LOS ASESORES		
	ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
1.1%	1. Elaborar un cuestionario que permita obtener información relevante respecto a las diferentes oportunidades que perciben los trabajadores.	Cuestionario
DESACUERDO	2. Aplicar el cuestionario y almacenar en una base de datos las respuestas.	Base de respuestas
PROMOVER DE PUESTO A LAS PERSONAS MÁS COMPETITIVAS		
	ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
10.2%	1. Elaborar una lista de las personas que hayan tenido un mayor índice de productividad.	
INDIFERENTE	2. Subir de puesto a aquellas personas que cumplan con el filtro de productividad y además sustenten las mejores habilidades blandas	Planilla empresarial
88.6%		
ACUERDO	ALIADOS	

4.1.6 Compromiso afectivo

Tabla 12 Nivel de percepción del compromiso afectivo en GSS.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Desacuerdo	2	1,1	1,1	1,1
Indiferente	10	5,7	5,7	6,8
Acuerdo	164	93,2	93,2	100,0
Total	176	100,0	100,0	

Figura 7 Porcentajes del compromiso afectivo en GSS.



Interpretación

El 93.2% de los encuestados manifestó que están de acuerdo (**A**) que los colaboradores de la empresa se adapten al trabajo de acuerdo a sus habilidades; mientras que un 6.7% afirma indiferente (**I**) de que un trabajador se haya adaptado al trabajo de acuerdo a sus gustos; y un 1.1% refiere que están desacuerdo (**D**) de que los colaboradores de que hayan decidido trabajar en la empresa. Narváez (2020), define al compromiso afectivo, como la actitud positiva que posee el trabajador para alcanzar las metas de una empresa, manteniéndose en ella.

Tabla 13 Interpretación de los componentes de la brecha nro. 04.

PORCENTAJE	CRITERIO	OBJETIVO	NIVEL DE ESFUERZO		EVENTO ESPERADO
			PARA CUBRIR	BRECHAS (metas)	
93.2%	ACUERDO	CORTO PLAZO	93.2%	POCO ESFUERZO	0,932
5.7%	INDIFERENTE	MEDIANO PLAZO	5.7%	REGULAR ESFUERZO	0,057
1.1%	DESACUERDO	LARGO PLAZO	1.1%	MAYOR ESFUERZO	0,011

Tabla 14 *Elaboración de estrategias dimensión compromiso afectivo.*

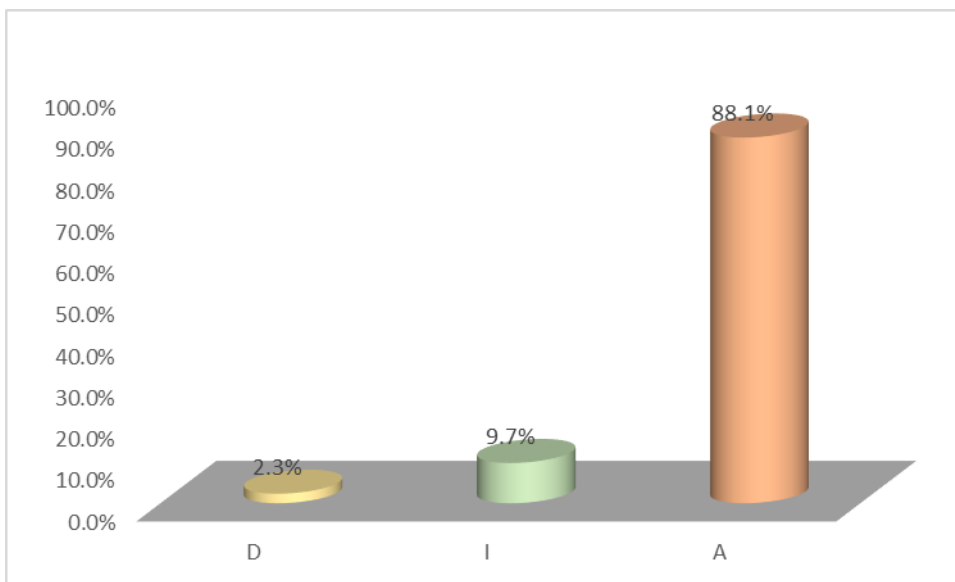
PORCENTAJE	CONCEPTO	
100%	Narváez (2020), define al compromiso afectivo, como la actitud positiva que posee el trabajador para alcanzar las metas de una empresa, manteniéndose en ella.	
1.1 %	POTENCIAR AL TRABAJADOR MEDIANTE UN REFUERZO ESPECÍFICO DE SU ACTITUD RESPECTO A SUS ACTIVIDADES	
	ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
DESACUERDO	1. Elaborar mensajes positivos en diversas notitas de colores llamativos y vivos.	Fotos
	2. Ordenar y limpiar de manera diaria su lugar de trabajo para que se sienta totalmente cómodo.	Videos
5.7%	MEJORAR LA DISPOSICIÓN DE TODOS LOS ASESORES DE GSS	
	ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
INDIFERENTE	1. Elaborar pequeñas reuniones de diálogo o distracción a fin de mejorar o liberar el estrés.	Videos
	2. Implementar un espacio de distracción dentro de la empresa para el uso y disfrute de los asesores; por ejemplo, en sus tiempos de break	Fotografía del espacio físico implementado
93.2%		
ACUERDO	ALIADOS	

4.1.7. Compromiso normativo

Tabla 15 Nivel de percepción del compromiso normativo en GSS.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Desacuerdo	4	2,3	2,3	2,3
Indiferente	17	9,7	9,7	11,9
Acuerdo	155	88,1	88,1	100,0
Total	176	100,0	100,0	

Figura 8 Porcentajes del compromiso normativo en GSS



Interpretación

El 88.1% de los encuestados manifestó que están de acuerdo (**A**) que los colaboradores se identifiquen con los problemas de la organización; mientras que un 9.7% afirma indiferente (**I**) de que un trabajador se sienta feliz de permanecer en la empresa; y un 2.3% refiere que están desacuerdo (**D**) de que la empresa de a conocer a los colaboradores en torno a la misión, visión y objetivos organizacionales. Luzaz (2018), define al compromiso normativo, como la capacidad sentimental que posee el colaborador de permanecer dentro de su puesto de trabajo, ya que valora a la oportunidad dada por la organización.

Tabla 16 Interpretación de los componentes de la brecha nro. 05.

PORCENTAJE	CRITERIO	OBJETIVO	NIVEL DE ESFUERZO		EVENTO ESPERADO
			PARA CUBRIR	BRECHAS (metas)	
88.1%	ACUERDO	CORTO PLAZO	88.1%	POCO ESFUERZO	0,881
9.7%	INDIFERENTE	MEDIANO PLAZO	9.7%	REGULAR ESFUERZO	0,097
2.3%	DESACUERDO	LARGO PLAZO	2.3%	MAYOR ESFUERZO	0,023

Tabla 17 *Elaboración de estrategias dimensión compromiso normativo.*

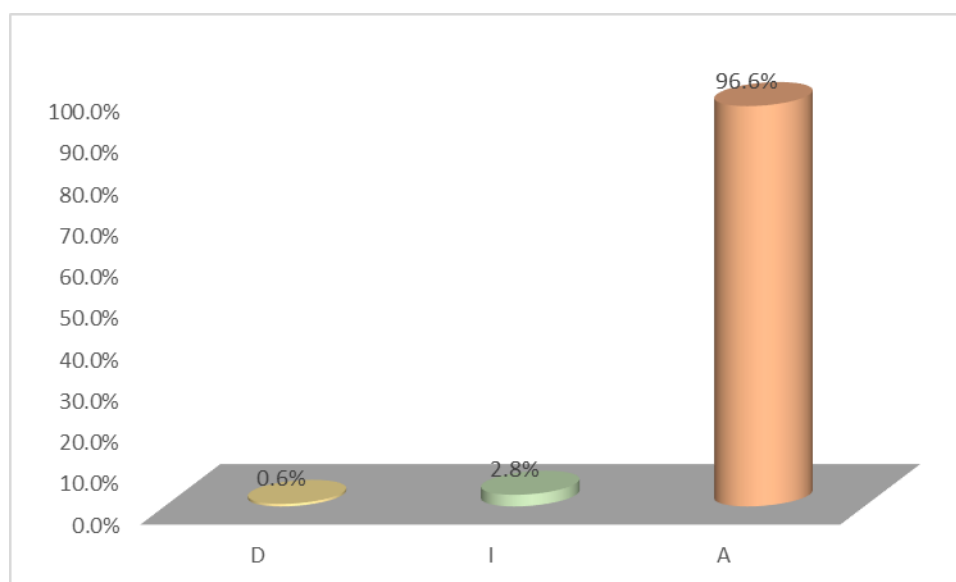
PORCENTAJE	CONCEPTO	
100%	Luzaz (2018), define al compromiso normativo, como la capacidad sentimental que posee el colaborador de permanecer dentro de su puesto de trabajo, ya que valora a la oportunidad dada por la organización.	
	IMPLEMETAR DESCUENTOS EN LAS PRINCIPALES TIENDAS DE ROPA	
	ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
2.3%	1. Crear convenios con un par de empresas de moda masculina y femenina con el objetivo de conseguir una serie de descuentos.	Fotos y videos de la firma del convenio.
DESACUERDO	2. Otorgar descuentos a personas que hayan conseguido un índice alto de rentabilidad.	
	IMPLEMENTAR BENEFICIOS ADICIONALES	
	ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
9.7%	1. Crear un plan estructurado de beneficios extras sujeto a la permanencia del colaborador en la empresa GSS.	Plan de beneficios adicionales
INDIFERENTE	2. Otorgar, billeteras, lapiceros, pañuelos, lociones, polos personalizados, entre otros.	Fotos y videos
88.1%		
ACUERDO	ALIADOS	

4.1.8. Compromiso de continuidad

Tabla 18 Nivel de percepción del compromiso de continuidad en GSS.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Desacuerdo	1	,6	,6	,6
Indiferente	5	2,8	2,8	3,4
Acuerdo	170	96,6	96,6	100,0
Total	176	100,0	100,0	

Figura 9 Porcentajes del compromiso de continuidad en GSS



Interpretación

El 96.6% de los encuestados manifestó que están de acuerdo (**A**) que los colaboradores están dispuestos a trabajar en otra área si la organización lo requiere; mientras que un 2.8% afirma indiferente (**I**) de que un trabajador se sienta afectado si decidiera dejar la empresa de manera inmediata; y un 0.6% refiere que están desacuerdo (**D**) de que la empresa otorgue incentivos a sus colaboradores que se esfuerzan en cumplir los objetivos organizacionales. Narváez (2020), define al compromiso de continuidad, como la estabilidad del

colaborador dentro de la organización a causa de diversos factores económicos y sociales.

Tabla 19 Interpretación de los componentes de la brecha nro. 06.

PORCENTAJE	CRITERIO	OBJETIVO	NIVEL DE ESFUERZO		EVENTO ESPERADO
			PARA CUBRIR BRECHAS (metas)		
96.6%	ACUERDO	CORTO PLAZO	96.6%	POCO ESFUERZO	0,966
2.8%	INDIFERENTE	MEDIANO PLAZO	2.8%	REGULAR ESFUERZO	0,028
0.6%	DESACUERDO	LARGO PLAZO	0.6%	MAYOR ESFUERZO	0,006

Tabla 20 *Elaboración de estrategias dimensión compromiso de continuidad.*

PORCENTAJE	CONCEPTO	
100%	Narváez (2020), define al compromiso de continuidad, como la estabilidad del colaborador dentro de la organización a causa de diversos factores económicos y sociales.	
	PROMOVER MEJORAS EN LA REMUNERACIÓN SALARIAL	
	ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
0.6%	1. Evaluar los salarios por cada cargo de trabajo y detallar hasta que monto se podrían aumentar.	Planilla de la empresa
DESACUERDO	2. Seleccionar a las personas elegidas en consideración de varios factores para poder aumentarles el sueldo.	Ficha de trabajadores destacados
	IMPLEMENTAR SISTEMA DE ACCESIBILIDAD A BONOS Y DETALLES	
	ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
2.8%	1. Incrementar beneficios económicos mediante los obsequios navideños, cumpleaños y aniversarios de los asesores de la empresa.	Comprobante del título (bono)
INDIFERENTE	2. Implementar bonos de gimnasio.	
	3. Implementar bonos para tiendas retail.	
96.6%		
ACUERDO	ALIADOS	

4.2. Estadísticos descriptivos.

Tabla 21 *Estadísticos de la investigación.*

	Desv. Est.	Prom.	Coef. Variab.
V1: Motivación Intrínseca	0.49	2.78	0.18
Reconocimiento	0.50	2.78	0.18
Responsabilidad	0.46	2.81	0.17
Promoción	0.52	2.76	0.19
V2: Compromiso	0.60	2.65	0.23
Compromiso afectivo	0.58	2.67	0.22
Compromiso normativo	0.67	2.56	0.26
Compromiso de continuidad	0.56	2.70	0.21

Interpretación

Existe de forma considerable cierta similitud entre los promedios de las variables; siendo la variable independiente la que sobre sale respecto a su contraparte; por otro lado, las dimensiones también se encuentran relativamente en el mismo rango, e inclusive la dimensión responsabilidad obtuvo un promedio superior a las demás dimensiones e incluso en general.

4.3. Análisis inferencial

Prueba de hipótesis general

H₀: No existe una relación entre el nivel de motivación intrínseca y el compromiso organizacional en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022.

H₁: Existe una relación entre el nivel de motivación intrínseca y el compromiso organizacional en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022.

Tabla 22 *Coeficientes de correlación de Spearman.*

Valor	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0.9 a -0.99	Correlación negativa muy alta
-0.7 a -0.89	Correlación negativa alta
-0.4 a 0.69	Correlación negativa moderada
-0.2 a -0.39	Correlación negativa baja
-0.01 a -0.19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Nota: Significancia de tabla = 0.05; nivel de aceptación = 95%

Significancia y decisión

Si la Significancia Bilateral < 0.05 , entonces se rechaza H_0 y se acepta la H_1 .

Si la Significancia Bilateral > 0.05 , entonces se rechaza H_1 y se acepta H_0 .

