



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

**Satisfacción y compromiso organizacional del personal
en una empresa comercializadora de papa, Puente
Piedra- 2023**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración

AUTORA:

Principe Miranda, Sheyla Katuska (orcid.org/0000-0001-8264-9281)

ASESOR:

Dr. Molina Muñoz, Gino Eduardo (orcid.org/0000-0001-9477-5568)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión De organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA - PERÚ

2023

DEDICATORIA

Dedico a nuestro señor Jesucristo, por protegerme e iluminarme en el proceso de mi tesis y el culmino de mi carrera.

A mi madre que fue mi fortaleza y apoyo incondicional en todo este proceso, a mi padre que también ayudo y a mis hermanos que siempre confiaron y mantuvieron la esperanza puesta en mí.

A mis docentes de la Universidad César Vallejo, que fueron perseverantes y cumplieron una buena labor al brindarme sus enseñanzas.

AGRADECIMIENTO

A nuestro señor Jesucristo, por brindarme fuerza y perseverancia.

A mi familia, por el apoyo, el amor y la confianza incondicional.

A los docentes de la Universidad César Vallejo, por sus enseñanzas y su labor, también a mis compañeros de carrera por su aporte y motivación.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, MOLINA MUÑOZ GINO EDUARDO, 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: "

Satisfacción y compromiso organizacional del personal en una empresa comercializadora de papa, Puente Piedra- 2023", cuyo autor es PRINCIPE MIRANDA SHEYLA KATIUSKA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 18.00%, 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, 22 de Diciembre del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
MOLINA MUÑOZ GINO EDUARDO DNI: 41735065 ORCID: 0000-0001-9477-5568	Firmado electrónicamente por: GMOLINAMU el 22- 12-2023 04:24:28

Código documento Trilce: TRI - 0705546



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, PRINCIPE MIRANDA SHEYLA KATIUSKA estudiante de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "

Satisfacción y compromiso organizacional del personal en una empresa comercializadora de papa, Puente Piedra- 2023", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

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

Nombres y Apellidos	Firma
PRINCIPE MIRANDA SHEYLA KATIUSKA DNI: 75873073 ORCID: 0000-0001-8264-9281	Firmado electrónicamente por: SPRINCIPEMI12 el 23- 01-2024 16:45:41

Código documento Trilce: INV - 1449681

Índice de contenidos

CARÁTULA	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR	iv
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTOR/ AUTORES	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
ÍNDICE DE TABLAS	vii
ÍNDICE DE FIGURAS	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	12
3.1. Tipo y diseño de investigación	12
3.2. Variables y operacionalización	13
3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis	16 17
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	
3.5. Procedimientos	18
3.6. Método de análisis de datos	19
3.7. Aspectos éticos	20
IV. RESULTADOS	21
V. DISCUSIÓN	24
VI. CONCLUSIONES	28
VII. RECOMENDACIONES	29
REFERENCIAS	31
ANEXOS	36

Índice de tablas

Tabla 1.	<i>Escala de Likert</i>	16
Tabla 2.	<i>Delimitaciones cuantitativas de la población</i>	17
Tabla 3.	<i>Validaciones de Expertos</i>	18
Tabla 4.	<i>Confiabilidad del instrumento de la variable de satisfacción</i>	20
Tabla 5.	<i>Confiabilidad del instrumento de la variable de compromiso</i>	20
Tabla 6.	<i>Análisis de confiabilidad de ambas variables</i>	20
Tabla 7.	<i>Análisis de confiabilidad de productividad en la satisfacción</i>	21
Tabla 8.	<i>Análisis de confiabilidad de eficiencia en la satisfacción</i>	22
Tabla 9.	<i>Análisis de confiabilidad de motivación en el compromiso</i>	22
Tabla 10.	<i>Análisis de confiabilidad de cada elemento del instrumento de la variable satisfacción</i>	22
Tabla 11.	<i>Análisis de confiabilidad de cada elemento del instrumento de la variable compromiso</i>	23
Tabla 12.	<i>Frecuencia y porcentaje- Satisfacción</i>	25
Tabla 13.	<i>Frecuencias y porcentajes- Productividad</i>	26
Tabla 14.	<i>Frecuencias y porcentajes- Eficiencia</i>	26
Tabla 15.	<i>Frecuencia y porcentaje- Compromiso</i>	27
Tabla 16.	<i>Frecuencias y porcentajes- Positividad</i>	28
Tabla 17.	<i>Frecuencias y porcentajes- Motivación</i>	29
Tabla 18.	<i>Prueba de Shapiro- Wilk</i>	30
Tabla 19.	<i>Clasificación de la variable dependiente</i>	31

Índice de figuras

- Figura 1. *Fórmula de Alfa Cronbach*
- Figura 2. *Rangos de Niveles de Confiabilidad del Alfa de Cronbach*
- Figura 3. *Variable Satisfacción*
- Figura 4. *Dimensión recursos según niveles de productividad*
- Figura 5. *Dimensión resultados según niveles de eficiencia*
- Figura 6. *Variable compromiso*
- Figura 7. *Dimensión trabajo en equipo según niveles de positividad*
- Figura 8. *Dimensión necesidades según niveles de motivación*
- Figura 9. *Histograma de la variable Satisfacción*
- Figura 10. *Histograma de la variable Compromiso*

Resumen

Este documento estaba enfocado hacia la rotación del personal por parte de una empresa comercializadora de papa. Se tomó como lugar de estudio la empresa MAGZAM SAC, la cual ofrece a su distinguida clientela 8 variedades de papas. En esta empresa se pudo identificar que el principal problema es la alta rotatividad del personal por falta de compromiso organizacional, por ello en esta tesis se busca determinar como la satisfacción del personal influye para mejorar el compromiso organizacional del personal de esta empresa comercializadora, debido a que este es de vital importancia para el éxito y el buen funcionamiento de una empresa. Por ellos se realizó una encuesta a 30 trabajadores para saber el grado en que estos se identifican con los objetivos, valores y misión de la organización, y están dispuestos a invertir tiempo y esfuerzo adicional para contribuir a su logro, lo que dio como resultado que en esta comercializadora de papas existe un nivel alto de rotatividad del personal, por lo que satisfacción, compromiso y dimensiones de ambas, esta es una medida que indica la frecuencia con la que los empleados posiblemente abandonen la empresa, por la falta de satisfacción y compromiso. El compromiso organizacional juega un papel importante en la retención de talento. Los empleados comprometidos tienden a estar más satisfechos con su trabajo y son menos probables a abandonar la empresa. Además, su compromiso puede influir positivamente en otros miembros del equipo, creando un ambiente de trabajo más positivo y colaborativo. Si bien existe relación entre las variables satisfacción y compromiso ya que el equipo es el adecuado para generar un resultado de valor agregado ya que, puede generar un resultado de valor agregado debido a su diversidad de habilidades, colaboración efectiva, capacidad de fomentar la creatividad e innovación, apoyo mutuo y disposición para el aprendizaje continuo. Al trabajar juntos de manera eficiente y efectiva, el equipo puede lograr resultados superiores y contribuir al éxito y crecimiento de la empresa.

Palabras clave: Rotatividad, colaborador, empresa, compromiso, satisfacción

Abstract

This document was focused on personnel rotation by a potato marketing company. The MAGZAM SAC company was taken as the study site, which offers its distinguished clientele 8 varieties of potatoes. In this company it was possible to identify that the main problem is the high turnover of staff due to lack of organizational commitment, therefore this thesis seeks to determine how staff satisfaction influences improving commitment.

organizational of the staff of this marketing company, because this is of vital importance for the success and proper functioning of a company. For them, a survey was carried out on 30 workers to find out the degree to which they identify with the objectives, values and mission of the organization, and are willing to invest additional time and effort to contribute to their achievement, which resulted in In this potato marketer there is a high level of staff turnover, so satisfaction, commitment and dimensions of both, this is a measure that indicates the frequency with which employees possibly leave the company, due to lack of satisfaction and commitment.

. Organizational commitment plays an important role in talent retention. Engaged employees tend to be more satisfied with their jobs and are less likely to leave the company. Additionally, your commitment can positively influence other team members, creating a more positive and collaborative work environment. Although there is a relationship between the variables satisfaction and commitment since the team is appropriate to generate a value-added result since it can generate a value-added result due to its diversity of skills, effective collaboration, ability to foster creativity and innovation, mutual support and willingness for continuous learning. By working together efficiently and effectively, the team can achieve superior results and contribute to the success and growth of the company.

Keywords: Rotation, collaborator, company, commitment, satisfaction

I. INTRODUCCIÓN

La empresa comercializadora está dedicada al mercadeo de papas de gran calidad al por mayor y menor (tubérculo andino). Con una amplia experiencia en el mercado, la empresa se ha especializado en ofrecer una amplia variedad de papas frescas y de excelente calidad, cultivadas en las mejores tierras y con los más altos estándares de producción. La venta de papa cuenta con un equipo de expertos en el cultivo y selección de papas, quienes trabajan arduamente para garantizar que sea de la mejor calidad posible. Además, la empresa ofrece 8 variedades de papas, para ser disfrutadas.

En un entorno laboral, la satisfacción y el compromiso es un factor clave encargado de optimizar el rendimiento y el comportamiento de los colaboradores. Cuando los empleados se sienten felices y satisfechos en su trabajo, son más creativos, productivos y colaborativos. Sin embargo, la importancia de la felicidad es fundamental en el lugar de trabajo, y esto puede ser perjudicial para la empresa para el desarrollo de los trabajos. Es por eso que es importante comprender los beneficios de la felicidad en el trabajo y cómo se puede fomentar una cultura empresarial feliz y saludable. (Rodríguez Lemus & Ospina Campuzano, 2021).

En la actualidad, cada vez es más común que las empresas busquen no solo el éxito económico, sino también el bienestar de sus empleados. La satisfacción y compromiso que muestran los colaboradores es fundamental para el progreso de cualquier compañía, ya que un personal feliz y comprometido es más productivo, creativo y leal a la compañía. Por esta razón, muchas empresas han comenzado a implementar programas y estrategias para promover la felicidad y el bienestar de su personal. Desde actividades recreativas y deportivas hasta programas de capacitación y desarrollo personal, las empresas están invirtiendo en la responsabilidad y la felicidad de su personal para lograr mejores resultados.

Por ello, Kondo (2020), menciona que como tal la satisfacción organizacional es un elemento clave en una empresa comercial exitosa, ya que muestra un gran golpe representativo en la productividad y la eficiencia en los colaboradores. Los

empleados felices son más propensos a desempeñarse mejor en sus trabajos, ya que están motivados a alcanzar sus metas y aportar valor a la empresa. Además, el compromiso en el lugar laboral disminuye el estrés y desarrolla la satisfacción del empleado, logrando así un menor ausentismo y una mayor retención de empleados.

En este proyecto investigativo, pretendemos buscar una alternativa de solución con el fin de mejorar el compromiso del personal de la empresa comercializadora de papa, donde se usa la estrategia del estudio de la aplicación de la satisfacción personal con el fin de mejorar el compromiso organizacional de los colaboradores de la empresa comercializadora de papa en el distrito de Puente Piedra.

Una empresa comercial exitosa es aquella que tiene una fuerza laboral motivada y comprometida que se siente valorada y respetada. La satisfacción y compromiso envuelve a los colaboradores, para la toma de decisiones brindándoles una convivencia participativa de proyectos que les interesan y motivan. Esto fomenta un ambiente de trabajo efectivo, donde los trabajadores se sienten respaldados e empoderados en su desempeño laboral.

Por lo anteriormente mencionado, se planteó un problema general y 3 problemas específicos, los cuales son ¿Cómo determinar si la satisfacción personal influye en el compromiso organizacional del personal de la empresa comercializadora de papa en Puente Piedra - 2023? A través del problema general, se exponen los siguientes problemas específicos. ¿La productividad influye en la satisfacción para mejorar el compromiso del personal de la empresa comercializadora de papa en Puente Piedra - 2023?, ¿Cómo se desarrolla la eficiencia en la satisfacción para mejorar el compromiso del personal de la empresa comercializadora de papa en Puente Piedra - 2023?, ¿Cómo la positividad influye en el compromiso del personal de la empresa comercializadora de papa en Puente Piedra - 2023?, ¿Qué tipo de motivación influye en el compromiso organizacional del personal de la empresa comercializadora de papa en Puente Piedra - 2023?.

