



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Comportamiento organizacional y motivación de los colaboradores de la
unidad de investigación de mercado del Grupo El Comercio S.A. - Lima

2017

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE

Licenciada en administración

AUTORA

Leslhye Yrma Emperatriz Estrada Calle

ASESOR

Dr. Nerio Janampa Acuña

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Gestión del talento humano

LIMA - PERÚ

2017



ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS

Código : F07-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 1 de 1

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a) Leslye Yma Emperatriz Estrada Calle cuyo título es: Compactamiento Organizacional y Motivación de los colaboradores de la Unidad de Investigación de mercado del Grupo El Comercio S.A. - Lima 2017.

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 12 (número) doce (letras).

Lima, San Juan de Lurigancho 22 de 11 del 2017

Dr. Manuel Salvador Camá Sotelo
PRESIDENTE

Mg. Luis Flores Bolívar
SECRETARIO

Mg. Marco Candia Menor
VOCAL



Babaro Dirección de Investigación

Revisó

Responsable del IGC



Aprobó vicerrectorado de Investigación

Dedicatoria

El presente trabajo está dedicado a las personas que a pesar de todas las adversidades que se les presenta luchan por alcanzar sus objetivos.

A mi familia y amigos que con su apoyo incondicional he logrado cerrar una etapa importante en mi vida y ser una profesional.

Agradecimiento

A Dios por iluminarme y permitir finalizar mis metas trazadas. A mi familia por enseñarme que todo se logra con esfuerzo y deseo de superación.

A los docentes de la Universidad César Vallejo, en especial a Virginia Cerafín, Manuel Cama y Nerio Janampa por compartir sus conocimientos y orientarnos para culminar con éxito nuestro trabajo de investigación.

Declaración de Autenticidad

Yo, Leslhye Yrma Emperatriz Estrada Calle con DNI 44198017, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el reglamento de grados y títulos de la universidad César Vallejo, facultad de Ciencias empresariales escuela de administración declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

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

San Juan de Lurigancho, 24 de Octubre del 2017



Leslhye Yrma Emperatriz Estrada Calle

Presentación

Señores miembros del jurado:

En el cumplimiento del Reglamento de Grados y títulos de la Universidad César Vallejo, presento ante ustedes la tesis titulada “Comportamiento organizacional y la motivación de los colaboradores de la unidad de investigación de mercado del Grupo El Comercio S.A. - Lima 2017”, de la misma forma me someto a vuestra consideración esperando cumplir con los requisitos de aprobación para obtener el título profesional de Licenciado en Administración.

Este proyecto de investigación está estructurado en siete capítulos y un anexo: El capítulo 1: Introducción, contiene realidad problemática, trabajos previos, teorías relacionadas al tema, formulación del problema, justificación del estudio, hipótesis y objetivos. El capítulo 2: Marco metodológico, contiene diseño de investigación, variables, operacionalización, población, muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez, confiabilidad, métodos de análisis de datos y aspectos éticos. El capítulo 3: Se presentan los resultados obtenidos. El capítulo 4: Discusión, se formula la discusión de los resultados. El capítulo 5: Se presentan las conclusiones. El capítulo 6: Se formulan las recomendaciones. El capítulo 7: Se presentan las referencias bibliográficas, donde se detallan las fuentes de información empleadas para la presente investigación.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación establecidos en las normas de la Escuela de la Universidad César Vallejo.

Leslhye Yrma Emperatriz Estrada Calle

ÍNDICE

| | |
|---|-----------|
| Página del Jurado | ii |
| Dedicatoria | iii |
| Agradecimiento | iv |
| Declaración de autenticidad | v |
| Presentación | vi |
| Índice | vii |
| Índice de tablas | ix |
| Índice de figuras | x |
| Resumen | xi |
| Abstract | xii |
| I. INTRODUCCIÓN | 13 |
| 1.1. Realidad problemática | 14 |
| 1.2. Trabajos previos | 17 |
| 1.3. Teorías relacionadas al tema | 23 |
| 1.4. Formulación del problema | 35 |
| 1.5. Justificación del estudio | 36 |
| 1.6. Hipótesis | 38 |
| 1.7. Objetivos | 39 |
| II. MÉTODO | 40 |
| 2.1. Diseño de investigación | 41 |
| 2.2. Variables y operacionalización | 42 |
| 2.3. Población y muestra | 44 |
| 2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez | 44 |
| 2.5. Métodos de análisis de datos | 47 |
| 2.6. Aspectos éticos | 47 |
| III. RESULTADOS | 48 |

| | |
|--|-----|
| 3.1. Análisis descriptivo | 49 |
| 3.2. Análisis inferencial | 53 |
| IV. DISCUSIÓN | 58 |
| V. CONCLUSIONES | 61 |
| VI. RECOMENDACIONES | 64 |
| VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 67 |
| ANEXOS | 71 |
| Anexo A: Matriz de operacionalización de la variable comportamiento organizacional | 72 |
| Anexo B: Matriz de operacionalización de la variable motivación | 73 |
| Anexo C: Matriz de consistencia | 74 |
| Anexo D: Cuestionario del comportamiento organizacional | 75 |
| Anexo E: Cuestionario de la motivación | 76 |
| Anexo F: Validación de juicio de expertos | 79 |
| Anexo G: Base de datos de prueba piloto de comportamiento organizacional | 85 |
| Anexo H: Resultado de confiabilidad de la prueba piloto de la variable comportamiento organizacional | 87 |
| Anexo I: Tabla de especificaciones | 91 |
| Anexo J: Red empresarial del Grupo El Comercio | 93 |
| Anexo K: Acta de aprobación de originalidad de tesis | 94 |
| Anexo L: Turnitin | 95 |
| Anexo M: Autorización de publicación de tesis | 98 |
| Anexo N: Autorización de la versión final del trabajo de investigación | 99 |
| Anexo O: Constancia para empastado de tesis | 100 |
| Anexo P: Constancia de entrega de tesis digital | 101 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla 01. Matriz de operacionalización comportamiento organizacional | 43 |
| Tabla 02. Matriz de operacionalización motivación | 43 |
| Tabla 03. Validación de juicio de expertos | 45 |
| Tabla 04. Niveles de confiabilidad | 46 |
| Tabla 05. Estadística de fiabilidad comportamiento organizacional | 46 |
| Tabla 06. Estadística de fiabilidad motivación | 46 |
| Tabla 07. Frecuencia y porcentaje de los niveles comportamiento organizacional y motivación. | 49 |
| Tabla 08. Frecuencia y porcentaje de los niveles de motivación del logro y comportamiento organizacional. | 50 |
| Tabla 09. Frecuencia y porcentaje de los niveles de motivación de afiliación y comportamiento organizacional | 51 |
| Tabla 10. Frecuencia y porcentaje de los niveles de motivación de poder y comportamiento organizacional | 52 |
| Tabla 11. Prueba de normalidad | 53 |
| Tabla 12. Hipótesis general | 54 |
| Tabla 13. Hipótesis específica 1 | 55 |
| Tabla 14. Hipótesis específica 2 | 56 |
| Tabla 15. Hipótesis específica 3 | 57 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1. Frecuencia y porcentaje de los niveles comportamiento organizacional y motivación | 49 |
| Figura 2. Frecuencia y porcentaje de los niveles de motivación del logro y comportamiento organizacional. | 50 |
| Figura 3. Frecuencia y porcentaje de los niveles de motivación de afiliación y comportamiento organizacional | 51 |
| Figura 4. Frecuencia y porcentaje de los niveles de motivación de poder y comportamiento organizacional | 52 |

Resumen

La investigación tuvo como objetivo general determinar la relación entre el comportamiento organizacional y la motivación de los colaboradores del Grupo El Comercio - Lima 2017. El tipo de investigación fue básica, nivel descriptivo correlacional, diseño de investigación no experimental de corte transversal. La población estuvo constituida por 30 colaboradores y la muestra fue censal. La técnica utilizada para la recolección de datos fue la encuesta y los instrumentos fueron debidamente validados por el juicio de expertos se determinó su confiabilidad mediante el método estadístico de alfa de Cronbach (.906 y .833) resultó ser alta y fuerte.

Los resultados de la prueba de Rho de Spearman, en donde el valor del coeficiente de correlación es ($r = 0.504$) lo que indica una correlación positiva moderada, además el valor $P = 0.000$ resulta menor al de $P = 0.005$ y en consecuencia la relación es significativa al 95% determinando que existe relación significativa entre el comportamiento organizacional y la motivación de los colaboradores de la unidad de investigación de mercado del Grupo El Comercio - Lima 2017.

Palabras clave: Comportamiento organizacional – motivación – satisfacción

Abstract

The general objective of the research was to determine the relationship between the organizational behavior and the motivation of the collaborators of the Group El Comercio - Lima 2017. The type of basic research, correlational descriptive level, non-experimental cross-sectional research design. The population was constituted by 30 collaborators and the sample was census. The technique used for data collection was the survey and the instruments were validated by expert judgment to determine their reliability using the alpha's cronbach statistical method (.906 and .833) it was found to be high and strong.

The results of the Spearman's Rho test, where the value of the correlation coefficient is ($r = 0.504$) which indicates a moderate positive correlation, in addition the $P = 0.000$ value is lower than that of $P = 0.005$ and in sequence the relationship is significant at 95%, determining that there is a significant relationship between organizational behavior and the motivation of the collaborators of the market research unit of the El Comercio Group - Lima 2017.

Keywords: Organizational Behavior - motivation - satisfaction

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Según Griffin y Moorhead (2010) la creación del comportamiento organizacional, se da verdaderamente, en los últimos 25 años del siglo XIX, lo cual, permite un estudio mejorado del comportamiento de un individuo conviviendo en grupos con diferentes personas y como se desenvuelven en ese ambiente. Por muchos años, los investigadores y teóricos han mostrado varias teorías en el origen del comportamiento organizacional, que han exhibido diferentes pensamientos en lo que se trata de relaciones del ser humano en el trabajo, estas se enfocan en diferentes aspectos, como la motivación, su racionalidad o pensamientos y también necesidades, entre otras, de todas estas investigaciones se concluye que no existen dos organizaciones iguales.

Existen micro organizaciones, hasta las complejas y enormes multinacionales; en los últimos años las compañías extienden su influencia por el mundo entero y trascienden fronteras. Tal como el comportamiento organizacional, la motivación la consideraron desde hace mucho tiempo atrás, como factor esencial de la psicología de la personalidad, ya que constituye uno de los procesos fundamentales que interactúan con los demás procesos de carácter cognitivo y afectivo, que constituyen el sistema de personalidad, éstas, ayudan a comprender y explicar el comportamiento humano.

Según Mamani (2014) en su página web y blog, El Comercio S.A. pertenece al sector de los medios de comunicación escritos, donde se encuentra posicionada como la empresa líder del sector, tanto en lectoría como en inversión publicitaria. Asimismo, dentro del conjunto de los medios de comunicación del país, está posicionada como la empresa de mayor seriedad, credibilidad e imparcialidad. La competencia directa que enfrenta la empresa la constituyen los otros medios de comunicación escritos; sin embargo, por su nivel de lectoría mantiene un claro liderazgo en su segmento, acumulando el 16.1% de lectoría en el universo de lectores de diarios.

Adicionalmente, El Comercio S.A. afronta una captación de inversión publicitaria y la disputa de los medios de comunicación a través de televisión y radial, es así que se realiza en el mercado nacional el 97% de las ventas aproximadamente. El Comercio, es un diario del Perú con una tirada promedio de

100.000 ejemplares diarios. Se fundó en 1839, lo cual lo convierte en el segundo diario existente más antiguo y en el más importante del país y uno de los más antiguos de lengua castellana. Actualmente El Comercio, tras la compra del 54% de las acciones del Consorcio Epena, se hace acreedor del 77,86% del mercado de venta de diarios en el Perú. Pertenecen a su grupo editorial los diarios Perú 21, Trome, Depor, Gestión, la versión peruana del diario gratuito Publímetro y las revistas Somos, casa y más, G de Gestión, Ruedas & Tuercas, Neoauto, Aptitus, Urbana, Vamos y la versión peruana de Hola”.

Así también, Mamani (2014) en su página web y blog, indicó que su visión es: servir al país entregando a las personas información, entretenimiento y educación a través de contenidos generados por gente comprometida y talentosa. Su misión es: ser el principal grupo multimedia del Perú comprometido con el servicio al país y el bienestar de las personas, que mantiene sus principios y valores desde su origen en 1839.

Por lo tanto, el desempeño laboral es un factor principal de la satisfacción del cliente, por lo que, sus experiencias previas son muy significativas para la organización, por la lealtad y fidelización que existe entre el consumidor y la Empresa Editora El Comercio. En los últimos tiempos la tecnología ha generado diferentes cambios en los medios de comunicación por lo que se ha visto afectada en la impresión del diario, ya que los consumidores en la actualidad prefieren ver las noticias por medio de redes sociales y optan por la web del mismo diario u otras como Gestión, Perú 21, y El Comercio.

Respecto a la realidad problemática, en la actualidad existen diferentes tipos de mercados o públicos objetivos que han ido cambiando sus deseos, expectativas y necesidades a consecuencia de la tecnología. Por esa razón existen estudios de investigación para llegar a conocer las experiencias previas y percepción de cada cliente al momento de una compra; esa opinión o comentario ayudara a innovar el servicio.

Se ha identificado la carencia de supervisión dentro del grupo de trabajo, lo que ha aumentado el comportamiento inadecuado en las personas y está afectando a la empresa en la disminución del desempeño, como consecuencia, se ha visto reflejado en la productividad, en números, logrando que los

colaboradores no lleguen a sus indicadores de medición, y por consiguiente, esto repercute en el pago de sus bonificaciones mensuales, en la falta de compromiso, en las tareas encomendadas o situaciones que dependen de su colaboración para llegar a las metas trazadas, por el absentismo del personal que no se esmera por conseguir los objetivos grupales y va el afán de solo conseguir los suyos propios.

A la vez, se ha detectado disminución de fidelización del personal por la rotación constante de puestos, sin recibir una adecuada capacitación anticipada. En últimas observaciones dentro del área, se logró identificar insatisfacción en el trabajo e inestabilidad de los clientes internos, las acciones en la falta de cumplimiento de roles, se ve reflejada en la opinión de los usuarios quienes muestran incomodidad en las conductas de la ciudadanía organizacional. Un factor que ha sido dejado de lado por el empleador, es tener a sus trabajadores dentro de un clima organizacional adecuado, con disposición para brindarles ambientes de trabajo donde cada uno cuente con la motivación para obtener metas personales y grupales, que les lleven a pensar en su éxito personal y que este influya en el éxito de la organización.

Existen problemas con las relaciones personales, ya que, dentro de la comunidad se presentan situaciones desleales, como consecuencia de una falta de dirección firme que se encargue de influir positivamente en el estado emocional de las personas y considerando sus sentimientos personales, sin tomar en cuenta al talento humano como factor importante para lograr los objetivos de la empresa, es así, que debemos acotar también que la falta de estabilidad laboral está repercutiendo en el control y atención que cada uno de ellos debe ponerle a su labor como empleados, este problema está influyendo en que no cumplan con las normas laborales, olvidándose de los deberes del trabajo que se encarga a cada uno de ellos, que es vital para el funcionamiento del área de la unidad de investigación de mercado, considerando que por parte de la empresa no ha puesto énfasis en la realimentación de sus colaboradores, ya que, hasta el momento no reciben apoyo de parte de la empresa y ninguna consideración que contribuya a cambiar situaciones a favor de la adaptabilidad de los colaboradores para que se sientan como parte fundamental de la empresa, comprometiéndose así con sus objetivos en general.

Se considera, que la motivación es un factor principal para mejorar el comportamiento organizacional del Grupo El Comercio y su objetivo es desarrollar impulsos motivadores y comprender las actitudes de los colaboradores. Por lo tanto, la motivación es un factor que afecta directamente a los objetivos y las funciones en cada uno de ellos, los cuales deben ser justipreciados para determinar el grado de desempeño y compromiso que tienen con la organización. El comportamiento organizacional en el Grupo El Comercio se debería caracterizar por las acciones a la hora brindar un buen servicio mediante los trabajadores, de esa manera se evalúan el desempeño, el compromiso, la fidelización, la satisfacción en el trabajo y la ciudadanía organizacional.

El desempeño se mide por la productividad al cumplir con las funciones de su área, es así que, el compromiso con la empresa incrementa cuando hay disposición de los colaboradores hacia sus compañeros en momentos de ausencia. La fidelidad a la organización se ve reflejada en la reducción de rotación de personal, que tiene como resultado disminuir las renuncias o despidos. La satisfacción en el trabajo, mantiene un buen clima organizacional, motivando a sus colaboradores y obteniendo buenas actitudes entre ellos. El objetivo principal es mejorar las condiciones de vida del capital humano motivando a los clientes internos para fidelizar a los clientes externos y lograr un alto nivel con la empresa.

El propósito de este trabajo de investigación es saber que tan motivados están los colaboradores, además de saber las condiciones laborales a las que diariamente los están imponiendo, para así lograr un deseo de integración a la organización.