Tabla 23 *Correlación entre motivación intrínseca y compromiso organizacional.*

			MOTIVACIÓN INTRÍNSECA	COMPROMISO ORGANIZACIONAL
Rho de Spearman	MOTIVACIÓN INTRÍNSECA	Coeficiente de correlación	1,00	0,658
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	176	176
	COMPROMISO ORGANIZACIONAL	Coeficiente de correlación	0,658	1,00
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	176	176

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Interpretación

La variable motivación intrínseca posee relación directa con la variable compromiso organizacional en un establecimiento de Call Center, Lima, porque hay una significancia de $0,01 < 0,05$, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se asume que existe relación directa entre las variables y se acepta la hipótesis alterna (H_1) como verdadera; de acuerdo con la correlación de Rho de Spearman, se estableció que la correlación es de 0,658; por lo tanto, existe una correlación positiva moderada.

Prueba de hipótesis específicas 1

H₀: No existe una relación entre el nivel de motivación intrínseca y el compromiso afectivo en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022.

H_{E1}: Existe una relación entre el nivel de motivación intrínseca y el compromiso afectivo en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022.

Tabla 24 *Correlación entre motivación intrínseca y compromiso afectivo.*

			MOTIVACIÓN INTRÍNSECA	COMPROMISO AFECTIVO
Rho de Spearman	MOTIVACIÓN INTRÍNSECA	Coeficiente de correlación	1,00	0,600
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	176	176
	COMPROMISO AFECTIVO	Coeficiente de correlación	0,600	1,00
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	176	176

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Interpretación

La variable motivación intrínseca posee relación directa con la dimensión compromiso afectivo en un establecimiento de Call Center, Lima, porque hay una significancia de $0,01 < 0,05$, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se asume que existe relación directa entre la variable y la dimensión analizada, se acepta la hipótesis alterna (H_1) como verdadera; de acuerdo con la correlación de Rho de Spearman, se estableció que la correlación es de 0,60; por lo tanto, existe una correlación positiva moderada.

Prueba de hipótesis específicas 2

H₀: No existe una relación entre el nivel de motivación intrínseca y el compromiso normativo en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022

H_{E2}: Existe una relación entre el nivel de motivación intrínseca y el compromiso normativo en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022

Tabla 25 *Correlación entre motivación intrínseca y compromiso normativo.*

			MOTIVACIÓN INTRÍNSECA	COMPROMISO NORMATIVO
Rho de Spearman	MOTIVACIÓN INTRÍNSECA	Coeficiente de correlación	1,00	0,57
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	176	176
	COMPROMISO NORMATIVO	Coeficiente de correlación	0,57	1,00
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	176	176

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Interpretación

La variable motivación intrínseca posee relación directa con la dimensión compromiso normativo en un establecimiento de Call Center, Lima, porque hay una significancia de $0,01 < 0,05$, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se asume que existe relación directa entre la variable y la dimensión analizada, se acepta la hipótesis alterna (H_1) como verdadera; de acuerdo con la correlación de Rho de Spearman, se estableció que la correlación es de 0,57; por lo tanto, existe una correlación positiva moderada.

Prueba de hipótesis específicas 3

H₀: No existe una relación entre el nivel de motivación intrínseca y el compromiso de continuidad en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022

H_{E3}: Existe una relación entre el nivel de motivación intrínseca y el compromiso de continuidad en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022

Tabla 26 *Correlación entre motivación intrínseca y compromiso de continuidad.*

			MOTIVACIÓN INTRÍNSECA	COMPROMISO DE CONTINUIDAD
Rho de Spearman	MOTIVACIÓN INTRÍNSECA	Coeficiente de correlación	1,00	0,592
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	176	176
	COMPROMISO DE CONTINUIDAD	Coeficiente de correlación	0,592	1,00
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	176	176

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Interpretación

La variable motivación intrínseca posee relación directa con la dimensión compromiso de continuidad en un establecimiento de Call Center, Lima, porque hay una significancia de $0,01 < 0,05$, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se asume que existe relación directa entre la variable y la dimensión analizada, se acepta la hipótesis alterna (H_1) como verdadera; de acuerdo con la correlación de Rho de Spearman, se estableció que la correlación es de 0,592; por lo tanto, existe una correlación positiva moderada.

V. DISCUSIÓN

De acuerdo con los resultados de la presente investigación, se llegó a determinar lo siguiente:

Como hipótesis general se determinó si existe una relación entre el nivel de motivación intrínseca y el compromiso organizacional en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022, donde se tuvo como objetivo determinar el nivel de motivación intrínseca con respecto al compromiso organizacional en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022. Mediante la Prueba Rho de Spearman se demostró que con un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05, es decir “ $0.01 < 0.05$ ”, por ende, se rechaza la hipótesis nula. Además, ambas variables poseen una correlación de 0,658, lo cual indica que es una relación positiva moderada. Por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación indicando que existe relación positiva moderada entre el nivel de motivación intrínseca y el compromiso organizacional en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022., por ende, el objetivo general queda demostrado. Luza (2018), estableció que al diagnosticar la situación del compromiso organizacional de los colaboradores de las delegaciones ordinarias del parlamento debido al incumplimiento de las actividades asignadas, ultimando que el enunciado del problema planteado para la presente investigación tuvo fundamento real, ya que el compromiso organizacional ha sido mal apreciado por los clientes, por lo que se tuvo que plantear el fortalecimiento del estado emocional y nivel de calidad de vida de los colaboradores del Call Center, mediante el análisis comparativo de los resultados del diagnóstico del compromiso organizacional de los colaboradores de las delegaciones ordinarias del parlamento obtenido antes y después del plan implementado. Gracias al análisis estadístico descriptivo, se demostró que la implementación de un plan de fortalecimiento del estado emocional y nivel de calidad de vida mejora el compromiso organizacional de los colaboradores del Call Center, ubicado en Lima, lo cual se demuestra incluso con la aplicación de la prueba estadística Z al tener un estadístico de valor 1,96 que considera la hipótesis en la zona de aceptación. Se coincide (o discrepa) con la conclusión de la tesis de Luza, al implementar el plan de fortalecimiento del estado emocional y

nivel de calidad de vida mejoraría el compromiso organizacional de los colaboradores. Allen y Meyer, citados por Rodríguez (2021), define al compromiso organizacional, como una condición psicológica caracterizada por unir las relaciones entre los colaboradores y la organización, influyendo positivamente en las tomas de decisiones. Si se genera un programa de fortalecimiento del estado emocional y nivel de calidad de vida (objetivos estratégicos) entonces, mejoraría el compromiso organizacional de los colaboradores.

Como hipótesis específica se determinó si existe una relación entre el nivel de motivación intrínseca y el compromiso afectivo en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022 donde se tuvo como objetivo determinar el nivel de motivación intrínseca con respecto al compromiso afectivo en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022. Mediante la Prueba Rho de Spearman se demostró que con un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05, es decir " $0.01 < 0.05$ ", por ende, se rechaza la hipótesis nula. Además, tanto la variable como la dimensión poseen una correlación de 0.60; lo cual indica que es una relación positiva moderada. Por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación indicando que existe relación positiva moderada entre el nivel de motivación intrínseca y el compromiso afectivo en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022, por ende, el objetivo específico queda demostrado. Rodríguez (2021), estableció que al diagnosticar la situación del compromiso afectivo de los colaboradores de la organización Multiservis FVR EIRL, Los Olivos, debido a su bajo estado emocional, ultimando que el enunciado del problema planteado para la presente investigación tuvo fundamento real, ya que el compromiso afectivo ha sido mal apreciado por los clientes, por lo que se tuvo que plantear el fortalecimiento del estado emocional y psicológico de los colaboradores del Call Center, mediante el análisis comparativo de los resultados del diagnóstico del compromiso organizacional de los colaboradores de la organización Multiservis FVR EIRL, Los Olivos obtenido antes y después del plan implementado. Gracias al análisis estadístico descriptivo, se demostró que la implementación de un plan de fortalecimiento del estado emocional y psicológico mejora el compromiso afectivo de los colaboradores del Call Center, ubicado en Lima, lo cual se demuestra incluso con la aplicación de la prueba estadística Z al

tener un estadístico de valor 1,96 que considera la hipótesis en la zona de aceptación. Se coincide (o discrepa) con la conclusión de la tesis de Rodríguez, en que implementar un plan de fortalecimiento del estado emocional y psicológico mejoraría el compromiso afectivo de los colaboradores. Para Narváez (2020), el compromiso afectivo está representado por la actitud positiva que posee el trabajador para alcanzar las metas de una empresa, manteniéndose en ella. Si se genera un programa de fortalecimiento del estado emocional y psicológico (objetivos estratégicos) entonces, mejoraría el compromiso afectivo de los colaboradores.

Como hipótesis específica se determinó si existe una relación entre el nivel de motivación intrínseca y el compromiso normativo en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022 donde se tuvo como objetivo determinar el nivel de motivación intrínseca con respecto al compromiso normativo en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022. Mediante la Prueba Rho de Spearman se demostró que con un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05, es decir " $0.01 < 0.05$ ", por ende, se rechaza la hipótesis nula. Además, tanto la variable como la dimensión poseen una correlación de 0,57; lo cual indica que es una relación positiva moderada. Por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación indicando que existe relación positiva moderada entre el nivel de motivación intrínseca y el compromiso normativo en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022, por ende, el objetivo específico queda demostrado. Ramos (2020), estableció que al diagnosticar la situación del compromiso normativo de los colaboradores del área de Catastro Urbano de la Municipalidad Provincial de Chiclayo debido al incumplimiento de las medidas en el momento oportuno, ultimando que el enunciado del problema planteado para la presente investigación tuvo fundamento real, ya que el compromiso normativo ha sido mal apreciado por los clientes, por lo que se tuvo que plantear la capacitación a los colaboradores del Call Center, mediante el análisis comparativo de los resultados del diagnóstico del compromiso normativo de los colaboradores del área de Catastro Urbano de la Municipalidad Provincial de Chiclayo obtenido antes y después del plan implementado. Gracias al análisis estadístico descriptivo, se demostró que la implementación de un plan de

capacitación mejora el compromiso normativo de los colaboradores del Call Center, ubicado en Lima, lo cual se demuestra incluso con la aplicación de la prueba estadística Z al tener un estadístico de valor 1,96 que considera la hipótesis en la zona de aceptación. Se coincide (o discrepa) con la conclusión de la tesis de Ramos, al implementar el plan de capacitación mejoraría el compromiso normativo de los colaboradores. Para Luza (2018), el compromiso normativo está referido a la capacidad sentimental que posee el colaborador de permanecer dentro de su puesto de trabajo, ya que valora a la oportunidad dada por la organización. Si se genera un programa de capacitación (objetivos estratégicos) entonces, mejoraría el compromiso normativo de los colaboradores.

Como hipótesis específica se determinó si una relación entre el nivel de motivación intrínseca y el compromiso de continuidad en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022 donde se tuvo como Objetivo determinar el nivel de motivación intrínseca con respecto al compromiso de continuidad en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022, mediante la Prueba Rho de Spearman se demostró que con un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05, es decir “ $0.01 < 0.05$ ”, por ende, se rechaza la hipótesis nula. Además, tanto la variable como la dimensión poseen una correlación de 0,592; lo cual indica que es una relación positiva moderada. Por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación indicando que existe relación positiva moderada entre el nivel de motivación intrínseca y el compromiso de continuidad en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022, por ende, el objetivo específico queda demostrado. García y Gonzales (2018), establecieron que al diagnosticar la situación del compromiso de continuidad de los colaboradores de la Municipalidad Provincial de Sánchez Carrión debido al abandono frecuente de sus puestos de trabajos, ultimando que el enunciado del problema planteado para la presente investigación tuvo fundamento real, ya que el compromiso de continuidad ha sido mal apreciado por los clientes, por lo que se tuvo que plantear mejoras en la remuneración salarial a los colaboradores del Call Center, mediante el análisis comparativo de los resultados del diagnóstico del compromiso continuidad de los colaboradores de la Municipalidad Provincial de Sánchez Carrión obtenido antes y después del plan

implementado. Gracias al análisis estadístico descriptivo, se demostró que la implementación de un plan de mejoras en la remuneración salarial contribuye con el compromiso de continuidad de los colaboradores del Call Center, ubicado en Lima, lo cual se demuestra incluso con la aplicación de la prueba estadística Z al tener un estadístico de valor 1,96 que considera la hipótesis en la zona de aceptación. Se coincide (o discrepa) con la conclusión de la tesis de García y Gonzales, al implementar un plan de mejoras salarial contribuiría con el compromiso de continuidad de los colaboradores. Para Narváez (2020), el compromiso de continuidad está referido a la estabilidad del colaborador dentro de la organización a causa de diversos factores económicos y sociales. Si se genera un programa de mejoras salarial (objetivos estratégicos) entonces, contribuiría con el compromiso de continuidad de los colaboradores.

VI. CONCLUSIONES

1. Se determinó el nivel de la variable motivación intrínseca con respecto al compromiso organizacional, donde el 95,5% de los encuestados se adaptan al trabajo, de acuerdo a sus gustos y habilidades, teniendo influencia en las tomas de decisiones. Por lo tanto, existe una correlación positiva moderada entre la motivación intrínseca y el compromiso organizacional, por lo que se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula ($Rho = 0,658$ y $p \text{ valor} = 0,001 < 0,05$).

2. Se determinó el nivel de la variable motivación intrínseca con respecto a la dimensión compromiso afectivo, donde el 93,2% de los encuestados se adaptan al trabajo, a fin de contribuir con los resultados positivos en la empresa, de acuerdo a sus habilidades. Por lo tanto, existe una correlación positiva moderada entre la motivación intrínseca y el compromiso afectivo, por lo que se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula ($Rho = 0,60$ y $p \text{ valor} = 0,001 < 0,05$).

3. Se determinó el nivel de la variable motivación intrínseca con respecto a la dimensión compromiso normativo, donde el 88,1% de los encuestados se identifican con los problemas de la organización, ya que forman parte de ella. Por lo tanto, existe una correlación positiva moderada entre la motivación intrínseca y el compromiso normativo, por lo que se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula ($Rho = 0,57$ y $p \text{ valor} = 0,001 < 0,05$).