Esta presente tesis tiene como principal objetivo: Determinar como la satisfacción personal influye para mejorar el compromiso organizacional del personal de la empresa comercializadora de papa en Puente Piedra – 2023, Del mismo modo se establecen los siguientes objetivos específicos: Evaluar si la productividad influye en la satisfacción para mejorar el compromiso del personal de la empresa comercializadora de papa en Puente Piedra – 2023, Conocer los tipos de motivaciones que influyen en el compromiso organizacional del personal de empresa comercializadora de papa en Puente Piedra - 2023, Desarrollar la eficiencia en la satisfacción para mejorar el compromiso del personal de la empresa comercializadora de papa en Puente Piedra – 2023, Evaluar si la positividad influye en la satisfacción para mejorar el compromiso del personal de la empresa comercializadora de papa en Puente Piedra – 2023.

Justificamos este trabajo ya que se afirma que esta investigación inicia gracias a la necesidad de crear estrategias que nos ayuden a mejorar el compromiso organizacional del personal de la comercializadora de papa en Puente piedra. Ya que, existen factores internos que perjudican el trabajo de cada uno de los colaboradores de la empresa y esto puede ser la desmotivación, falta de vocación, conflictos. Pretendo que este informe ayudé a mejorar el compromiso organizacional de la empresa.

Tras abordar las preguntas del estudio, se plantea la siguiente hipótesis general: La determinación de la satisfacción personal influye en el compromiso organizacional de los trabajadores en una empresa comercializadora de papa en Puente Piedra – 2023 y por ello, se propone las hipótesis específicas Evaluación si la productividad influye en la satisfacción para mejorar el compromiso del personal de la empresa comercializadora de papa en Puente Piedra – 2023, Tipos de motivaciones que influyen en el compromiso organizacional del personal de empresa comercializadora de papa en Puente Piedra - 2023, Desarrollo de la eficiencia en la satisfacción para mejorar el compromiso del personal de la empresa comercializadora de papa en Puente Piedra – 2023, Evaluación si la positividad influye en la satisfacción para mejorar el compromiso del personal de la empresa comercializadora de papa en Puente Piedra – 2023.

Además, la satisfacción organizacional no sólo beneficia a los empleados, sino también a la empresa en su conjunto. Un ambiente laboral feliz y positivo puede mejorar la imagen de marca y atraer talento mejor cualificado. También puede acrecentar la eficiencia en el trabajo, lo que puede conducir a mayores ganancias y una mejor posición en el mercado.

En definitiva, para una empresa comercial la satisfacción personal es fundamental para el triunfo de esta. La creación y mantenimiento de la estrategia empresarial debe ser incluida con fin de lograr un ambiente laboral feliz y motivador para sus empleados, generando beneficio para ambas partes, tanto para el empleado como para la empresa en términos de productividad, retención de empleados, imagen de marca y rendimiento financiero.

II. MARCO TEÓRICO

Actualmente los libros y artículos sobre la investigación de las variables mencionadas son numerosos, por ellas, en esta publicación se selecciona las siguientes a través de sitios web y plataformas, con el fin de obtener una buena redacción e información.

El compromiso organizacional a nivel internacional: Workforce of en el 2020, ocasionó un movimiento para las estrategias y prácticas en más de 50 ciudades a nivel mundial, porque nos muestra que solo una menor parte de trabajadores creen que sus beneficios son realmente positivos. Pero si bien esto puede explicarse por la naturaleza cada vez más ambiciosa de los programas de beneficios para empleados en la actualidad, esta encuesta fue diseñada con 5 dimensiones de gestión y optimización con el fin de describir hacia dónde van los trabajadores.

Cotto, nos presenta su libro 2020 El compromiso organizacional como moderador en la relación entre la pasión laboral donde muestra un espantoso porcentaje mundial de 13 % de trabajadores que, si se comprometen con su lugar de trabajo, lo que deja un 87 % descontento.

Vargas 2019, nos presenta su artículo Estudio comparativo del compromiso organizacional en trabajadores en Bolivia (La Paz) donde menciona que Alien y Meyer (1991) dirigieron el compromiso organizacional como una condición psicológica, también muestran 3 constituyentes trascendentales del voto organizacional: el cortejo dulce, el cortejo de inmovilidad y el cometido docente. Donde el primer participante es el adeudo cariñoso, el cual hace noticia al lazo emocional que forjan los trabajadores con la táctica y reflexiva el afecto emocional, el segundo constituyente es el noviazgo de seguridad, el cual hace alusión a los costos de género financiero, físico, psicológico, entre otros, así como las estrechas ocasiones como el riesgo de fallar o renunciar el trabajador se siente vinculado a la corporación. El tercer ingrediente es el embolado colegial, el cual hace circunstancia a la crítica de generosidad hacia la táctica por parte del empleado,

quien desarrolla un fuerte apetito de subsistir en ella como hipersensibilidad emocional.

Actualmente, se visualiza que la gran parte de los colaboradores se hallan en un estado de compromiso negativo, lo que es preocupante para las empresas, estudios realizados comprueban, que varias de estas, han tratado de combatirlo, ya que ha venido incrementando una serie de estrategias y herramientas. Pero los resultados no son los deseados.

A Nivel Nacional: Deloitte 2018, presento que el cincuenta por ciento de diligentes empresariales confirman que presentan una problemática de cultura organizacional donde el compromiso es el causante frecuente, además causa alarma ya que esta cifra aumentaría año tras año. Flores 2016, en su tesis de nombre El Compromiso Organizacional y La Gestión Del Talento Humano Del Personal De La Municipalidad De San Martin nos presenta que el compromiso organizacional, es un valor en que el colaborador se considera emocionalmente conectado con su trabajo, la compañía y sus objetivos. Implica una dedicación activa, identidad con los valores organizacionales y un esfuerzo adicional para contribuir al éxito de la misma. Un alto nivel de compromiso suele estar asociado con un rendimiento laboral positivo y una mayor retención de empleados.

Guzmán 2020, nos presenta su artículo Compromiso Organizacional: Antecedentes y Consecuencias donde menciona los resultados de la investigación de Báez, donde es atractivo desde el panorama del empleado, porque permite los términos que pueden ocurrir, es decir que si se tiene a un colaborador contento o motivado se tiene un buen trabajo.

La satisfacción organizacional a nivel internacional: Zappos 1999, empresa estadounidense, Los valores y el personal son determinantes críticos para la atención que reciben sus consumidores sumándoles una buena experiencia, a diferencia de otras empresas los colaboradores tienen que ser humildes intrépidos creativos y mente abierta. Ando así que un colaborador 100% feliz es igual a un consumidor contento.

Google 1998 empresa estadounidense, La mayoría de trabajos suelen tener fama de monótono y rutinarios, esta empresa es conocida mundialmente por tener el mejor ambiente laboral y alegría en sus colaboradores. Lo que hace diferente a esta empresa de las demás es que no sigue estándares, con el único fin de que sus colaboradores sean más eficientes y productivos.

Es evidente que la satisfacción se ha modificado en el principal componente para conseguir nuevos negocios. Si las administraciones del globo quieren innovar, es necesario que comiencen este recorrido hacia una visión más holística del placer de las personas y que descubran la manera de imaginar su natural ADN de delicia que terminantemente acelera los enjuiciamientos creativos y de particularidad.

A Nivel Nacional: Paz & Espinoza 2017, en su tesis titulada La influencia de la satisfacción personal en la productividad de los trabajadores de Claro en Arequipa menciona, como evaluó la correlación que consta entre la satisfacción y la productividad del personal de América Móvil- Claro, terminó que existe una correlación entre ambas ya que los factores más influyentes para la satisfacción de los colaboradores fueron la innovación e identificación, reconocimiento y desarrollo personal. En las ciudades de Arequipa, Chiclayo y Lima se realizó un estudio que dio como resultados que el 45% de 1500 colaboradores admitieron no sentirse satisfechos en su centro de trabajo, ya que este porcentaje presentaban dificultades en el clima organizacional. La comunicación es fundamental, como se observa que el 52% de los causales comenta no sentirse escuchados a comparación del 7%. También interviene la comunicación y relación que se tiene con su jefe directo que califica de un 40% que es buena, un 52% que califica como malo y el 8% como excelente.

Las teorías relacionadas al tema del compromiso organizacional, es un elemento crucial y se define por la conexión emocional que los empleados tienen con su organización. Implica que los empleados estén dispuestos a esforzarse y contribuir activamente para lograr los objetivos y el éxito de la empresa. Cuando los empleados están comprometidos, tienden a ser más productivos, leales y motivados, lo que puede tener un impacto positivo en el rendimiento general de la

institución. En el transcurso del tiempo, se han perfeccionado diferentes teorías y enfoques para comprender y medir el compromiso organizacional. A continuación, se presentan algunas de las teorías más destacadas relacionadas con este tema:

Allen y Meyer (1997) Modelo Tridimensional de Compromiso Organizacional: Este modelo propone tres componentes del compromiso organizacional: Compromiso afectivo: Se refiere a la conexión emocional que sienten los empleados hacia la organización; Compromiso continuativo: Está relacionado con la inteligencia del coste agrupados con dejar la institución; Compromiso normativo: Hace reseña a la obligación moral de permanecer en la organización.

Blau (1994) Teoría de Intercambio Social: Esta teoría se centra en la reciprocidad en las relaciones entre empleados y organizaciones. Los empleados comprometidos creen que la organización les proporciona recompensas (como salario, beneficios, desarrollo profesional) a cambio de su desempeño y esfuerzo.

Kahn (1990) Teoría del Compromiso Psicológico: Esta teoría destaca la importancia de la conexión entre el empleado y su trabajo. El compromiso psicológico se refiere a la sensación de que el trabajo es significativo, personalmente identificable y que el empleado puede expresarse a través de él.

Rhoades y Eisenberger (2006) Teoría del Compromiso Basado en el Afecto: Esta teoría se enfoca en cómo las emociones y la satisfacción en el trabajo influyen en el compromiso. Argumenta que el afecto positivo hacia la organización está relacionado con el compromiso y el rendimiento.

Modelo de Compromiso de Kahn y Heaphy (1990): Esta guía está basada en el ideal de que el compromiso de los empleados se ve influenciado por tres dimensiones: el compromiso cognitivo (mente), el compromiso emocional (corazón) y el compromiso físico (manos).

Saks (2019) Teoría del Compromiso Laboral: Esta teoría se enfoca en el papel de los factores individuales y organizacionales en la formación del

compromiso laboral. Examina cómo la satisfacción laboral, la participación y otros factores influyen en el compromiso.

Mowday, Steers y Porter (1979) Teoría del Compromiso Organizacional Percepcionado: Esta teoría sugiere que el compromiso se basa en la percepción que tienen los empleados de la coherencia entre sus propios valores y metas y los de la organización.

Ashforth y Mael (1989) Teoría de la Identificación Organizacional: Se centra en cómo los empleados se identifican con la organización y cómo esta identificación afecta su compromiso. Cuanto más fuerte sea la identificación con la organización, mayor será el compromiso.

Estas teorías proporcionan perspectivas diferentes sobre el compromiso organizacional y han contribuido a la comprensión de por qué algunos empleados están más comprometidos que otros y cómo las organizaciones pueden fomentar un mayor compromiso entre su personal. Las estrategias de gestión de recursos humanos suelen estar influenciadas por estas teorías para promover un ambiente laboral más comprometido y productivo.

Las teorías relacionadas al tema de la satisfacción personal, es un área de estudio que abarca varios campos, incluyendo la ciencia, la sociografía y los de recursos humanos. Existen diversas teorías y enfoques relacionados con la satisfacción personal. A continuación, se presentan algunas de las teorías más destacadas relacionadas con este tema:

Locke (1976) Teoría de la Satisfacción en el Trabajo: Esta teoría sostiene que la satisfacción en el trabajo está influenciada por la comparación entre las expectativas de los individuos y sus experiencias reales en el trabajo. Cuando las experiencias superan las expectativas, se experimenta la satisfacción en el trabajo.