1.2. Trabajos previos

Los paradigmas contemporáneos del campo científico sostienen que esta investigación requiere de aportes previos para la exploración y análisis, en efecto, para profundizar en la investigación planteada, se mencionarán investigaciones realizadas con anterioridad, las que aportaran como información adicional al desarrollo del presente trabajo. En ese sentido es que se presentó:

Trabajos previos internacionales:

Enriquez (2014) en su tesis "*Motivación y desempeño laboral de los empleados del instituto de la visión en México*", de la Universidad Montemorelos, Escuela Profesional de Ciencias Empresariales, tesis para obtener el grado de magister en Administración, este estudio tuvo como objetivo principal determinar si el grado de motivación es predictor del desempeño de los empleados del Instituto de la Visión en México. Es una investigación de tipo descriptiva correlacional, siendo así que el diseño de la investigación es no experimental de campo transversal, nos encontramos frente a una investigación cuantitativa. La población estuvo conformada por un total de 164 empleados. Para la obtención de resultados se les aplicó una encuesta como instrumento en la búsqueda de la información elaborada en base a un cuestionario con respuestas cerradas y medidas en la escala de Likert, al ejecutar el análisis de confiabilidad para el nivel de desempeño se utilizó el método de alfa de Cronbach, encontrándose un valor de .939 y 909 para motivación correspondiente a los 48 indicadores. Los resultados obtenidos en la prueba de normalidad, para la primera variable 0.012 y la segunda variable 0.006, la prueba de hipótesis mediante el uso de coeficiente de correlación de Rho de Spearman. Asimismo concluye que el 75.1% de los trabajadores respondieron que no obedecen las normas impuestas por la institución, además el 67.5% de los encuestados respondió no tiene intención de participar en actividades sociales programadas por la institución, el 56.8% indica que su desempeño laboral se ve afectado de forma negativa y que debido que les falta la presencia de un líder que sea capaz de apoyarlos en su vida diaria como en las actividades que realizan cada uno de ellos.

El trabajo de investigación brindó un aporte importante, porque demostró que la motivación tiene relación con el desempeño laboral, de tal manera que los trabajadores se ven afectados en sus actividades en la institución debido a la ausencia del líder que no reconozca su compromiso en las funciones asignadas y las normas establecidas en la organización.

Bueso (2016) en su tesis "*La relación entre el clima organizacional y la satisfacción laboral en los empleados de industrias el Calan en la zona norte*", de la Universidad Tecnológica de Honduras, tesis para obtener el título de

Maestría en dirección de Recursos Humanos, dicha investigación tuvo como propósito determinar la relación que existe en el clima organizacional y la satisfacción laboral en los empleados de Industrias el Calan en la zona norte. Es una investigación de descriptiva correlacional, el diseño de la investigación es no experimental de corte transversal, es una investigación cuantitativa. La población está conformada por 21 personas, cuestionario con respuestas cerradas y medidas en la escala de Likert, para medir la confiabilidad según el alfa de Cronbach, indicaron que tuvo un ,865 por lo tanto son significativamente confiables, el resultado obtenido en la prueba de normalidad, se utilizó el factor de correlación de Spearman entre la variable Clima organizacional y satisfacción laboral muestra una relación de 0.807. Sobre los resultados obtenidos de las encuestas se concluye que el 65.6% respondió que el liderazgo y trabajo en equipo es medianamente positiva, por lo tanto, el liderazgo no está impulsando las actividades y el entorno laboral hacia el trabajo en equipo. El 79.3% responde que los líderes no tienen claro los objetivos de la empresa y han transmitido eso a sus colaboradores, trabajando en forma ineficiente, generando falta de nuevas ideas, no desarrollando mejor su talento y potencial.

El trabajo de investigación fue conveniente porque hizo referencia a los factores que determinaron insatisfacción en las organizaciones; es decir el liderazgo no se ve reflejado en el trabajo en equipo, los objetivos no son claros y tuvo deficiente comunicación interpersonal.

Balarezo (2014) en su tesis titulada *“La comunicación organizacional interna y su incidencia en el comportamiento organizacional de la empresa San Miguel Drive”*, tesis para obtener el título Administrador de Empresas, de la Universidad Técnica de Ambato, facultad de Administración. Quien tuvo como objetivo general determinar la incidencia de una deficiencia comunicación interna y su incidencia el desarrollo organizacional de la empresa San Miguel Drive, siendo así que el diseño de la investigación es no experimental de corte transversal, en relación a la metodología, nos encontramos con una investigación cuantitativa. Para la obtención de resultados se tomó a toda la población que está constituida por 30 colaboradores a quienes se aplicó una encuesta con respuestas cerradas y medidas en la escala de Likert, para medir la confiabilidad según el alfa de Cronbach, indicaron que tuvo ,639 por lo tanto

son significativamente confiables, el resultado obtenido en la prueba de normalidad, para la primera variable 0.001 y la segunda variable 0.000, la prueba de hipótesis mediante el uso de coeficiente de correlación de Rho de Spearman. Concluye que el 73.2% esta insatisfacción laboral, es el resultado de factores tanto internos como externos y la productividad. Un 65.5% que la eficiencia y eficacia que puedan tener es por falta de capacitaciones y adecuada inducción. De tal manera un 52.3% responde que la estabilidad laboral se ve afectada por las malas relaciones interpersonales, la falta de gusto por el trabajo las condiciones generales, además un 58.6% indican que hay indicadores que influyen para que los trabajadores estén satisfechos.

En el trabajo de investigación fue significativa porque ayudo a determinar la importancia que existe en la insatisfacción laboral reflejado en baja productividad a falta de capacitaciones y de la ausencia de relaciones interpersonales como es que se relaciona la comunicación con el desarrollo organizacional.

Trabajos previos nacionales:

Humpire (2013) realizó una investigación sobre "*Liderazgo y desempeño laboral de los asesores del área de telemarketing del banco HSBC – Lima.*", de la Universidad Privada César Vallejo, escuela profesional de ciencias empresariales. Esto con la finalidad de optar el grado de Licenciado en Administración, el cual tuvo por objetivo general determinar la manera en el cual el liderazgo se relaciona con el desempeño laboral de los asesores del área de telemarketing del Banco HSBC – Lima 2013. La investigación es de tipo descriptivo-correlacional, el diseño de la investigación es no experimental de corte transversal, en relación a la metodología, nos encontramos frente a una investigación cuantitativa, la muestra estuvo conformada por 39 trabajadores, se aplicó el cuestionario con preguntas cerradas y respuestas en escala de Likert, el cual estuvo conformado por de 38 preguntas, donde se concluye en base a los resultados obtenidos que no existe un clima laboral favorable, también el 63.3% respondió que no existe reconocimiento por las labores brindadas, puesto que afirman estar insatisfechos con la dirección de su líder. Aprobando la hipótesis de investigación. El análisis del desempeño laboral mediante la

aplicación del instrumento, considerando las dimensiones para el estudio, se obtuvo un resultado negativo; es decir que los trabajadores perciben que en la empresa hay una mala organización, el 73.75% de los trabajadores perciben el clima laboral como malo, mientras el 26.3% como regular. Existe una correlación significativa por el resultado obtenido en la prueba de normalidad, para la primera variable 0.000 y la segunda variable 0.001, la prueba de hipótesis mediante el uso de coeficiente de correlación de Rho de Spearman. En conclusión general si la persona encargada de direccionar la empresa se preocupara por mantener contento al personal, éstos mostrarían su satisfacción dentro de la empresa, de tal forma que realizarían un mejor trabajo y a la vez se vería reflejado en la satisfacción de los estudiantes; ya que son ellos quienes la pieza importante en la empresa. Puesto que si se quiere lograr una excelente atención al cliente se logrará únicamente después de haberla logrado internamente.

El trabajo de investigación fue tomado en consideración porque hizo referencia en que la organización determinó la relación que existe en el desempeño de los colaboradores con el clima laboral demostrando que la motivación es esencial en el personal para que logren brindar una excelente atención personalizada al cliente.

Estela (2014) en su tesis "*Calidad de vida laboral y motivación de los trabajadores del área de ventas de la empresa Latinex Import Export S.A.C. – Lima 2014*", de la Universidad Privada Cesar Vallejo, Escuela Profesional de Ciencias Empresariales, tesis para obtener el título de Licenciado en Administración, dicha investigación tuvo como objetivo general identificar la relación entre la calidad de vida laboral y la motivación de los trabajadores del área de ventas de la empresa Latinex Import Export S.A.C. Lima 2014. Es una investigación de tipo descriptiva correlacional, el diseño de la investigación es no experimental de corte transversal, nos encontramos frente a una investigación cuantitativa. Para la obtención de resultados se tomó a toda la población que está constituida por 62 colaboradores se les aplicó una encuesta en la escala de Likert, para medir la confiabilidad según el alfa de Cronbach, indicaron que tuvo ,951 por lo tanto son significativamente confiables, el resultado obtenido en la prueba de normalidad, para la primera variable 0.002 y la segunda variable 0.001, la prueba de hipótesis mediante el uso de coeficiente de

correlación de Rho de Spearman, en donde el valor del coeficiente de correlación es ($r = 0.798$) lo que indica una correlación positiva, además el valor de $P = 0,001$. Sobre los resultados obtenidos de las encuestas se concluye que el 75% del personal que labora en la empresa no está motivado a causa de no tener un apoyo adecuado por parte de sus empleadores respecto a sus logros personales y enriquecimiento de su éxito profesional. Asimismo el 56.8% indica que su desmotivación afecta su desempeño laboral de forma negativa y que debido a esto no rinden al cien por ciento, por mismo, coincide en las evaluaciones de desempeño laboral dentro de la empresa son ineficientes y esto motiva a los compañeros a seguir creciendo, además el 72% de los encuestados respondió que la satisfacción laboral de los colaboradores es limitada por que carece de reconocimiento hacia las labores diarias.

El trabajo de investigación demostró la relación que existe en la motivación que se ve afectada de una manera negativa en el desempeño laboral dentro de una organización, reflejando la carencia de reconocimiento por su compromiso al cumplir sus metas asignadas.

Quesada (2014) realizó una investigación sobre *“Liderazgo transaccional y el comportamiento organizacional en las instituciones educativas públicas Ramón Castilla y Túpac Amaru, del distrito de Comas, de la unidad de gestión educativa N° 04, provincia y departamento de Lima, año 2012”*, de la Universidad Mayor de San Marcos, Escuela Profesional de Ciencias Educación. Tesis para obtener el grado de Licenciada en Administración, el cual tuvo por objetivo general determinar la relación que existe entre el liderazgo transaccional y el comportamiento organizacional en las instituciones educativas públicas Ramón Castilla y Túpac Amaru del distrito de Comas, UGEL N° 04, año 2012. La investigación es de tipo descriptivo - correlacional, el diseño de la investigación es no experimental de corte transversal, es descriptivo y admite el diseño correlacional. La población estuvo conformada por 106 docentes, en las cuales resulto la confiabilidad de las variables, determinándose coeficientes con el alfa de Cronbach de 0,694 para el liderazgo transaccional y 0,986 para el comportamiento organizacional. La contrastación de hipótesis utilizó la correlación de Spearman. En esta observación de la correlación se descubrió que hay relación en ambas variables, es significativa al nivel 0.001 y por lo tanto,

si existe correlación alguna. En conclusión, refieren que el 81,5% de los directivos y docentes encuestados establece que sus directivos desarrollan casi siempre en cuanto a dirección por excepción pasiva del liderazgo transaccional. Un 12,7% lo ubica en el nivel bajo y solo el 5,8% en el nivel alto. El 56,6% considera que la dirección por excepción activa lo realiza en un nivel medio, el 22,2% en un nivel eficiente y el 21,2% en deficiente.

El trabajo de investigación toma valor sustancial, puesto que demostró la relación que existe en el liderazgo transaccional y el comportamiento organizacional reflejado en la disminución de la dirección en la institución educativa por la falta de trabajo en equipo y la ausencia de un adecuado clima laboral.

1.3. Teorías relacionadas al tema

Variable 1: Comportamiento organizacional

Para definir el comportamiento organizacional se consideró tres conceptos de los siguientes autores:

Según Chiavenato (2015)

El comportamiento organizacional es una disciplina académica que surgió como un conjunto interdisciplinario de conocimientos para estudiar el comportamiento humano en las organizaciones. Aunque la definición ha permanecido, en realidad, las organizaciones no son las que muestran determinados comportamientos, sino las personas y los grupos que participan y actúan en ellas. (p. 6).

En este caso, el comportamiento organizacional es la descripción de los conocimientos y la conducta de las personas en una organización, es decir, la continua interacción entre estos.

Según Griffin y Moorhead (2010)

El comportamiento organizacional es el estudio del comportamiento humano en los entornos organizacionales, de la conexión entre el comportamiento humano y la organización y la organización misma.

Aunque nos podemos enfocar en cualquiera de estas tres áreas, también debemos recordar que finalmente las tres son necesarias para una comprensión exhaustiva del comportamiento organizacional (p.3).

Es así que, para el autor, el comportamiento organizacional es el estudio del comportamiento humano en las organizaciones, lo que define la relación que existe entre ellas, a la vez, el estudio de las características de la persona fuera de la organización en diferentes situaciones que se presenten.

Según Alles (2008)

El comportamiento organizacional es una doble acepción: como disciplinar que estudia los comportamientos de los individuos en las organizaciones y la cultura organizacional resultante, por un lado, y el propio comportamiento de los colaboradores y de la organización como conjunto, es decir, el objeto de estudio de esta disciplina (p.18).

El autor observó que el comportamiento organizacional tiene un doble enfoque en la definición, puesto que, estudia los comportamientos humanos en la organización, así como su cultura organizacional, así mismo, estudia el comportamiento de los colaboradores y la organización.

Características del comportamiento organizacional:

Según Chiavenato (2015) las principales características del comportamiento organizacional son las siguientes:

El Comportamiento organizacional es una disciplina científica aplicada. Está ligada a cuestiones prácticas, cuyo objeto es ayudar a las personas y a las organizaciones a alcanzar niveles de desempeño más elevados. Su aplicación busca que las personas se sientan satisfechas con su trabajo y, al mismo tiempo, elevar las normas de competitividad de la organización y contribuir a que ésta alcance el éxito. (p. 8).

Considerando lo que sostuvo el autor ante lo mencionado, el comportamiento organizacional está basado en conocimientos científicos, en hechos verificables, sustentados estos con evidencias, por esta razón es una disciplina

científica aplicada, la cual, tiene como objetivo apoyar al desenvolvimiento de las personas y así lograr metas que contribuyan a ambas partes.

Según Chiavenato (2015)

El Comportamiento organizacional se enfoca en las contingencias. Así, procura identificar diferentes situaciones de la organización para poder manejarlas y obtener el máximo provecho de ellas. Utiliza el enfoque de situaciones porque no existe una manera única de manejar las organizaciones y a las personas. Todo depende de las circunstancias y nada es fijo ni inmutable (p. 8).

Para el autor, lo mencionado correspondió a que el comportamiento organizacional toma en cuenta situaciones imprevistas, buscando identificarlas a tiempo y así poder tener control sobre ellas y beneficiarse de estas, hay que tener en cuenta también que, el comportamiento humano es relativo.

Según Chiavenato (2015)

El Comportamiento organizacional utiliza métodos científicos. Formula hipótesis y generalizaciones sobre la dinámica del comportamiento en las organizaciones y las comprueba empíricamente. El Comportamiento organizacional se basa en la investigación sistemática propia del método científico (p. 8).

Asimismo, sostuvo el autor ante lo mencionado, que el comportamiento organizacional se basó en estudios empíricos que pueden y deben ser medidos, a la vez, las hipótesis formuladas se verifican y comprueban en la práctica.

Según Chiavenato (2015)

El Comportamiento organizacional sirve para administrar a las personas en las organizaciones. Las organizaciones son entidades vivas y, además, son entidades sociales, porque están constituidas por personas. El objetivo bá-

sico del Comportamiento organizacional es ayudar a las personas y las organizaciones a entenderse cada vez mejor. Es fundamental para los administradores que dirigen las organizaciones o sus unidades, y también es indispensable para toda persona que pretenda tener éxito en su actividad dentro o fuera de las organizaciones (p. 8).

Del mismo modo el autor ante lo mencionado, indicó que el comportamiento organizacional tuvo como objetivo contribuir a la mejora mediante el entendimiento de las organizaciones, así como de sus integrantes, puesto que, las organizaciones son entes sociales y de esta forma obtener oportunidades de crecimiento.

Según Chiavenato (2015) el comportamiento organizacional se enriqueció con aportaciones de varias ciencias del comportamiento, entre ellas:

Las ciencias políticas, de las que retoma conceptos relativos al poder, el conflicto, la política organizacional, etcétera, la antropología, que analiza la cultura de las organizaciones, los valores y las actitudes, entre otros aspectos, la psicología, que ha desarrollado conceptos relativos a las diferencias individuales, la personalidad, los sentimientos, la percepción, la motivación, el aprendizaje, etcétera, a psicología social: que analiza conceptos relativos al grupo, la dinámica grupal, la interacción, el liderazgo, la comunicación, las actitudes, la toma de decisiones en grupo, además de otros, la sociología, en lo referente al estatus, el prestigio, el poder, el conflicto, y varios otros, la sociología organizacional, en lo referente a la teoría de las organizaciones y la dinámica de las organizaciones, entre otros conceptos (p.8).

Es así que, tomando en consideración lo que sostuvo el autor, el comportamiento organizacional es un campo interdisciplinario, dado que, utiliza los conceptos de varias ciencias sociales y los aplica tanto a individuos como a grupos u organizaciones.

Por consiguiente, el comportamiento organizacional es un campo interdisciplinario que utilizó los conceptos de varias ciencias sociales y los aplicó tanto a individuos como a grupos u organizaciones.

Según Chiavenato (2015)

El comportamiento organizacional está íntimamente relacionado con diversas áreas de estudio, como la teoría de las organizaciones, el desarrollo organizacional y la administración de personas o de recursos humanos. A diferencia de esas disciplinas, el comportamiento organizacional suele orientarse teóricamente hacia el microanálisis, pues utiliza los enfoques teóricos de las ciencias del comportamiento para concentrarse principalmente en el comportamiento de los individuos y de los grupos. En este sentido, puede definirse como la comprensión, el pronóstico y la administración del comportamiento humano en las organizaciones (p.9).

Considerando lo que sostuvo el autor ante lo mencionado, el comportamiento organizacional está relacionado con diversas áreas de estudio, utilizando enfoques teóricos de las ciencias del comportamiento y así enfocarse en el estudio de los individuos y grupos.

Importancia del comportamiento organizacional:

El comportamiento organizacional permite estudiar la conducta de los individuos o grupos, mediante su desempeño laboral y la productividad para lograr los objetivos.