4. Se determinó el nivel de la variable motivación intrínseca con respecto a la dimensión compromiso de continuidad, donde el 96,6% de los encuestados están dispuestos a trabajar en otra área si la organización lo requiere, debido a factores económicos y sociales. Por lo tanto, existe una correlación positiva moderada entre la motivación intrínseca y el compromiso de continuidad, por lo que se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula ($Rho = 0,592$ y $p \text{ valor} = 0,001 < 0,05$).

VII. RECOMENDACIONES

Primera

Al gerente del área de recursos humanos de la organización objeto de investigación, se recomienda considerar que es de suma relevancia reconocer los diversos logros que puedan alcanzar sus asesores, para que de tal forma aumenten su productividad. Por ello, como se detalló líneas atrás, se recomienda expresamente otorgar diferentes premios y destacar a los colaboradores del mes a fin de que se sienten que su esfuerzo es reconocido y a gusto en la organización.

Segunda

Al área de recursos humanos de GSS, considerar que es importante aumentar paulatinamente el grado de responsabilidad de los colaboradores, motivo por el cual se recomienda emplear el método de empowerment y aumentar un par de funciones al personal más destacado con el objetivo de contribuir al desarrollo del personal y hacer sentir que cada asesor es capaz de lograr más y mejores resultados.

Tercera

Al área de recursos humanos de GSS, es imprescindible brindar oportunidades de mejora para el óptimo desarrollo del personal; por ende, se propone en primera instancia analizar las oportunidades o promociones de crecimiento profesional que perciben los colaboradores y en segunda promover de puesto a aquellas personas que generen o proyecten un mejor rendimiento.

Cuarta

Al área administrativa de la empresa, gestionar los medios necesarios para que las personas correspondientes de recursos humanos puedan mejorar el compromiso de cada colaborador; por lo que se recomienda mejorar la actitud de los asesores mediante pequeñas notas con diversas frases positivas, reuniones de dialogo o relajamiento e implementar un pequeño centro de distracción dentro de las instalaciones de la empresa.

Quinta

A la gerencia general de la empresa en coordinación con el área de recursos humanos, se recomienda implementar una serie de descuentos a los que los asesores puedan acceder; así como, un plan de beneficios o detalles extras que puedan mejorar de cierta forma el compromiso que siente el colaborador con la empresa.

Sexta

A la sección de planillas de la empresa, en coordinación de su jefatura inmediata, considerar que es importante proveer estabilidad mediante factores económicos, por ende, se recomienda promover la mejora salarial para las personas más competitivas e implementar ciertos bonos a los que se puedan acceder por metas conseguidas.

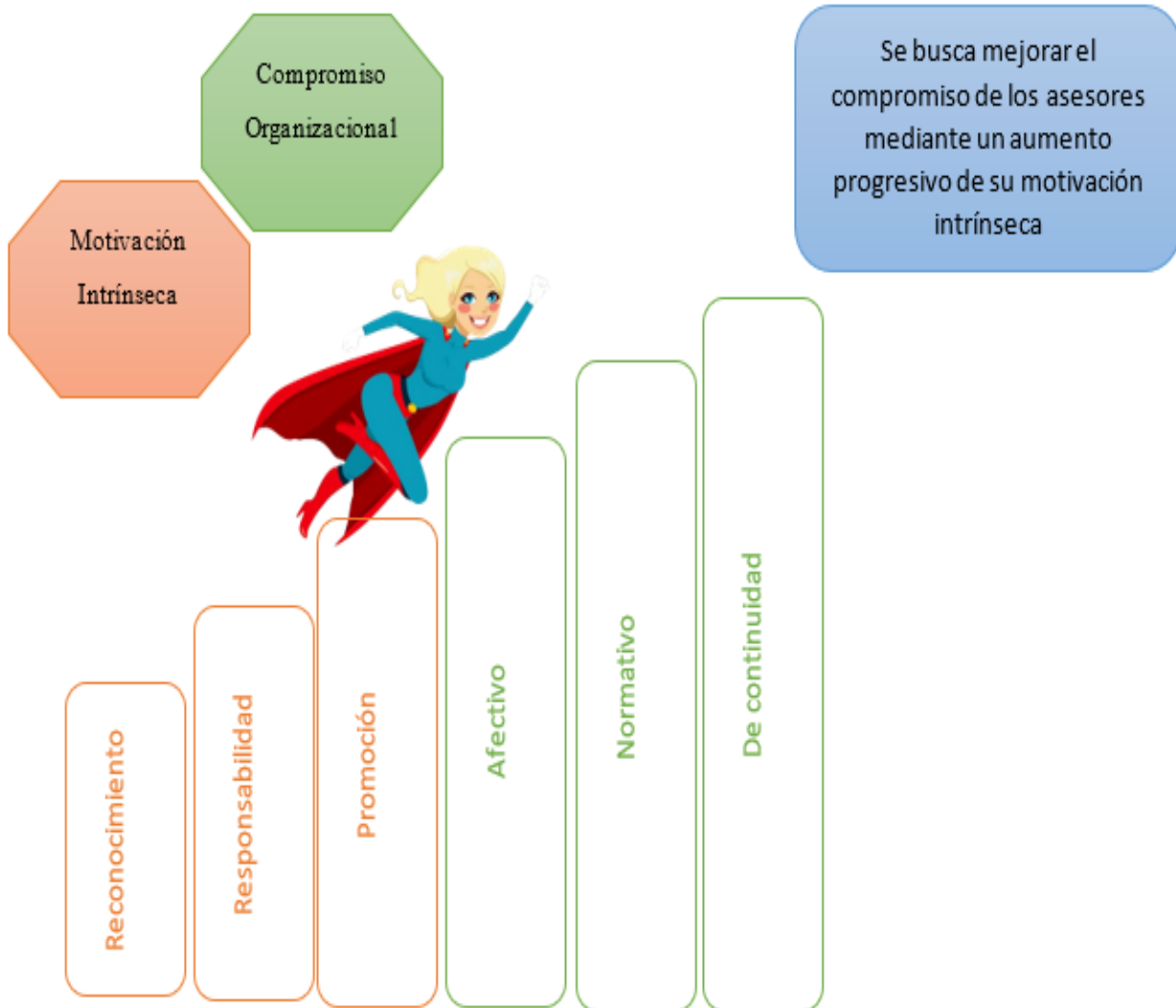
VIII. PROPUESTA

El actual capítulo de la investigación alberga la propuesta destinada a mejorar considerable o significativamente el compromiso organizacional que cada colaborador deba poseer; así como, su nivel de motivación intrínseca mediante diferentes tácticas u estrategias que permitan gestionar de forma óptima el recurso humano. Tal propuesta, también contribuirá con el logro de los objetivos institucionales, pues, al haber un mejor trabajo de los gestantes del éxito del establecimiento de call center, mayor será el rendimiento, integración y perseverancia que ostenten en la realización de sus labores.

Así mismo, consiguiendo de forma continua y progresiva los objetivos previstos por la entidad, se podrá tener una tendencia positiva de los márgenes rentables. Por otro lado, el plan beneficia de forma indirecta a todo el sector de la empresa, pues, entre mejor se gestione las variables descritas mejores serán los ingresos y por consecuente las diferentes aportaciones del call center al sector privado irán en aumento.

Por otro lado, para una mejor comprensión de las diferentes técnicas a emplear para lograr el objetivo anhelado se ha propuesto un cuadro detallado que aloja las variables, dimensiones, objetivos u acciones y los diversos medios con los que se puede corroborar la ejecución de cada técnica, de tal forma que el plan en conjunto se presente de forma ordenada y coherente

En síntesis, la presente propuesta es detallada y expuesta con fines de mejora; puesto que, es imprescindible un plan correctamente estructurado que permita conseguir el éxito anhelado en un corto tiempo y con los medios necesarios, todo ello con la finalidad de ser una de las mejores empresas en el rubro de telecomunicaciones.



REFERENCIAS

- Acuña, J. (2016). *Motivación Laboral en el Área de Alimentos y Bebidas del Restaurante Brisas del Titicaca, Lima, 2016*. [Tesis de Grado]. Lima: Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/14643/Acu%C3%B1a_OJM.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Aimacaña, I. (2021). *Plan de mejoramiento del compromiso organizacional para los empleados de la empresa SEGUID de la ciudad de Ambato*. [Tesis de Maestría]. Latacunga: Universidad Técnica de Cotopaxi, Dirección de Posgrado. <http://181.112.224.103/bitstream/27000/7656/1/MUTC-000945.pdf>
- Alcalde, M. (2018). *Relación entre la motivación y el desempeño laboral de los colaboradores de la Empresa de Transportes Turismo Dias S.A. – filial Cajamarca, 2016*. [Tesis de Maestría]. Cajamarca: Universidad Nacional de Cajamarca, Escuela de Posgrado. <https://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/UNC/1958/TESIS%20-%20CPC.%20MAYRA%20YAQUELINE%20ALCALDE%20MARTOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Aldana, E., Tafur, J., y Leal, M. (2017). *Compromiso organizacional como dinámica de las instituciones del Sector Salud en Barranquilla – Colombia*. Revista Espacios, 39 (11), pp 1-13. <http://www.revistaespacios.com/a18v39n11/a18v39n11p13.pdf>
- Arias, J. (2021). *Diseño y metodología de la investigación*. Arequipa: Enfoques ConsultingEIRL. https://www.researchgate.net/publication/352157132_DISENO_Y_METODOLOGIA_DE_LA_INVESTIGACION

- Buitrón, K. (2020). *Compromiso organizacional y satisfacción laboral, en un grupo de docentes de una universidad del sector educativo en Lima*. [Tesis de Grado]. Lima: Universidad San Martín de Porres, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/6962/BUITRON_CK.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Caballero, D. (2018). *Evaluación de la Satisfacción Laboral y el Compromiso Organizacional. Caso: Decanato de Vida Estudiantil*. [Tesis de Maestría]. Panamá: Universidad Especializada de las Américas, Decanato de Posgrado. <http://repositorio2.udelas.ac.pa/bitstream/handle/123456789/296/CaballeroDanysabelMaster.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Castagnola, G., Castagnola, V., Castagnola, A., y Castagnola, C. (2020). *Los docentes y su compromiso organizacional desde la motivación intrínseca*. Guayaquil: Editorial Grupo Compás, <http://142.93.18.15:8080/jspui/bitstream/123456789/519/1/listo.pdf>
- Castillo, S. (2017). *El clima organizacional y su relación con la satisfacción laboral de los colaboradores del área de calidad de la empresa Knight Presold en el Departamento de Cusco año 2016*. [Tesis de Grado]. Trujillo: Universidad Nacional de Trujillo, Facultad de Ciencias Económicas. https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/10507/castillorodriguez_sergio.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cristobal, L. y Bernachea, E. (2018). *El empleo informal y su influencia en el producto interno bruto en el Perú 2010-2017*. [Tesis de Grado]. Cerro de Pasco Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, Facultad de Ciencias Económicas y Contables.

<http://repositorio.undac.edu.pe/bitstream/undac/403/1/TESIS.CRISTOBAL.%20Y%20BERNACHEA..pdf>

Cumpa, A. (2020). *Satisfacción laboral y compromiso organizacional en operarios de una empresa del rubro logístico en la ciudad de Callao*. [Tesis de Grado]. Lima: Universidad Nacional Federico Villarreal, Vicerrectorado de Investigación.

<http://repositorio.unfv.edu.pe/bitstream/handle/UNFV/4723/CUMPA%20DEL%20GADO%20AMANDA%20CORALIS%20-%20TITULO%20PROFESIONAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Del Águila, L. (2020). *Motivación laboral y compromiso institucional de los docentes del nivel primaria de la institución educativa N° 62010 Virgen de Fátima, Yurimaguas, 2019*. [Tesis de Grado]. Tarapoto Universidad César Vallejo, Escuela de Posgrado.

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/66139/Del%20%C3%81guila_VL-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Estragos, A. (2020). *Organizaciones horizontales: viejas aspiraciones en ideas de gestión que se renuevan*. Revista del Centro de Estudios de Sociología del Trabajo, 12, pp 39-74.

<http://157.92.136.232/index.php/CESOT/article/view/1710/2415>

Fernández, J. (2021). *Clima organizacional y desempeño laboral de los trabajadores de la sede principal de la Oficina Regional Norte INPE Chiclayo – 2019*. [Tesis de Grado]. Pimentel: Universidad Señor de Sipán, Facultad de Ciencias Empresariales.