Herzberg (2019) Modelo de 2 Factores o Teoría de la Motivación-Higiene: Herzberg propuso que existen 2 tipos de factores en el entorno laboral: factores sanitarios (como las condiciones de trabajo, el salario y la supervisión) que, cuando

están ausentes o insatisfactorios, causan insatisfacción, y factores motivadores (como el reconocimiento, el logro y el crecimiento) que, cuando están presentes, contribuyen a la satisfacción y la motivación.

Deci y Ryan (2017) Teoría de la Autodeterminación: Esta teoría sugiere que la satisfacción personal y la motivación intrínseca están relacionadas con el contenido de las personas para satisfacer sus necesidades psicológicas primordiales de autonomía, competencia y relación. Cuando las personas pueden tomar decisiones autónomas y se sienten competentes en sus actividades, tienden a experimentar una mayor satisfacción personal.

Diener (2006) Teoría de la Satisfacción en la Vida: Esta teoría se enfoca en la satisfacción general en la vida de una persona. Diener argumenta que la satisfacción en la vida está influenciada por múltiples factores, incluyendo las circunstancias externas, las metas y valores personales, y la disposición individual.

Seligman (2010) Teoría de la Felicidad Auténtica: Martin Seligman propone que la felicidad y la satisfacción personal se derivan no solo de la búsqueda del placer, sino también de la indagación del significado y propósito en la vida. La felicidad auténtica se logra a través de la gratitud, el compromiso, las relaciones significativas y el logro de metas personales.

Engel, Blackwell y Miniard (2007) Teoría de la Satisfacción en el Consumo: En el contexto del marketing y el comportamiento del consumidor, esta teoría se centra en cómo las personas experimentan la satisfacción personal a través de la adquisición y el consumo de productos y servicios. Se consideran factores como la calidad percibida, las expectativas del consumidor y la retroalimentación posterior a la compra.

Maslow (2016) Teoría de las Necesidades Humanas: Aunque más conocida por su jerarquía de necesidades, Abraham Maslow también contribuyó a la comprensión de la satisfacción personal. Sostiene que una vez que se integran las necesidades básicas (como alimentación, seguridad y pertenencia), las personas

buscan la autorrealización y la satisfacción personal a través del crecimiento y el desarrollo personal.

Estas teorías ofrecen diferentes perspectivas sobre la satisfacción personal en distintos contextos, ya sea en el trabajo, en la vida en general o en el consumo. Comprender estas teorías puede ser útil para los psicólogos, los gerentes de recursos humanos y cualquier persona interesada en mejorar la satisfacción y el bienestar personal.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Tipo y diseño de investigación fue correlacional ya que en esta investigación la correlacionalidad es una herramienta valiosa en el campo de la administración y otras disciplinas científicas para estudiar las relaciones entre dos o más variables. A diferencia del diseño experimental, la correlación se centra en el análisis y la descripción de la relación entre variables, sin manipularlas directamente. Es significativo destacar que la semejanza no implica causalidad, sino que se limita a identificar una posible relación entre los factores estudiados. En este sentido, la investigación correlacional es útil para identificar patrones y tendencias en los datos que pueden guiar investigaciones posteriores.

Tipo de investigación: El presente estudio empleó el diseño de investigación experimental ya que es una técnica ampliamente utilizada para estudiar la causalidad en las ciencias sociales y naturales. En este tipo de estudio, se manipula una o más variables independientes para observar y medir el efecto en una variable dependiente. El objetivo de la investigación experimental es establecer si existe una relación causal entre las variables y cuantificar el grado de la misma. Para ello, se utilizan cuidadosos controles y medidas para minimizar la influencia de variables externas y asegurar la validez interna de los resultados. Es importante destacar que este método ofrece una alta precisión y fiabilidad en las conclusiones extraídas, lo que lo convierte en un recurso valioso para la toma de decisiones en diversos ámbitos del conocimiento. En un enfoque cuantitativo.

Esta investigación fue cuantitativa tiene como objetivo identificar y observar la satisfacción y el compromiso del personal en una empresa comercial. El estudio se centró en comprender los niveles de satisfacción laboral, el grado de compromiso con la organización y los factores que influyen en estas variables dentro del contexto de la empresa. Se recopiló datos cuantitativos mediante encuestas estructuradas y se analizaron estadísticamente para obtener una visión integral de la satisfacción y el compromiso del personal. Los resultados de este

estudio proporcionaron información valiosa para la empresa, permitiendo identificar áreas de mejora y diseñar estrategias efectivas para promover la satisfacción y el compromiso de su personal.

3.2. Variables y operacionalización de variables

Variable 1: Satisfacción

Definición conceptual: Kondo (2020) declara que: La satisfacción personal, es un elemento clave en una empresa comercial exitosa, ya que muestra un gran golpe representativo en la productividad y la eficiencia en los colaboradores. Los empleados felices son más propensos a desempeñarse mejor en sus trabajos, ya que están motivados a alcanzar sus metas y aportar valor a la empresa.

Definición operacional: Carvacho (2019) menciona que: La satisfacción se refiere a un estado de contento, plenitud o gratificación que experimenta una persona como resultado de la realización o cumplimiento de sus deseos, necesidades o expectativas. Es un sentimiento subjetivo que puede surgir de diferentes ámbitos de la vida, como el trabajo, las relaciones personales, los logros personales, entre otros.

Dimensión 1: Productividad, esta dimensión se refiere a que los empleados son conscientes de sus habilidades para desarrollarse de manera exitosa en sus funciones. Conocen sus fortalezas y debilidades, las cuales son de suma importancia para tomar decisiones acertadas.

Productividad: Pucheu (2021) según su libro Gestión de la productividad y el desempeño menciona que, la productividad es fundamental para el éxito de una empresa ya que, la optimización de los recursos, la reducción de costos, el aumento de eficiencia y la mejora constante son factores clave que sólo se pueden lograr con una estrategia clara y un enfoque en la productividad.

Indicadores

- Indicador 1: Recursos
- Indicador 2: Oportunidades
- Indicador 3: Crecimiento

Dimensión 2: Eficiencia, esta dimensión se refiere a que los empleados toman riesgos por su propia iniciativa, los cuales serán solucionados de manera efectiva, caso contrario, buscarán alternativas asumiendo sus errores. Los empleados son capaces de adaptarse a las circunstancias ya sea positivas o negativas, y de esta manera sobrellevarlas a su favor.

Eficiencia: Lloret & Millán 2020, en su libro La estrategia de reuniones de 30 minutos nos menciona que, la eficiencia puede ser importante para el compromiso y la satisfacción de los practicantes. Los empleados de empresas eficientes a menudo se sienten más seguros y valorados ya que contribuyen al éxito, a la rentabilidad y competitividad de la empresa. Además, los empleados se sienten mejor cuando trabajan en un entorno donde hay procedimientos claros y eliminación de tareas innecesarias, lo que también contribuye a su productividad y eficiencia.

Indicadores

- Indicador 1: Resultados
- Indicador 2: Desempeño
- Indicador 3: Efectividad

Variable 2: Compromiso

Definición conceptual: Vargas (2019) declara que: El compromiso organizacional, es cuando las personas de una organización la identifican, o cuando se sienten integradas con sus objetivos organizacionales y objetivos personales, si esto se cumple, la probabilidad que continúa en la organización es mayor.

Definición operacional: Fuentes (2020) menciona que: El compromiso se refiere a la acción de comprometerse o comprometerse con algo o alguien. Es un término que abarca varios aspectos y puede tener diferentes significados dependiendo del contexto en el que se utilice.

Dimensión 1: Positividad, esta dimensión se refiere a que los empleados tienen una óptima relación con sus jefes, los empleados deben sentirse identificados con la institución en la que laboran, y de esta manera tener claro las metas y objetivos. Trabajar conjuntamente con sus jefes inmediatos y tener una interacción continua.

Positividad: Piqueras 2019, en su libro Juntos, los secretos de los equipos de alto rendimiento mencionan que el positivismo es un valor esencial en una compañía comercial, ya que tiene un impacto significativo en la motivación, la colaboración y el rendimiento de los empleados.

El positivismo se trata de tener una actitud optimista y enfocarse en las soluciones en lugar de los problemas. Al crear un ambiente laboral positivo, los empleados pueden colaborar de manera efectiva con sus colegas y superiores, lo que puede conducir a un aumento en la productividad y la innovación. (Piqueras Gómez de Albacete, 2019, 15). El positivismo es especialmente importante debido a la naturaleza competitiva y cambiante del mercado. Al mantener una actitud positiva, los empleados pueden enfrentar los desafíos y las dificultades con confianza y determinación, en lugar de sentirse abrumados y desalentados.

Indicadores

- Indicador 1: Trabajo en equipo
- Indicador 2: Inspiración en el trabajo
- Indicador 3: Entusiasmo

Dimensión 2: Motivación, esta dimensión se refiere a que los empleados hallen en el trabajo la solución de sus necesidades y de esta manera puedan enfocarse plenamente en ella. No sentirse preocupados por la inestabilidad laboral,

al contrario, involucrase más en el ámbito laboral y así generar propuestas para mejorar los procesos del área en el cual se desarrollan.

Motivación: Napolitano 2018, en su libro “Motivación en el ámbito laboral: El caso de Procter & Gamble” menciona que, la motivación es fundamental para el éxito de una empresa comercial, ya que es una fuerza impulsora detrás del rendimiento laboral de los empleados.

La motivación es la razón detrás de por qué los empleados se comprometen y esfuerzan en su trabajo. Al mantener a los empleados motivados, la empresa puede aumentar la productividad, mejorar la calidad del trabajo, disminuir el ausentismo y la rotación de empleados, y en última instancia, mejorar el desempeño financiero.

La motivación en una empresa comercial también se nutre mediante la creación de un ambiente laboral seguro, los líderes empresariales que establecen una relación cercana y constructiva con sus empleados pueden influir en ellos para mantener su nivel de ánimo elevado y arrastrar a otros.

Indicadores

- Indicador 1: Necesidades
- Indicador 2: Estabilidad
- Indicador 3: Satisfecho
-

Escala de medición: La escala ordinal de Likert

Los ítems consisten en opciones de respuesta para que los participantes de la encuesta elijan, facilitando así la recopilación de datos. Además, mediante esta herramienta de medición, es posible evaluar las respuestas y comportamientos de las personas que visitan el restaurante, clasificando las alternativas marcadas en una escala de valores. En este caso, se ha opto por la escala ordinal de Likert, que permite medir dos variables con las siguientes opciones: (1) Nunca, (2) Casi Nunca, (3) A veces, (4) Casi Siempre y (5) Siempre. Como se puede observar en la tabla 1(anexos)

3.3. Población, muestra y muestreo Población

3.3.1 Población:

Ventura (2018), menciona que la población en una investigación es el grupo total de elementos o individuos que comparten una característica común y son objeto de estudio, y la definición clara de la población permite tomar decisiones sobre el muestreo y establecer el alcance de la investigación. Por ello, para el presente proyecto se tomó en cuenta la participación de 30 colaboradores de la empresa comercializadora de papa.

- **Criterio de inclusión**

Todo colaborador que desee participar en esta investigación de manera voluntaria.

- **Criterio de exclusión**

No se considera a los consumidores (clientes).

3.3.2. Muestra:

Argibay (2019), menciona que la muestra, son subconjuntos representativos de la población, para realizar el estudio de manera más eficiente y obtener conclusiones aplicables a la población en su conjunto. La investigación contó con una muestra de 10 trabajadores de la comercializadora de papas, ya que se seleccionó por accesibilidad mediante la aplicación del muestro por conveniencia porque permite seleccionar a participantes que estén dispuestos y disponibles para ser encuestados.

3.3.3. Muestreo:

Maxwell (2019) menciona, que el muestreo implica tomar una porción representativa de la población para estudiarla en lugar de investigar a todos los individuos o elementos de la población completa. La investigación contó con un muestreo no probabilístico deliberado.