Dimensiones del comportamiento organizacional:

Según Chiavenato (2015) la interacción de las variables independientes del comportamiento organizacional, determinó la forma de las variables dependientes. Las variables dependientes son básicamente variables intermedias, a saber:

Dimensión desempeño

Según Chiavenato (2015)

Es la manera en que las personas cumplen sus funciones, actividades y obligaciones. El desempeño individual afecta el del grupo y éste condiciona al de la organización. Un desempeño excelente facilita el éxito de la organización, mientras que, uno mediocre no agrega valor. El desempeño de los individuos, los grupos y la organización tienen una enorme influencia en el comportamiento organizacional (p. 12).

En relación a lo que sostuvo el autor, el desempeño es la forma en que los individuos efectúan sus actividades, labores y responsabilidades en una organización, esta influye y afecta en la organización pudiendo ser de manera positiva o negativa dependiendo del desenvolvimiento de la persona o grupo.

Dimensión compromiso

Según Chiavenato (2015)

El compromiso con la organización reduce el absentismo y, por tanto, incrementa la disponibilidad de fuerza de trabajo. El absentismo se refiere al número de personas que faltan a trabajar, a la frecuencia y motivos con que lo hacen, y a la cantidad de tiempo de trabajo perdido por dicha causa. Las faltas pueden ser voluntarias decididas por las personas o involuntarias por causas de fuerza mayor que impiden que la persona se presente a laborar. El absentismo impone costos muy elevados a las organizaciones. En general, el absentismo causa interrupción del trabajo, pérdida de producción y enormes perjuicios que pueden llegar a la paralización total o parcial de una empresa (p.12).

Considerando lo que sostuvo el autor, hay un factor que representa un perjuicio para la empresa y es el absentismo, el cual genera pérdidas y costos elevados para la organización, sin embargo, ésta podría ser reducida por el compromiso con la organización, la cual fortalece la fuerza de trabajo.

Dimensión fidelidad

Según Chiavenato (2015)

La fidelidad a la organización contribuye a reducir la rotación de personal (turnover), es decir, el flujo constante de salidas (renuncias o despidos) y entradas (admisiones) de personas a la organización, o el ingreso de personas para compensar las salidas de integrantes de la organización. La rotación puede ser voluntaria (cuando la persona decide separarse de la empresa) o involuntaria (cuando la empresa decide despedir a la persona, sea por reducción de personal o por desempeño insuficiente). El aumento de la rotación implica un incremento de los costos de admisión, como re-

clutamiento, selección y capacitación, así como de los costos por separación, como indemnización, anticipos de días festivos y pago de vacaciones. Cuando una persona sale de la organización es necesario sustituirla, cosa que no siempre es fácil ni inmediata (p. 12).

En vista de lo sostenido por el autor, la fidelidad con la organización es positiva, puesto que, disminuye la rotación de personal, la cual podría ser voluntaria o involuntaria. El aumento de ésta conlleva a una pérdida en la rentabilidad, dado que, eleva los costos de admisión como son reclutamiento, selección, y capacitación, así como indemnizaciones y liquidación en general.

Dimensión satisfacción en el trabajo

Según Chiavenato (2015)

Las organizaciones exitosas procuran ser excelentes lugares para trabajar e intrínsecamente gratificantes para las personas. La satisfacción en el trabajo tiene mucho que ver con la calidad de vida en el trabajo, tema que exploraremos más adelante y que se refiere a cómo se siente la persona dentro de la organización. El grado de satisfacción en el trabajo ayuda a atraer talentos y a retenerlos, a mantener un clima organizacional saludable, a motivar a las personas y a conquistar su compromiso (p. 13).

Repasando lo que sostuvo el autor ante lo mencionado, la satisfacción en el trabajo tiene relación directa con la calidad de vida en el trabajo, por esa razón es que las organizaciones exitosas se proyectan a ser espacios magníficos para laborar y de esta forma atraer y retener talentos y así mantener un clima organizacional conveniente.

Dimensión ciudadanía organizacional

Según Chiavenato (2015)

Ciudadanía significa el grado en que una persona goza de un conjunto de derechos civiles y políticos dentro de una comunidad política o social determinada. La ciudadanía organizacional expresa un comportamiento individual que va más allá de los deberes y las exigencias diarios requeridos por la organización, lo cual permite mejorar sustancialmente la eficacia de ésta. La ciudadanía organizacional

tiene repercusiones saludables como la fidelidad y el compromiso de las personas con los objetivos de la organización, con las reglas y los reglamentos, con una iniciativa personal que trasciende lo requerido, con un deseo de ayudar y contribuir que va más allá de los deberes del trabajo, con el voluntariado y con la excelencia en el desempeño (p. 13).

En consideración al párrafo anterior, la ciudadanía organizacional manifestó un comportamiento individual de compromiso con la empresa, teniendo como efectos positivos la fidelidad de las personas hacia la organización, reflejando interés por contribuir a la mejora de la empresa.

Variable 2: Motivación

Para definir la motivación se consideran tres conceptos de los siguientes autores:

Newstrom (2011) sostuvo al respecto:

La motivación es el conjunto de fuerzas internas y externas que hacen que un empleado elija un curso de acción y se conduzca de ciertas maneras. Desde un punto de vista ideal, estas conductas se dirigirán al logro de una meta organizacional. La motivación del trabajo es una combinación compleja de fuerzas psicológicas dentro de cada persona (p.107).

Es así que, él consideró la motivación como un conjunto de fuerzas complejas que conducen a acciones y conductas que siendo bien encaminadas llevarán al cumplimiento de metas organizacionales.

Robbins y Judge (2013) mencionó:

A la motivación, como los procesos que inciden en la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo, que realiza una persona para alcanzar un objetivo. Si bien, la motivación en general se relaciona con el esfuerzo para lograr cualquier meta, nosotros nos limitaremos a las metas organizacionales, con la finalidad de reflejar nuestro interés particular en el comportamiento relacionado con el trabajo (p.202).

Así también, la motivación es el conjunto de factores que influyen en la

forma en la que una persona logra su objetivo o meta.

Slocum y Hellriegel (2009) indicó al respecto:

La motivación representa las fuerzas que operan sobre o en el interior de una persona y que provocan que se comporte de una manera específica para dirigirse hacia las metas. Dado que, los motivos de los empleados influyen en su productividad. Una de las tareas de los gerentes es canalizar de forma efectiva las cosas que los motivan para que alcancen las metas de la organización. Sin embargo, cabe señalar que la motivación no es igual al desempeño. Incluso, los empleados más motivados podrían no tener mucho éxito en su trabajo, sobre todo si no cuentan con las competencias necesarias para desempeñarlo o si las condiciones en que trabajan son poco favorables. Si bien el desempeño en el trabajo involucra mucho más que la motivación, esta es un factor fundamental para un buen desempeño (p.126).

Finalmente, la motivación al ser representada por fuerzas interiores puede llevar a una persona a cumplir sus metas, puesto que, estas influyen en su productividad, sin embargo, hay que tener en cuenta que no necesariamente se llegará a un buen desempeño, si es que, no presenta las condiciones o competencias adecuadas.

Características de la motivación:

Newstrom (2011) indicó que la motivación del trabajo es una combinación compleja de fuerzas psicológicas dentro de cada persona, y los empleados generando así un interés vital.

Es así que, tomando en cuenta de manera inicial, la dirección y enfoque de la conducta de un empleado, estos tienen factores positivos como la confiabilidad, creatividad, sentido de ayuda, oportunidad y factores disfuncionales son los retrasos, ausentismo, retiro y bajo desempeño” (p. 107).

Así pues, conviene subrayar dos factores, los cuales podrían ser positivos y negativos siendo de vital importancia el poner mayor énfasis en los positivos, teniendo la probabilidad de que una persona sea confiable y tenga la capacidad

de generar nuevas ideas, así como, la disposición hacia sus compañeros en el momento oportuno. Esta beneficiaría de gran manera a la empresa, por otro lado, los factores disfuncionales perjudican a la organización y afecta el logro de sus objetivos.

Newstrom (2011) sostuvo que “nivel del esfuerzo aportado es contraer compromiso pleno con la excelencia, en lugar de hacer apenas lo suficiente para salir adelante” (p. 107).

Valorando lo que sostuvo el autor, requiere que los colaboradores se muestren comprometidos y se involucren con la empresa de manera que sean eficaces y eficientes para así llegar al logro de sus metas asignadas.

Newstrom (2011) indicó que “es la persistencia de la conducta mantener repetidas veces el esfuerzo en contraste con su abandono prematuro” (p. 107).

A la vez, respetando lo que sostuvo el autor, para lograr la persistencia de la conducta, al ser la continuidad del esfuerzo en el tiempo hace que el individuo pueda superar las dificultades y así lograr sus metas, siendo esta una de más difíciles de implementar, por la resistencia que se pueda presentar a las buenas implementaciones que el jefe pueda interponer.

Importancia de la motivación:

La motivación ayuda a lograr los objetivos en la organización mostrando el interés de los colaboradores reconociendo su compromiso en sus funciones asignadas.

Dimensiones de la motivación:

Según McClelland (como se citó en Newstrom 2011):

La gente tiende a desarrollar impulsos motivadores (deseos intensos de algo) como producto del ambiente cultural en que vive, los cuales afectan la forma en que la gente considera su empleo y enfoca su vida. Gran parte del interés en estos modelos de motivación se generó a partir de la investigación de David C. McClelland, de la universidad de Harvard este autor elaboró un esquema de clasificación que destaca los tres impulsos más

dominantes y señaló su significado para la motivación. Sus estudios revelaron que los impulsos motivadores de las personas reflejaban los elementos de la cultura en la que crecieron: su familia, escuela, iglesia y leer. En la mayoría de las naciones, uno o dos patrones de motivación tendían a estar muy arraigados entre los trabajadores, porque crecieron con antecedentes similares. La investigación de McClelland se enfocó en tres impulsos, el cual desarrollaremos a continuación (p. 109).

Dimensión motivación del logro

Según Chiavenato (2015)

Es un impulso que estimula a algunas personas para que persigan y alcancen sus metas. Un individuo con este impulso desea alcanzar objetivos y ascender por el camino del éxito. El logro se ve como algo importante sobre todo en sí mismo, no solo por las recompensas que lo acompañan. Diversas características definen a los empleados orientados a los logros. Trabajan son más ahínco cuando perciben que recibirán el crédito personal por sus esfuerzos, cuando el riesgo de fracaso es moderado y cuando reciben una realimentación específica sobre su desempeño anterior. Las personas con un alto impulso de logro asumen la responsabilidad de sus acciones y resultados, controlan su destino, buscan una realimentación periódica y les gusta ser parte de un esfuerzo individual o colectivo para ganar una meta. Como administradores tienden a esperar que sus empleados también se orienten al logro. Estas altas expectativas dificultan algunas veces a los administradores orientados al logro, delegar con eficacia y que los empleados promedio satisfagan las demandas de sus jefes (p. 109).

Argumentando lo que sostuvo el autor, la motivación del logro se presentó como una fuerza con la cual las personas pueden llegar a alcanzar sus metas, siendo importante también las recompensas que esta generen. Existen diversas características en los colaboradores orientado a logros, como son el empeño en su labor, así como el asumir la responsabilidad en sus acciones, ya sea trabajando de manera individual como grupal.

Dimensión motivación de afiliación

Según Chiavenato (2015)

Es el impulso para relacionarse socialmente con las personas; es decir, trabajar con personas compatibles y experimentar un sentido de comunidad. Las comparaciones de empleados motivados por el logro con los motivados por la afiliación ilustran la forma en que ambos patrones influyen en la conducta. La gente orientada al logro trabaja más cuando sus jefes les proporcionan una evaluación detallada de su conducta laboral. Por su parte, las personas que se inclinan a la afiliación trabajan mejor cuando se les elogian sus actitudes favorables y su cooperación. La gente motivada por el logro elige auxiliares técnicamente capaces, con poca consideración por sus sentimientos personales respecto a ellos; los motivados por afiliación tienden a elegir amigos y personas agradables, pues sienten una satisfacción interna cuando están con los amigos y desean libertad en el trabajo para desarrollar tales relaciones (p. 109).

Basándose en lo que sostuvo el autor ante lo mencionado, la motivación de afiliación es la capacidad de relacionarse socialmente con las personas, trabajando de manera sobresaliente cuando son elogiados por su buen desempeño. Cabe mencionar, que la motivación por afiliación y la del logro influyen en la conducta de la personal.

Dimensión motivación del poder

Según Chiavenato (2015)

Es el impulso para influir en la gente, asumir el control y cambiar situaciones. Las personas motivadas por el poder desean causar un gran efecto en sus organizaciones y están dispuestas a asumir riesgos con ese propósito. Una vez que tienen el poder pueden usarlo con fines constructivos o destructivos. La gente motivada es excelente administradora si sus impulsos la inclinan a obtener poder institucional y no poder personal. El poder institucional es la necesidad de influir en la conducta ajena para el bien de la organización. Las personas con esta necesidad buscan el poder por medios

legítimos y ascienden a puestos de liderazgo mediante un desempeño exitoso, por lo que son aceptados por los demás. Sin embargo, si los impulsos de un empleado lo dirigen a lograr poder personal, tienden a perder la confianza y respeto de empleados y compañeros, y se convierten en un líder organizacional fracasado (p. 110).

En consideración al párrafo ante lo mencionado del autor, la motivación del poder es la capacidad de influenciar en la gente, tomar el control y cambiar situaciones con el fin de obtener el poder ya sea con un fin de positivo o negativo en la organización.

1.4 Formulación del problema

Vara (2008) sostuvo que:

Formular el problema de investigación consiste en interrogar. Recuerda que el método científico se basa en formular preguntas que serán respondidas inicialmente por la hipótesis y que luego serán probadas, contrastadas, verificadas, mediante un diseño riguroso de trabajo de campo (p. 180).

1.4.1. Problema general

¿Cuál es la relación entre el comportamiento organizacional y la motivación de los colaboradores de la unidad de investigación de mercado del Grupo El Comercio S.A. - Lima 2017?

1.4.2. Problemas específicos

Problema específico 1

¿Cuál es la relación entre el comportamiento organizacional y la motivación de logro de los colaboradores de la unidad de investigación de mercado del Grupo El Comercio S.A. - Lima 2017?

Problema específico 2

¿Cuál es la relación entre el comportamiento organizacional y la motivación de afiliación de los colaboradores de la unidad de investigación de mercado del Grupo El Comercio S.A. - Lima 2017?

Problema específico 3

¿Cuál es la relación entre el comportamiento organizacional y la motivación de poder de los colaboradores de la unidad de investigación de mercado del Grupo El Comercio S.A. - Lima 2017?

1.5 Justificación del estudio

1.5.1. Justificación teórica

La ciencia como todo conocimiento exige justificación en el desarrollo de las investigaciones, por lo tanto, faculta reconocer el comportamiento organizacional tomando en cuenta el estudio realizado por el autor mexicano Chiavenato (2015), como una disciplina científica, en la cuál esta se encontró ligada a métodos que buscaron ayudar y mejorar el comportamiento de las personas dentro de las organizaciones, buscaron impulsar su crecimiento individual y con ella su fidelización con la empresa, por el buen trato y reconocimiento de su líder dentro de esta, y a su vez esto manifestó la relación directamente proporcional que existe entre el buen rendimiento del personal y los elevados indicadores de desempeño que se pueden ver reflejados en los objetivos empresariales.

Se analizó la motivación, tomando en cuenta el estudio realizado por el autor Newstrom (2011), quien tomó como indicadores los sucesos dados en la realidad diaria de los colaboradores en el centro de trabajo y su grado de satisfacción de las personas que desempeñan el trabajo, además muestra el análisis según los impulsos motivadores, este modelo motivacional se generó a partir de la teoría de la investigación de David C. McClelland, este autor elaboró un esquema de clasificación tomando en cuenta tres factores fundamentales como son la motivación hacia sus integrantes por logros o metas cumplidas que es el empuje para conseguir objetivos y seguir adelante en una sola visión, asimismo motivación por afiliación el cual produce un impulso para relacionarse con otras personas y la motivación de poder que crea el impulso para influir en las personas y situaciones.

Por lo tanto, estudiar la motivación de los empleados dentro de una empresa es un factor fundamental ya que las personas toman decisiones conscientemente sobre su comportamiento en situaciones complejas, en otras palabras el modelo motivacional elegido para esta investigación se adaptó a la situación real dentro de la organización.

1.5.2. Justificación práctica

El área de la unidad de investigación de mercado ha mostrado un bajo rendimiento en los resultados de medición de indicadores e identidad con la empresa, es así que, nace la necesidad de realizar este estudio, cuya finalidad sea el destacar la importancia del comportamiento de las personas dentro de la organización como factor determinante del compromiso con la empresa y la motivación, vinculando la teoría con la práctica y su importancia con el bajo rendimiento laboral en el área de atención al cliente de la empresa, repercutiendo en el desempeño y perjudicando la rentabilidad y estabilidad en el presente año.

En tal sentido, la empresa promoverá la sensibilidad en la unidad de la unidad de investigación de mercado, para luego proponer cambios internos que les permitirán desarrollar y mejorar el ambiente laboral del personal y por consiguiente elevar el nivel de motivación de los colaboradores del área para incrementar la productividad, así mismo, permitirá reducir la alta rotación de personal consiguiendo la seguridad laboral y un ambiente de cordialidad obteniendo mejores relaciones entre compañeros, asimismo, lograr la fidelización de los clientes con la atención que se brinde y satisfacción que se aspira lograr en el personal del área en un clima laboral adecuado donde lider y el colaborador sientan el compromiso de una manera recíproca.

La presente investigación buscará beneficiar al personal de la unidad de investigación de mercado, para luego llevarlos a la posibilidad de cambios internos que les permitirán desarrollarse con éxito, asimismo mejorar sus relaciones interpersonales y lograr un clima organizacional adecuado.