<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/7919/Fern%c3%a1ndez%20Montenegro%2c%20Jorge%20Yovany.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Frías-Navarro, D. (2021). *Recomendaciones para elaborar y redactar el informe de investigación*. España: Universidad de Valencia.
<https://www.uv.es/~friasnav/AlfaCronbach.pdf>

García, L. y Gonzales, G. (2018). *Motivación laboral y el compromiso organizacional, en los trabajadores de la Municipalidad Provincial Sánchez Carrión, 2018*. [Tesis de Grado]. Lima: Universidad Peruana Unión, Facultad de Ciencias Empresariales.
https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/1276/Leidy_Tesis_Titulo_2018.pdf?sequence=5&isAllowed=y

Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Ciudad de México: Editorial Mc Graw Hill.
https://www.academia.edu/download/64785777/METODOLOGIA_DE_LA_INVESTIGACION_LAS_RUTA.pdf

Hipolito, K. (2020). *Relación entre comunicación interna e imagen corporativa del instituto médico especializado Uroginec*. [Tesis de Maestría]. Chimbote: Universidad César Vallejo, Escuela de Posgrado.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/52003/Hipolito_VKI%20-%20SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Larios, Y. (2018). *Relación del clima organizacional en el nivel motivacional del personal de la empresa Memphis – Chiclayo 2016*. [Tesis de Grado]. Chiclayo: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Facultad de Ciencias Empresariales
[.https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/2090/1/TL_LariosEscurreYurico.pdf](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/2090/1/TL_LariosEscurreYurico.pdf)

- Luza, A. (2018). *Motivación intrínseca y compromiso organizacional de los trabajadores de las comisiones ordinarias del congreso de la República del Perú en el periodo 2016-2017* [Tesis de Grado]. Lima: Universidad San Ignacio de Loyola Facultad de Ciencias Empresariales. http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/3538/1/2018_Luza-Jauregui.pdf
- Narváez, M. (2020). *Diagnóstico de compromiso organizacional en Santillana Ecuador y propuesta de un plan de acción en el periodo 2018- 2019*. [Tesis de Grado]. Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Facultad de Psicología. <http://201.159.222.35/bitstream/handle/22000/17804/Disertaci%C3%B3n%20M%C3%B3nica%20Paulina%20Narv%C3%A1ez%20Goyes.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Pezo, D. (2020). *Compromiso organizacional y motivación laboral en trabajadores de una empresa de servicio de limpieza y mantenimiento en general Trujillo*. [Tesis de Grado]. Trujillo: Universidad Privada Antenor Orrego Facultad de Medicina Humana. https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/6991/1/REP_PSIC_DEYBIS.PEZO_COMPROMISO.ORGANIZACIONAL.MOTIVACI%93N.LABORAL.TRABAJADORES.EMPRESA.SERVICIO.LIMPIEZA.MANTENIMIENTO.GENERAL.TRUJILLO.pdf
- Pimienta, J. (2017). *Metodología de la investigación*. Ciudad de México: Editorial Pearson, 3era edición. <http://104.207.147.154:8080/handle/54000/1268>
- Pérez, O. (2021). *Motivación y compromiso laboral en los empleados de la municipalidad de José Leonardo Ortiz- Chiclayo 2018*. [Tesis de Grado]. Chiclayo: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo Facultad de Ciencias Empresariales.

https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/3351/1/TL_PerezTorresOnias.pdf

Quispe, E. (2019). *Employer engagement para mejorar la comunicación interna en una empresa privada del Perú, 2019*. [Tesis de Grado]. Lima: Universidad Norbert Wiener, Facultad de Ingeniería y Negocios. <http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3375/TESIS%20Quispe%20Ester.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ramos, T. (2020). *Programa de Motivación Intrínseca para mejorar el Compromiso Organizacional de los colaboradores en la Municipalidad Provincial de Chiclayo*. [Tesis de Grado]. Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias de la Salud. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/49153/Ramos_CTDM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ríos, T. (2018). *Calidad de vida laboral y compromiso organizacional de los trabajadores de la Empresa Inversiones Mineras los Ángeles; Carhuaz, Ancash, 2016*. [Tesis de Grado]. Lima: Universidad San Martín de Porres, Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/3469/rios_dt_c.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Rodríguez, J. (2021). *Motivación intrínseca y compromiso organizacional en los trabajadores de la empresa de servicios industriales Multiservis FVR EIRL, Los Olivos, 2020*. [Tesis de Grado]. Lima Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/61339/Rodriguez_SCJE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Romero, L. (2019). *Relación entre calidad de vida profesional y compromiso organizacional en los trabajadores del área cadena de suministro en una empresa del estado en Lima Metropolitana*. [Tesis de Maestría]. Lima: Universidad San Martín de Porres, Facultad de ciencias de la comunicación, turismo y psicología. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/5666/ALEXANDER_RL.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Tejada, O. (2020). *Motivación laboral y compromiso organizacional en colaboradores de una municipalidad distrital de Arequipa, 2020*. [Tesis de Grado]. Arequipa: Universidad Católica San Pablo Facultad de Ciencias Económico Empresariales y Humanas. https://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/20.500.12590/16818/1/TEJADA_TOLEDO_OMA_MOT.pdf

Zorrilla, D. y Aliaga, W. (2020). *Mejora continua y desempeño laboral de los trabajadores administrativos régimen laboral DL. 276 de la Universidad Nacional de Huancavelica, 2017*. [Tesis de Grado]. Huancayo: Universidad Peruana Los Andes, Facultad de Ciencias Administrativas y Contables. https://repositorio.upla.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12848/2003/T037_40106950_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Anexo 1

Matriz de consistencia

Motivación intrínseca y compromiso organizacional en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022					
PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	MÉTODO
GENERAL: ¿Cómo se determina el nivel de motivación intrínseca con respecto al compromiso organizacional en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022?	GENERAL: Determinar el nivel de motivación intrínseca con respecto al compromiso organizacional en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022.	GENERAL: Existe una relación entre el nivel de motivación intrínseca y el compromiso organizacional en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022.	VARIABLE 1: Motivación intrínseca	RECONOCIMIENTO	La investigación es hipotético - deductivo
				RESPONSABILIDAD	
				PROMOCIÓN	Cuantitativo
ESPECÍFICOS: a) ¿Cómo se determina el nivel de motivación intrínseca con respecto al compromiso afectivo en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022? b) ¿Cómo se determina el nivel de motivación intrínseca con respecto al compromiso normativo en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022? c) ¿Cómo se determina el nivel de motivación intrínseca con respecto al compromiso de continuidad en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022?	ESPECÍFICOS: a) Determinar el nivel de motivación intrínseca con respecto al compromiso afectivo en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022. b) Determinar el nivel de motivación intrínseca con respecto al compromiso normativo en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022. c) Determinar el nivel de motivación intrínseca con respecto al compromiso de continuidad en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022.	ESPECÍFICOS: a) Existe una relación entre el nivel de motivación intrínseca y el compromiso afectivo en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022 b) Existe una relación entre el nivel de motivación intrínseca y el compromiso normativo en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022. c) Existe una relación entre el nivel de motivación intrínseca y el compromiso de continuidad en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022.	VARIABLE 2: Compromiso organizacional	COMPROMISO AFECTIVO	TIPO
					Aplicada
				COMPROMISO NORMATIVO	NIVEL
					Descriptivo - Correlacional
				COMPROMISO DE CONTINUIDAD	DISEÑO
	No experimental y de corte transversal 				

Anexo 2

Matriz de operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA	RANGOS
VARIABLE 1: Motivación intrínseca	Narváez (2020) manifiesta la motivación intrínseca es una clase de motivación en la cual el trabajador posee las ganas de promover su crecimiento personal, mediante el cumplimiento de sus funciones, para favorecer los resultados de la empresa.	La variable 1, motivación intrínseca, será medida mediante las dimensiones como: reconocimiento, responsabilidad y promoción.	RECONOCIMIENTO	Desempeño laboral	Ordinal tipo Likert 1. DESACUERDO (D) 2. INDIFERENTE (I) 3. ACUERDO (A)	1. BAJO 2. MEDIO 3. ALTO
				Productividad		
				Logro		
			RESPONSABILIDAD	Puntualidad		
				Asignación de tareas		
				Trabajo en equipo		
			PROMOCIÓN	Ascenso		
				Satisfacción		
				Calidad del trabajo		
VARIABLE 2: Compromiso organizacional	Meyer y Allen (1997), citados por Rodríguez (2021), define al compromiso organizacional, como una condición psicológica caracterizada por unir las relaciones entre los colaboradores y la organización, influyendo positivamente en las tomas de decisiones	La variable 2, compromiso organizacional, será medida mediante las dimensiones como: compromiso afectivo, compromiso normativo y de compromiso de continuidad.	COMPROMISO AFECTIVO	Características personales	Ordinal tipo Likert 1. DESACUERDO (D) 2. INDIFERENTE (I) 3. ACUERDO (A)	1. BAJO 2. MEDIO 3. ALTO
				Características estructurales		
				Características laborales		
			COMPROMISO NORMATIVO	Lealtad		
				Filosofía de gestión		
				Sentido de pertenencia		
			COMPROMISO DE CONTINUIDAD	Compensaciones		
				Adaptabilidad		
				Empleo		

Fuente: Elaboración Propia (2022).

Anexo 3

Carta de validación de los instrumentos

Lima, 30 de octubre de 2021

Estimado (a) Dr. (a)

Aprovechamos la oportunidad para saludarla y manifestarle que, teniendo en cuenta su reconocido prestigio en la docencia e investigación, hemos considerado pertinente solicitarle su colaboración en la validación del instrumento de obtención de datos que utilizaremos en la investigación denominada **“Motivación intrínseca y compromiso organizacional en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022”** Para cumplir con lo solicitado, le adjuntamos a la presente la siguiente documentación:

- a) Problemas y objetivos de investigación
- b) Instrumento de obtención de datos
- c) Matriz de validación de los instrumentos de obtención de datos

La solicitud consiste en evaluar cada uno de los ítems del instrumento de medición e indicar si es adecuado o no. En este segundo caso, le agradecería nos sugiera como debe mejorarse.

Agradeciéndole de manera anticipada por su colaboración, nos despedimos de usted.

Atentamente,



Berrospi Sánchez Susan Marimar
DNI: 71152268

“MOTIVACIÓN INTRÍNSECA Y COMPROMISO ORGANIZACIONAL EN UN ESTABLECIMIENTO DE CALL CENTER, LIMA, 2022”

1. Problema

1.1 Problema general

¿Cómo se determina el nivel de motivación intrínseca con respecto al compromiso organizacional en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022?

1.2 Problemas específicos

- 1) ¿Cómo se determina el nivel de motivación intrínseca con respecto al compromiso afectivo en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022?
- 2) ¿Cómo se determina el nivel de motivación intrínseca con respecto al compromiso normativo en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022?
- 3) ¿Cómo se determina el nivel de motivación intrínseca con respecto al compromiso de continuidad en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022?

2. Objetivos

2.1 Objetivo general

Determinar el nivel de motivación intrínseca con respecto al compromiso organizacional en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022.

2.2 Objetivos específicos

- 1) Determinar el nivel de motivación intrínseca con respecto al compromiso afectivo en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022.
- 2) Determinar el nivel de motivación intrínseca con respecto al compromiso normativo en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022.
- 3) Determinar el nivel de motivación intrínseca con respecto al compromiso de continuidad en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022.

MOTIVACIÓN INTRÍNSECA Y COMPROMISO ORGANIZACIONAL EN UN ESTABLECIMIENTO DE CALL CENTER, LIMA, 2022

OBJETIVO: Determinar el nivel de motivación intrínseca con respecto al compromiso organizacional en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022.

INSTRUCCIONES: Marque con una **X** la alternativa que usted considera valida de acuerdo con el ítem en los casilleros siguientes:

DESACUERDO	INDIFERENTE	ACUERDO
D	I	A

N°	Ítems	D	I	A
1	La organización tiene presente a los colaboradores que se esfuerzan por cumplir sus metas laborales establecidas	1	2	3
2	Los colaboradores conocen mediante una estadística mensual para hacer público, cual es el rendimiento de cada colaborador	1	2	3
3	Los colaboradores que han alcanzado las metas propuesta por la organización tienen reconocimiento público en merito a su esfuerzo	1	2	3
4	Los colaboradores que han alcanzado las metas propuesta por la organización tienen reconocimiento público en merito a su esfuerzo	1	2	3
5	Las tareas encomendadas son repartidas equitativamente entre todos los compañeros de trabajo	1	2	3
6	Cuando se asignadas labores con un tiempo previsto, la institución designa los equipos de trabajos para alcanzar las metas propuestas	1	2	3
7	La empresa promueve entre sus mejores colaboradores el ascenso para tener una línea de carrera	1	2	3
8	Pertenecer a la organización ha permitido que incremente mis habilidades profesionales como también las personales	1	2	3
9	Percibes el nivel de satisfacción de tus actividades por parte de tus superiores	1	2	3
10	Es necesario contar con un nivel de instrucción académica para desempeñarse en tu actividad laboral	1	2	3
11	Cada día me esfuerzo para que el trabajo sea realizado lo mejor posible	1	2	3
12	Pienso que este empleo se adapta con mis habilidades profesionales	1	2	3
13	Me encuentro a gusto laborando en la organización	1	2	3
14	La empresa se preocupa que haya un espacio destinado a conocer misión, visión y objetivos organizacionales para conocimientos de los trabajadores	1	2	3
15	Siento que los problemas de la institución como si fueran los míos propios	1	2	3
16	Siento que al haber aceptado trabajar en la empresa, ha sido la mejor decisión de mi vida	1	2	3
17	Si la organización requiere que realice una dotación a una nueva área, me siento en la capacidad de hacerlo	1	2	3
18	Me vería afectado si decidiera dejar la institución en estos momentos	1	2	3

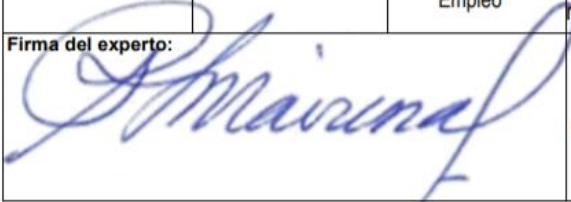
Gracias por su colaboración

Título de la investigación: "Motivación intrínseca y compromiso organizacional en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022"

Apellidos y nombres de los investigadores: Berrospi Sanchez, Susan Marimar

Apellidos y nombres del experto: Dra. Mairena Fox, Petronila Liliانا

ASPECTO POR EVALUAR				OPINIÓN DEL EXPERTO			
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
VARIABLE 1: Motivación intrínseca	Reconocimiento	Desempeño laboral	La organización tiene presente a los colaboradores que se esfuerzan por cumplir sus metas laborales establecidas	3= Acuerdo 2= Indiferente 1= Desacuerdo			
		Productividad	Los colaboradores conocen mediante una estadística mensual para hacer público cual es el rendimiento de cada colaborador				
		Logro	Los colaboradores que han alcanzado las metas propuesta por la organización tiene reconocimiento público en merito a su esfuerzo				
	Responsabilidad	Puntualidad	Me siento una persona responsable porque me preocupo de ser puntual para llegar oportunamente a mi trabajo				
		Asignación de tareas	Las tareas encomendadas son repartidas equitativamente entre todos los compañeros de trabajo				
		Trabajo en equipo	Cuándo se asignadas labores con un tiempo previsto, la institución designa los equipos de trabajos para alcanzar las metas propuestas				
	Promoción	Ascenso	La empresa promueve entre sus mejores colaboradores el ascenso para tener una línea de carrera				
		Satisfacción	Pertenecer a la organización ha permitido que incremente mis habilidades profesionales como también las personales				
		Calidad del trabajo	Cada día me esfuerzo para que el trabajo sea realizado lo mejor posible				
VARIABLE 2: Compromiso organizacional	Compromiso afectivo	Características personales	Pienso que este empleo se adapta con mis habilidades profesionales				
		Características estructurales	Me encuentro a gusto laborando en la organización				
		Características laborales	Siento que al haber aceptado trabajar en la empresa, ha sido la mejor decisión de mi vida				
	Compromiso normativo	Lealtad	Siento que los problemas de la institución como si fueran los míos propios				
		Filosofía de gestión	La empresa se preocupa que haya un espacio destinado a conocer misión, visión y objetivos organizacionales para conocimientos de los trabajadores				