3.3.4. Delimitación cuantitativa de la población:

Se consideró para el presente estudio al personal femenino y masculino de la empresa comercializadora de papas, la cual está constituida de la siguiente manera:

Tabla 2: Delimitaciones cuantitativas de la población
Como se puede observar en la tabla 2 (anexos)

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se optó por la técnica de encuesta como método de recolección de datos, ya que se la considera efectiva para recopilar información a través de ítems que proporcionan resultados relevantes en relación con la problemática de la investigación. Con la finalidad de permitir evaluar el ambiente laboral de la empresa comercializadora de papa para poder analizar cuáles son los aspectos notables que conllevan a un trabajador abandonar su trabajo, estos puntos se basaron en cómo se siente el colaborador al laboral dentro de la empresa, en cómo la motivación que recibe por parte de su empleador es fundamental para la satisfacción y compromiso, además se cuestionó sobre el nivel rotatividad en esta empresa, y por último los ítems están relacionados a la satisfacción y compromiso dentro de la empresa.

3.4.1. Validación:

Para la validación de este instrumento se consideró el juicio de 3 expertos en la carrera, los cuales son los responsables de la aprobación de nuestra investigación. Asimismo, Paulo Freire (1997) en el contexto de la validación de instrumentos, su enfoque podría incluir la intervención activa de los colaboradores en la validación, asegurando que el instrumento sea relevante y significativo para el grupo al que se aplica. Como se puede observar en la tabla 3 (anexos)

3.4.2 Confiabilidad:

La confiabilidad está estrechamente relacionada con el rigor metodológico. Esto implica que el diseño de la investigación, la recopilación de datos y el análisis se llevan a cabo de manera precisa y cuidadosa. Los métodos deben ser apropiados para abordar las preguntas de investigación y minimizar los sesgos. Para evaluar la confiabilidad de este estudio, se utilizó el coeficiente Alfa de Cronbach. Este enfoque estadístico se emplea para comprender la correlación y la confiabilidad de las variables involucradas, las cuales abarcan procesos administrativos y factores externos. Como se puede observar en la figura 1 y figura 2 (anexos)

Con el fin de evaluar la confiabilidad del instrumento en esta investigación, se utilizó la fórmula descrita en la Figura 1. Este instrumento comprende 24 preguntas que serán administradas a una muestra de 30 individuos. A partir de estos procedimientos, se obtuvo el siguiente resultado: Como se puede observar en la tabla 4 (anexos)

De acuerdo con los datos presentados en la Tabla 4, se evidencia que el instrumento empleado para medir las variables de satisfacción arroja un coeficiente de 0,868, indicando así un elevado nivel de confiabilidad. Como se puede observar en la tabla 5 (anexos)

De acuerdo con los datos proporcionados en la Tabla 5, se nota que el instrumento empleado para evaluar las variables de compromiso presenta un coeficiente de 0,856, indicando un nivel significativo de confiabilidad. Como se puede observar en la tabla 6 (anexos)

3.5. Procedimientos

El procedimiento para llevar a cabo el presente trabajo de investigación, que nos permitió aplicar la guía de encuesta y la guía de observación, se realizó de la siguiente manera. Al identificar la problemática rotatividad en el personal por falta de satisfacción y compromiso en la empresa Magzam SAC, por lo que se estableció comunicación con el gerente general, con la intención de realizar un trabajo de

investigación y presentación de una propuesta y posteriormente, para la realización e implementación del cuestionario semiestructuradas se tuvo cuidado de crear un ambiente propicio y agradable con el objetivo de lograr el mayor grado de confianza. y está correctamente formulado, esta validación otorga mayor rigor científico a la investigación y garantiza la calidad de los instrumentos.

3.6. Método de análisis de datos

La presente tesis empleó el método experimental, es fundamental en muchas áreas del conocimiento, ya que es uno de los principios más básicos y efectivos de la investigación científica. El método experimental es un enfoque de investigación sistemático que se utiliza para examinar la causa-efecto de las relaciones entre variables. En este método, se manipulan cuidadosamente una o más variables independientes y se mide el resultado en una o más variables dependientes. La ventaja principal del método experimental es su capacidad para controlar variables irrelevantes y aumentar la validez interna de los resultados obtenidos. Además, el método experimental es utilizado para evaluar la validez de otros métodos de investigación y es la base de muchos avances en la medicina, la física, la psicología, las ciencias sociales y naturales, y muchos otros campos. En resumen, el estudio del método experimental es esencial para la comprensión y aplicación efectiva de la investigación científica en muchas disciplinas.

3.7. Aspectos éticos

Este estudio fue llevado a cabo de acuerdo con las normativas actuales establecidas para la realización de investigaciones y tesis en los programas académicos de pregrado y posgrado de la Universidad César Vallejo, según lo indicado en la Resolución Rectoral N° 089-2019-UCV. Asimismo, se hizo referencia al código de ética de la universidad, considerado un documento esencial para asegurar elevados estándares de profesionalismo, el cumplimiento de requisitos éticos y legales, y el respeto de los derechos de propiedad intelectual de otros investigadores. Tanto la elaboración como la presentación de nuestra investigación se llevaron a cabo siguiendo el actual modelo de Normas APA UCV. Además, se implementó la herramienta Turnitin como una medida preventiva contra el plagio, conforme a lo establecido en el RVI N° 008-2017 de nuestra institución educativa.

IV. RESULTADOS

Se mostrará las tablas de frecuencia de ambas variables y sus dimensiones que se realizó en esta investigación.

Prueba no paramétrica: Rho Spearman

Nivel de error: Alfa es igual a $\alpha = 0.05$ lo que equivale a 5%

Nivel de confiabilidad: Es igual a $1 - \alpha = 95\%$

Estadística Descriptiva

De acuerdo con la Figura 3 y la Tabla 12, en relación a la variable de satisfacción, se aprecia que, entre el total de trabajadores encuestados en las empresas comercializadoras, un 20% expresa sentirse satisfecho, mientras que un 26% indica que a veces experimenta satisfacción. Como se puede observar en la tabla 13 (anexos)

Con base en la Figura 3 y la Tabla 13, en relación a la dimensión de recursos de satisfacción, se nota que, entre el conjunto de trabajadores encuestados en las empresas comercializadoras, un 50% señala que los recursos internos son eficientes, mientras que un 3% manifiesta que dichas gestiones son ineficientes. Como se puede observar en la tabla 14 (anexos)

Con base en la Figura 4 y Tabla 14, en relación a la dimensión de resultados, se evidencia que, entre el total de trabajadores encuestados en las empresas comercializadoras, un 50% señala que los procedimientos son eficientes, mientras que un 33% manifiesta que son ineficientes. Como se puede observar en la tabla 15 (anexos)

Con base en la Figura 5 y la Tabla 15, en relación a la variable de compromiso, se destaca que, entre el total de trabajadores encuestados en las empresas comercializadoras, un 23% indica sentirse comprometido, mientras que

un 26% manifiesta que a veces experimenta ese compromiso. Como se puede observar en la tabla 16 (anexos)

Con base en la Figura 6 y la Tabla 16, en relación a la dimensión de trabajo en equipo, se nota que, entre el total de trabajadores encuestados en las empresas mineras, un 20% señala que las etapas a seguir son eficientes, mientras que un 36% manifiesta que son ineficientes. Como se puede observar en la tabla 17 (anexos)

Con base en la Figura 7 y la Tabla 17, en relación a la dimensión de trabajo en equipo, se observa que, entre el total de trabajadores encuestados en las empresas comercializadoras, un 10% indica que las etapas a seguir son eficientes, mientras que un 3,3% manifiesta que son ineficientes.

Estadística Inferencial

Prueba de normalidad

HO (hipótesis nula): Los datos provienen de una distribución normal

H1(hipótesis alternativa): Los datos no provienen de una distribución normal

Como se puede observar en la tabla 18 (anexos)

En base a la información proporcionada y el resultado obtenido en la tabla N° 18, donde el valor es 0.564 y es mayor a 0.05, se toma la decisión de aceptar la hipótesis alternativa. Por lo tanto, se concluye que los datos no provienen de una distribución normal.

Este resultado sugiere que, en lugar de utilizar métodos paramétricos que asumen normalidad, podría ser más apropiado aplicar métodos no paramétricos en el análisis estadístico de los datos. Estos métodos son menos sensibles a la asunción de normalidad y pueden ser más robustos en situaciones donde la distribución de los datos no es claramente normal.

Prueba de Hipótesis

Hipótesis General

Planteamiento de hipótesis

H1: La determinación de la satisfacción personal influye en el compromiso organizacional del personal en una empresa comercializadora de papa en Puente Piedra – 2023.

H0: La determinación de la satisfacción organizacional no influye en el compromiso del personal de la empresa comercializadora de papa en Puente Piedra – 2023

Nivel de significancia: α es igual a 5 5% de margen de error

Regla de decisión: se admite la hipótesis H0 (NULA)

si p es menor o igual a (α)

: se admite la hipótesis H1 (ALTERNA)

si p es mayor o igual a (α)

Tabla 19: Clasificación de la variable dependiente Como se puede observar en la tabla 19 (anexos)

Tabla 20: Hipótesis, Conclusión: Aceptamos la hipótesis, Figura 9: Histograma de la variable Satisfacción

En base a la figura 9, se puede observar que la media de la variable Satisfacción es de 44,63 lo que representa el porcentaje de trabajadores satisfechos en la empresa y a su vez teniendo como desviación estándar un 6,89% de un total de 30 trabajadores. Figura 10: Histograma de la variable Compromiso Como se puede observar en la figura 9 (anexos)

V. DISCUSIÓN

En el siguiente discutimos los resultados de los estudios descriptivos e inferenciales para discutir la consistencia de las hipótesis generales, a saber: La determinación de la satisfacción personal influye en el compromiso organizacional del personal en una empresa comercializadora de papa en Puente Piedra – 2023. Además de una comparación adecuada de los objetivos y resultados alcanzados, también se tuvieron en cuenta situaciones problemáticas para generar una discusión relevante para el estudio.

Con respecto al análisis de los resultados obtenidos según la variable Satisfacción en la figura 3 y tabla 12, nos muestra que un 20% de los 30 que es el total de los trabajadores encuestados en las empresas comercializadora indica que (siempre) se sienten satisfecho, mientras que un 53,3% menciona que (casi siempre) se siente satisfecho y que un 26,7% manifiesta que (a veces) se siente satisfecho. Para la variable de Compromiso según la figura 5 y tabla 15, podemos observar que un 23,3% del total de los trabajadores encuestados en las empresas comercializadora indica que (siempre) se sienten comprometidos, mientras que un 50% menciona que (casi siempre) se siente comprometido y que un 26,7% manifiesta que (a veces) se siente comprometido, lo cual nos deja con una $r = 0.825$ significando una relación positiva alta entre las variables como se explica a continuación. En base a la prueba de correlación Rho de Spearman se obtuvo una relación positiva muy fuerte (correlación de 0.825) entre la Satisfacción y Compromiso en la empresa comercializadora. Además de identificar esta relación como estadísticamente significativa con un valor de Significancia del 0,000, por lo tanto, es menor al 0,05. Lo cual asegura la existencia de la relación entre la satisfacción y compromiso en la empresa comercializadora de papa, Puente Piedra-2023.

Según la investigación de Cotto (2020), el cual nos presenta su libro “El compromiso organizacional como moderador en la relación entre la pasión laboral” donde muestra un espantoso porcentaje mundial de 13% de trabajadores que, si se comprometen con su lugar de trabajo, lo que deja un 87 % descontento. En

base a la prueba del chi cuadrado se obtuvo un nivel de significancia del 0.021 menor al 0.05 por lo tanto significa que, si existe relación entre el compromiso organizacional con la pasión laboral. El compromiso organizacional y la pasión laboral son dos aspectos importantes en el entorno laboral que pueden influir en el rendimiento y bienestar de los empleados. La relación entre estos dos conceptos puede ser compleja, y el compromiso organizacional a menudo se considera un moderador en esta relación.

Según el estudio realizado Medina (2018), el cual presenta su estudio titulado “ La Relación entre la productividad y satisfacción Laboral en una empresa comercial” el estudio es de tipo no experimental, realizada a un total de 80 trabajadores dentro de la empresa, en base a la prueba Rho de Spearman se obtuvo un nivel de correlación del 0.570 (correlación positiva débil), con una significancia bilateral de 0.000 menor al 0.05 por lo tanto significa que, si existe relación entre la (productividad), la satisfacción laboral y el compromiso del personal ya que en una empresa comercializadora es un aspecto crucial para el éxito organizacional, mejorar la productividad puede tener un impacto positivo en la satisfacción laboral y, por ende, en el compromiso del personal en una empresa comercializadora. Es importante implementar estrategias que reconozcan y recompensen el rendimiento, fomenten un ambiente de trabajo positivo y ofrezcan oportunidades de desarrollo profesional para crear un círculo virtuoso que beneficie tanto a la empresa como a sus empleados.