1.5.3. Justificación metodológica

El comportamiento organizacional es un elemento sustancial para la motivación de los colaboradores, y por ende vital para el desarrollo de cada organización, cuyas particularidades se manifiestan en las conductas de las personas de toda la organización. En el presente estudio de investigación se realizó las técnicas cuantitativas desde el punto de vista metodológico basado en las teorías de los autores Hernández, Fernández y Baptista (2010) y Vara (2012), en la cual se utilizó un cuestionario válido y confiable en la unidad de investigación de mercado proponiendo estrategias para mejorar el

comportamiento organizacional y que este influya en la motivación de los colaboradores de la empresa.

El trabajo de investigación tuvo como referencia metodológica a los siguientes autores Hernández, Fernández, Baptista y Vara de los cuales se aplicó el correcto uso de instrumento de investigación cuantitativa que se servirán como referencias para futuras investigaciones bajo las mismas características.

1.6 Hipótesis

Según Vara (2008)

Las hipótesis son explicaciones tentativas a las preguntas de investigación. Son oraciones afirmativas que responden a los objetivos y preguntas. Las hipótesis proponen “tentativamente” las respuestas a las preguntas del problema. La relación entre ambas preguntas-hipótesis es directa e íntima (p.159)

1.6.1. Hipótesis general

Existe relación significativa entre el comportamiento organizacional y la motivación de los colaboradores de la unidad de investigación de mercado del Grupo El Comercio S.A. - Lima 2017.

1.6.2. Hipótesis específicas

Hipótesis específica 1

Existe relación significativa entre el comportamiento organizacional y la motivación del logro de los colaboradores de la unidad de investigación de mercado del Grupo El Comercio S.A. - Lima 2017.

Hipótesis específica 2

Existe relación significativa entre el comportamiento organizacional y la motivación de afiliación de los colaboradores de la unidad de investigación de mercado del Grupo El Comercio S.A. - Lima 2017.

Hipótesis específica 3

Existe relación significativa entre el comportamiento organizacional y la motivación de poder de los colaboradores de la unidad de investigación de mercado del Grupo El Comercio S.A. - Lima 2017.

1.7 Objetivos

Vara (2008) asumió que:

Los objetivos son acciones propuestas para la investigación, indican las metas de tu estudio y marcan el final de tu tesis. En efecto, la investigación termina cuando has cumplido los objetivos; el objetivo, entonces es, el indicador - meta de tu tesis, pues indica cuando has acabado (p.184).

1.7.1. Objetivo general

Determinar la relación del comportamiento organizacional y la motivación de los colaboradores de la unidad de investigación de mercado del Grupo El Comercio S.A. - Lima 2017.

1.7.2. Objetivos específicos

Objetivo específico 1

Identificar la relación del comportamiento organizacional y la motivación del logro de los colaboradores de la unidad de investigación de mercado del Grupo El Comercio S.A. - Lima 2017.

Objetivo específico 2

Establecer la relación del comportamiento organizacional y la motivación de afiliación de los colaboradores de la unidad de investigación de mercado del Grupo El Comercio S.A. - Lima 2017.

Objetivo específico 3

Establecer la relación del comportamiento organizacional y la motivación de poder de los colaboradores de la unidad de investigación de mercado del Grupo El Comercio S.A. - Lima 2017.

II. MÉTODO

2.1. Diseño de investigación

Hernández, Fernández & Baptista (2010) sostuvieron que:

Los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede” (p. 151).

La investigación fue de diseño no experimental, transversal, ya que es descriptiva y no se manipulo las variables.

Tipo de estudio

Según Hernández et al (2010)

Este tipo de estudios tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular (p.81).

La investigación es de tipo correlacional, y está interesada en describir las variables y en la determinación del grado de la relación existente entre el comportamiento organizacional y la motivación de los colaboradores de la unidad de investigación de mercado del Grupo El Comercio s.a. - Lima 2017.

Nivel de investigación

Según Hernández et al (2010)

En los estudios descriptivos se busca especificar las características, propiedades, los perfiles de las personas, grupos, comunidades, procesos o cualquier otro fenómeno que se utilice, es decir únicamente se pretende medir o recoger información de manera conjunta e independiente sobre las variables (p.92).

Carrasco (2006) mencionó que la investigación básica “sólo busca extender y ahondar los conocimientos científicos existentes referente de la realidad” (p.43).

Este trabajo de investigación es de tipo básica debido a que se ha basado de trabajos previos y teorías relacionadas al tema del cual permitió conocer las variables.

Enfoque cuantitativo

Bernal (2010) sostuvo que el enfoque cuantitativo usa la recolección de dato para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías (p.4).

2.2. Variables y operacionalización

Definición de la variable

Según Vara (2012)

La variable es todo aquello que puede asumir diferentes valores; es cualquier dato que puede variar. La variable es el antónimo de la constante, la constante no cambia, no varía, se mantiene estable. La variable, por el contrario, si cambia, varia y fluctúa entre un rango determinado. Las variables son todo aquello que vamos a medir, registrar, controlar y estudiar en la tesis. Una variable que no puede medirse, registrarse u observarse, no es una variable científica, sino una variable “metafísica”, poco útil para la ciencia (p.272).

Definición operacional

Asimismo, Vara (2012)

La definición operacional, indica las actividades u operaciones necesarias para medir o manipular una variable. La definición operacional proporciona el significado a un concepto, especificando las acciones, pasos u operaciones necesarios para la medirla, observarla o registrarla (p.280).

Operacionalización de las variables

Tabla 1

Operacionalización de la variable Comportamiento Organizacional

| Dimensiones | Indicadores | Ítems | Escala de medición | Nivel o rango de la variable |
|----------------------------|----------------------|-------|--|--|
| Desempeño | Grupos | 1 | 1= Nunca 2= Casi nunca 3= A veces 4= Casi siempre 5= Siempre | Inadecuado 82 - 97 Adecuado 98 - 110 Muy adecuado 111 - 129 |
| | Personas | 2,3 | | |
| | Productividad | 3 | | |
| Compromiso | Disponibilidad | 4 | | |
| | Absentismo | 5 | | |
| | Supervisión | 6 | | |
| Fidelidad | Rotación de personal | 7 | | |
| | Capacitación | 8 | | |
| | Adaptabilidad | 9 | | |
| | Clima organizacional | 10 | | |
| Satisfacción en el trabajo | Motivación | 11 | | |
| | Comportamiento | 12,13 | | |
| | Estabilidad laboral | 13 | | |
| Ciudadanía organizacional | Deberes del trabajo | 14 | | |
| | Normas laborales | 15 | | |
| | | 16,17 | | |

Tabla 2

Operacionalización de la variable Motivación

| Dimensiones | Indicadores | Ítems | Escala de medición | Nivel o rango de la variable |
|--------------------------|----------------------------|-------|--|--|
| Motivación del logro | Objetivos | 1 | 1= Nunca 2= Casi nunca 3= A veces 4= Casi siempre 5= Siempre | Inadecuado 80 - 95 Adecuado 96 - 109 Muy adecuado 110 - 125 |
| | Éxito | 2,3 | | |
| | Realimentación | 4 | | |
| | Expectativas | 5,6 | | |
| Motivación de afiliación | Comunidad | 7 | | |
| | Sentimientos personales | 8,9 | | |
| | Consideración | 10 | | |
| Motivación de poder | Relaciones interpersonales | 11,12 | | |
| | Control | 13 | | |
| | Cambiar situaciones | 14,15 | | |
| | Influir | 16,17 | | |

2.3. Población y muestra

Población

Hernández et al (2010) consideraron que:

Los estudios motivacionales en empresas suelen abarcar a todos sus empleados para evitar que los excluidos piensen que su opinión no se toma en cuenta. Las muestras se utilizan por economía de tiempo y recursos (p.172).

Muestra

Hernández et al (2010) indicaron que:

La muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población (p.175).

La investigación será desarrollada en el área de unidad de investigación de mercado del Grupo El Comercio s.a. - Lima 2017. Los integrantes de la población por ser pequeña y debido a las necesidades de analizar la población total serán los 30 colaboradores.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Técnica

Para el presente estudio de investigación, la técnica que se aplicó fue la encuesta.

Según, Hernández et al (2010)

La encuesta consiste en un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones o juicios, ante los cuales se pide la reacción de los participantes. Es decir, se presenta cada afirmación y se solicita al sujeto que externé su reacción eligiendo uno de los cinco puntos o categorías de la escala. A cada punto se le asigna un valor numérico. Así, el participante obtiene una puntuación respecto de la afirmación y al final su puntuación total, sumando las puntuaciones obtenidas en relación con todas las afirmaciones (p.245).

Esta técnica empleada a través de la encuesta ha permitido la recopilación de información con preguntas cerradas y de nivel ordinal, las cuales podremos cuantificarlas ya que los datos serán trasladados a una escala numérica.

Instrumento

Arias (2012) indicó que “es un recurso en el cual el investigador puede apoyarse para poder conseguir información de las variables de estudio” (p. 68).

Validez

Según Hernández et al (2010) “La validez en términos generales, se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir” (p.201).

Se estableció a través de juicio de expertos. La validación de expertos evaluó varios criterios de calificación como la claridad, objetividad, actualidad, suficiencia, intencionalidad, consistencia, coherencia, metodología y pertinencia con un 65% de aprobación de las variables.

Tabla 3

Validación de juicio de expertos

| <i>N°</i> | <i>Experto</i> | <i>Confiabilidad</i> | <i>%</i> |
|--------------|----------------------------|----------------------|----------|
| Experto N° 1 | Dr. Cama Sotelo Manuel | Aplicable | 81% |
| Experto N° 2 | Dr. Janampa Acuña Nerio | Aplicable | 84% |
| Experto N° 3 | Mg. Sandoval Nizama Genaro | Aplicable | 85% |

Confiabilidad

Vara (2012) definió a la confiabilidad como:

El alfa de Cronbach (α) es el método más usado y sencillo para saber si una prueba de medición es fiable. Esta técnica se usa sólo cuando tienes instrumentos que son escalas de constructos; es decir, instrumentos que miden conceptos mediante varios ítems. Se considera confiable el instrumento si hay un porcentaje de coincidencias superior al 80%” (p.298).

La confiabilidad se realizó a través del alfa de Cronbach la cual se mide las dos variables.

Tabla 4

Niveles de confiabilidad

| Valores | Nivel |
|----------------|------------------------|
| De -1 a 0 | No es confiable |
| De 0,01 a 0,49 | Baja confiabilidad |
| De 0,5 a 0,75 | Moderada confiabilidad |
| De 0,76 a 0,89 | Fuerte confiabilidad |
| De 0,9 a 1 | Alta confiabilidad |

Tabla 5

Estadística de fiabilidad comportamiento organizacional

| Alfa de Cronbach | N° de ítems |
|------------------|-------------|
| ,906 | 19 |

En el resultado de la primera variable, se pudo apreciar que, en el análisis de confiabilidad interna a través del alfa de Cronbach, es superior a ,906 según muestra la tabla 4 el grado de confiabilidad es alta, lo que significa que las dimensiones son consistentes.

Tabla 6

Estadística de fiabilidad motivación

| Alfa de Cronbach | N° de ítems |
|------------------|-------------|
| ,833 | 17 |

En el resultado de la primera variable, se pudo apreciar que en el análisis de confiabilidad interna a través del alfa de Cronbach, es superior a ,833 según muestra la tabla 4 el grado de confiabilidad es fuerte, lo que significa que las dimensiones son consistentes.

2.5. Métodos de análisis de datos

Hernández et al (2010) indicaron que:

El análisis de datos para investigaciones con enfoque cuantitativo, se realiza mediante fórmulas, pero actualmente se realiza por medio de una computadora que disponga de algún programa que se centra en la interpretación de los resultados que se obtenga, el programa más utilizado es el SPSS. (P. 278)

Para el análisis de los datos de cada una de las variables se utilizó el software SPSS versión 24, los datos se agruparon en tablas y gráficos que correspondieron a cada una de las preguntas que se formularon en el cuestionario. Las respuestas del instrumento estuvieron basadas en la escala de Likert de cinco categorías, nunca, casi nunca, a veces, casi siempre, y siempre.

2.6. Aspectos éticos

La fiabilidad de la investigación, “Comportamiento organizacional y motivación de los colaboradores de la unidad de investigación de mercado del Grupo El Comercio S.A. - Lima 2017”, es identificar la relación entre las dos variables; por lo que las fuentes consignadas están referenciadas; asimismo los datos obtenidos fueron escritos de acuerdo a los resultados obtenidos.

III. RESULTADOS

3.1. Análisis descriptivos de la investigación.

Tabla 7

Frecuencia y porcentaje de los niveles con respecto a la variable comportamiento organizacional y motivación.

| | | Motivación | | | Total |
|-------------------------------|---------|------------|---------|-------|--------|
| | | Bajo | Regular | Alto | |
| Comportamiento organizacional | Bajo | 3 | 5 | 2 | 10 |
| | | 10,0% | 16,7% | 6,7% | 33,3% |
| | Regular | 4 | 6 | 3 | 13 |
| | | 13,3% | 20,0% | 10,0% | 43,3% |
| | Alto | 1 | 2 | 4 | 7 |
| | | 3,3% | 6,7% | 13,3% | 23,3% |
| Total | | 8 | 13 | 9 | 30 |
| | | 26,7% | 43,3% | 30,0% | 100,0% |

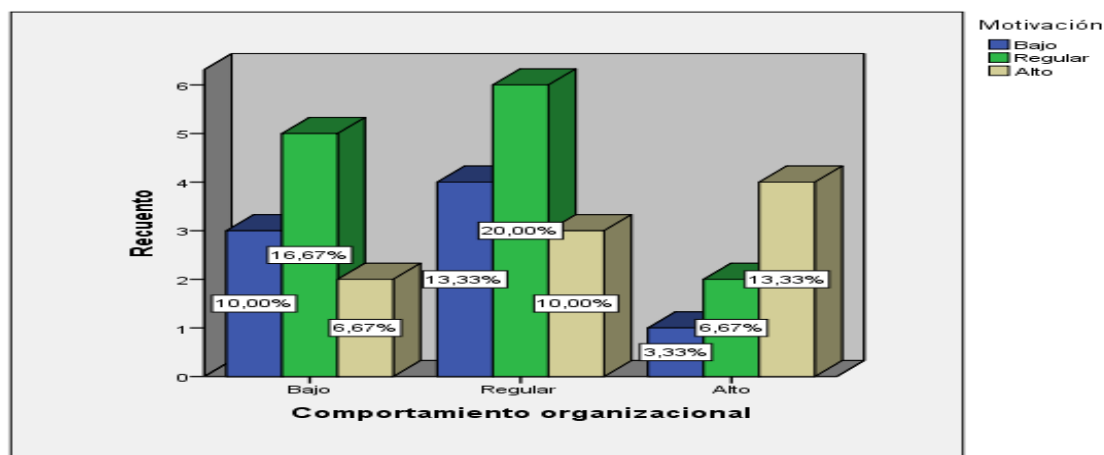


Figura 1. Frecuencia y porcentaje de los niveles con respecto a la variable comportamiento organizacional y motivación.

De acuerdo a los resultados se observó que, el 43.3% de los colaboradores de la unidad de investigación de mercado del Grupo El Comercio, manifestaron que el comportamiento organizacional es regular, mientras el 33.3% opinó que es bajo y el 23.3% indicó que es alto. Asimismo, el 43.3% señaló que la motivación es regular, seguida del 30% indicó que es alto y el 26.7% señaló que es bajo. Es decir que la falta de motivación está afectando el comportamiento de los colaboradores generando ausentismo y afectando su desempeño, además no fomentando buenas relaciones interpersonales.

Tabla 8

Frecuencia y porcentaje de los niveles con respecto a la variable motivación del logro y comportamiento organizacional.

| | | Motivación del logro | | | Total |
|-------------------------------|---------|----------------------|---------|-------|--------|
| | | Bajo | Regular | Alto | |
| Comportamiento organizacional | Bajo | 3 | 5 | 2 | 10 |
| | | 10,0% | 16,7% | 6,7% | 33,3% |
| | Regular | 4 | 6 | 3 | 13 |
| | | 13,3% | 20,0% | 10,0% | 43,3% |
| | Alto | 1 | 4 | 2 | 7 |
| | | 3,3% | 13,3% | 6,7% | 23,3% |
| Total | | 8 | 15 | 7 | 30 |
| | | 26,7% | 50,0% | 23,3% | 100,0% |

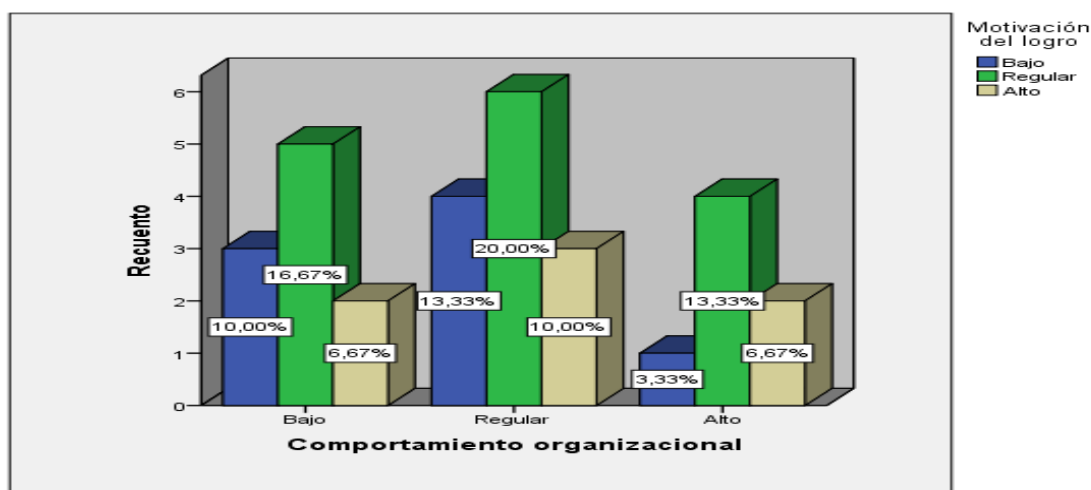


Figura 2. Frecuencia y porcentaje de los niveles con respecto a la variable motivación del logro y comportamiento organizacional.