Título de la investigación: "Motivación intrínseca y compromiso organizacional en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022"							
Apellidos y nombres de los investigadores: Berrospi Sanchez, Susan Marimar							
Apellidos y nombres del experto: Dra. Mairena Fox, Petronila Liliana							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
		Sentido de pertenencia	Me sentiría muy feliz de permanecer el resto de mi vida profesional en la empresa				
	Compromiso de continuidad	Compensaciones	La empresa se preocupa de recompensar a sus colaboradores que se esfuerzan en cumplir los objetivos organizacionales				
		Adaptabilidad	Si la organización requiere que realice una dotación a una nueva área, me siento en la capacidad de hacerlo				
		Empleo	Me vería afectado si decidiera dejar la institución en estos momentos				
Firma del experto:							
							
Fecha _____ / _____ / _____							

Título de la investigación: "Motivación intrínseca y compromiso organizacional en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022"

Apellidos y nombres de los investigadores: Berrospi Sanchez, Susan Marimar

Apellidos y nombres del experto: MBA. Díaz Torres, William Ricardo

ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
VARIABLE 1: Motivación intrínseca	Reconocimiento	Desempeño laboral	La organización tiene presente a los colaboradores que se esfuerzan por cumplir sus metas laborales establecidas	3= Acuerdo 2= Indiferente 1= Desacuerdo			
		Productividad	Los colaboradores conocen mediante una estadística mensual para hacer público cual es el rendimiento de cada colaborador				
		Logro	Los colaboradores que han alcanzado las metas propuesta por la organización tiene reconocimiento público en merito a su esfuerzo				
	Responsabilidad	Puntualidad	Me siento una persona responsable porque me preocupo de ser puntual para llegar oportunamente a mi trabajo				
		Asignación de tareas	Las tareas encomendadas son repartidas equitativamente entre todos los compañeros de trabajo				
		Trabajo en equipo	Cuándo se asignadas labores con un tiempo previsto, la institución designa los equipos de trabajos para alcanzar las metas propuestas				
	Promoción	Ascenso	La empresa promueve entre sus mejores colaboradores el ascenso para tener una línea de carrera				
		Satisfacción	Pertenecer a la organización ha permitido que incremente mis habilidades profesionales como también las personales				
		Calidad del trabajo	Cada día me esfuerzo para que el trabajo sea realizado lo mejor posible				
VARIABLE 2: Compromiso organizacional	Compromiso afectivo	Características personales	Pienso que este empleo se adapta con mis habilidades profesionales				
		Características estructurales	Me encuentro a gusto laborando en la organización				
		Características laborales	Siento que al haber aceptado trabajar en la empresa, ha sido la mejor decisión de mi vida				
	Compromiso normativo	Lealtad	Siento que los problemas de la institución como si fueran los míos propios				
		Filosofía de gestión	La empresa se preocupa que haya un espacio destinado a conocer misión, visión y objetivos organizacionales para conocimientos de los trabajadores				

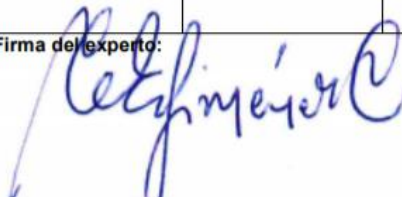
Título de la investigación: "Motivación intrínseca y compromiso organizacional en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022"							
Apellidos y nombres de los investigadores: Berrospi Sanchez, Susan Marimar							
Apellidos y nombres del experto: MBA. Díaz Torres, William Ricardo							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
		Sentido de pertenencia	Me sentiría muy feliz de permanecer el resto de mi vida profesional en la empresa				
	Compromiso de continuidad	Compensaciones	La empresa se preocupa de recompensar a sus colaboradores que se esfuerzan en cumplir los objetivos organizacionales				
		Adaptabilidad	Si la organización requiere que realice una dotación a una nueva área, me siento en la capacidad de hacerlo				
		Empleo	Me vería afectado si decidiera dejar la institución en estos momentos				
Firma del experto:							
			Fecha <u>30 / 10 / 2021</u>				

Título de la investigación: "Motivación intrínseca y compromiso organizacional en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022"

Apellidos y nombres de los investigadores: Berrospi Sanchez, Susan Marimar

Apellidos y nombres del experto: Dr. Jiménez Calderón, César Eduardo

ASPECTO POR EVALUAR				OPINIÓN DEL EXPERTO			
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
VARIABLE 1: Motivación intrínseca	Reconocimiento	Desempeño laboral	La organización tiene presente a los colaboradores que se esfuerzan por cumplir sus metas laborales establecidas	3= Acuerdo 2= Indiferente 1= Desacuerdo			
		Productividad	Los colaboradores conocen mediante una estadística mensual para hacer público cual es el rendimiento de cada colaborador				
		Logro	Los colaboradores que han alcanzado las metas propuesta por la organización tiene reconocimiento público en merito a su esfuerzo				
	Responsabilidad	Puntualidad	Me siento una persona responsable porque me preocupo de ser puntual para llegar oportunamente a mi trabajo				
		Asignación de tareas	Las tareas encomendadas son repartidas equitativamente entre todos los compañeros de trabajo				
		Trabajo en equipo	Cuándo se asignadas labores con un tiempo previsto, la institución designa los equipos de trabajos para alcanzar las metas propuestas				
	Promoción	Ascenso	La empresa promueve entre sus mejores colaboradores el ascenso para tener una línea de carrera				
		Satisfacción	Pertenecer a la organización ha permitido que incremente mis habilidades profesionales como también las personales				
		Calidad del trabajo	Cada día me esfuerzo para que el trabajo sea realizado lo mejor posible				
VARIABLE 2: Compromiso organizacional	Compromiso afectivo	Características personales	Pienso que este empleo se adapta con mis habilidades profesionales				
		Características estructurales	Me encuentro a gusto laborando en la organización				
		Características laborales	Siento que al haber aceptado trabajar en la empresa, ha sido la mejor decisión de mi vida				
	Compromiso normativo	Lealtad	Siento que los problemas de la institución como si fueran los míos propios				
		Filosofía de gestión	La empresa se preocupa que haya un espacio destinado a conocer misión, visión y objetivos organizacionales para conocimientos de los trabajadores				

Título de la investigación: "Motivación intrínseca y compromiso organizacional en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022"							
Apellidos y nombres de los investigadores: Berrospi Sanchez, Susan Marimar							
Apellidos y nombres del experto: Dr. Jiménez Calderón, César Eduardo							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
		Sentido de pertenencia	Me sentiría muy feliz de permanecer el resto de mi vida profesional en la empresa				
	Compromiso de continuidad	Compensaciones	La empresa se preocupa de recompensar a sus colaboradores que se esfuerzan en cumplir los objetivos organizacionales				
		Adaptabilidad	Si la organización requiere que realice una dotación a una nueva área, me siento en la capacidad de hacerlo				
		Empleo	Me vería afectado si decidiera dejar la institución en estos momentos				
Firma del experto:							

Título de la investigación: “Motivación intrínseca y compromiso organizacional en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022”

Apellidos y nombres de los investigadores: Berrospi Sanchez, Susan Marimar

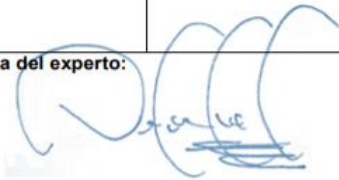
Apellidos y nombres del experto: Dr. García Yovera, Abraham José

		ASPECTO POR EVALUAR			OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
VARIABLE 1: Motivación intrínseca	Reconocimiento	Desempeño laboral	La organización tiene presente a los colaboradores que se esfuerzan por cumplir sus metas laborales establecidas	3= Acuerdo 2= Indiferente 1= Desacuerdo			
		Productividad	Los colaboradores conocen mediante una estadística mensual para hacer público cual es el rendimiento de cada colaborador				
		Logro	Los colaboradores que han alcanzado las metas propuesta por la organización tiene reconocimiento público en merito a su esfuerzo				
	Responsabilidad	Puntualidad	Me siento una persona responsable porque me preocupo de ser puntual para llegar oportunamente a mi trabajo				
		Asignación de tareas	Las tareas encomendadas son repartidas equitativamente entre todos los compañeros de trabajo				
		Trabajo en equipo	Cuándo se asignadas labores con un tiempo previsto, la institución designa los equipos de trabajos para alcanzar las metas propuestas				
	Promoción	Ascenso	La empresa promueve entre sus mejores colaboradores el ascenso para tener una línea de carrera				
		Satisfacción	Pertenecer a la organización ha permitido que incremente mis habilidades profesionales como también las personales				
		Calidad del trabajo	Cada día me esfuerzo para que el trabajo sea realizado lo mejor posible				
VARIABLE 2: Compromiso organizacional	Compromiso afectivo	Características personales	Pienso que este empleo se adapta con mis habilidades profesionales				
		Características estructurales	Me encuentro a gusto laborando en la organización				
		Características laborales	Siento que al haber aceptado trabajar en la empresa, ha sido la mejor decisión de mi vida				
	Compromiso normativo	Lealtad	Siento que los problemas de la institución como si fueran los míos propios				
		Filosofía de gestión	La empresa se preocupa que haya un espacio destinado a conocer misión, visión y objetivos organizacionales para conocimientos de los trabajadores				

Título de la investigación: "Motivación intrínseca y compromiso organizacional en un establecimiento de Call Center, Lima, 2022"

Apellidos y nombres de los investigadores: Berrospi Sanchez, Susan Marimar

Apellidos y nombres del experto: Dr. García Yovera, Abraham José

ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
		Sentido de pertenencia	Me sentiría muy feliz de permanecer el resto de mi vida profesional en la empresa				
	Compromiso de continuidad	Compensaciones	La empresa se preocupa de recompensar a sus colaboradores que se esfuerzan en cumplir los objetivos organizacionales				
		Adaptabilidad	Si la organización requiere que realice una dotación a una nueva área, me siento en la capacidad de hacerlo				
		Empleo	Me vería afectado si decidiera dejar la institución en estos momentos				
Firma del experto: 			Fecha <u>29</u> / <u>10</u> / <u>2021</u>				

Anexo 4

Formula del cálculo de la muestra

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

Dónde:

n= Tamaño de muestra buscado

N= Tamaño de la población o universo

Z= Parámetro estadístico que depende el nivel de confianza

e= Error de estimación máximo aceptado

p= Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito)

q= Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado

$$n = \frac{100 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (100 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 176$$

Anexo 5

Validación de los expertos

Tabla 15

Expertos para la validación del instrumento

GRADO ACADÉMICO	NOMBRE DEL EXPERTO VALIDADOR	OPINIÓN DE EXPERTO
Doctor	César Eduardo Jiménez Calderón	Aplicable
Doctor	José Abraham García Yovera	Aplicable
MBA	William Ricardo Díaz Torres	Aplicable
Doctora	Petronila Liliana Mairena	Aplicable

Anexo 6

Confiabilidad de instrumentos

Análisis de fiabilidad del Alfa de Cronbach

α = Alfa

K = Número de Ítems

V_i = Varianza de cada ítem

V_t = Varianza total

$$\alpha = \frac{k}{k-1} * \left[1 - \frac{\sum V_i}{V_t}\right]$$

$$\alpha = \frac{18}{18-1} * \left[1 - \frac{5.71}{67.194}\right]$$

$$\alpha = 0.9688$$

Anexo 7

Coefficiente de alfa de Cronbach.

Tabla 16

Escala para la valoración del nivel de confiabilidad

RANGO	EVALUACIÓN DEL COEFICIENTE
Coeficiente alfa > 0.9	Es excelente
Coeficiente alfa > 0.8	Es buena
Coeficiente alfa > 0.7	Es aceptable
Coeficiente alfa > 0.6	Es cuestionable
Coeficiente alfa > 0.5	Es pobre
Coeficiente alfa < 0.5	Es inaceptable

Anexo 9

I. PROPUESTA

“PLAN DE ESTRATEGIAS DESTINADO A LA MOTIVACIÓN INTRÍNSECA Y EL COMPROMISO ORGANIZACIONAL EN UN ESTABLECIMIENTO DE CALL CENTER, 2022”

1.1. INTRODUCCIÓN

El actual capítulo de la investigación alberga la propuesta destinada a mejorar considerable o significativamente el compromiso organizacional que cada colaborador deba poseer; así como, su nivel de motivación intrínseca mediante diferentes tácticas u estrategias que permitan gestionar de forma óptima el recurso humano. Tal propuesta, también contribuirá con el logro de los objetivos institucionales, pues, al haber un mejor trabajo de los gestantes del éxito del establecimiento de call center, mayor será el rendimiento, integración y perseverancia que ostenten en la realización de sus labores.

Así mismo, consiguiendo de forma continua y progresiva los objetivos previstos por la entidad, se podrá tener una tendencia positiva de los márgenes rentables. Por otro lado, el plan beneficia de forma indirecta a todo el sector de la empresa, pues, entre mejor se gestione las variables descritas mejores serán los ingresos y por consecuente las diferentes aportaciones del call center al sector privado irán en aumento.

Por otro lado, para una mejor comprensión de las diferentes técnicas a emplear para lograr el objetivo anhelado se ha propuesto un cuadro detallado que aloja las variables, dimensiones, objetivos u acciones y los diversos medios con los que se puede corroborar la ejecución de cada técnica, de tal forma que el plan en conjunto se presente de forma ordenada y coherente

En síntesis, la presente propuesta es detallada y expuesta con fines de mejora; puesto que, es imprescindible un plan correctamente estructurado que permita conseguir el éxito anhelado en un corto tiempo y con los medios necesarios, todo ello con la finalidad de ser una de las mejores empresas en el rubro de telecomunicaciones.