En base a la primera hipótesis específica, utilizando la prueba de correlación Rho de Spearman se obtuvo una relación positiva muy fuerte (correlación de 0.743) entre la dimensión Productividad y la variable Satisfacción en la empresa comercializadora. Además de identificar esta relación como estadísticamente significativa con un valor de Significancia del 0,000, por lo tanto, es menor al 0,05. Lo cual asegura la existencia de la relación entre la dimensión Productividad y la variable Satisfacción en la empresa comercializadora de papa, Puente Piedra-2023.

En el estudio realizado por Maus (2022) titulado “Compromiso y competitividad en las organizaciones: El caso de una empresa aeronáutica” Araujo & Brunet (2011) en la información recopilada revela que un notable 92% de la población analizada manifiesta que el compromiso organizacional del personal en una empresa puede estar influenciado por diversas motivaciones significativa con la empresa. Esto refleja una repercusión positiva entre la motivación y el compromiso indicando que la estrategia de los tipos de motivación existentes ha sido efectiva para establecer un fuerte lazo de compromiso en el centro laboral por ello, los tipos de motivaciones que influyen son variados y pueden incluir aspectos intrínsecos y extrínsecos. A diferencia del 8% de la población que muestra un nivel de indiferencia hacia la desconformidad que tiene la motivación, aunque esta proporción minoritaria sugiere una desconexión relativa, este hallazgo podría ofrecer oportunidades valiosas para explorar y comprender mejor las razones subyacentes detrás de esta falta de vinculación. Analizar de manera más detenida este segmento podría proporcionar una clave para adaptar estrategias y enfoques, con el objetivo de expandir la base de apoyo y mejorar la percepción global de la marca entre una gama más amplia de audiencias. La comprensión de estas motivaciones permite a las organizaciones diseñar estrategias efectivas para optimizar el compromiso y la satisfacción laboral de su personal.

Con respecto a la segunda hipótesis específica, utilizando la prueba de correlación Rho de Spearman se obtuvo una relación positiva considerable (correlación de 0.723) entre la dimensión Motivación y la variable Compromiso en la empresa comercializadora. Además de identificar esta relación como estadísticamente significativa con un valor de Significancia del 0,000, por lo tanto, es menor al 0,05. Lo cual asegura la existencia de la relación entre la dimensión Motivación y la variable Compromiso en la empresa comercializadora de papa, Puente Piedra- 2023.

Según la investigación de Vásquez (2018) titulada “Eficacia y Satisfacción del Usuario en el Centro de Empleo de la Dirección Regional en Moyobamba” en la encuesta realizada a 384 personas en base a la prueba Rho de Spearman se consiguió un nivel de significancia del 0.688 mínimo al 0.05 por lo tanto significa

que, si coexiste relación entre la eficiencia en la satisfacción laboral, en la tesis nos menciona que existe una relación entre la eficacia y la satisfacción, puesto que el valor del chi cuadrado se logró un nivel de significancia del 0,022 menor al 0.05 por lo tanto significa que hay relación entre satisfacción y eficacia. Dicho de este modo la empresa cuenta con satisfacción organizacional, pero debe de mejorarla para aumentar la Eficiencia personal, ya que al mejorar la eficiencia en la satisfacción laboral puede tener un impacto positivo en el compromiso del personal en una empresa. En fin, al enfocarse en estas estrategias, una empresa puede desarrollar eficiencia en la satisfacción laboral, lo que a su vez mejora el compromiso del personal. Es crucial adoptar un enfoque integral que considere tanto los aspectos intrínsecos como extrínsecos de la satisfacción laboral para lograr resultados sostenibles.

Con respecto a la tercera hipótesis específica, utilizando la prueba de correlación Rho de Spearman se obtuvo una relación positiva considerable (correlación de 0.449) entre la dimensión Eficiencia y la variable Satisfacción en la empresa comercializadora. Además de identificar esta relación como estadísticamente significativa con un total de Significancia del 0,000, por lo tanto, es menor al 0,05. Lo cual asegura la existencia de la relación entre la Eficacia y la variable Satisfacción en la comercializadora de papa, Puente Piedra- 2023.

VI. CONCLUSIONES

1. Si existe relación entre nuestra variable Satisfacción con la variable de Compromiso de nuestra hipótesis general, basándonos en la prueba de Rho de Spearman se obtuvo una similitud de 0.825. Lo cual establece una conexión de relación positiva muy fuerte entre ambas variables, además de obtener una significancia bilateral menor al 0.05% lo cual asegura la existencia de la relación entre la Satisfacción y el Comportamiento dentro de una comercializadora de papa, Puente Piedra- 2023.
2. En base a la primera hipótesis específica, Si coexiste relación la dimensión Productividad y la variable Satisfacción basándonos en la prueba de Rho de Spearman se obtuvo una correlación 0.743 Lo cual establece una conexión de relación positiva muy fuerte, además de obtener una significancia bilateral menor al 0.05% lo cual asegura la presencia de la relación entre la dimensión Productividad y la variable Satisfacción en la empresa comercializadora de papa, Puente Piedra- 2023.
3. En base a la segunda hipótesis específica, Si coexiste relación la dimensión Motivación y la variable Compromiso, basándonos en la prueba de Rho de Spearman se obtuvo una similitud de 0.723. Lo cual establece una conexión de relación positiva considerable, además de obtener una significancia bilateral menor al 0.05% lo cual asegura la existencia de la correspondencia entre la dimensión Motivación y la variable Compromiso en una empresa comercializadora de papa, Puente Piedra- 2023.
4. En base a la tercera hipótesis específica, Si coexiste relación entre la dimensión Eficiencia y la variable Satisfacción, basándonos en la prueba de Rho de Spearman se obtuvo una similitud de 0,449. Lo cual establece una conexión de relación positiva considerable, además de obtener una significancia bilateral menor al 0.05% lo cual asegura la existencia de la correspondencia entre la dimensión Eficiencia y la variable Satisfacción en una comercializadora de papa, Puente Piedra- 2023.

VII. RECOMENDACIONES

- 1.** Debido a la existencia de una correlación de Satisfacción y Compromiso, se exhorta concentrarse en conservar la conexión que existe en satisfacción y compromiso ya que, es esencial adoptar un enfoque integral que abarque diversos aspectos de la cultura empresarial y la gestión de recursos humanos, tener un enfoque preciso ayuda a fortalecer la conexión entre satisfacción y compromiso, creando un entorno donde los empleados se sientan valorados, motivados y comprometidos con el éxito a largo plazo de la organización. Cultivando una cultura organizacional positiva que se centre en el bienestar de los empleados y promueva la participación activa contribuirá significativamente a mantener una sólida relación entre la satisfacción y el compromiso empresarial. Estas prácticas pueden formar la base para un entorno laboral saludable y sostenible.
- 2.** Debido a la coexistencia de una conexión entre Productividad y Satisfacción se recomienda fomentar un entorno de trabajo que promueva el equilibrio entre desafíos laborales y apoyo al bienestar de los empleados. Al adoptar este enfoque equilibrado entre desafíos laborales y bienestar, las empresas pueden conservar la correlación entre satisfacción y productividad, creando un entorno donde los empleados estén motivados, comprometidos y satisfechos.
- 3.** Debido a la coexistencia de la relación entre Motivación y Compromiso se recomienda crear un entorno que fomente una cultura de apoyo, desarrollo y reconocimiento. Ya que, al adoptar esta cultura de apoyo, desarrollo y reconocimiento, las organizaciones pueden conservar y fortalecer la conexión entre el compromiso y la motivación, creando un entorno donde los empleados estén inspirados y comprometidos con el éxito de la empresa.
- 4.** Debido a la coexistencia de una correlación entre la Eficiencia y la Satisfacción se recomienda que la empresa fomente un entorno de trabajo que valore la eficiencia, pero también considere el bienestar de los empleados. Al adoptar un enfoque equilibrado que valore tanto la eficiencia como el bienestar de los

empleados, las organizaciones pueden conservar la relación entre ambos aspectos, creando un entorno donde la productividad y la satisfacción se fortalezcan mutuamente.

REFERENCAS

- Aamodt, M. (2010). *Psicología industrial/organizacional*. Ciudad de México: Cengage Learning Editores. Recuperado de: <http://www.scielo.org.bo/scieloOrg/php/reflinks.php?refpid=S2071-081X202000020000300001&lng=es&pid=S2071-081X2020000200003>
- Alarcón, A. (2015). Satisfacción laboral del personal de enfermería y su relación con la calidad del cuidado al usuario en el servicio de medicina en los Hospitales II-2 Minsa y ESSALUD -Tarapoto, Agosto- Diciembre 2015. Tarapoto. UNSM
- Alba Cabañas, M., & González Ramírez, V. (2019, May 7). - YouTube.
- Alvarado H. (2018). *Comportamiento organizacional*. Grupo Editorial Patria.
- Análisis del compromiso organizacional en una Empresa de Seguridad ubicada en Lima. (2021, abril 20). Recuperado de: https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/4870/TSP_AE-L_034.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Anchelia, V., Inga, M., Olivares, P., y Escalante, J. (2021). *La gestión administrativa y compromiso organizacional en instituciones educativas*.
- Anguita G, J. (2019). *Somos Todos, Uno*. (J. C. Barroux R, Ed.). Editorial Segismundo.
- Araujo Montahud, J., & Brunet Icart, I. (2011). *Compromiso y competitividad en las organizaciones: El caso de una empresa aeronáutica*. Publicacions URV.
- Argibay, Juan Carlos. (2019). Muestra en investigación cuantitativa. *Subjetividad y procesos cognitivos*, 13(1), 13-29. Recuperado en 22 de junio de 2023, de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1852-73102009000100001&lng=es&tlng=es.
- Carvacho Rodriguez, L. R. (2019). *La satisfacción del individuo y la fidelidad del mismo y la rentabilidad: ¿Cuáles son las consecuencias para la rentabilidad de la empresa en un escenario competitivo?* GRIN Verlag.
- Cotto, J. (2023, mayo 6). *El compromiso organizacional como moderador en la relación entre la pasión laboral*. Recuperado de: https://www.google.com.pe/books/edition/El_compromiso_organizacional_como_moderador/hgClzQEACAAJ?hl=es-419

- Estudio comparativo del compromiso organizacional en trabajadores con y sin hijos, dentro de una empresa industrial en la ciudad de La Paz. (n.d.). SciELO Bolivia. Recuperado de: http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2071-081X2020000200003
- Ferrero, D. (2018). Motivación laboral: ¿cómo afecta en el rendimiento final de los trabajadores? España: (n.p.).
- Flores, G. (2018). "Gestión del talento humano y el compromiso organizacional del personal de la municipalidad provincial de San Martín." - Wiktionary. Recuperado de: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/6128/Flores_AGB.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Fuentes Gómez-Calcerrada, J. L. (2020). De la teoría a la práctica en el compromiso cívico: Fundamentos y propuestas para el aprendizaje-servicio. Ediciones Octaedro
- García Echevarría, S. (2021). Teoría económica de la empresa: Fundamentos teóricos: teoría institucional, teoría de producción y teoría de costes. Ediciones Díaz de Santos S.A.
- Harlez, R., & Cadiat, A.-C. (2016). Administración por objetivos: Alcance sus metas con empleados motivados. 50Minutos.es. <https://doi.org/10.20511/pyr2021.v9nSPE1.899>
https://www.google.com.pe/books/edition/El_comportamiento_organizacional_y_las_N/aMb6zgEACAAJ?hl=es-419
- JCMS : Journal of cinema and media studies, 92-110.
- Jiménez, G. (2021, marzo 2). Falta de compromiso laboral por parte de los empleados. Willis Towers Watson. Recuperado de: <https://willistowerswatsonupdate.es/beneficios-sociales-y-bienestar/falta-compromiso-empleados-causas/>
- Kondo, M., & Sonenshein, S. (2021). La felicidad en el trabajo / Joy at Work: Organizing Your Professional Life. PRH Grupo Editorial.
- Kouzes, J., & Posner, B. (2021). Incremento de la satisfacción y del compromiso organizacional de los empleados a través del liderazgo efectivo. Redalyc. <https://www.redalyc.org/pdf/716/71602602.pdf>