Según los resultados se observó que, el 43.3% de los colaboradores de la unidad de investigación de mercado del Grupo El Comercio, manifestaron que el comportamiento organizacional es regular, mientras el 33.3% opinó que es bajo y el 23.3% indicó que es alto. Asimismo, el 50% indicó que la motivación de logro es regular, seguida del 26.70% señalaron que es bajo y el 23.33% mencionaron que es alto. Es decir que la falta de motivación por logros está afectando el comportamiento de los colaboradores, considerando que la empresa no les permite proponerse objetivos claros para cumplir sus metas personales y profesionales.

Tabla 9

Frecuencia y porcentaje de los niveles con respecto a la variable motivación de afiliación y comportamiento organizacional

| | | Motivación de afiliación | | | Total |
|-------------------------------|---------|--------------------------|-------------|-------------|--------------|
| | | Bajo | Regular | Alto | |
| Comportamiento organizacional | Bajo | 3 10,0% | 3 10,0% | 4 13,3% | 10 33,3% |
| | Regular | 3 10,0% | 7 23,3% | 3 10,0% | 13 43,3% |
| | Alto | 0 0,0% | 3 10,0% | 4 13,3% | 7 23,3% |
| Total | | 6 20,0% | 13 43,3% | 11 36,7% | 30 100,0% |

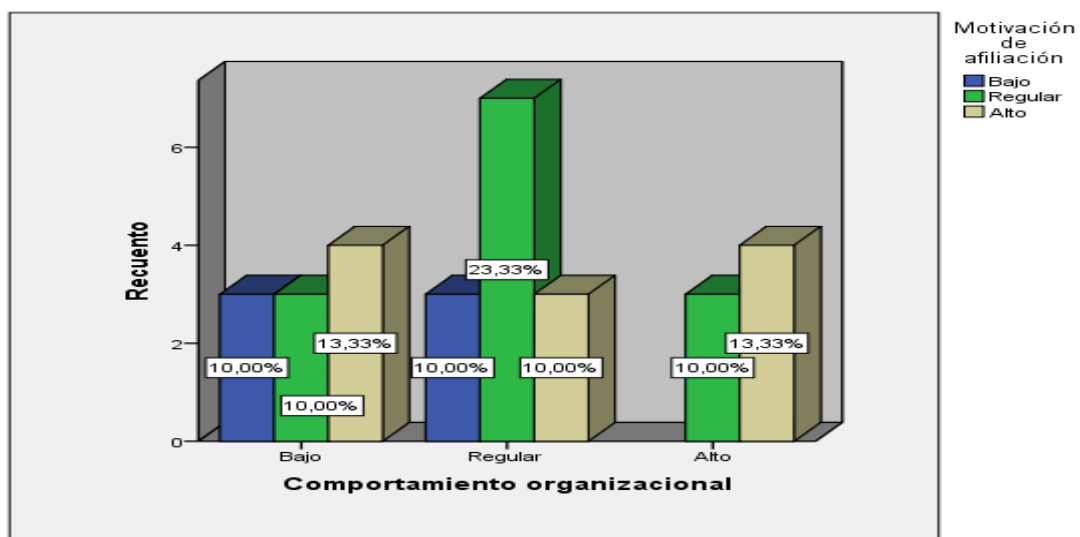


Figura 3. Frecuencia y porcentaje de los niveles con respecto a la variable motivación de afiliación y comportamiento organizacional.

De acuerdo a los resultados se observó, que el 43.3% de los colaboradores de la unidad de investigación de mercado del Grupo El Comercio, manifestaron que el comportamiento organizacional es regular, mientras el 33.3% opinó que es bajo y el 23.3% indicó que es muy alto. Asimismo, el 43.33% señaló que la motivación de afiliación es regular, seguida del 36.7% manifestaron que es alto y un 20% indicaron que es bajo. Es decir que la falta de motivación de afiliación está afectando el comportamiento de los colaboradores dentro de la organización, lo que genera inestabilidad emocional entre compañeros, repercutiendo en la falta de compromiso.

Tabla 10

Frecuencia y porcentaje de los niveles con respecto a la variable motivación de poder y comportamiento organizacional.

| | | Motivación de afiliación | | | |
|-------------------------------|---------|--------------------------|---------|-------|--------|
| | | Bajo | Regular | Alto | Total |
| Comportamiento organizacional | Bajo | 3 | 3 | 4 | 10 |
| | | 10,0% | 10,0% | 13,3% | 33,3% |
| | Regular | 3 | 7 | 3 | 13 |
| | | 10,0% | 23,3% | 10,0% | 43,3% |
| | Alto | 0 | 3 | 4 | 7 |
| | | 0,0% | 10,0% | 13,3% | 23,3% |
| Total | | 6 | 13 | 11 | 30 |
| | | 20,0% | 43,3% | 36,7% | 100,0% |

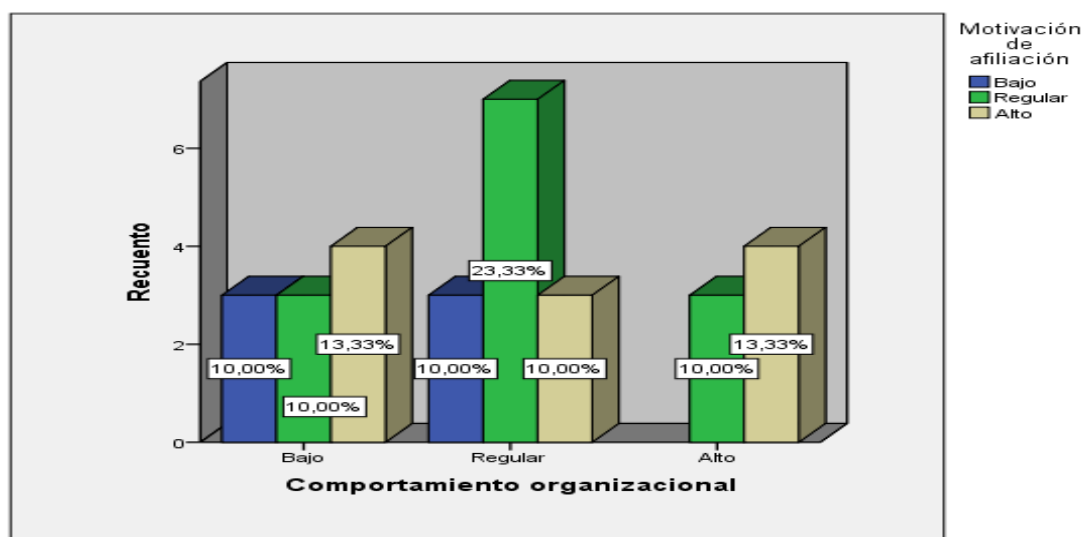


Figura 4. Frecuencia y porcentaje de los niveles con respecto a la variable motivación de poder y comportamiento organizacional.

Según los resultados se observó, que el 43.3% de los colaboradores de la unidad de investigación de mercado del Grupo El Comercio, manifestaron que el comportamiento organizacional es regular, mientras el 33.3% opinó que es bajo y el 23.3% indicó que es alto. Asimismo, el 50% manifestó que la motivación de poder es regular, seguida del 26.7% señalaron que es bajo y el 23.3% indicaron que es alto. Es decir que la falta de motivación de poder está afectando el comportamiento de los colaboradores ya que no cuentan con un líder capacitado que les brinde la orientación necesaria y los guíe en situaciones fuera del alcance del área.

3.2 Análisis inferencial

Prueba de normalidad

Tabla 11

Prueba de normalidad según kolmogorov - Smimov del comportamiento organizacional y motivación de los colaboradores de la unidad de investigación de mercado del Grupo El Comercio S.A. - Lima 2017.

| | Kolmogorov-Smimov ^a | | |
|-------------------------------|--------------------------------|----|------|
| | Estadístico | gl | Sig. |
| Comportamiento organizacional | ,219 | 30 | ,001 |
| Motivación | ,217 | 30 | ,001 |

a. Corrección de significación de Lilliefors

Se observó que el resultado obtenido en la prueba de normalidad, nos da un nivel de significación asintótica superior a 0.000; para la primera variable 0.001 y la segunda variable 0.001, en ambos casos menor que 0,05; lo que obliga procesar la prueba de hipótesis mediante el uso de los estadígrafos no paramétricos; es decir, mediante el uso del coeficiente de correlación de Rho de Spearman.

3.2.1 Prueba de hipótesis general

Ho: No existe relación entre el comportamiento organizacional y la motivación de los colaboradores de la unidad de investigación de mercado del Grupo El Comercio S.A. - Lima 2017.

Ha: Existe relación entre el comportamiento organizacional y la motivación de los colaboradores de la unidad de investigación de mercado del Grupo El Comercio S.A. - Lima 2017.

Tabla 12

Relación de la muestra no paramétricas, según Rho Spearman entre comportamiento organizacional y motivación.

| | | Comportamiento organizacional | | |
|-----------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|------------|
| | | | Comportamiento organizacional | Motivación |
| Rho de Spearman | Comportamiento organizacional | Coefficiente de correlación | 1,000 | ,504** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,005 |
| | | N | 30 | 30 |
| | Motivación | Coefficiente de correlación | ,504** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,005 | . |
| | | N | 30 | 30 |

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

Los resultados de la prueba de Rho de Spearman, en donde el valor del coeficiente de correlación es ($r = 0.504$) lo que indicó una correlación positiva moderada, además el valor de $P = 0,005$ resulta menor al de $P = 0,05$ y en consecuencia la relación es significativa al 95% y se rechaza la hipótesis nula (H_0) asumiendo que existe relación significativa comportamiento organizacional y la motivación de los colaboradores de la unidad de investigación de mercado del Grupo El Comercio S.A. - Lima 2017.

3.2.2 Prueba de Hipótesis específico 1

Ho: No existe relación entre el comportamiento organizacional y la motivación del logro de los colaboradores de la unidad de investigación de mercado del Grupo El Comercio S.A. - Lima 2017.

Ha: Existe relación entre el comportamiento organizacional y la motivación del logro de los colaboradores de la unidad de investigación de mercado del Grupo El Comercio S.A. - Lima 2017.

Tabla 13

Relación de la muestra no paramétricas, según Rho Spearman entre motivación del logro y comportamiento organizacional.

| | | | Comportamiento organizacional | Motivación del logro |
|-----------------|-------------------------------|-----------------------------|-------------------------------|----------------------|
| Rho de Spearman | Comportamiento organizacional | Coefficiente de correlación | 1,000 | ,668** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 30 | 30 |
| | Motivación del logro | Coefficiente de correlación | ,668** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 30 | 30 |

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

Los resultados de la prueba de Rho de Spearman, en donde el valor del coeficiente de correlación es ($r = 0.668$) lo que indicó una correlación positiva moderada, además el valor de $P = 0,000$ resulta menor al de $P = 0,05$ y en consecuencia la relación es significativa al 95% y se rechaza la hipótesis nula (Ho) asumiendo que existe relación directa entre el comportamiento organizacional y la motivación del logro de los colaboradores de la unidad de investigación de mercado del Grupo El Comercio S.A. - Lima 2017.

3.2.3 Prueba de Hipótesis específico 2

Ho: No existe relación entre el comportamiento organizacional y la motivación de afiliación de los colaboradores de la unidad de investigación de mercado del Grupo El Comercio S.A. - Lima 2017.

Ha: Existe relación entre el comportamiento organizacional y la motivación de afiliación de los colaboradores de la unidad de investigación de mercado del Grupo El Comercio S.A. - Lima 2017.

Tabla 14

Relación de la muestra no paramétricas, según Rho Spearman entre motivación de afiliación y comportamiento organizacional.

| | | | Comportamiento organizacional | Motivación de afiliación |
|-----------------|-------------------------------|-----------------------------|-------------------------------|--------------------------|
| Rho de Spearman | Comportamiento organizacional | Coefficiente de correlación | 1,000 | ,583** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,001 |
| | | N | 30 | 30 |
| | Motivación de afiliación | Coefficiente de correlación | ,583** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,001 | . |
| | | N | 30 | 30 |

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

Los resultados de la prueba de Rho de Spearman, en donde el valor del coeficiente de correlación es ($r = 0.583$) lo que indicó una correlación positiva moderada, además el valor de $P = 0,001$ resulta menor al de $P = 0,05$ y en consecuencia la relación es significativa al 95% y se rechaza la hipótesis nula (Ho) asumiendo que existe relación adecuada del comportamiento organizacional y la motivación de afiliación de los colaboradores de la unidad de investigación de mercado del Grupo El Comercio S.A. - Lima 2017.

3.2.4 Prueba de Hipótesis específico 3

Ho: No existe relación entre el comportamiento organizacional y la motivación de poder de los colaboradores de la unidad de investigación de mercado del Grupo El Comercio S.A. - Lima 2017.

Ha: Existe relación entre el comportamiento organizacional y la motivación de poder de los colaboradores de la unidad de investigación de mercado del Grupo El Comercio S.A. - Lima 2017.

Tabla 15

Relación de la muestra no paramétricas, según Rho Spearman entre motivación de poder y comportamiento organizacional.

| | | | Comportamiento organizacional | Motivación de poder |
|-----------------|-------------------------------|-----------------------------|-------------------------------|---------------------|
| Rho de Spearman | Comportamiento organizacional | Coefficiente de correlación | 1,000 | ,688** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 30 | 30 |
| | Motivación de poder | Coefficiente de correlación | ,688** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 30 | 30 |

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

Los resultados de la prueba de Rho de Spearman, en donde el valor del coeficiente de correlación es ($r = 0.688$) lo que indicó una correlación positiva moderada, además el valor de $P = 0,000$ resulta menor al de $P = 0,05$ y en consecuencia la relación es significativa al 95% y se rechaza la hipótesis nula (H_0) asumiendo que existe relación favorable del comportamiento organizacional y la motivación de poder de los colaboradores de la unidad de investigación de mercado del Grupo El Comercio S.A. - Lima 2017.

IV. DISCUSIÓN

Los resultados de la investigación fueron importantes y significativos para determinar la relación entre el comportamiento organizacional y motivación de los colaboradores de la unidad de investigación de mercado del Grupo El Comercio S.A., Lima, 2017.

Los resultados obtenidos de la prueba de Rho de Spearman, en donde el valor del coeficiente de correlación es ($r = 0.504$) lo que indica una correlación positiva moderada, además el valor de $P = 0,005$ resulta menor al de $P = 0,05$ y en consecuencia la relación es significativa al 95% y se rechaza la hipótesis nula (H_0) asumiendo que existe relación significativa comportamiento organizacional y la motivación de los colaboradores de la unidad de investigación de mercado del Grupo El Comercio S.A. - Lima 2017. Quedando demostrada la hipótesis al establecer una relación directa entre el comportamiento organizacional y la motivación. En la cual encontramos una similitud con la investigación presentada por Enríquez (2014) concluye afirmando que existe relación entre la motivación y desempeño laboral de los empleados del instituto de la visión en México, tal como lo indica en el coeficiente de determinación = 0,901 es decir la relación de las dos variables está en un 90.1%, asimismo indico que el personal que labora en la empresa no se siente motivado lo que causa ausentismo en las funciones encomendadas, esto induce a no cumplir con las responsabilidades adquiridas. Además, indica que su desempeño laboral se ve afectado de forma negativa y que debido que les falta la presencia de un líder que sea capaz de apoyarlos en su vida diaria como en las actividades que realizan cada uno de ellos.

Hipótesis específica 1, los resultados de la prueba de Rho de Spearman, en donde el valor del coeficiente de correlación es ($r = 0.668$) lo que indica una correlación positiva moderada, además el valor de $P = 0,000$ resulta menor al de $P = 0,05$ y en consecuencia la relación es significativa al 95% y se rechaza la hipótesis nula (H_0) asumiendo que existe relación directa entre el comportamiento organizacional y la motivación del logro de los colaboradores de la unidad de investigación de mercado del Grupo El Comercio S.A. - Lima 2017. Existe relación directa con la tesis de Bueso (2016), en la cual concluye que concluye que el liderazgo y trabajo en equipo es positiva media, por lo tanto, el liderazgo no está impulsando las actividades y el entorno laboral hacia el trabajo

en equipo. Los líderes no tienen claro los objetivos de la empresa y han transmitido eso a sus colaboradores, trabajando en forma ineficiente, generando falta de nuevas ideas, no desarrollando mejor su talento y potencial. Además, que los empleados consideran que la empresa no está brindando las herramientas necesarias para el desarrollo de las actividades, al igual que las instalaciones de las áreas de trabajo no son las adecuadas, lo cual se debe a que la comunicación interna no está siendo eficaz ni eficiente.

Hipótesis específica 2, los resultados de la prueba de Rho de Spearman, en donde el valor del coeficiente de correlación es ($r = 0.583$) lo que indica una correlación positiva moderada, además el valor de $P = 0,001$ resulta menor al de $P = 0,05$ y en consecuencia la relación es significativa al 95% y se rechaza la hipótesis nula (H_0) asumiendo que existe relación adecuada del comportamiento organizacional y la motivación de afiliación de los colaboradores de la unidad de investigación de mercado del Grupo El Comercio S.A. - Lima 2017. Existe relación con la investigación de Balarezo (2014) quien concluye la insatisfacción laboral, de tal manera que la estabilidad laboral se ve afectada por las malas relaciones interpersonales, la falta de gusto por el trabajo las condiciones generales, además que hay indicadores que influyen para que los trabajadores estén satisfechos.