1.2. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

- a) Conocer los diferentes puntos de mejora en relación a las dos variables en estudio para poder efectuar futuras estrategias correctivas que permitan alcanzar las metas estipuladas.
- b) Proponer una serie de estrategias estructuradas de acuerdo a las dimensiones del presente estudio para poder ejercer un mejor trabajo y contribuir a la constante superación y éxito del personal.
- c) Elaborar un cronograma y presupuesto por cada estrategia que lo requiera, a fin de presentar un trabajo mejor elaborado que cumpla con los diferentes estándares solicitados.
- d) Brindar a la gerencia general del establecimiento de call center un conjunto detallado de tácticas que permitan gestionar brillantemente su recurso operante con miras al éxito en las telecomunicaciones.

1.3. ESTRUCTURA DEL PLAN DE ESTRATEGIAS Y ACCIONES

Para una mejor organización y presentación del trabajo, en adelante se presentará un cuadro resumen de los diferentes objetivos y estrategias operativas que se efectuarán; así mismo, dicho cuadro presentará diversas columnas que se explican a continuación.

La primera columna presentada de forma sencilla detallará las variables del presente estudio con el objetivo de establecer cuáles serán en conjunto los puntos a los que está dirigido el plan de mejora.

La segunda columna sujeta las diversas dimensiones previamente detalladas. Mismas que se presentarán de acuerdo a las variables y que tienen por finalidad facilitar la redacción específica de los objetivos con los que se trabajará.

La tercera columna indica de forma certera las teorías de cada variable, teorías que ya han sido trabajadas anteriormente y que se encuentran fijadas en el marco teórico del documento que contiene estas líneas.

Por otra parte, la cuarta columna indica los objetivos estratégicos que se realizarán por cada dimensión, para el plan expuesto se acotarán 02 objetivos respectivamente.

Así mismo, en la quinta columna se expondrán detalladamente las diferentes actividades que se realizarán o llevarán a cabo para cumplir con el objetivo correspondiente; de modo que, facilite un mejor control y, por ende, una mayor probabilidad de alcanzar lo esperado.

Finalmente, la sexta columna explicará de forma sencilla y concreta cuáles serán los medios por los que se va a verificar o que servirán como apoyo para las actividades que se realizarán.

VARIABLE	DIMENSIONES	TEORÍA	OBJETIVOS ESTRATEGICOS	ACTIVIDADES OPERATIVAS	MEDIOS DE SUSTENTACIÓN
MOTIVACIÓN INTRÍNSECA	Reconocimiento	Tejada (2020) señala que el reconocimiento constituye la necesidad de las personas.	Reconocer los diversos logros de cada trabajador.	<p>1. Realizar un cuadro físico al empleado más destacado.</p> <p>2. Realizar diversas reuniones vía zoom para felicitar los logros obtenidos.</p> <p>3. Realizar pulseras o diferentes medios de acreditaciones para distinguir a los mejores colaboradores.</p>	<p>1. Cuadro físico.</p> <p>2. Grabaciones de zoom.</p> <p>3. Pulseras físicas.</p>

			<p>Implementar un espacio virtual para la exposición de los méritos obtenidos</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Implementar un apartado en la fan page de la empresa donde se exponga al colaborador del mes. 2. Crear una sección detallada en la página web de la institución donde se exponga al colaborador que más ha generado. 3. Crear un espacio en la página web donde se puedan descargar diplomas de reconocimiento. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Screenshot de la sección indicada en Facebook. 2. Screenshot de la sección indicada en la página web 2.0 3. PDF'S obtenidos en la web.
--	--	--	---	--	---

	Responsabilidad	<p>Cumpa (2020) define la responsabilidad como el valor y la actitud que tiene el individuo para aceptar, entender y participar en los hechos, haciéndose responsable de ellos.</p>	<p>Otorgar funciones de mayor rango jerárquico a las personas que estén más capacitadas.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hacer una lista de los trabajadores más destacados durante el último trimestre. 2. Delegar 02 funciones extras por cada trabajador con el fin de evaluar su responsabilidad. 3. Evaluar los resultados por cada recurso humano y otorgar un vale de consumo a quienes hayan cumplido con sus tareas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Base de datos Excel. 2. Manual de organización y funciones (MOF). 3. Base de datos de productividad en rango mensual.
--	-----------------	---	--	--	--

			<p>Brindar a cada colaborador que se destaque, la oportunidad de tomar decisiones de la empresa.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elaborar una lista de actividades y/o negocios posibles que se puedan efectuar. 2. Realizar en un espacio físico 01 reunión de trabajo con el fin de comunicar que los 10 colaboradores más eficientes tomarán decisiones en conjunto con la empresa. 3. Supervisar los efectos de cada decisión tomada. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lista de próximas negociaciones o actividades u cosas a implementar. 2. Videos de la reunión. 3. Ficha de evaluación de resultados.
--	--	--	--	---	--

	Promoción	<p>Cumpa (2020) señala que la promoción constituye la oportunidad recibida por un colaborador, a fin de alcanzar sus objetivos personales y profesionales.</p>	<p>Analizar la percepción de cada recurso humano en relación a su crecimiento de puesto de trabajo.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elaborar un cuestionario que irá destinado a conocer qué piensa cada persona sobre un ascenso de puesto. 2. Efectuar el cuestionario para todos en un mismo día y a una misma hora, mediante algún medio digital. 3. Analizar las respuestas que fueron brindadas y almacenarla en una base de datos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cuestionario. 2. Screenshot del total de personas que respondieron las interrogantes. 3. Base de datos de respuestas del cuestionario.
--	-----------	--	---	--	---

			<p>Brindar la posibilidad de hacer línea de carrera y llegar a ocupar altos mandos.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elaborar una base de datos que albergue de forma concisa las ventas efectuadas por cada persona. 2. Seleccionar a las personas que tengan un mejor índice de ventas y hacer una reunión vía Google Meet. 3. Efectuar nuevos contratos por 03 meses (temporales) para las personas que subirán de puesto. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Screenshot de las ventas totales registradas por cada asesor. 2. Ficha resumen de los colabores top del mes o trimestre. 3. Contratos modales.
--	--	--	---	---	---

<p>COMPROMISO ORGANIZACIONAL</p>	<p>Compromiso afectivo</p>	<p>Narváez (2020) indica que está representado por la actitud positiva que posee el trabajador para alcanzar las metas de una empresa, manteniéndose en ella.</p>	<p>Reforzar las ganas y actitud de los colaboradores respecto a sus actividades.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ofrecer un espacio de trabajo cómodo, limpio y en paz donde se pueda trabajar armoniosamente. 2. Dejar una nota de índole motivador con una frase agradable en la zona de trabajo de cada asistente. 3. Facilitar diversos mensajes positivos en las puertas de los servicios higiénicos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fotografías y videos. 2. Fotografías. 3. Fotografías.
----------------------------------	----------------------------	---	--	--	--

			<p>Implementar un taller denominado: “De algo malo, saquemos algo bueno”.</p>	<p>1. Primera reunión bajo la temática: El lado positivo de las cosas. Reunión a cargo del jefe de RRHH.</p> <p>2. Segunda reunión bajo la temática: Al terminar una lluvia, siempre saldrá el arcoíris. Reunión a cargo de RRHH.</p> <p>3. Tercera reunión bajo la temática de retroalimentación; es decir, sintetizar todo lo tocado en ambas reuniones.</p>	<p>1. Videos de la reunión.</p> <p>2. Videos de la reunión.</p> <p>3. Encuestas de satisfacción.</p>
--	--	--	---	--	--

	<p>Compromiso normativo</p>	<p>Luza (2018) sostiene que está referido a la capacidad sentimental que posee el colaborador de permanecer dentro de su puesto de trabajo, ya que valora a la oportunidad dada por la organización.</p>	<p>Implementar pequeños regalos al fin de que el trabajador desarrolle una mayor integración con la empresa.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elaborar cuadros decorativos con imágenes que elija cada colaborador de la empresa. 2. Brindar de forma interdiaria ciertos aperitivos que el trabajador podrá degustar en un momento dado. 3. Brindar snacks saludables con el fin de generar buenas relaciones con el recurso humano que tiene la organización. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cuadros físicos. 2. Fotografías. 3. Fotografías.
--	-----------------------------	--	--	--	---

			<p>Implementar un sistema de beneficios extras para conseguir mejores resultados.</p>	<p>1. Proveer la posibilidad de suscribirse a cursos de aprendizaje totalmente gratis.</p> <p>2. Elaborar detalles para las personas que tengan animales en casa (Ropa, cadenas, juguetes, entre otros), sujeto al tiempo que lleve laborando.</p> <p>3. Ofrecer un día libre pagado al colaborador del mes.</p>	<p>1. Email de confirmación de suscripción.</p> <p>2. Videos.</p> <p>3. Comprobante de transferencia.</p>
--	--	--	---	--	---

	<p>Compromiso de continuidad</p>	<p>Narváez (2020) argumenta que está referido a la estabilidad del colaborador dentro de la organización a causa de diversos factores económicos y sociales.</p>	<p>Reforzar el sistema económico percibido por la planilla.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proveer la posibilidad de alcanzar vales de consumo por llegar de forma puntual al trabajo (10 máx.). 2. Bonos de gimnasio u otras actividades que guarden relación, por cada mes de permanencia. 3. Bonos de descuento de hasta 200 soles en farmacias y restaurantes. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Registro de asistencia. 2. Comprobante del título (bono). 3. Comprobante del título (bono).
--	----------------------------------	--	---	--	--

			<p>Implementar un sistema de aumento de salario.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elaborar una base de datos con todos los salarios de acuerdo a los puestos de trabajo que existan. 2. Elaborar un detalle dónde se especifique el monto máximo a subir por cargo 3. Establecer índices de productividad que tendrán que ser alcanzados para acceder al aumento de salario. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Planilla de la organización / base de datos Excel. 2. Ficha de sueldos máximos por cargo. 3. Screenshot de la nueva maqueta de productividad solicitada.
--	--	--	--	---	---

1.4. ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Objetivo estratégico N° 01

- I. Información previa
 - a) Organización: Global Sales Solutions.
 - b) Área: Recursos humanos.
 - c) Responsable: Gerente de RRHH.
- II. Datos importantes
 - a) Actividad expuesta: Reconocer los diversos logros de cada trabajador.
 - b) Objetivos:
 - a. Aumentar el grado de reconocimiento de los colaboradores.
 - b. Aumentar la necesidad del trabajador en ser reconocido y por consecuente, su motivación intrínseca.
- III. Desarrollo de actividades
 - a) Realizar un cuadro físico al empleado más destacado.

Figura 7:

Prototipo de cuadro físico.



Nota: Elaboración propia.

- b) Realizar diversas reuniones vía zoom para felicitar los logros obtenidos.
- c) Realizar pulseras o diferentes medios de acreditaciones para distinguir a los mejores colaboradores.

IV. Recursos y materiales

- a) Cuadros medianos.
- b) Impresora.
- c) Papel fotográfico.
- d) Laptop.
- e) Hilo nailon.
- f) Placas de plástico.
- g) Plumón indeleble.

V. Cronograma y presupuesto

PRESUPUESTO

Materiales	Posee la org.	Medida	Cantidad	Coste unitario	Total
Cuadros medianos	-	Unidad	12	S/. 20.00	S/. 240.00
Impresora	Sí	Unidad	0	S/. 0.00	S/. 0.00
Papel fotográfico	-	Paquete	01	S/. 130.00	S/. 130.00
Laptop	Sí	Unidad	0	S/. 0.00	S/. 0.00
Hilo nailon	-	Rollo	01	S/. 18.00	S/. 18.00
Placas de plástico	-	Unidad	12	S/. 2.00	S/. 24.00
Plumón indeleble	-	Unidad	01	S/. 3.30	S/. 3.30
Sub total					S/. 415.30
Servicios	Contrata la org.	Medida	Cantidad	Costo diario	Total
Luz	Sí	Días	10	S/. 11.00	S/. 110.00
Internet	Sí	Días	10	S/. 15.00	S/. 150.00
Sub total					S/. 260.00
COSTO TOTAL					S/. 675.30

Objetivo estratégico N° 02

I. Información previa

- a) Organización: Global Sales Solutions.
- b) Área: Marketing.
- c) Responsable: Desarrollador web.

II. Datos importantes

a) Actividad expuesta: **Implementar un espacio virtual para la exposición de los méritos.**

b) Objetivos:

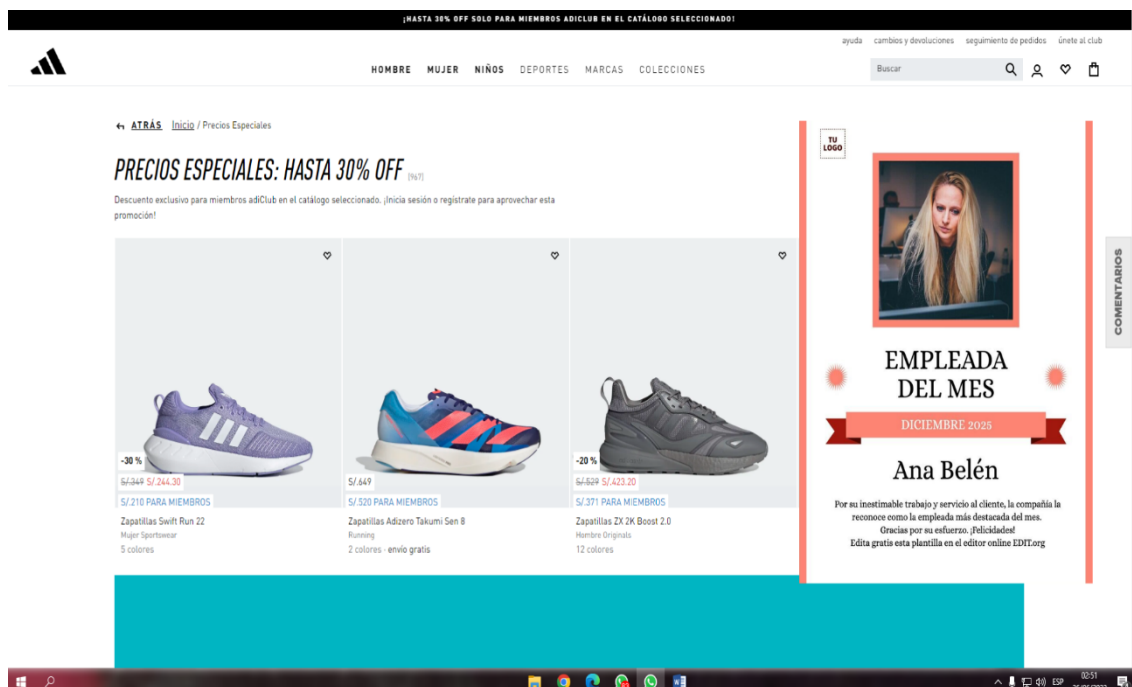
- a. Instaurar un nuevo sistema de reconocimientos.
- b. Promover la motivación intrínseca al otorgar reconocimientos.