- La falta de compromiso laboral y el impacto del liderazgo. (2020, diciembre 16). Penn State Extension. Retrieved, Recuperado de: <https://extension.psu.edu/la-falta-de-compromiso-laboral-y-el-impacto-del-liderazgo>
- Lázcoz, I. (2022). Cómo ser el mejor vendedor del mundo. El método Sell it. Editorial Almuzara.
- Lloret Millán, P. (2020). Reuniones de 30 minutos: Mejorando la eficiencia, el clima laboral y la felicidad en las empresas. Profit Editorial.
- Maus, H. A. (2022). Entendiendo mejor a las personas: Olvídense de la motivación. BoD – Books on Demand.
- Maxwell, J. A. (2019). Diseño de investigación cualitativa. GEDISA.
- Medina Arrizabalaga, N. (2018). Manual. Gestión de equipos eficaces: influir y motivar (ADGD120PO). Especialidades formativas. EDITORIAL CEP.
- Mendoza, J. (2020). Compromiso Organizacional: Antecedentes y Consecuencias. Redalyc. Retrieved June 28, 2023, from <https://www.redalyc.org/journal/944/94465715006/html/>
- Mikelsone, E. (2021). Discussion on the Terms of Idea Management and Idea Management Systems. Regional Formation & Development Studies, 97 - 111.
- Modernización de los beneficios: de transaccional a transformacional. (2019, octubre 15). Recuperado de: https://www.wtwco.com/en-CH/Insights/2019/10/willis-towers-watsons-benefit-trends-global-insights?__hstc=21015524.0639d1c4b2403d2d868f59a9799402c2.1682482740379.1682482740379.1682482740379.1&__hssc=21015524.1.1682482740380&__hsfp=1916362011
- Modic, D. (2018). Towards Intellectual Property Rights Management: Back-office and Front-office Perspectives. Zúrich: Springer International Publishing AG.
- Navarro, V. (2020). Time, Digital Environments, and the Documentary Experience.
- Napolitano, G. (2018). Motivación en el ámbito laboral: El caso de Procter & Gamble (M. Gutiérrez Bravo, Trans.). Babelcube Incorporated.
- Olaz Capitán, Á. J., & Ortiz García, P. (2022). Como lograr un buen clima laboral. Esic Editorial

- Pavía Sánchez, I. (2021). Comunicación en las relaciones profesionales. ADGG0408. IC Editorial.
- Piqueras Gómez de Albacete, C. (2019). Juntos: Los secretos de los equipos de alto rendimiento. Profit Editoria
- Propósitos Y Representaciones, 9(SPE1), e899. Recuperado de:
- Pucheu, J. (2021). Gestión de la productividad y el desempeño: Cómo gestionar personas en distintos tipos de procesos y puestos. Ediciones UC.
Recuperado de:
- Rodríguez Ardura, I., & Ammetller Montes, G. (2019). Principios y estrategias de marketing (Vol.1). Editorial UOC, S.L.
- Rodríguez Lemus, Ó., & Ospina Campuzano, D. (2021). Signos vitales de la felicidad organizacional. Amazon Digital Servicios LLC - Kdp.
- Rodríguez Moreno, D. C. (2022). La productividad en el servicio. Editorial de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia - UPTC.
- Santillan. (2023, March 4). ... - YouTube. Retrieved June 28, 2023, from http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_artte%20xt&pid=S2588-09692020000200043
- Santos. (2023, March 4). YouTube. Retrieved June 28, 2023, from http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_abst%20ract&pid=S2528-79072019000200157&lng=es&nrm=i
- Téllez, A. (2021, diciembre). Factores condicionantes de la felicidad organizacional en una empresa agroexportadora del norte del Perú. Pirhua. https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/5390/AE_2104.PDF?sequence=1&isAllowed=y
- Triviño, I. (2019). Seguridad y Alta Disponibilidad. Grupo Editorial Síntesis. España. ISBN de Edición en Papel: 978-84-9171-359-3.
- Vannes. (2023, June 16). YouTube. Retrieved November 22, 2023, from https://www.google.com.pe/books/edition/PLAN_DE_EMPRESA_DIGITAL/fOOUEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=0
- Vásquez Alarcón, K. (2018). "Eficacia y Satisfacción del Usuario en el Centro de Empleo de la Dirección Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, dis. repositorio de la UCV. Retrieved November 22, 2023, from

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/30498/vasquez_ak.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Vasquez, L. (2020). Compromiso Organizacional y Riesgos Psicosociales | Salvador Moreno. Revista San Gregorio. Retrieved June 28, 2023, from <https://doi.org/10.36097/rsan.v1i35.1107>

Ventura-León, José Luis. (2018). ¿Población o muestra?: Una diferencia necesaria. Revista Cubana de Salud Pública, 43(4) Recuperado en 22 de junio de 2023, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-34662017000400014&lng=es&tlng=es.

Vergés, J. (2018). Evaluación de la EFICIENCIA Comparativa: Indicadores y Técnicas de Análisis. Independently Published.

ANEXOS

ANEXO 01: Matriz de Operacionalización de variable

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEM	ESCALA DE MEDICIÓN
Variable 1: SATISFACCIÓN (Independiente)	La satisfacción es un elemento clave en una empresa comercial exitosa, ya que muestra un gran golpe representativo en la productividad y la eficiencia en los colaboradores. Los empleados felices son más propensos a desempeñarse mejor en sus trabajos, ya que están motivados a alcanzar sus metas y aportar valor a la empresa.	La satisfacción organizacional se mide según las dimensiones como: a) Productividad b) Eficiencia Se utilizó la llamativa encuesta por ítems favorables marcadas por indicadores, procesando los datos a la base de datos del SPSS.	Productividad	Recursos Oportunidades Crecimiento	1 al 6	Escala de Likert (ordinal)
			Eficiencia	Resultados Desempeño Efectividad	7 al 12	
Variable 2: COMPROMISO (Dependiente)	El compromiso organizacional, es cuando las personas de una organización la identifican, o cuando se sienten integradas con sus objetivos organizacionales y objetivos personales, si esto se cumple, la probabilidad que continúa en la organización es mayor.	El compromiso organizacional se mide según las dimensiones como: a) Positividad, b) Motivación Se utilizó la llamativa encuesta por ítems favorables marcadas por indicadores, procesando los datos a la base de datos del SPSS.	Positividad	Trabajo en equipo Inspiración en el trabajo Entusiasmo	13 al 18	Escala de Likert (ordinal)
			Motivación	Necesidades Estabilidad Satisfecho	18 al 24	

Anexo 2: Instrumento de recolección de datos

**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN
FICHA DE ENCUESTA**

Estimado colaborador, sus respuestas en el siguiente cuestionario son de mucha importancia ya que contribuirán a una investigación de tipo académica, que busca establecer la relación entre las variables Estándares de servicio y Eficiencia. Toda la información será confidencial.

De la misma manera se requiere su consentimiento informado para poder aplicarle el instrumento de investigación. En ese sentido agradeceré marcar el siguiente recuadro en señal de conformidad:

Declaro estar informado de la aplicación de la siguiente encuesta y en señal de conformidad marco con una x el casillero:

Sí, estoy de acuerdo

No, estoy de acuerdo

TIEMPO DE DURACIÓN: 15 MINUTOS INSTRUCCIONES

Marcar con una (X) el número según la considere importancia que usted

	1	2	3	4	5
ESCALA DE VALORACIÓN	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE

V1. La Satisfacción				OPCIÓN DE RESPUESTA				
				1	2	3	4	5
Dimensión	Indicador	N°	Ítems	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
Productividad	Recursos	1	Siente que sus habilidades y conocimientos son reconocidos y valorados en nuestra empresa					
		2	Siente respaldo y apoyo					
	Oportunidad	3	Tengo los materiales y el equipo que necesito para hacer mi trabajo					
		4	Alguna vez he recibido reconocimiento o elogios por hacer un buen trabajo					
	Crecimiento	5	Cuál es tu nivel de satisfacción en tu puesto de trabajo					
		6	Hay suficientes oportunidades de desarrollo en nuestra empresa					
Eficiencia	Resultados	7	La satisfacción es fundamental en su centro de trabajo					
		8	Brindan los recursos y herramientas necesarias para realizar el trabajo					
	Desempeño	9	Siente que la remuneración que le brinda nuestra empresa es la adecuada					
		10	Hay un equilibrio adecuado entre tu vida laboral y personal en nuestra empresa					
	Efectividad	11	Recomendarías nuestra empresa comercial de papas como un buen lugar para trabajar					
		12	Se te reconocen los logros laborales					

V2. Compromiso				OPCIÓN DE RESPUESTA				
				1	2	3	4	5
Dimensión	Indicador	N°	Ítems	NUNCA	CASI NUNC	A VECES	CASI SIEMPR	SIEMPRE
Positividad	Trabajo en equipo	13	Tu opinión es escuchada					
		14	Se encuentra comprometido con la empresa comercial de papa					
	Inspiración en el trabajo	15	Tu trabajo en la comercialización de papas contribuye de manera significativa					
		16	Mis compañeros de trabajo están comprometidos a hacer un trabajo de calidad					
	Entusiasmo	17	Siente seguridad en su centro de trabajo					
		18	El riesgo al fracaso de sus actividades le hace esforzarse en su trabajo					
Motivación	Necesidades	19	Te sientes apoyado/a por tus superiores y compañeros de trabajo					
		20	Piensas a menudo en buscar otro trabajo					
	Estabilidad	21	Cuál es tu nivel de confianza en la dirección					
		22	Te entusiasma venir a trabajar					

	Satisfecho	23	La empresa ayuda a fomenta el trabajo en equipo para el mejor logro de los objetivos					
		24	He tenido oportunidades en el trabajo para aprender y crecer					

V1. La Satisfacción				OPCIÓN DE RESPUESTA				
				1	2	3	4	5
Dimensión	Indicador	N°	Ítems	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
Productividad	Recursos	1	Siente que sus habilidades y conocimientos son reconocidos y valorados en nuestra empresa					
		2	Siente respaldo y apoyo					
	Oportunidad	3	Tengo los materiales y el equipo que necesito para hacer mi trabajo					
		4	Alguna vez he recibido reconocimiento o elogios por hacer un buen trabajo					
	Crecimiento	5	Cuál es tu nivel de satisfacción en tu puesto de trabajo					
		6	Hay suficientes oportunidades de desarrollo en nuestra empresa					
Eficiencia	Resultados	7	La satisfacción es fundamental en su centro de trabajo					
		8	Brindan los recursos y herramientas necesarias para realizar el trabajo					
	Desempeño	9	Siente que la remuneración que le brinda nuestra empresa es la adecuada					
		10	Hay un equilibrio adecuado entre tu vida laboral y personal en nuestra empresa					
	Efectividad	11	Recomendarías nuestra empresa comercial de papas como un buen lugar para trabajar					
		12	Se te reconocen los logros laborales					

Muchas gracias

Anexo 3: Expertos para la validación del instrumento

GRADO ACADÉMICO	NOMBRE DEL EXPERTO VALIDADORO	OPINIÓN DE EXPERTO
Mgtr	Juan Manuel Alarcón Camero	Aplicable
Doctor	Edgar Lino Gamarra	Aplicable
Doctor	Abraham Cárdenas Saavedra	Aplicable

Por lo tanto, se evaluó la confiabilidad del instrumento utilizando el método alfa de Cronbach, a través de una encuesta realizada con 30 colaboradores.