Hipótesis específica 3, de los resultados de la prueba de Rho de Spearman, en donde el valor del coeficiente de correlación es ($r = 0.688$) lo que indica una correlación positiva moderada, además el valor de $P = 0,000$ resulta menor al de $P = 0,05$ y en consecuencia la relación es significativa al 95% y se rechaza la hipótesis nula (H_0) asumiendo que existe relación favorable del comportamiento organizacional y la motivación de poder de los colaboradores de la unidad de investigación de mercado del Grupo El Comercio S.A. - Lima 2017. Existe una relación con la tesis de Humpire (2013) donde concluye que según los resultados obtenidos que no existe un clima laboral favorable, índico que no existe reconocimiento por las labores brindadas, puesto que afirman estar insatisfechos con la dirección de su líder.

V. CONCLUSIONES

- Primera:** Se determinó que el coeficiente de correlación estadísticamente significativa entre el comportamiento organizacional y la motivación de los colaboradores de la unidad de investigación de mercado del Grupo El Comercio S.A. - Lima 2017, siendo el valor de 0.504; en consecuencia, es una correlación positiva moderada; a su vez existiendo también una correlación a nivel de la población; puesto que $p < 0.05$. De los resultados obtenidos, se concluye que la motivación resulta ser uno de los factores principales del comportamiento organizacional mediante el desempeño de los colaboradores y la productividad en la empresa.
- Segunda:** Se identificó el coeficiente de correlación estadísticamente directa entre el comportamiento organizacional y la motivación del logro de los colaboradores de la unidad de investigación de mercado del Grupo El Comercio S.A. - Lima 2017, siendo el valor de 0.668; en consecuencia, es una correlación positiva moderada; a su vez existiendo también una correlación a nivel de la población; puesto que $p < 0.05$. De los resultados obtenidos se concluye que mediante el reconocimiento de los objetivos alcanzados los colaboradores serán motivados a lograr el éxito.
- Tercera:** Se estableció el coeficiente de correlación estadísticamente adecuada entre el comportamiento organizacional y la motivación de afiliación de los colaboradores de la unidad de investigación de mercado del Grupo El Comercio S.A. - Lima 2017, siendo el valor de 0.583; en consecuencia, es una correlación positiva moderada; a su vez existiendo también una correlación a nivel de la población; puesto que $p < 0.05$. De los resultados obtenidos se concluye que las relaciones interpersonales son importantes en una organización porque permite intercambiar ideas o experiencias previas de diferentes áreas.
- Cuarta:** Se estableció el coeficiente de correlación estadísticamente favorable entre el comportamiento organizacional y la motivación de poder en los colaboradores de la unidad de investigación de

mercado del Grupo El Comercio S.A. - Lima 2017., siendo el valor de 0.688; en consecuencia, es una correlación positiva moderada; a su vez existiendo también una correlación a nivel de la población; puesto que $p < 0.05$. De los resultados obtenidos se concluye que el poder del líder permite dirigir y entrenar a su equipo para que logren tener el control en diferentes situaciones siendo capaces de cumplir el objetivo.

VI. RECOMENDACIONES

- Primera:** Se recomienda al gerente de la unidad de investigación de mercado del Grupo El Comercio S.A. establecer un sistema de motivación que cumplan con las expectativas de los colaboradores generando bienestar y un comportamiento organizacional favorable en la empresa. Se debe tomar en cuenta sus necesidades y contribuir a que cada colaborador esté satisfecho, brindándoles las oportunidades de desarrollo profesional. Implementar incentivos por metas cumplidas, estas se deben ver desafiantes, pero alcanzables y que ellos acepten las metas comprometiéndose para lograr el objetivo final generando productividad en la empresa.
- Segunda:** Se recomienda al coordinador de la unidad de investigación de mercado del Grupo El Comercio S.A. incluir en la motivación de los colaboradores una realimentación y reconocimiento por sus logros obtenidos. Es decir, recompensarlos económicamente y moralmente, incentivar que los jefes de los grupos reconozcan con elogios la productividad efectiva de las ventas mensuales, presentar interés por sus acciones, no sólo por lo que suceda dentro de la empresa, sino también lo que suceda en el ámbito personal, brindándoles disponibilidad para que terminen sus estudios y logren cumplir sus estándares de excelencia en su ámbito profesional.
- Tercera:** Se recomienda al gerente del área de Gestión de talento del Grupo El Comercio establecer mejores condiciones a los colaboradores desarrollando relaciones interpersonales cercanas entre ellos. Es decir, implementar actividades sociales a los colaboradores para que tengan oportunidades de participar intercambiando ideas u opiniones, motivándolos a sentirse como parte fundamental de la organización, esto ayudará a recolectar sugerencias y recomendaciones para la empresa creando entre ellos grupos o equipos de trabajo que les permita relacionarse con sus

compañeros e incluso con colegas de los clientes internos de la organización. Por lo tanto, los líderes de diferentes áreas deben contribuir brindando una comunicación constante y adecuada de las novedades en el mercado competitivo y de las novedades con la finalidad de trabajar en equipo para lograr la meta.

Cuarta: Se recomienda al gerente del área de la unidad de investigación de mercado del Grupo El Comercio S.A implementar programas de coaching y liderazgo para conocer los alineamientos de los colaboradores con sus jefes. Asimismo, esto permitirá conocer el compromiso y formas de trabajo a fin de incrementar e impulsar su rendimiento en las metas del área. Esto generará que la experiencia laboral se refleje en la satisfacción de seguir adelante con metas logradas y por ende la organización incrementará su rentabilidad.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alles, M. (2008). *Comportamiento organizacional*. (1.ª ed.). Buenos Aires: Granica.
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación- introducción a la metodología científica*. (6ta ed.). Venezuela: Episteme, C.A.
- Balarezo, O. (2014). *La comunicación organizacional interna y su incidencia en el comportamiento organizacional de la empresa San Miguel Drive de la Universidad de Ambato* (Titulo licenciatura). Ecuador. Recuperada de <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/6696/1/132%20o.e..pdf>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. (3.ª ed.). Colombia: Pearson educación.
- Bueso, S. (2016). *La relación entre el clima organizacional y la satisfacción laboral en los empleados de industrias el Calan en la zona Norte*, Universidad Tecnológica de Honduras. (Título de maestría). Recuperada de <https://uth.hn/wp-content/uploads/2012/03/TESIS-CLIMA-ORGANIZACIONAL-Y-SATISFACCION-LABORAL.pdf>
- Carrasco (2006). *Metodología de la investigación científica* (2da. ed.). Lima: Editorial san marcos
- Chiavenato, I. (2015). *Comportamiento organizacional*. (3.ª ed.). México: McGraw Hill.
- Enríquez, P. (2014). *Motivación y desempeño laboral de los empleados del instituto de la visión en México”, de la Universidad Montemorelos*. (Tesis grado de magister). Recuperada de <http://dspace.biblioteca.um.edu.mx/xmlui/bitstream/handle/20.500.11972/381/TESIS%20FINAL%20paty%20definitiva.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Estela, G. (2014). *Calidad de vida laboral y motivación de los trabajadores del área de ventas de la empresa Latinex Import Export S.A.C. – Lima*

2014. (Título licenciatura). Universidad Privada Cesar Vallejo, Lima, Perú.
- Griffin, R. y Moorhead G, I. (2010). *Comportamiento organizacional*. (9.ª ed.). México: Cengage Learning.
- Grupo El Comercio: *El pulpo de medios de comunicación*. (octubre 2011). Recuperada de <http://revistaideele.com/ideele/content/grupo-el-comercio-un-pulpo-de-los-medios-de-comunicaci%C3%b3N>.
- Grupo El Comercio: *Principios rectores*. (Julio 2009). Recuperada de <http://a.elcomercio.pe/Estaticas/principios-rectores/principiosr-sumario.html>
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ta edición). México: Mc Graw Hill.
- Humpire, M. (2013). *Liderazgo y desempeño laboral de los asesores del área de telemarketing del banco HSBC – Lima*. (Título licenciatura). Universidad privada César Vallejo – Lima, Perú.
- Quesada, T. (2014). *Liderazgo Transaccional y el comportamiento organizacional en las instituciones educativas públicas Ramón Castilla y Túpac Amaru, del distrito de Comas, de la unidad de gestión educativa N° 04, provincia y departamento de Lima, año 2012*. Universidad Mayor de San Marcos, Lima, Perú.
- Newstrom, J. (2011). *Comportamiento humano en el trabajo*. (13ª ed.). México: McGraw Hill.
- Normas Apa: *Normas APA 2017 – 6ta (sexta) edición*. (enero 2017). Recuperada de <http://normasapa.net/2017-edicion-6/>
- Peña Rivas, H., & Villón Perero, S. (2018, febrero 5). *Motivación laboral. Elemento fundamental en el éxito organizacional*. *Revista Scientific*. Recuperado de <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.25422987.2018.3.7.9.177-192>

Robins, G.P. y Judge, T. (2013). *Comportamiento organizacional*. (15^a ed.). México: Pearson educación.

Slocum, J. y Hellriegel D. (2009). *Comportamiento organizacional*. (12^a ed.). México: Arfo Editores LTDA.

Tamayo, M. (2000). *Metodología de la investigación*. (4.^a ed.). Santa Fe de Bogotá: Pearson educación.

Vara, A. (2012). *7 pasos para una tesis exitosa-manual de investigación aplicada*. (3.^a ed.). Lima – Perú.

VIII.- ANEXOS

Anexo A

Matriz de operacionalización de la variable: comportamiento organizacional

| Variable I | Definición conceptual | Definición operacional | Dimensiones | Indicadores | Ítems | Escala de medición | Niveles y rangos |
|-------------------------------|--|---|----------------------------|----------------------|-------|--|-----------------------|
| Comportamiento organizacional | El comportamiento organizacional es una disciplina académica que surgió como un conjunto interdisciplinario de conocimientos para estudiar el comportamiento humano en las organizaciones. Aunque la definición ha permanecido, en realidad, las organizaciones no son las que muestran determinados comportamientos, sino las personas y los grupos que participan y actúan en ellas. Chiavenato (2015, p.6). | Para operar la variable de estudio del Comportamiento Organizacional, se aplicó una encuesta a los colaboradores del Grupo El Comercio S.A., se evaluó cada dimensión con precisión y detalle, por esa razón se siguió ciertos criterios, ya que estos se presentaron como indicadores, los cuales permitieron elaborar una encuesta y así procesar los datos. La muestra fue censal puesto que se seleccionó al 100 % del área y estuvo conformada por 30 personas a los que se les aplicó un cuestionario con escala de Likert. | Desempeño | Grupos | 1 | 1= Nunca 2= Casi nunca 3= A veces 4= Casi siempre 5= Siempre | Alto Medio Bajo |
| | | | | Personas | 2,3 | | |
| | | | | Productividad | 4 | | |
| | | | Compromiso | Disponibilidad | 5 | | |
| | | | | Absentismo | 6 | | |
| | | | | Supervisión | 7,8 | | |
| | | | Fidelidad | Rotación de personal | 9 | | |
| | | | | Capacitación | 10 | | |
| | | | | Adaptabilidad | 11 | | |
| | | | Satisfacción en el trabajo | Clima organizacional | 12,13 | | |
| | | | | Motivación | 14 | | |
| | | | | Comportamiento | 15 | | |
| | | | Ciudadanía organizacional | Estabilidad laboral | 16,17 | | |
| Deberes del trabajo | 18 | | | | | | |
| Normas laborales | 19 | | | | | | |

Anexo B

Matriz de operacionalización de la variable: motivación

| Variable I | Definición conceptual | Definición operacional | Dimensiones | Indicadores | Ítems | Escala de medición | Niveles y rangos |
|------------|---|--|--------------------------|----------------------------|--------|--|-----------------------|
| Motivación | La motivación es el conjunto de fuerzas internas y externas que hacen que un empleado elija un curso de acción y se conduzca de ciertas maneras. Desde un punto de vista ideal, estas conductas se dirigirán al logro de una meta organizacional. La motivación del trabajo es una combinación compleja de fuerzas psicológicas dentro de cada persona, y los empleados tienen un interés vital en tres elementos. Newstrom (2011, p.107) | Para operar la variable de estudio de Motivación, se aplicó una encuesta a los colaboradores del Grupo El Comercio S.A., se evaluó cada dimensión con precisión y detalle, por esa razón siguió ciertos criterios, ya que estos se presentaron como indicadores, los cuales permitieron elaborar una encuesta y así procesar los datos. La muestra fue censal puesto que se seleccionó al 100 % del área y estuvo conformada por 30 personas a los que se les aplicó un cuestionario con escala de Likert. | Motivación del logro | Objetivos | 20 | 1= Nunca 2= Casi nunca 3= A veces 4= Casi siempre 5= Siempre | Alto Medio Bajo |
| | | | | Éxito | 21,22 | | |
| | | | | Realimentación | 23 | | |
| | | | | Expectativas | 24,25 | | |
| | | | Motivación de afiliación | Comunidad | 26 | | |
| | | | | Sentimientos personales | 27,28 | | |
| | | | | Consideración | 29 | | |
| | | | | Relaciones interpersonales | 30,31 | | |
| | | | Motivación de poder | Control | 32 | | |
| | | | | Cambiar situaciones | 33, 34 | | |
| Influir | 35 , 36 | | | | | | |

Anexo C Matriz de consistencia

| Título: Comportamiento organizacional y motivación de los colaboradores de la unidad de investigación de mercado del Grupo El Comercio S.A. - Lima 2017 | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|-------------------------------|--|---|---|--|---|---------------------------|----------------------------|-------|--|--|----------------------------|----------------------|-----|
| Pregunta de investigación | Objetivos | Hipótesis | Variable | Definición conceptual | Definición operacional | Variables e indicadores | | | | | | | | | | |
| Problema general | Objetivo general | Hipótesis general | | | | Variable 1: Comportamiento organizacional | | | | | | | | | | |
| Problemas específicos | Objetivos específicos | Hipótesis específicas | Comportamiento organizacional | El comportamiento organizacional es una disciplina académica que surgió como un conjunto interdisciplinario de conocimientos para estudiar el comportamiento humano en las organizaciones. Chiavenato (2015, p.6). | Para operar la variable de estudio del Comportamiento organizacional, se aplicó una encuesta a los colaboradores del Grupo El Comercio S.A., se evaluó cada dimensión con precisión y detalle, por esa razón se siguió ciertos criterios, ya que estos se presentaron como indicadores, los cuales permitieron elaborar una encuesta y así procesar los datos. La muestra fue censal puesto que se seleccionó al 100 % del área y estuvo conformada por 30 personas a los que se les aplicó un cuestionario con escala de Likert. | Dimensiones | Indicadores | Ítems | Escala de medición | Nivel y rango | | | | | | |
| ¿Cuál es la relación entre el comportamiento organizacional y la motivación de los colaboradores de la unidad de investigación de mercado del Grupo El Comercio S.A. - Lima 2017? | Determinar la relación del comportamiento organizacional y la motivación de los colaboradores de la unidad de investigación de mercado del Grupo El Comercio S.A. - Lima 2017 | Existe relación significativa entre el comportamiento organizacional y la motivación de los colaboradores de la unidad de investigación de mercado del Grupo El Comercio S.A. - Lima 2017 | | | | Comportamiento organizacional | El comportamiento organizacional es una disciplina académica que surgió como un conjunto interdisciplinario de conocimientos para estudiar el comportamiento humano en las organizaciones. Chiavenato (2015, p.6). | Para operar la variable de estudio del Comportamiento organizacional, se aplicó una encuesta a los colaboradores del Grupo El Comercio S.A., se evaluó cada dimensión con precisión y detalle, por esa razón se siguió ciertos criterios, ya que estos se presentaron como indicadores, los cuales permitieron elaborar una encuesta y así procesar los datos. La muestra fue censal puesto que se seleccionó al 100 % del área y estuvo conformada por 30 personas a los que se les aplicó un cuestionario con escala de Likert. | Desempeño | Grupos | 1 | 1= Nunca 2= Casi nunca 3= A veces 4= Casi siempre 5= Siempre | Inadecuado 82 - 97 Adecuado 98 - 110 Muy adecuado 111 - 129 | | | |
| | | | | | | | | | | Personas | 2,3 | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | Compromiso | Productividad | 4 |
| | | | | | | | | | | | | | | | Disponibilidad | 5 |
| | | | | | | | | | | | | | | Fidelidad | Absentismo | 6 |
| | | | | | | | | | | | | | | | Supervisión | 7,8 |
| | | | | | | | | | | | | | | Satisfacción en el trabajo | Rotación de personal | 9 |
| | | | | | | | | | | | | | | | Capacitación | 10 |
| | | | | | | | | | | | | | | | Adaptabilidad | 11 |
| | | | | | | | | | Ciudadanía organizacional | Clima organizacional | 12,13 | | | | | |
| | | | | | | Motivación | 14 | | | | | | | | | |
| | | | | | | | Comportamiento | 15 | | | | | | | | |
| | | | | | | | Estabilidad laboral | 16,17 | | | | | | | | |
| | | | | | | | Deberes del trabajo | 18 | | | | | | | | |
| | | | | | | | Normas laborales | 19 | | | | | | | | |
| | | | Motivación | La motivación es el conjunto de fuerzas internas y externas que hacen que un empleado elija un curso de acción y se conduzca de ciertas maneras. Desde un punto de vista ideal, estas conductas se dirigirán al logro de una meta organizacional. Newstrom (2011, pg.107). | Para operar la variable de estudio de Motivación, se aplicó una encuesta a los colaboradores del Grupo El Comercio S.A., se evaluó cada dimensión con precisión y detalle, por esa razón siguió ciertos criterios, ya que estos se presentaron como indicadores, los cuales permitieron elaborar una encuesta y así procesar los datos. La muestra fue censal puesto que se seleccionó al 100 % del área y estuvo conformada por 30 personas a los que se les aplicó un cuestionario con escala de Likert. | Variable 2: Motivación | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | Dimensiones | Indicadores | Ítems | Escala de medición | Nivel y rango | | | |
| | | | | | | | | | Motivación del logro | Objetivos | 20 | 1= Nunca 2= Casi nunca 3= A veces 4= Casi siempre 5= Siempre | Inadecuado 80 - 95 Adecuado 96 - 109 Muy adecuado 110 - 125 | | | |
| | | | | | | | | | | Éxito | 21,22 | | | | | |
| | | | | | | | | | | Realimentación | 23 | | | | | |
| | | | | | | | | | Motivación de afiliación | Expectativas | 24,25 | | | | | |
| | | | | | | | | | | Comunidad | 26 | | | | | |
| | | | | | | | | | Motivación de poder | Sentimientos personales | 27,28 | | | | | |
| | | | | | | | | | | Consideración | 29 | | | | | |
| | | | | | | | | | | Relaciones interpersonales | 30,31 | | | | | |
| | | | | | | | Control | 32 | | | | | | | | |
| | | | | | | | Cambiar situaciones | 33, 34 | | | | | | | | |
| | | | | | | | Influir | 35, 36 | | | | | | | | |

Anexo D

Instrumentos de la variable

Cuestionario de la variable comportamiento organizacional

A continuación, se le presenta una serie de preguntas que deberá responder de acuerdo a su punto de vista. Estas serán utilizadas en el proceso de investigación, el cual busca conocer el comportamiento organizacional y la motivación de los trabajadores del área de atención al cliente del Grupo El Comercio S.A. - Lima 2017. Los datos serán manejados confidencialmente.