III. Desarrollo de actividades

- a) Implementar un apartado en la fan page de la empresa donde se exponga al colaborador del mes.
- b) Crear una sección detallada en la página web de la institución donde se exponga al colaborador que más ha generado.

Figura 8:

Prototipo de reconocimiento en la página web.



Nota: Elaboración propia.

c) Crear un espacio en la página web donde se puedan descargar diplomas de reconocimiento.

IV. Recursos y materiales

a) Desarrollador web.

b) Modelo de diploma preestablecido.

V. Cronograma y presupuesto

PLAZO DE EJECUCIÓN – ESTRATEGIA NRO 02

ACTIVIDADES	FECHAS PROGRAMADAS – JULIO DE 2022				
	03/07	04/07	05/07	06/07	07/07
Implementar un apartado en la fan page de la empresa donde se exponga al colaborador del mes.					
Crear una sección detallada en la página web de la institución donde se exponga al colaborado que más ha generado.					
Crear espacio en la página web donde se puedan descargar diplomas de reconocimiento.					

PRESUPUESTO					
Materiales	Posee la org.	Medida	Cantidad	Coste unitario	Total
Desarrollador web	Sí	Unidad	01	S/. 0.00	S/. 0.00
Modelo de diploma preestablecido	Sí	Unidad	01	S/. 0.00	S/. 0.00
Sub total					S/. 0.00
Servicios	Contrata la org.	Medida	Cantidad	Costo diario	Total
Luz	Sí	Días	05	S/. 0.00	S/. 0.00
Internet	Sí	Días	05	S/. 0.00	S/. 0.00
Sub total					S/. 0.00
COSTO TOTAL					S/. 0.00

Objetivo estratégico N° 03

- I. Información previa
 - a) Organización: Global Sales Solutions.
 - b) Área: Recursos humanos.
 - c) Responsable: Gerente de RRHH.
- II. Datos importantes
 - a) Actividad expuesta: Otorgar funciones de mayor rango jerárquico a las personas que estén más capacitadas.
 - b) Objetivos:
 - a. Aumentar el grado de responsabilidad de cada colaborador.
 - b. Mejorar las habilidades blandas del recurso humano.
- III. Desarrollo de actividades
 - a) Hacer una lista de los trabajadores más destacados durante el último trimestre.

Figura 9:

Prototipo de lista de colaboradores destacados.



Nota: Elaboración propia.

- b) Delegar 02 funciones extras por cada trabajador con el fin de evaluar su responsabilidad.
 - c) Evaluar los resultados por cada recurso humano y otorgar un vale de consumo a quienes hayan cumplido con sus tareas.
- IV. Recursos y materiales

- a) Laptop.
- b) Licencia de Microsoft Office.
- c) Manual de organización y funciones.
- d) Vales de consumo.

V. Cronograma y presupuesto

PLAZO DE EJECUCIÓN – ESTRATEGIA NRO 03

ACTIVIDADES	FECHAS PROGRAMADAS – JULIO DE 2022			
	07/07	08/07	09/07	10/07
Hacer una lista de los trabajadores más destacados durante el último trimestre.				
Delegar 02 funciones extras por cada trabajador con el fin de evaluar su responsabilidad.				
Evaluar los resultados por cada recurso humano y otorgar un vale de consumo a quienes hayan cumplido con sus tareas.				

PRESUPUESTO

Materiales	Posee la org.	Medida	Cantidad	Coste unitario	Total
Laptop	Sí	Unidad	01	S/. 0.00	S/. 0.00
Licencia de Microsoft Office	Sí	Unidad	01	S/. 0.00	S/. 0.00
MOF	SÍ	Unidad	01	S/. 0.00	S/. 0.00
Vales de consumo	-	Unidades	06	S/. 50.00	S/. 300.00
Sub total					S/. 300.00
Servicios	Contrata la org.	Medida	Cantidad	Costo diario	Total
Luz	Sí	Días	04	S/. 0.00	S/. 0.00
Internet	Sí	Días	04	S/. 0.00	S/. 0.00
Sub total					S/. 0.00
COSTO TOTAL					S/. 300.00

Objetivo estratégico N° 04

- I. Información previa
 - a) Organización: Global Sales Solutions.
 - b) Área: Recursos humanos.
 - c) Responsable: Gerente de RRHH.
- II. Datos importantes
 - a) Actividad expuesta: Brindar a cada colaborador que se destaque, la oportunidad de tomar decisiones de la empresa.
 - b) Objetivos:
 - a. Contribuir a la formación de colaboradores mucho más competentes.
 - b. Ejercer el empowerment de forma idónea para conseguir lo previsto.
- III. Desarrollo de actividades
 - a) Elaborar una lista de actividades y/o negocios posibles que se puedan efectuar.
 - b) Realizar en un espacio físico 01 reunión de trabajo con el fin de comunicar que los 10 colabores más eficientes tomarán decisiones en conjunto con la empresa.

Figura 10:

Modelo de reunión de trabajo.



Nota: Elaboración propia.

c) Supervisar los efectos de cada decisión tomada.

IV. Recursos y materiales

a) Hojas bond.

b) Proyector.

c) Presentador inalámbrico.

V. Cronograma y presupuesto

PLAZO DE EJECUCIÓN – ESTRATEGIA NRO 04

ACTIVIDADES	FECHAS PROGRAMADAS – JULIO DE 2022				
	11/07	12/07	13/07	14/07	15/07
Elaborar una lista de actividades y/o negocios posibles que se puedan efectuar.					
Realizar en un espacio físico 01 reunión de trabajo con el fin de comunicar que los 10 colaboradores más eficientes tomarán decisiones en conjunto con la empresa.					
Supervisar los efectos de cada decisión tomada.					

PRESUPUESTO

Materiales	Posee la org.	Medida	Cantidad	Coste unitario	Total
Hojas bond	-	Millar	01	S/. 28.00	S/. 28.00
Proyector	Sí	Unidad	01	S/. 0.00	S/. 0.00
Presentador inalámbrico	-	Unidad	01	S/. 100.00	S/. 100.00
Sub total					S/. 128.00
Servicios		Contrata la org.	Cantidad	Costo diario	Total
Luz	Días	Sí	05	S/. 11.00	S/. 55.00
Internet	Días	Sí	05	S/. 15.00	S/. 75.00
Sub total					S/. 130.00
COSTO TOTAL					S/. 258.00

Objetivo estratégico N° 05

I. Información previa

- a) Organización: Global Sales Solutions.
- b) Área: Recursos humanos.
- c) Responsable: Gerente de RRHH.

II. Datos importantes

- a) Actividad expuesta: Analizar la percepción de cada recurso humano en relación a su crecimiento de puesto de trabajo.
- b) Objetivos:
 - a. Analizar la percepción de los colaboradores respecto a las oportunidades de su trabajo.
 - b. Obtener información relevante para mejorar las oportunidades que se le brinda al colaborador.

III. Desarrollo de actividades

- a) Elaborar un cuestionario que irá destinado a conocer qué piensa cada persona sobre un ascenso de puesto.

Considerar que; N (Nunca), CS (Casi nunca), AV (A veces), CS (Casi siempre) y S (Siempre).

CUESTIONARIO – ASCENSO DE PUESTO					
Asesor:					
Cargo:					
Salario:		S/.			
Percepción salarial:		S/.			
Interrogantes	Rango de respuestas				
	N	CS	AV	CS	S
1. ¿Alcanzó el porcentaje de productividad el último mes?					
2. ¿Está dispuesto a adquirir mayores responsabilidades?					
3. ¿Considera que ha desarrollado sus habilidades?					
4. ¿Posee un alto enfoque en los objetivos organizacionales?					

5. ¿Se adapta a nuevos retos?					
6. ¿Está interesado en mejorar sus pretensiones salariales?					
7. ¿Considera que un ascenso le generará estrés laboral?					
8. ¿Considera haber mejorado sus conocimientos?					

b) Efectuar el cuestionario para todos en un mismo día y a una misma hora, mediante algún medio digital.

c) Analizar las respuestas que fueron brindadas y almacenarla en una base de datos.

IV. Recursos y materiales

a) Laptop.

b) Licencia de Microsoft Office.

V. Cronograma y presupuesto

PLAZO DE EJECUCIÓN – ESTRATEGIA NRO 05

ACTIVIDADES	FECHAS PROGRAMADAS – JULIO DE 2022			
	12/07	13/07	14/07	15/07
Elaborar un cuestionario que irá destinado a conocer qué piensa cada persona sobre un ascenso de puesto.				
Efectuar el cuestionario para todos en un mismo día y a una misma hora, mediante algún medio digital.				
Analizar las respuestas que fueron brindadas y almacenarla en una base de datos.				

PRESUPUESTO					
Materiales	Posee la org.	Medida	Cantidad	Coste unitario	Total
Laptop	Sí	Unidad	01	S/. 0.00	S/. 0.00
Licencia de Microsoft Office	Sí	Unidad	01	S/. 0.00	S/. 0.00
Sub total					S/. 0.00
Servicios	Medida	Contrata la org.	Cantidad	Costo diario	Total
Luz	Días	Sí	04	S/. 0.00	S/. 0.00
Internet	Días	Sí	04	S/. 0.00	S/. 0.00
Sub total					S/. 0.00
COSTO TOTAL					S/. 0.00

Objetivo estratégico N° 06

- I. Información previa
 - a) Organización: Global Sales Solutions.
 - b) Área: Recursos humanos.
 - c) Responsable: Gerente de RRHH.
- II. Datos importantes
 - a) Actividad expuesta: Brindar la posibilidad de hacer línea de carrera y llegar a ocupar altos mandos.
 - b) Objetivos:
 - a. Ofrecer desarrollo profesional para las personas más competentes.
 - b. Mejorar el rendimiento y la gestión en la empresa GSS.
- III. Desarrollo de actividades
 - a) Elaborar una base de datos que albergue de forma concisa las ventas efectuadas por cada persona.

Figura 11

Modelo de base de ventas por vendedor.

	A	B	C	D	
1	Folio	Fecha	Vendedor	Importe	
2	1	03/01/2018	Juan Perez	5,108.00	
3	2	03/01/2018	Maria Lopez	12,960.00	
4	3	04/01/2018	Pedro Martinez	24,572.00	
5	4	06/01/2018	Matha Ruelas	4,216.00	
6	5	06/01/2018	Jose Garcia	23,803.00	
7	6	07/01/2018	Juan Perez	11,826.00	
8	7	10/01/2018	Maria Lopez	3,631.00	
9	8	12/01/2018	Pedro Martinez	29,365.00	
10	9	14/01/2018	Matha Ruelas	8,062.00	
11	10	14/01/2018	Jose Garcia	27,589.00	
12	11	14/01/2018	Juan Perez	1,564.00	
13	12	16/01/2018	Maria Lopez	16,339.00	
14	13	17/01/2018	Pedro Martinez	459.00	

Nota: Elaboración propia.

- b) Seleccionar a las personas que tengan un mejor índice de ventas y hacer una reunión vía Google Meet.

c) Efectuar nuevos contratos por 03 meses (temporales) para las personas que subirán de puesto.

IV. Recursos y materiales

a) Hojas bond.

b) Cajas de lapiceros negros x60.

V. Cronograma y presupuesto

PLAZO DE EJECUCIÓN – ESTRATEGIA NRO 06

ACTIVIDADES	FECHAS PROGRAMADAS – JULIO DEL 2022				
	16/07	17/07	18/07	19/07	20/07
Elaborar una base de datos que albergue de forma concisa las ventas efectuadas por cada persona.					
Seleccionar a las personas que tengan un mejor índice de ventas y hacer una reunión vía Google Meet.					
Efectuar nuevos contratos por 03 meses (temporales) para las personas que subirán de puesto.					

PRESUPUESTO

Materiales	Posee la org.	Medida	Cantidad	Coste unitario	Total
Hojas bond	-	Millar	01	S/. 28.00	S/. 28.00
Caja de lapiceros negros x60	-	Unidad	02	S/. 23.40	S/. 46.80
Sub total					S/. 74.80
Servicios	Medida	Contrata la org.	Cantidad	Costo diario	Total
Luz	Días	Sí	05	S/. 11.00	S/. 55.00
Internet	Días	Sí	05	S/. 15.00	S/. 75.00
Sub total					S/. 130.00
COSTO TOTAL					S/.204.80

Objetivo estratégico N° 07

- I. Información previa
 - a) Organización: Global Sales Solutions.
 - b) Área: Recursos humanos.
 - c) Responsable: Gerente de RRHH.
- II. Datos importantes
 - a) Actividad expuesta: Reforzar las ganas y actitud de los colaboradores respecto a sus actividades.
 - b) Objetivos:
 - a. Mejorar la actitud hacia el trabajo de cada asesor.
 - b. Incrementar y mejorar el clima laboral, promoviendo asesores con actitud positiva.
- III. Desarrollo de actividades
 - a) Ofrecer un espacio de trabajo cómodo, limpio y en paz donde se pueda trabajar armoniosamente.
 - b) Dejar una nota de índole motivador con una frase agradable en la zona de trabajo de cada asistente.

Figura 12

Modelo de notas motivadoras en zonas de trabajo.



Nota: Elaboración propia

c) Facilitar diversos mensajes positivos en las puertas de los servicios higiénicos.

IV. Recursos y materiales

a) Escoba

b) Recogedor

c) Trapeador

d) Aromatizantes Glade.

e) Un paquete de 500 notas adhesivas.

V. Cronograma y presupuesto

PLAZO DE EJECUCIÓN – ESTRATEGIA NRO 07

ACTIVIDADES	FECHAS PROGRAMADAS – JULIO DEL 2022			
	17/07	18/07	19/07	20/07
Ofrecer un espacio de trabajo cómodo, limpio y en paz donde se pueda trabajar armoniosamente.				
Dejar una nota de índole motivador con una frase agradable en la zona de trabajo de cada asistente.				
Facilitar diversos mensajes positivos en las puertas de los servicios higiénicos.				