Anexo 4: Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Satisfacción y compromiso del personal en una empresa comercializadora de papa, Puente Piedra- 2023". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al que hacer administrativo. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombres y Apellidos del juez:	Edgar Laureano Lino Gamarra
Grado profesional:	Maestría () Doctor (X)
Área de formación académica:	Clínica () Social () Educativa () Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	Docencia en Investigación
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo
Tiempo de experiencia profesional el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (X)

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala: (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Cuestionario en escala Likert
Autor(es):	Príncipe Miranda, Sheyla Katuska
Procedencia:	Del autor
Administración:	Virtual
Tiempo de aplicación:	15 minutos
Ámbito de aplicación:	Al personal de la empresa comercializadora de puente piedra
Significación:	Está compuesta por dos variables: - La primera variable contiene 2 dimensiones, de 3 indicadores y 12 Ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables. - La segunda variable contiene 2 dimensiones, de 3 indicadores y 12 Ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables.

4. Soporte teórico

- **Variable 1:** Satisfacción

Kondo (2020) declara que: "La satisfacción es un elemento clave en una empresa comercial exitosa, ya que muestra un gran golpe representativo en la productividad y la eficiencia en los colaboradores. Los empleados felices son más propensos a desempeñarse mejor en sus trabajos, ya que están motivados a alcanzar sus metas y aportar valor a la empresa."

- **Variable 2:** Compromiso

Vargas (2019) declara que: El compromiso organizacional, es cuando las personas de una organización la identifican, o cuando se sienten integradas con sus objetivos organizacionales y objetivos personales, si esto se cumple, la probabilidad que continúa en la organización es mayor.

Variable	Dimensiones	Definición
SATISFACCIÓN	Productividad	Esta dimensión se refiere a que los empleados son conscientes de sus habilidades para desarrollarse de manera exitosa en sus funciones. Conocen sus fortalezas y debilidades, las cuales son de suma importancia para tomar decisiones acertadas.
	Eficiencia	Esta dimensión se refiere a que los empleados toman riesgos por su propia iniciativa, los cuales serán solucionados de manera efectiva, caso contrario, buscarán alternativas asumiendo sus errores. Los empleados son capaces de adaptarse a las circunstancias ya sea positivas o negativas, y de esta manera sobrellevarlas a su favor.
COMPROMISO	Positividad	Esta dimensión se refiere a que los empleados tienen una óptima relación con sus jefes, los empleados deben sentirse identificados con la institución en la que laboran, y de esta manera tener claro las metas y objetivos. Trabajar conjuntamente con sus jefes inmediatos y tener una interacción continua.
	Motivación	Esta dimensión se refiere a que los empleados hallen en el trabajo la solución de sus necesidades y de esta manera puedan enfocarse plenamente en ella. No sentirse preocupados por la inestabilidad laboral, al contrario, involucrase más en el ámbito laboral y así generar propuestas para mejorar los procesos del área en el cual se desarrollan.

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario “Satisfacción y compromiso del personal en una empresa comercializadora de papa, Puente Piedra- 2023” elaborado por Príncipe Miranda Sheyla Katuska en el año 2023 De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.

COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Variable del instrumento: SATISFACCIÓN

- Primera dimensión: Productividad

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Recursos	1-2	4	4	4	
Oportunidades	3-4	4	4	4	
Crecimiento	5-6	4	4	4	

- Segunda dimensión: Eficiencia

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Resultados	7-8	4	4	4	
Desempeño	9-10	4	4	4	
Efectividad	11-12	4	4	4	

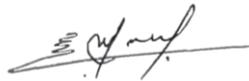
Variable del instrumento: Compromiso

- Primera dimensión: Positividad

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Trabajo en equipo	13-14	4	4	4	
Inspiración en el trabajo	15-16	4	4	4	
Entusiasmo	17-18	4	4	4	

- Segunda dimensión: Motivación

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Necesidades	19-20	4	4	4	
Estabilidad	21-22	4	4	4	
Satisfecho	23-24	4	4	4	



.....

 Dr. Edgar Laureano Lino
 Gamarra
 DNI N° 32650876

Anexo: Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Satisfacción y compromiso del personal en una empresa comercializadora de papa, Puente Piedra- 2023". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al que hacer administrativo. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombres y Apellidos del juez:	Alarcón Camero, Juan Manuel	
Grado profesional:	Maestría (<input checked="" type="checkbox"/>)	Doctor (<input type="checkbox"/>)
Área de formación académica:	Clínica (<input type="checkbox"/>)	Social (<input type="checkbox"/>)
	Educativa (<input type="checkbox"/>)	Organizacional (<input checked="" type="checkbox"/>)
Áreas de experiencia profesional:	Docente de la Escuela Profesional de Administración	
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo	
Tiempo de experiencia profesional el área:	2 a 4 años (<input type="checkbox"/>)	Más de 5 años (<input checked="" type="checkbox"/>)

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala: (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Cuestionario en escala ordinal
Autor(es):	Sheyla Katuska Principe Miranda
Procedencia:	Del autor
Administración:	Personal
Tiempo de aplicación:	12 minutos
Ámbito de aplicación:	Al personal de la empresa comercializadora de puente piedra
Significación:	Está compuesta por dos variables: - La primera variable contiene 2 dimensiones, de 3 indicadores y 12 Ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables. - La segunda variable contiene 2 dimensiones, de 3 indicadores y 12 Ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables.

4. Soporte teórico

- **Variable 1: SATISFACCIÓN**

Kondo (2020) declara que:

La satisfacción es un elemento clave en una empresa comercial exitosa, ya que muestra un gran golpe representativo en la productividad y la eficiencia en los colaboradores. Los empleados felices son más propensos a desempeñarse mejor en sus trabajos, ya que están motivados a alcanzar sus metas y aportar valor a la empresa

- **Variable 2: COMPROMISO**

Vargas (2019) declara que:

El compromiso organizacional, es cuando las personas de una organización la identifican, o cuando se sienten integradas con sus objetivos organizacionales y objetivos personales, si esto se cumple, la probabilidad que continúa en la organización es mayor.

Variable	Dimensiones	Definición
SATISFACCIÓN	Productividad	Esta dimensión se refiere a que los empleados son conscientes de sus habilidades para desarrollarse de manera exitosa en sus funciones. Conocen sus fortalezas y debilidades, las cuales son de suma importancia para tomar decisiones acertadas.

	Eficiencia	Esta dimensión se refiere a que los empleados toman riesgos por su propia iniciativa, los cuales serán solucionados de manera efectiva, caso contrario, buscarán alternativas asumiendo sus errores. Los empleados son capaces de adaptarse a las circunstancias ya sea positivas o negativas, y de esta manera sobrellevarlas a su favor.
COMPROMISO	Positividad	Esta dimensión se refiere a que los empleados tienen una óptima relación con sus jefes, los empleados deben sentirse identificados con la institución en la que laboran, y de esta manera tener claro las metas y objetivos. Trabajar conjuntamente con sus jefes inmediatos y tener una interacción continua.
	Motivación	Esta dimensión se refiere a que los empleados hallen en el trabajo la solución de sus necesidades y de esta manera puedan enfocarse plenamente en ella. No sentirse preocupados por la inestabilidad laboral, al contrario, involucrase más en el ámbito laboral y así generar propuestas para mejorar los procesos del área en el cual se desarrollan.

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario "Satisfacción y compromiso del personal en una empresa comercializadora de papa, Puente Piedra- 2023" elaborado por Príncipe Miranda Sheyla Katuska en el año 2023 De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.

El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Variable del instrumento: SATISFACCIÓN

- Primera dimensión: Productividad

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Recursos	1-2	4	4	4	
Oportunidades	3-4	4	4	4	
Crecimiento	5-6	4	4	4	

- Segunda dimensión: Eficiencia

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Resultados	7-8	4	4	4	
Desempeño	9-10	4	4	4	
Efectividad	11-12	4	4	4	

Variable del instrumento: COMPROMISO

- Primera dimensión: Positividad

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Trabajo en equipo	13-14	4	4	4	
Inspiración en el trabajo	15-16	4	4	4	
Entusiasmo	17-18	4	4	4	

- Segunda dimensión: Motivación

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
-------------	------	----------	------------	------------	---------------

Nombre de la Prueba:	Cuestionario en escala ordinal
Autor(es):	Sheyla Katuska Principe Miranda
Procedencia:	Del autor
Administración:	Personal
Tiempo de aplicación:	12 minutos
Ámbito de aplicación:	Av. Gerardo Unger, Comas 15314
Significación:	<p>Está compuesta por dos variables:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La primera variable contiene 2 dimensiones, de 3 indicadores y 12 Ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables. - La segunda variable contiene 2 dimensiones, de 3 indicadores y 12 Ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables. <p style="text-align: center;">El cuestionario está compuesto</p>

4. Soporte teórico

- **Variable 1: SATISFACCIÓN**

Kondo (2020) declara que:

La satisfacción es un elemento clave en una empresa comercial exitosa, ya que muestra un gran golpe representativo en la productividad y la eficiencia en los colaboradores. Los empleados felices son más propensos a desempeñarse mejor en sus trabajos, ya que están motivados a alcanzar sus metas y aportar valor a la empresa

- **Variable 2: COMPROMISO**

Vargas (2019) declara que:

El compromiso organizacional, es cuando las personas de una organización la identifican, o cuando se sienten integradas con sus objetivos organizacionales y objetivos personales, si esto se cumple, la probabilidad que continúa en la organización es mayor.

Variable	Dimensiones	Definición
SATISFACCIÓN	Productividad	Esta dimensión se refiere a que los empleados son conscientes de sus habilidades para desarrollarse de manera exitosa en sus funciones. Conocen sus fortalezas y debilidades, las cuales son de suma importancia para tomar decisiones acertadas.
	Eficiencia	Esta dimensión se refiere a que los empleados toman riesgos por su propia iniciativa, los cuales serán solucionados de manera efectiva, caso contrario, buscarán alternativas asumiendo sus errores. Los empleados son capaces de adaptarse a las circunstancias ya sea positivas o negativas, y de esta manera sobrellevarlas a su favor.

COMPROMISO	Positividad	Esta dimensión se refiere a que los empleados tienen una óptima relación con sus jefes, los empleados deben sentirse identificados con la institución en la que laboran, y de esta manera tener claro las metas y objetivos. Trabajar conjuntamente con sus jefes inmediatos y tener una interacción continua.
	Motivación	Esta dimensión se refiere a que los empleados hallen en el trabajo la solución de sus necesidades y de esta manera puedan enfocarse plenamente en ella. No sentirse preocupados por la inestabilidad laboral, al contrario, involucrarse más en el ámbito laboral y así generar propuestas para mejorar los procesos del área en el cual se desarrollan.

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario "Satisfacción y compromiso del personal en una empresa comercializadora de papa, Puente Piedra- 2023" elaborado por Príncipe Miranda Sheyla Katuska en el año 2023 De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde

sus observaciones que considere pertinente

5. No cumple con el criterio
6. Bajo Nivel
7. Moderado nivel
8. Alto nivel

Variable del instrumento: SATISFACCIÓN

- Primera dimensión: Productividad

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Recursos	1-2	4	4	4	
Oportunidades	3-4	4	4	4	
Crecimiento	5-6	4	4	4	

- Segunda dimensión: Eficiencia

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Resultados	7-8	4	4	4	
Desempeño	9-10	4	4	4	
Efectividad	11-12	4	4	4	

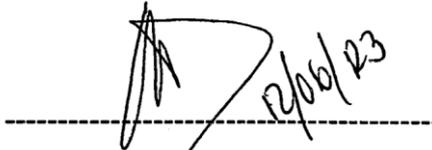
Variable del instrumento: COMPROMISO

- Primera dimensión: Positividad

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Trabajo en equipo	13-14	4	4	4	
Inspiración en el trabajo	15-16	4	4	4	
Entusiasmo	17-18	4	4	4	

- Segunda dimensión: Motivación

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Necesidades	19-20	4	4	4	
Estabilidad	21-22	4	4	4	
Satisfecho	23-24	4	4	4	



Firma del Experto Informante.

Dr. Mancarella Valladares, Giancarlo Mariano

DNI N° 0685109

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de 2 hasta 20 expertos, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que 10 expertos brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003). Ver: <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía

ANEXO 5

IV. Resultados ANÁLISIS DESCRIPTIVO

Tabla 1: Escala de Likert

Afirmación	Puntuación
Nunca	1
Casi Nunca	2
A veces	3
Casi Siempre	4
Siempre	5

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 2: Delimitaciones cuantitativas de la población

Puesto	Cantidad	Porcentaje
Jefe del área	1	10%
Compras	6	50%
Almacén	2	20%
Auxiliares	3	20%
Total	12	100%

Origen: Datos obtenidos del personal de la empresa.