Sexo:

 F M

 Edad: 21 - 30 31 - 40 41 - 50 51 - 60

| Nº | Escala |
|----|--------------|
| 1 | Nunca |
| 2 | Casi nunca |
| 3 | A veces |
| 4 | Casi siempre |
| 5 | Siempre |

Instrucciones:

En la siguiente encuesta, se presenta un conjunto de característica acerca del comportamiento organizacional, cada una de ellas va seguida de cinco posibles alternativas de respuesta que debes calificar. Responde encerrando en un aspa la alternativa elegida, teniendo en cuenta los siguientes criterios.

| Comportamiento organizacional | | | Escala de medición | | | | |
|-----------------------------------|----|--|--------------------|---|---|---|---|
| Dimensiones | Nº | Ítems | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Desempeño | | | | | | | |
| Grupos | 1 | Cree usted que los objetivos de su grupo de trabajo están claros. | | | | | |
| Personas | 2 | Considera que sus compañeros desempeñan sus funciones adecuadamente. | | | | | |
| | 3 | Cree que sus compañeros desarrollan sus actividades en un ambiente hostil. | | | | | |
| Productividad | 4 | Considera usted que los recursos que posee la empresa son suficientes para realizar actividades diarias. | | | | | |
| Compromiso | | | | | | | |
| Disponibilidad | 5 | Considera usted que la empresa le brinda disponibilidad de horarios para crecer profesionalmente. | | | | | |
| Absentismo | 6 | Siente usted que dentro del equipo de trabajo existen personas que son reservadas respecto a información confidencial. | | | | | |
| Supervisión | 7 | Cree usted que si tuviera un problema personal tendría el apoyo moral de su supervisor. | | | | | |
| | 8 | Su supervisor se involucra en las actividades que usted realiza y es consciente de su esfuerzo. | | | | | |
| Fidelidad | | | | | | | |
| Rotación de personal | 9 | Cree usted que la rotación de personal influye en el cumplimiento de los objetivos del área. | | | | | |
| Capacitación | 10 | Considera usted que las capacitaciones deben ser parte de la motivación al buen desempeño. | | | | | |
| Adaptabilidad | 11 | Considera usted que una buena comunicación es necesaria para la adaptabilidad de los nuevos integrantes del equipo. | | | | | |
| Satisfacción en el trabajo | | | | | | | |
| Clima organizacional | 12 | Cree usted que el ambiente donde realiza sus funciones es el adecuado respecto al ruido. | | | | | |
| | 13 | Considera que la empresa le brinda tecnología que le permite tener una ventaja competitiva. | | | | | |
| Motivación | 14 | Usted considera que recibe reconocimiento por parte de su líder cuando realiza sus funciones con efectividad. | | | | | |
| Comportamiento | 15 | Siente usted un comportamiento adecuado de sus compañeros en el logro de las metas mensuales. | | | | | |
| Ciudadanía organizacional | | | | | | | |
| Estabilidad laboral | 16 | Considera usted que existe estabilidad laboral en la empresa lo que hace que su rendimiento sea óptimo. | | | | | |
| | 17 | Considera usted que su estabilidad laboral está basada en la influencia de sus compañeros. | | | | | |
| Deberes del trabajo | 18 | Cumple con las órdenes del jefe en el ejercicio regular de las funciones asignadas. | | | | | |
| Normas laborales | 19 | Cumple con las normas laborales impuestas por los superiores. | | | | | |

Anexo E

Cuestionario de la variable motivación

A continuación, se le presenta una serie de preguntas que deberá responder de acuerdo a su punto de vista. Estas serán utilizadas en el proceso de investigación, el cual busca conocer el comportamiento organizacional y la motivación de los trabajadores del área de atención al cliente del Grupo El Comercio S.A. - Lima 2017. Los datos serán manejados confidencialmente.

| Nº | Escala |
|----|--------------|
| 1 | Nunca |
| 2 | Casi nunca |
| 3 | A veces |
| 4 | Casi siempre |
| 5 | Siempre |

Sexo: F M

Edad: 21 - 30 31 - 40 41 - 50 51 - 60

Instrucciones:

En la siguiente encuesta, se presenta un conjunto de característica acerca del comportamiento organizacional, cada una de ellas va seguida de cinco posibles alternativas de respuesta que debes calificar. Responde encerrando en un aspa la alternativa elegida, teniendo en cuenta los siguientes criterios.

| Motivación | | | Escala de medición | | | | |
|---------------------------------|----|--|--------------------|---|---|---|---|
| Dimensiones | Nº | Ítems | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Motivación de logro | | | | | | | |
| Objetivos | 20 | Cree usted que tiene la capacidad profesional para lograr los objetivos de la empresa. | | | | | |
| Éxito | 21 | Considera que su jefe lo motiva para lograr el éxito profesional dentro de la empresa. | | | | | |
| | 22 | Siente que en la empresa existe ausencia de metas. | | | | | |
| Realimentación | 23 | Siente la necesidad de ser capacitado continuamente para el logro de los objetivos en la empresa. | | | | | |
| Expectativas | 24 | Cree usted que la empresa es de alto nivel competitivo en su rubro. | | | | | |
| | 25 | Cree que si continúa esmerándose en realizar su trabajo le consideraran un ascenso. | | | | | |
| Motivación de afiliación | | | | | | | |
| Comunidad | 26 | Busco ser aceptado constantemente por mi entorno laboral pero no lo demuestro. | | | | | |
| Sentimientos personales | 27 | Tiene problemas para identificar cuando sus compañeros necesitan de su apoyo. | | | | | |
| | 28 | Considera que su jefe no cuenta con la capacidad para identificar situaciones personales que afectan su productividad. | | | | | |
| Consideración | 29 | Cree usted que es recompensado cuando cumple con las metas del mes. | | | | | |
| Relaciones interpersonales | 30 | Ayudo a mis compañeros a superar problemas relacionados con el trabajo. | | | | | |
| | 31 | Cree usted que es una persona que está acostumbrado a construir relaciones cercanas en su entorno laboral. | | | | | |
| Motivación de poder | | | | | | | |
| Control | 32 | Siente la presión de sus supervisores al punto de pensar en renunciar. | | | | | |
| Cambiar situaciones | 33 | Cree usted que el jefe es considerado como una persona que cambia respecto a objetivos institucionales. | | | | | |
| | 34 | Le gusta cambiar las situaciones negativas por una mejoría en su equipo de trabajo. | | | | | |
| Influir | 35 | Cree que su jefe influye en sus decisiones. | | | | | |
| | 36 | Tiene la capacidad para influir en acciones que lleven a una estabilidad de la empresa. | | | | | |

Encuesta del comportamiento organizacional y motivación de los colaboradores de la unidad de investigación de mercado del Grupo El Comercio S.A. - Lima 201

A continuación, se le presenta una serie de preguntas que deberá responder de acuerdo a su punto de vista. Estas serán utilizadas en el proceso de investigación, el cual busca conocer el comportamiento organizacional y la motivación de los trabajadores del área de atención al cliente del Grupo El Comercio S.A. - Lima 2017. Los datos serán manejados confidencialmente.

Sexo: F M Edad: 21 - 30 31 - 40 41 - 50 51 - 60

| Nº | ESCALA |
|----|--------------|
| 1 | Nunca |
| 2 | Casi nunca |
| 3 | A veces |
| 4 | Casi siempre |
| 5 | Siempre |

Instrucciones:

En la siguiente encuesta, se presenta un conjunto de característica acerca del comportamiento organizacional, cada una de ellas va seguida de cinco posibles alternativas de respuesta que debes calificar. Responde encerrando en un aspa la alternativa elegida, teniendo en cuenta los siguientes criterios.

| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------------------|----|---|---|---|---|---|
| Desempeño | | | | | | |
| Grupos | 1 | ¿Cree usted que los objetivos de su grupo de trabajo están claros? | | | | |
| Personas | 2 | ¿Considera que sus compañeros desempeñan sus funciones adecuadamente? | | | | |
| | 3 | ¿Cree que sus compañeros desarrollan sus actividades en un ambiente hostil? | | | | |
| Productividad | 4 | ¿Considera usted que los recursos que posee la empresa son suficientes para realizar actividades diarias? | | | | |
| Compromiso | | | | | | |
| Disponibilidad | 5 | ¿Considera usted que la empresa le brinda disponibilidad de horarios para crecer profesionalmente? | | | | |
| Absentismo | 6 | ¿Siente usted que dentro del equipo de trabajo existen personas que son reservadas respecto a información confidencial? | | | | |
| Supervisión | 7 | ¿Cree usted que si tuviera un problema personal tendría el apoyo moral de su supervisor? | | | | |
| | 8 | ¿Su supervisor se involucra en las actividades que usted realiza y es consciente de su esfuerzo? | | | | |
| Fidelidad | | | | | | |
| Rotación de personal | 9 | ¿Cree usted que la rotación de personal influye en el cumplimiento de los objetivos del área? | | | | |
| Capacitación | 10 | ¿Considera usted que las capacitaciones deben ser parte de la motivación al buen desempeño? | | | | |
| Adaptabilidad | 11 | ¿Considera usted que una buena comunicación es necesaria para la adaptabilidad de los nuevos integrantes del equipo? | | | | |
| Satisfacción en el trabajo | | | | | | |

| | | | | | | | | |
|----------------------------------|----|---|--|--|--|--|--|--|
| Clima organizacional | 12 | ¿Cree usted que el ambiente donde realiza sus funciones es el adecuado respecto al ruido? | | | | | | |
| | 13 | ¿Considera que la empresa le brinda tecnología que le permite tener una ventaja competitiva? | | | | | | |
| Motivación | 14 | ¿Usted considera que recibe reconocimiento por parte de su líder cuando realiza sus funciones con efectividad? | | | | | | |
| Comportamiento | 15 | ¿Siente usted un comportamiento adecuado de sus compañeros en el logro de las metas mensuales? | | | | | | |
| Ciudadanía organizacional | | | | | | | | |
| Estabilidad laboral | 16 | ¿Considera usted que existe estabilidad laboral en la empresa lo que hace que su rendimiento sea óptimo? | | | | | | |
| | 17 | ¿Considera usted que su estabilidad laboral está basada en la influencia de sus compañeros? | | | | | | |
| Deberes del trabajo | 18 | ¿Cumple con las órdenes del jefe en el ejercicio regular de las funciones asignadas? | | | | | | |
| Normas laborales | 19 | ¿Cumple con las normas laborales impuestas por los superiores? | | | | | | |
| Motivación del logro | | | | | | | | |
| Objetivos | 20 | ¿Cree usted que tiene la capacidad profesional para lograr los objetivos de la empresa? | | | | | | |
| Éxito | 21 | ¿Considera que su jefe lo motiva para lograr el éxito profesional dentro de la empresa? | | | | | | |
| | 22 | ¿Siente que en la empresa existe ausencia de metas? | | | | | | |
| Realimentación | 23 | ¿Siente la necesidad de ser capacitado continuamente para el logro de los objetivos en la empresa? | | | | | | |
| Expectativas | 24 | ¿Cree usted que la empresa es de alto nivel competitivo en su rubro? | | | | | | |
| | 25 | ¿Cree que si continúa esmerándose en realizar su trabajo le consideraran un ascenso? | | | | | | |
| Motivación de afiliación | | | | | | | | |
| Comunidad | 26 | ¿Busco ser aceptado constantemente por mi entorno laboral pero no lo demuestro? | | | | | | |
| Sentimientos personales | 27 | ¿Tiene problemas para identificar cuando sus compañeros necesitan de su apoyo? | | | | | | |
| | 28 | ¿Considera que su jefe no cuenta con la capacidad para identificar situaciones personales que afectan su productividad? | | | | | | |
| Consideración | 29 | ¿Cree usted que es recompensado cuando cumple con las metas del mes? | | | | | | |
| Relaciones interpersonales | 30 | ¿Ayudo a mis compañeros a superar problemas relacionados con el trabajo? | | | | | | |
| | 31 | ¿Cree usted que es una persona que está acostumbrado a construir relaciones cercanas en su entorno laboral? | | | | | | |
| Motivación de poder | | | | | | | | |
| Control | 32 | ¿Siente la presión de sus supervisores al punto de pensar en renunciar? | | | | | | |
| Cambiar situaciones | 33 | ¿Cree usted que el jefe es considerado como una persona que cambia respecto a objetivos institucionales? | | | | | | |
| | 34 | ¿Le gusta cambiar las situaciones negativas por una mejoría en su equipo de trabajo? | | | | | | |
| Influir | 35 | ¿Cree que su jefe influye en sus decisiones? | | | | | | |
| | 36 | ¿Tiene la capacidad para influir en acciones que lleven a una estabilidad de la empresa? | | | | | | |

Anexo F

VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO
DE INVESTIGACIÓN**
I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres del validador: Dr. Mg. Dr. Inocencio Salvador Cerna Jota
 1.2 Cargo e institución donde labora: Coord. de Investigación PEPA
 1.3 Especialidad del validador: Economista - Metrología
 1.4 Nombre del instrumento y finalidad de su aplicación: Questionario sobre Comportamiento Organizacional y
 1.5 Título de la Investigación: Comportamiento Organizacional y Motivación en el B.E.C. Motivación
 1.6 Autor del Instrumento: Luzhy Estrada Calle

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

| CRITERIOS | INDICADORES | Deficiente | Regular | Buena | Muy Buena | Excelente |
|------------------------|---|------------|---------|--------|-----------|-----------|
| | | 10-20% | 21-40% | 41-60% | 61-80% | 81-100% |
| 1. CLARIDAD | Esta formulado con lenguaje apropiado y específico | | | | | ✓ |
| 2. OBJETIVIDAD | Este expresado en conductas observables | | | | | ✓ |
| 3. ACTUALIDAD | Adecuado al avance de la ciencia y tecnología | | | | | ✓ |
| 4. SUFICIENCIA | Comprende los aspectos en cantidad y calidad | | | | | ✓ |
| 5. INTENCIONALIDAD | Adecuado para valorar aspectos de las estrategias | | | | | ✓ |
| 6. CONSISTENCIA | Basado en aspectos teórico-científicos | | | | | ✓ |
| 7. COHERENCIA | Entre los ítems, indicadores y las dimensiones | | | | | ✓ |
| 8. METODOLOGÍA | La estrategia responde al propósito del diagnóstico | | | | | ✓ |
| 9. PERTINENCIA | El instrumento es funcional para el propósito de la investigación | | | | | ✓ |
| PROMEDIO DE VALIDACIÓN | | | | | | 81% |

Pertinencia de los ítems o reactivos del instrumento:**Primera variable:**

| INSTRUMENTO | SUFICIENTE | MEDIAMENTE SUFICIENTE | INSUFICIENTE |
|-------------|------------|-----------------------|--------------|
| Item 1 | ✓ | | |
| Item 2 | ✓ | | |
| Item 3 | ✓ | | |
| Item 4 | ✓ | | |
| Item 5 | ✓ | | |
| Item 6 | ✓ | | |
| Item 7 | ✓ | | |
| Item 8 | ✓ | | |
| Item 9 | ✓ | | |

| | | | |
|---------|---|--|--|
| Item 10 | / | | |
| Item 11 | / | | |
| Item 12 | / | | |
| Item 13 | / | | |
| Item 14 | / | | |
| Item 15 | / | | |
| Item 16 | / | | |
| Item 17 | / | | |
| Item 18 | / | | |
| Item 19 | / | | |

La evaluación se realiza de todos los ítems de la primera variable

Segunda variable:

| INSTRUMENTO | SUFICIENTE | MEDIANAMENTE SUFICIENTE | INSUFICIENTE |
|-------------|------------|----------------------------|--------------|
| Item 1 | | | |
| Item 2 | | | |
| Item 3 | | | |
| Item 4 | | | |
| Item 5 | | | |
| Item 6 | | | |
| Item 7 | | | |
| Item 8 | | | |
| Item 9 | | | |
| Item 10 | | | |
| Item 11 | | | |
| Item 12 | | | |
| Item 13 | | | |
| Item 14 | | | |
| Item 15 | | | |
| Item 16 | | | |
| Item 17 | | | |

La evaluación se realiza de todos los ítems de la segunda variable

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 81 %. V. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha:

.....
 DR. MANUEL BALBUENA GARCÍA BUSTO
 DOCENTE ASISTENTE DE TERCER
 DNI 7026111

Firma del Experto Informante.