PRESUPUESTO						
Materiales	Posee la org.	Medida	Cantidad	Coste unitario	Total	
Escoba	-	Unidad	02	S/. 12.00	S/. 24.00	
Recogedor	-	Unidad	02	S/. 10.00	S/. 20.00	
Trapeador	-	Unidad	02	S/. 25.00	S/. 50.00	
Aromatizante Glade	-	Unidad	06	S/. 8.00	S/. 48.00	
Notas adhesivas	-	Paquete	01	S/. 10.20	S/. 10.20	
Sub total					S/. 152.20	
Servicios		Medida	Contrata la org.	Cantidad	Costo diario	Total
Luz		Días	Sí	04	S/. 0.00	S/. 0.00
Internet		Días	Sí	04	S/. 0.00	S/. 0.00
Sub total					S/. 0.00	
COSTO TOTAL					S/. 152.20	

Objetivo estratégico N° 08

- I. Información previa
 - a) Organización: Global Sales Solutions.
 - b) Área: Recursos humanos.
 - c) Responsable: Gerente de RRHH.
- II. Datos importantes
 - a) Actividad expuesta: Implementar un taller denominado: “De algo malo, saquemos algo bueno”.
 - b) Objetivos:
 - a. Fomentar un pensamiento optimista en los peores escenarios.
 - b. Fomentar la persistencia en la búsqueda de los objetivos.
- III. Desarrollo de actividades
 - a) Primera reunión bajo la temática: El lado positivo de las cosas. Reunión a cargo del jefe de RRHH.
 - b) Segunda reunión bajo la temática: Al terminar una lluvia, siempre saldrá el arcoíris. Reunión a cargo de RRHH.
 - c) Tercera reunión bajo la temática de retroalimentación; es decir, sintetizar todo lo tocado en ambas reuniones.
- IV. Recursos y materiales
 - a) Diapositivas.
 - b) Un millar de hojas bond.
- V. Cronograma y presupuesto

PLAZO DE EJECUCIÓN – ESTRATEGIA NRO 08

ACTIVIDADES	FECHAS PROGRAMADAS – JULIO DEL 2022		
	21/07	22/07	23/07
Primera reunión bajo la temática: El lado positivo de las cosas. Reunión a cargo del jefe de RRHH.			
Segunda reunión bajo la temática: Al terminar una lluvia, siempre saldrá el arcoíris. Reunión a cargo de RRHH.			
Tercera reunión bajo la temática de retroalimentación; es decir, sintetizar todo lo tocado en ambas reuniones.			

PRESUPUESTO

Materiales	Posee la org.	Medida	Cantidad	Coste unitario	Total
Diapositivas	Sí	Unidad	03	S/. 0.00	S/. 0.00
Hojas bond	-	Millar	01	S/. 28.00	S/. 28.00
Sub total					S/. 28.00
Servicios	Medida	Contrata la org.	Cantidad	Costo diario	Total
Luz	Días	Sí	03	S/. 11.00	S/. 33.00
Internet	Días	Sí	03	S/. 15.00	S/. 45.00
Sub total					S/. 78.00
COSTO TOTAL					S/.106.00

Objetivo estratégico N° 09

- I. Información previa
 - a) Organización: Global Sales Solutions.
 - b) Área: Recursos humanos.
 - c) Responsable: Gerente de RRHH.
- II. Datos importantes
 - a) Actividad expuesta: Implementar pequeños regalos fin de que el trabajador desarrolle una mayor integración con la empresa.
 - b) Objetivos:
 - a. Crear lazos fuertes de relación entre GSS y el colaborador.
 - b. Crear un concepto de valor añadido a la oportunidad de trabajo.
- III. Desarrollo de actividades
 - a) Elaborar cuadros decorativos con imágenes que elija cada colaborador de la empresa.
 - b) Brindar de forma interdiaria ciertos aperitivos que el trabajador podrá degustar en un momento dado.

Figura 13

Prototipo de facilitar ciertos aperitivos



Nota: Elaboración propia.

c) Brindar snacks saludables con el fin de generar buenas relaciones con el recurso humano que tiene la organización.

IV. Recursos y materiales

a) Cuadros pequeños.

b) Alfajores.

c) Snacks.

V. Cronograma y presupuesto

PLAZO DE EJECUCIÓN – ESTRATEGIA NRO 09

ACTIVIDADES	FECHAS PROGRAMADAS – JULIO DEL 2022				
	24/07	25/07	26/07	27/07	28/07
Elaborar cuadros decorativos con imágenes que elija cada colaborador de la empresa.					
Brindar de forma interdiaria ciertos aperitivos que el trabajador podrá degustar en un momento dado.					
Brindar snacks saludables con el fin de generar buenas relaciones con el recurso humano que tiene la organización.					

PRESUPUESTO

Materiales	Posee la org.	Medida	Cantidad	Coste unitario	Total
Cuadros pequeños	-	Unidad	10	S/. 10.00	S/. 100.00
Alfajores	-	Unidad	100	S/. 0.50	S/. 50.00
Snacks	-	Unidad	40	S/. 0.70	S/. 28.00
Sub total					S/. 178.00
Servicios	Medida	Contrata la org.	Cantidad	Costo diario	Total
Luz	Días	Sí	05	S/. 11.00	S/. 55.00
Internet	Días	Sí	05	S/. 15.00	S/. 75.00
Sub total					S/. 130.00
COSTO TOTAL					S/. 308.00

Objetivo estratégico N° 10

- I. Información previa
 - a) Organización: Global Sales Solutions.
 - b) Área: Recursos humanos.
 - c) Responsable: Gerente de RRHH.
- II. Datos importantes
 - a) Actividad expuesta: Implementar un sistema de beneficios extras para conseguir mejores resultados.
 - b) Objetivos:
 - a. Aumentar progresivamente el afecto del colaborador con la institución.
 - b. Aumentar la tranquilidad del asesor en permanecer en su puesto de trabajo.
- III. Desarrollo de actividades
 - a) Proveer la posibilidad de suscribirse a cursos de aprendizaje totalmente gratis.
 - b) Elaborar detalles para las personas que tengan animales en casa (Ropa, cadenas, juguetes, entre otros), sujeto al tiempo que lleve laborando.

Figura 14

Modelo de detalles para los engréidos de los asesores.



Nota: Elaboración propia.

c) Ofrecer un día libre pagado al colaborador del mes.

IV. Recursos y materiales

a) Convenios con ISIL GO.

b) Juguetes para animales.

c) Prendas para animales.

d) Correa para animales.

e) Platos de comida para animales.

V. Cronograma y presupuesto

PLAZO DE EJECUCIÓN – ESTRATEGIA NRO 10

ACTIVIDADES	FECHAS PROGRAMADAS – JULIO DEL 2022		
	29/07	30/07	31/07
Proveer la posibilidad de suscribirse a cursos de aprendizaje totalmente gratis.			
Elaborar detalles para las personas que tengan animales en casa (Ropa, cadenas, juguetes, entre otros), sujeto al tiempo que lleve laborando.			
Ofrecer un día libre pagado al colaborador del mes.			

PRESUPUESTO					
Materiales	Posee la org.	Medida	Cantidad	Coste unitario	Total
Convenio con ISIL GO	Sí	-	-	S/. 0.00	S/. 0.00
Juguetes para animales	-	Unidad	20	S/. 7.00	S/. 140.00
Prendas para animales	-	Unidad	20	S/. 10.00	S/. 200.00
Correa para animales	-	Unidad	04	S/. 35	S/. 140.00
Platos de comida para animales	-	Unidad	10	S/. 6.00	S/. 60.00
Sub total					S/. 540.00
Servicios	Medida	Contrata la org.	Cantidad	Costo diario	Total
Luz	Días	Sí	03	S/. 11.00	S/. 33.00
Internet	Días	Sí	03	S/. 15.00	S/. 45.00
Sub total					S/. 78.00
COSTO TOTAL					S/. 618.00

Objetivo estratégico N° 11

I. Información previa

- a) Organización: Global Sales Solutions.
- b) Área: Recursos humanos.
- c) Responsable: Gerente de RRHH.

II. Datos importantes

- a) Actividad expuesta: Reforzar el sistema económico percibido por la planilla.
- b) Objetivos:
 - a. Retener al colaborador mediante incentivos económicos.
 - b. Promover el compromiso de continuidad mediante diferentes estrategias destinadas a satisfacer al asesor y empresa.

III. Desarrollo de actividades

- a) Proveer la posibilidad de alcanzar vales de consumo por llegar de forma puntual al trabajo (10 máx. – 50 c/u).
- b) Bonos de gimnasio u otras actividades que guarden relación, por cada mes de permanencia.
- c) Bonos de descuento de hasta 150 soles en farmacias y restaurantes.

IV. Recursos y materiales

- a) Vales de consumo.
- b) Bonos de gimnasio.
- c) Bonos de descuento

V. Cronograma y presupuesto

PLAZO DE EJECUCIÓN – ESTRATEGIA NRO 11

ACTIVIDADES	FECHAS PROGRAMADAS – JULIO DEL 2022		
	29/07	30/07	31/07
Proveer la posibilidad de alcanzar vales de consumo por llegar de forma puntual al trabajo (10 máx.).			
Bonos de gimnasio u otras actividades que guarden relación, por cada mes de permanencia.			
Bonos de descuento de hasta 200 soles en farmacias y restaurantes.			

PRESUPUESTO

Materiales	Posee la org.	Medida	Cantidad	Coste unitario	Total
Vales de consumo	-	Unidad	10	S/. 50.00	S/. 500.00
Bonos de gimnasio	-	Unidad	5	S/. 30.00	S/. 150.00
Bonos de descuento	-	Unidad	3	S/. 200.00	S/. 600.00
Sub total					S/.1250.00
Servicios		Contrata la org.	Cantidad	Costo diario	Total
Luz		Sí	03	S/. 0.00	S/. 0.00
Internet		Sí	03	S/. 0.00	S/. 0.00
Sub total					S/. 0.00
COSTO TOTAL					S/.1250.00

Objetivo estratégico N° 12

- I. Información previa
 - a) Organización: Global Sales Solutions.
 - b) Área: Recursos humanos.
 - c) Responsable: Gerente de RRHH.
- II. Datos importantes
 - a) Actividad expuesta: Implementar un sistema de aumento de salario.
 - b) Objetivos:
 - a. Forjar el aumento del vínculo laboral mediante incremento de salarios.
 - b. Apoyar y mejorar la calidad de vida de los asesores.
- III. Desarrollo de actividades
 - a) Elaborar una base de datos con todos los salarios de acuerdo a los puestos de trabajo que existan.

Figura 16

Modelo de base de datos de sueldos.

	A	B	C	D	E	F	
1	Cod Empl	Apellido	Puesto	Departamento	Sección	Sueldo Anual	F
2	1975	Franklin, Larry	Auxiliar Contable	Contabilidad	Copiadoras	\$21,888	
3	1976	Petry, Robin	Aux. Admin. Unidad	Ingeniería	Impresoras	\$23,036	
4	1168	Asonte, Toni	Aux. Admin. Unidad	Ingeniería	Fax	\$23,036	
5	1169	Dorfberg, Jeremy	Ing. Software	Ingeniería	Copiadoras	\$34,002	
6	1167	Berwick, Sam	Representante	Mercado	Copiadoras	\$31,914	
7	1931	Mueller, Ursula	Contable	Contabilidad	Copiadoras	\$26,101	
8	1967	Aruda, Felice	Aux. Administrativo	Administración	Copiadoras	\$23,212	
9	1676	Wells, Jason	Aux. Administrativo	Administración	Copiadoras	\$23,212	

Nota: Elaboración propia.

- b) Elaborar un detalle dónde se especifique el monto máximo a subir por cargo.
 - c) Establecer índices de productividad que tendrán que ser alcanzados para acceder al aumento de salario.
- IV. Recursos y materiales
 - a) Licencia de Microsoft office.
 - V. Cronograma y presupuesto

PLAZO DE EJECUCIÓN – ESTRATEGIA NRO 12

ACTIVIDADES	FECHAS PROGRAMADAS – AGOSTO DEL 2022				
	01/08	02/08	03/08	04/08	05/08
Elaborar una base de datos con todos los salarios de acuerdo a los puestos de trabajo que existan.					
Elaborar un detalle dónde se especifique el monto máximo a subir por cargo.					
Establecer índices de productividad que tendrán que ser alcanzados para acceder al aumento de salario.					

PRESUPUESTO

PRESUPUESTO					
Materiales	Posee la org.	Medida	Cantidad	Coste unitario	Total
Licencia de Microsoft Office	Sí	Unidad	01	S/. 0.00	S/. 0.00
Sub total					S./
Servicios	Medida	Contrata la org.	Cantidad	Costo diario	Total
Luz	Días	Sí	05	S/. 11.00	S/. 55.00
Internet	Días	Sí	05	S/. 15.00	S/. 75.00
Sub total					S/. 130.00
COSTO TOTAL					S/. 130.00

1.5. PRESUPUESTO GENERAL DE LA PROPUESTA

Presupuesto general	
Estrategias	Costo
Estrategia nro. 01	S/. 675.30
Estrategia nro. 02	S/. 0.00
Estrategia nro. 03	S/. 300.00
Estrategia nro. 04	S/. 258.00
Estrategia nro. 05	S/. 0.00
Estrategia nro. 06	S/. 204.80
Estrategia nro. 07	S/. 152.20
Estrategia nro. 08	S/.106.00
Estrategia nro. 09	S/. 308.00
Estrategia nro. 10	S/. 618.00
Estrategia nro. 11	S/. 1250.00
Estrategia nro. 12	S/. 130.00
COSTO TOTAL	S/.4002.30



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, MAIRENA FOX PETRONILA LILIANA, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Motivación intrínseca y compromiso organizacional en un establecimiento de call center, Lima, 2022", cuyo autor es BERROSPI SANCHEZ SUSAN MARIMAR, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 24.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 29 de Junio del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
MAIRENA FOX PETRONILA LILIANA DNI: 16631152 ORCID: 0000-0001-9402-5601	Firmado electrónicamente por: MFOXPL el 06-07- 2022 03:18:15

Código documento Trilce: TRI - 0313878