Tabla 3: Validación de expertos

Docente	Especialidad	Opinión
Mgtr. Juan Manuel Alarcón Camero	Administración	Aplicable
Dr. Edgar Lino Gamarra	Administración	Aplicable
Dr. Abraham Cárdenas Saavedra	Administración	Aplicable

Fuente: Elaboración Propia

Figura 1: Fórmula de Alfa Cronbach es la siguiente

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^k S_i^2}{S_t^2} \right]$$

Dónde:

k = Numero de items

Si² = Sumatoria de varianza de los items

St² = Varianza de la suma de los items

Fuente: Elaboración Propia

Figura 2: Rango de Niveles de Confiabilidad del Alfa Cronbach

Coefficiente de Alfa	Rango
>0.9 a 0.95	Excelente
>0.8	Bueno
>0.7	Aceptable
>0.6	Cuestionable
>0.5	Pobre
>0.4	Inaceptable

Fuente: Elaboración Navarro (2022)

Tabla 4: Confiabilidad del instrumento de la variable de satisfacción

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.868	12

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 5: Confiabilidad del instrumento de la variable de compromiso

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.856	12

Fuente: Elaboración Propia

Correlaciones			
		Satisfacción	Compromiso
Satisfacción	Correlación de Pearson	1	,825**

	Sig. (bilateral)		,000
	N	30	30
Compromiso	Correlación de Pearson	,825	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	30	30

Tabla 6: Análisis de confiabilidad de ambas variables

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 7: Análisis de confiabilidad de productividad en la satisfacción

Correlaciones			
		Productividad	Satisfacción
Productividad	Correlación de Pearson	1	,743**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	30	30
Satisfacción	Correlación de Pearson	,943*	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	30	30

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 8: Análisis de confiabilidad de motivación en el compromiso

Correlaciones			
		Motivación	Compromiso
Motivación	Correlación de Pearson	1	,723**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	30	30
Compromiso	Correlación de Pearson	,923**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	30	30

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 9: Análisis de confiabilidad de eficiencia en la satisfacción

Correlaciones			
		Eficiencia	Satisfacción
Eficiencia	Correlación de Pearson	1	,744**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	30	30
Satisfacción	Correlación de Pearson	,944**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	30	30

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 10: Análisis de confiabilidad de cada elemento del instrumento de la variable satisfacción

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
VAR00001	47,67	21,540	,319	,858
VAR00002	48,10	22,093	,175	,865
VAR00003	48,07	19,513	,446	,854
VAR00004	47,97	19,826	,513	,848
VAR00005	48,13	19,016	,834	,830
VAR00006	48,07	19,030	,695	,836
VAR00007	48,23	19,220	,504	,849
VAR00008	47,90	19,334	,604	,842
VAR00009	47,93	19,375	,671	,838
VAR00010	48,00	18,828	,648	,838
VAR00011	47,83	19,661	,613	,842
VAR00012	48,50	18,259	,503	,854

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 11: Análisis de confiabilidad de cada elemento del instrumento de la variable compromiso

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
VAR00012	32,83	18,489	,734	,889
VAR00013	32,67	17,747	,863	,876
VAR00014	32,63	21,068	,506	,905
VAR00015	32,53	20,671	,743	,889
VAR00016	32,63	19,689	,728	,888
VAR00017	32,73	20,202	,661	,893
VAR00018	32,70	21,045	,664	,894
VAR00019	32,53	21,016	,609	,897
VAR00020	32,60	21,214	,614	,897
VAR00021	47,97	19,826	,513	,848
VAR00022	48,13	19,016	,834	,830
VAR00023	48,07	19,030	,695	,836
VAR00024	48,23	19,220	,504	,849

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 12: Frecuencia y porcentaje- Satisfacción

V1_Satisfacción					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	8	26.7	26.7	26.7
	Casi siempre	16	53.3	53.3	80.0
	Siempre	6	20.0	20.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 13: Frecuencias y porcentajes- Productividad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi nunca	1	3.3	3.3	3.3
	A veces	10	33.3	33.3	36.7
	Casi siempre	15	50.0	50.0	86.7
	Siempre	4	13.3	13.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 14: Frecuencias y porcentajes- Eficiencia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	10	33.3	33.3	33.3
	Casi siempre	15	50.0	50.0	83.3
	Siempre	5	16.7	16.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 15: Frecuencia y porcentaje- Compromiso

V2_Compromiso					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	8	26.7	26.7	26.7
	Casi siempre	15	50.0	50.0	76.7
	Siempre	7	23.3	23.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 16: Frecuencias y porcentajes- Positividad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	11	36.7	36.7	36.7
	Casi siempre	13	43.3	43.3	80.0
	Siempre	6	20.0	20.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 17: Frecuencia y porcentaje- motivación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	1	3.3	3.3	3.3
	A veces	10	33.3	33.3	36.7
	Casi siempre	16	53.3	53.3	90.0
	Siempre	3	10.0	10.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 18: Prueba de Shapiro-Wilk

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Satisfacción	,088	30	,200 [*]	,971	30	,054
Compromiso	,119	30	,200 [*]	,967	30	,055

*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración Propia

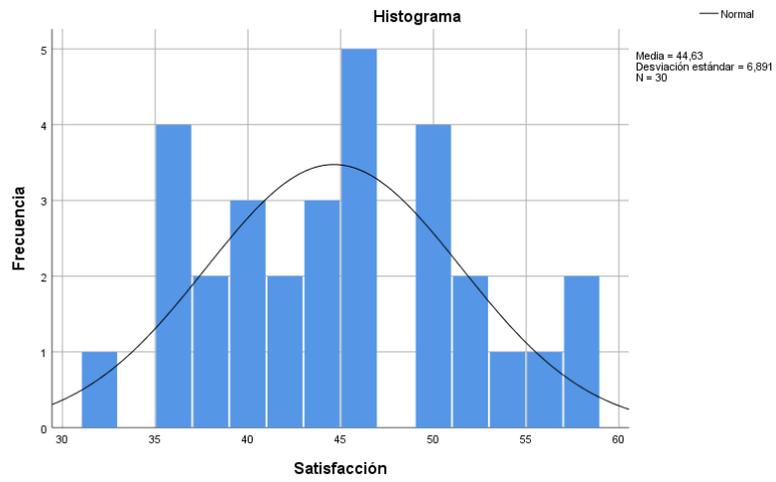
Tabla 19: Clasificación de la variable dependiente

Resumen de procesamiento de casos						
	Válido		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Satisfacción	30	100.0%	0	0.0%	30	100.0%
Compromiso	30	100.0%	0	0.0%	30	100.0%

Resumen de procesamiento de casos

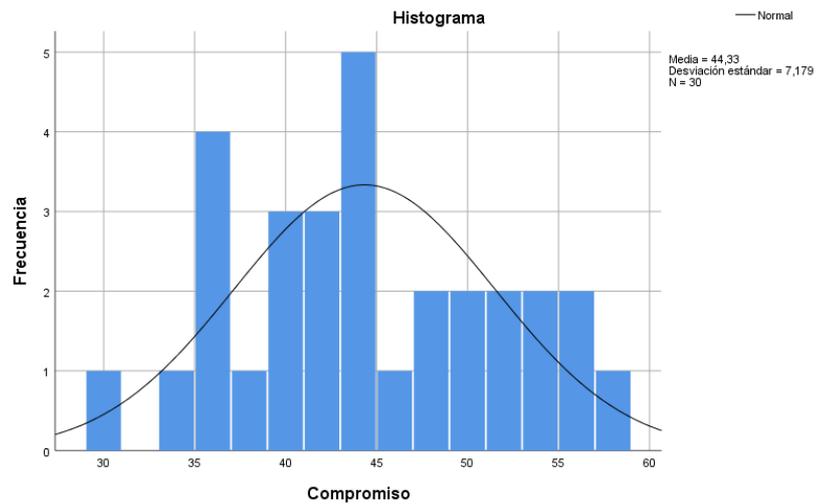
Fuente: Elaboración Propia

Figura 9: *Histograma de la variable Satisfacción*



Fuente: Elaboración SPS

Figura 10: *Histograma de la variable Compromiso*



Fuente: Elaboración SPS

Anexo 6: Resultados del cuestionario

Figura 3: Variable- Satisfacción



Fuente: Elaboración Propia

Figura 4: Dimensión recursos según niveles de productividad



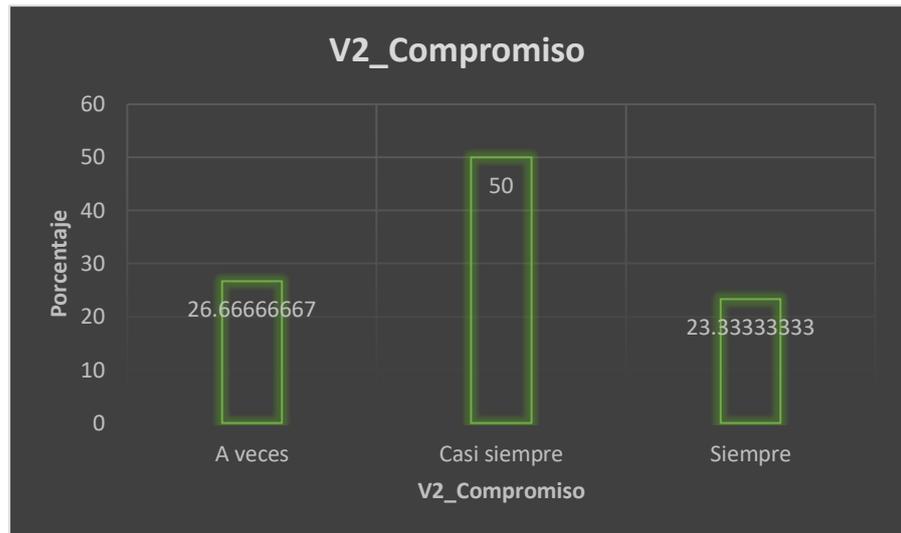
Fuente: Elaboración Propia

Figura 5: Dimensión resultados según niveles de eficiencia



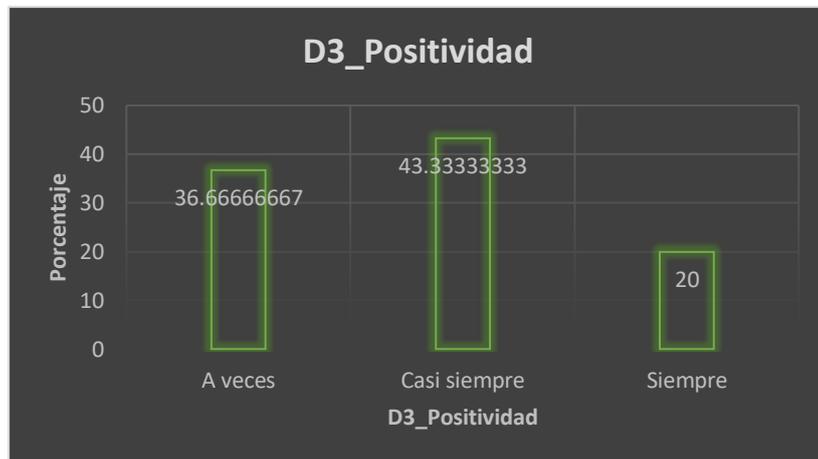
Fuente: Elaboración Propia

Figura 6: Variable- Compromiso



Fuente: Elaboración Propia

Figura 7: Dimensión trabajo en equipo según niveles de positividad



Fuente: Elaboración Propia

Figura 8: Dimensión necesidades según niveles de motivación



Fuente: Elaboración Propia

Tabla 20: Hipótesis

		Estadísticos					
		D1_Productividad	D2_Eficiencia	D3_Positividad	D4_Motivación	V1_Satisfacción	V2_Compromiso
N	Válido	30	30	30	30	30	30
	Perdidos	0	0	0	0	0	0
Media		3.73	3.83	3.83	3.70	3.93	3.97
Mediana		4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
Moda		4	4	4	4	4	4

Fuente: Elaboración Propia