DNI. Nº 10248111 Teléfono Nº 942796627

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO
 DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres del validador.: Dr/ Mg. Juanjo Acuña Neri
 1.2 Cargo e Institución donde labora: DTC-UCV
 1.3 Especialidad del validador: DR. Administración - Temático
 1.4 Nombre del Instrumento y finalidad de su aplicación: Instrumento sobre CO y Motivación
 1.5 Título de la Investigación: Competencias Organizacional y Motivación del GEC
 1.6 Autor del Instrumento: Leslye Estrada Calle

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

| CRITERIOS | INDICADORES | Deficiente | Regular | Buena | Muy Buena | Excelente |
|------------------------|---|------------|---------|--------|-----------|-----------|
| | | 00-20% | 21-40% | 41-60% | 61-80% | 81-100% |
| 1. CLARIDAD | Este formulado con lenguaje apropiado y específico | | | | | ✓ |
| 2. OBJETIVIDAD | Este expresado en conductas observables | | | | | ✓ |
| 3. ACTUALIDAD | Adecuado al avance de la ciencia y tecnología | | | | | ✓ |
| 4. SUFICIENCIA | Comprende los aspectos en cantidad y calidad | | | | | ✓ |
| 5. INTENCIONALIDAD | Adecuado para valorar aspectos de las estrategias | | | | | ✓ |
| 6. CONSISTENCIA | Basado en aspectos teóricos-científicos | | | | | ✓ |
| 7. COHERENCIA | Entre los ítems, indicadores y las dimensiones | | | | | ✓ |
| 8. METODOLOGÍA | La estrategia responde al propósito del diagnóstico | | | | | ✓ |
| 9. PERTINENCIA | El instrumento es funcional para el propósito de la investigación | | | | | ✓ |
| PROMEDIO DE VALIDACIÓN | | | | | | 84% |

Pertinencia de los ítems o reactivos del instrumento:

Primera variable:

| INSTRUMENTO | SUFICIENTE | MEDIANAMENTE SUFICIENTE | INSUFICIENTE |
|-------------|------------|-------------------------|--------------|
| Item 1 | ✓ | | |
| Item 2 | ✓ | | |
| Item 3 | ✓ | | |
| Item 4 | ✓ | | |
| Item 5 | ✓ | | |
| Item 6 | ✓ | | |
| Item 7 | ✓ | | |
| Item 8 | ✓ | | |
| Item 9 | ✓ | | |

| | | | |
|---------|---|--|--|
| Item 10 | ✓ | | |
| Item 11 | ✓ | | |
| Item 12 | ✓ | | |
| Item 13 | ✓ | | |
| Item 14 | ✓ | | |
| Item 15 | ✓ | | |
| Item 16 | ✓ | | |
| Item 17 | ✓ | | |
| Item 18 | ✓ | | |
| Item 19 | ✓ | | |

La evaluación se realiza de todos los Items de la primera variable

Segunda variable:

| INSTRUMENTO | SUFICIENTE | MEDIANAMENTE SUFICIENTE | INSUFICIENTE |
|-------------|------------|----------------------------|--------------|
| Item 1 | ✓ | | |
| Item 2 | ✓ | | |
| Item 3 | ✓ | | |
| Item 4 | ✓ | | |
| Item 5 | ✓ | | |
| Item 6 | ✓ | | |
| Item 7 | ✓ | | |
| Item 8 | ✓ | | |
| Item 9 | ✓ | | |
| Item 10 | ✓ | | |
| Item 11 | ✓ | | |
| Item 12 | ✓ | | |
| Item 13 | ✓ | | |
| Item 14 | ✓ | | |
| Item 15 | ✓ | | |
| Item 16 | ✓ | | |
| Item 17 | ✓ | | |


La evaluación se realiza de todos los Items de la segunda variable

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 84 %. V. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

El Instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

El Instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha:


Firma del Experto Informante.

DNI. Nº 28270121 Teléfono Nº 996379560

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO
 DE INVESTIGACIÓN**
I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres del validador: Dr/ Mg. Sardovel Nizama Gamazo Edwin.
 1.2 Cargo e institución donde labora: Coordinador DTC / Asesora.
 1.3 Especialidad del validador: Psicólogo.
 1.4 Nombre del instrumento y finalidad de su aplicación: Asesoría sobre CO y Motivación
 1.5 Título de la Investigación: Comportamiento Organizacional y Motivación del GEC
 1.6 Autor del instrumento: Leidy Estrada Calle

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

| CRITERIOS | INDICADORES | Deficiente | Regular | Buena | Muy Buena | Excelente |
|------------------------|---|------------|---------|--------|-----------|-----------|
| | | 00-20% | 21-40% | 41-60% | 61-80% | 81-100% |
| 1. CLARIDAD | Fuete formulado con lenguaje adecuado y específico | | | | | / |
| 2. OBJETIVIDAD | Fuete expresado en conductas observables | | | | | / |
| 3. ACTUALIDAD | Adecuado al avance de la ciencia y tecnología | | | | | / |
| 4. SUFFICIENCIA | Covere los aspectos en cantidad y calidad | | | | | / |
| 5. INTENCIONALIDAD | Adecuado para evaluar aspectos de las estrategias | | | | | / |
| 6. CONSISTENCIA | Fuete en aspectos más técnicos | | | | | / |
| 7. COHERENCIA | Entre los ítems, indicadores y los dominios | | | | | / |
| 8. METODOLOGÍA | La estrategia responde al propósito del diagnóstico | | | | | / |
| 9. PERTINENCIA | El instrumento es funcional para el propósito de la investigación | | | | | / |
| PROMEDIO DE VALIDACIÓN | | | | | | 85% |

Pertinencia de los ítems o reactivos del instrumento:

Primera variable:

| INSTRUMENTO | SUFFICIENTE | MEDIANAMENTE SUFFICIENTE | INSUFFICIENTE |
|-------------|-------------|--------------------------|---------------|
| Ítem 1 | / | | |
| Ítem 2 | / | | |
| Ítem 3 | / | | |
| Ítem 4 | / | | |
| Ítem 5 | / | | |
| Ítem 6 | / | | |
| Ítem 7 | / | | |
| Ítem 8 | / | | |
| Ítem 9 | / | | |

| | | | |
|---------|--|--|--|
| Item 10 | | | |
| Item 11 | | | |
| Item 12 | | | |
| Item 13 | | | |
| Item 14 | | | |
| Item 15 | | | |
| Item 16 | | | |
| Item 17 | | | |
| Item 18 | | | |
| Item 19 | | | |

La evaluación se realiza de todos los ítems de la primera variable

Segunda variable:

| INSTRUMENTO | SUFICIENTE | MEDIANAMENTE SUFICIENTE | INSUFICIENTE |
|-------------|------------|----------------------------|--------------|
| Item 1 | | | |
| Item 2 | | | |
| Item 3 | | | |
| Item 4 | | | |
| Item 5 | | | |
| Item 6 | | | |
| Item 7 | | | |
| Item 8 | | | |
| Item 9 | | | |
| Item 10 | | | |
| Item 11 | | | |
| Item 12 | | | |
| Item 13 | | | |
| Item 14 | | | |
| Item 15 | | | |
| Item 16 | | | |
| Item 17 | | | |


La evaluación se realiza de todos los ítems de la segunda variable

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 8.5 % V. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha:



Firma del Experto Informante.

DNI. N° 09614597 Teléfono N° 992244905

M.G. CPCC. Gerardo E. Sombrol Nizara.

Oficina de Investigación UCV - Lima - Este

Anexo G

Base de datos

Base de dato de la prueba piloto comportamiento organizacional

| Comportamiento organizacional | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------|-----------|---------|---------|---------|------------|---------|---------|---------|-----------|----------|----------|----------------------------|----------|----------|----------|---------------------------|----------|----------|----------|
| Encuestado | Preg. 1 | Preg. 2 | Preg. 3 | Preg. 4 | Preg. 5 | Preg. 6 | Preg. 7 | Preg. 8 | Preg. 9 | Preg. 10 | Preg. 11 | Preg. 12 | Preg. 13 | Preg. 14 | Preg. 15 | Preg. 16 | Preg. 17 | Preg. 18 | Preg. 19 |
| | Desempeño | | | | Compromiso | | | | Fidelidad | | | Satisfacción en el trabajo | | | | Ciudadanía organizacional | | | |
| 1 | 2 | 5 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 |
| 2 | 1 | 5 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 |
| 3 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 5 | 3 | 2 | 1 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 |
| 4 | 4 | 5 | 2 | 5 | 2 | 2 | 2 | 1 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 |
| 5 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 5 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 |
| 6 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 7 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 8 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 |
| 9 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 |
| 10 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 |
| 11 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 |
| 12 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 |
| 13 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 5 | 3 | 2 | 1 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 |
| 14 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 |
| 15 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 5 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 |
| 16 | 4 | 4 | 2 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 17 | 2 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 1 | 5 | 5 | 3 | 2 | 3 | 5 | 1 | 3 | 5 | 5 |
| 18 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 |
| 19 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 3 | 4 | 4 |
| 20 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 |
| 21 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 |
| 22 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 5 | 3 | 2 | 1 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 |
| 23 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 |
| 24 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 5 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 |
| 25 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 26 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 |
| 27 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 5 | 3 | 2 | 1 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 |
| 28 | 3 | 4 | 2 | 3 | 5 | 3 | 3 | 2 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 5 | 5 |
| 29 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 30 | 4 | 3 | 2 | 5 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 |

Base de dato de la prueba piloto motivación

| Motivación | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|------------|----------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------------------|---------|---------|----------|----------|----------|--------------------------|----------|----------|----------|----------|--|
| Encuestado | Preg. 1 | Preg. 2 | Preg. 3 | Preg. 4 | Preg. 5 | Preg. 6 | Preg. 7 | Preg. 8 | Preg. 9 | Preg. 10 | Preg. 11 | Preg. 12 | Preg. 13 | Preg. 14 | Preg. 15 | Preg. 16 | Preg. 17 | |
| | Motivación del logro | | | | | | Motivación de poder | | | | | | Motivación de afiliación | | | | | |
| 1 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | |
| 2 | 1 | 2 | 4 | 4 | 1 | 1 | 3 | 4 | 2 | 1 | 3 | 4 | 1 | 1 | 5 | 4 | 4 | |
| 3 | 1 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | |
| 4 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 3 | 1 | 4 | 2 | 1 | 1 | 4 | 1 | 2 | 1 | 4 | 4 | |
| 5 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 5 | 2 | 5 | 4 | 4 | |
| 6 | 1 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 7 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | |
| 8 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | |
| 9 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | |
| 10 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | |
| 11 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | |
| 12 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 5 | 2 | 5 | 4 | 4 | |
| 13 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | |
| 14 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 1 | 3 | 4 | 5 | 2 | 5 | 4 | 4 | |
| 15 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 5 | 2 | 5 | 4 | 3 | |
| 16 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | |
| 17 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 1 | 2 | 5 | 3 | 4 | |
| 18 | 5 | 5 | 1 | 4 | 4 | 5 | 1 | 1 | 5 | 4 | 5 | 5 | 1 | 1 | 5 | 1 | 3 | |
| 19 | 4 | 3 | 3 | 5 | 1 | 1 | 2 | 3 | 3 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | |
| 20 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | |
| 21 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 4 | 4 | |
| 22 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | |
| 23 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 1 | 3 | 4 | 5 | 2 | 5 | 4 | 4 | |
| 24 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4 | 2 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | |
| 25 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | |
| 26 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 1 | 3 | 4 | 5 | 2 | 5 | 4 | 4 | |
| 27 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | |
| 28 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | |
| 29 | 1 | 4 | 1 | 4 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 5 | 1 | 1 | |
| 30 | 4 | 3 | 2 | 5 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 5 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | |

Anexo H

Resultados de las pruebas piloto

Resultado de la confiabilidad de la variable comportamiento organizacional

| Comportamiento organizacional | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------|---------|---------|---------|---------|----|---------|---------|---------|---------|----|---------|----------|----------|----|----------|----------|----------|----------|----|----------|----------|----------|----------|----|----|
| Encuestado | preg. 1 | preg. 2 | preg. 3 | preg. 4 | | preg. 5 | preg. 6 | preg. 7 | preg. 8 | | preg. 9 | preg. 10 | preg. 11 | | preg. 12 | preg. 13 | preg. 14 | preg. 15 | | preg. 16 | preg. 17 | preg. 18 | preg. 19 | | |
| | D1 | | | | | D2 | | | | | D3 | | | | D4 | | | | | D5 | | | | | |
| Encues. 1 | 2 | 5 | 3 | 2 | 12 | 2 | 3 | 2 | 2 | 9 | 3 | 4 | 3 | 19 | 2 | 2 | 2 | 4 | 10 | 4 | 3 | 2 | 4 | 13 | 50 |
| Encues. 2 | 1 | 5 | 2 | 1 | 9 | 2 | 2 | 2 | 1 | 7 | 5 | 4 | 4 | 20 | 3 | 3 | 2 | 3 | 11 | 2 | 3 | 4 | 4 | 13 | 47 |
| Encues. 3 | 2 | 1 | 3 | 2 | 8 | 2 | 3 | 1 | 2 | 8 | 3 | 5 | 3 | 19 | 2 | 1 | 2 | 4 | 9 | 4 | 3 | 2 | 4 | 13 | 44 |
| Encues. 4 | 4 | 5 | 2 | 5 | 16 | 2 | 2 | 2 | 1 | 7 | 4 | 4 | 4 | 19 | 3 | 3 | 2 | 3 | 11 | 2 | 3 | 4 | 4 | 13 | 53 |
| Encues. 5 | 2 | 2 | 3 | 2 | 9 | 2 | 3 | 2 | 2 | 9 | 3 | 5 | 3 | 20 | 2 | 2 | 2 | 4 | 10 | 4 | 3 | 2 | 4 | 13 | 48 |
| Encues. 6 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | 3 | 3 | 3 | 4 | 13 | 3 | 3 | 3 | 22 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 66 |
| Encues. 7 | 2 | 3 | 3 | 3 | 11 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 | 4 | 3 | 3 | 25 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 67 |
| Encues. 8 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | 4 | 4 | 4 | 27 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 3 | 3 | 4 | 5 | 15 | 69 |
| Encues. 9 | 3 | 4 | 3 | 4 | 14 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 3 | 4 | 3 | 25 | 3 | 3 | 4 | 4 | 14 | 3 | 3 | 4 | 5 | 15 | 68 |
| Encues. 10 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | 3 | 3 | 4 | 25 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 3 | 3 | 4 | 5 | 15 | 67 |
| Encues. 11 | 2 | 2 | 3 | 2 | 9 | 2 | 3 | 2 | 2 | 9 | 3 | 4 | 3 | 19 | 2 | 2 | 2 | 4 | 10 | 4 | 3 | 2 | 4 | 13 | 47 |
| Encues. 12 | 1 | 2 | 2 | 1 | 6 | 2 | 2 | 2 | 1 | 7 | 5 | 4 | 4 | 20 | 3 | 3 | 2 | 3 | 11 | 2 | 3 | 4 | 4 | 13 | 44 |
| Encues. 13 | 2 | 1 | 3 | 2 | 8 | 2 | 3 | 1 | 2 | 8 | 3 | 5 | 3 | 19 | 2 | 1 | 2 | 4 | 9 | 4 | 3 | 2 | 4 | 13 | 44 |
| Encues. 14 | 1 | 2 | 2 | 1 | 6 | 2 | 2 | 2 | 1 | 7 | 4 | 4 | 4 | 19 | 3 | 3 | 2 | 3 | 11 | 2 | 3 | 4 | 4 | 13 | 43 |
| Encues. 15 | 2 | 2 | 3 | 2 | 9 | 2 | 3 | 2 | 2 | 9 | 3 | 5 | 3 | 20 | 2 | 2 | 2 | 4 | 10 | 4 | 3 | 2 | 4 | 13 | 48 |
| Encues. 16 | 4 | 4 | 2 | 4 | 14 | 5 | 2 | 4 | 4 | 15 | 4 | 4 | 5 | 28 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 72 |
| Encues. 17 | 2 | 5 | 3 | 3 | 13 | 3 | 3 | 4 | 3 | 13 | 1 | 5 | 5 | 24 | 3 | 2 | 3 | 5 | 13 | 1 | 3 | 5 | 5 | 14 | 63 |
| Encues. 18 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 4 | 5 | 5 | 32 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 4 | 1 | 4 | 4 | 13 | 86 |
| Encues. 19 | 2 | 3 | 3 | 1 | 9 | 2 | 4 | 3 | 3 | 12 | 4 | 5 | 5 | 26 | 2 | 2 | 3 | 3 | 10 | 1 | 3 | 4 | 4 | 12 | 57 |
| Encues. 20 | 2 | 2 | 3 | 2 | 9 | 2 | 3 | 2 | 2 | 9 | 3 | 4 | 3 | 19 | 2 | 2 | 2 | 4 | 10 | 4 | 3 | 2 | 4 | 13 | 47 |
| Encues. 21 | 1 | 2 | 2 | 1 | 6 | 2 | 2 | 2 | 1 | 7 | 5 | 4 | 4 | 20 | 3 | 3 | 2 | 3 | 11 | 2 | 3 | 4 | 4 | 13 | 44 |
| Encues. 22 | 2 | 1 | 3 | 2 | 8 | 2 | 3 | 1 | 2 | 8 | 3 | 5 | 3 | 19 | 2 | 1 | 2 | 4 | 9 | 4 | 3 | 2 | 4 | 13 | 44 |
| Encues. 23 | 1 | 2 | 2 | 1 | 6 | 2 | 2 | 2 | 1 | 7 | 4 | 4 | 4 | 19 | 3 | 3 | 2 | 3 | 11 | 2 | 3 | 4 | 4 | 13 | 43 |
| Encues. 24 | 2 | 2 | 3 | 2 | 9 | 2 | 3 | 2 | 2 | 9 | 3 | 5 | 3 | 20 | 2 | 2 | 2 | 4 | 10 | 4 | 3 | 2 | 4 | 13 | 48 |
| Encues. 25 | 4 | 5 | 4 | 3 | 16 | 4 | 3 | 4 | 3 | 14 | 4 | 5 | 4 | 27 | 4 | 4 | 3 | 5 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 73 |
| Encues. 26 | 1 | 2 | 2 | 1 | 6 | 2 | 2 | 2 | 1 | 7 | 5 | 4 | 4 | 20 | 3 | 3 | 2 | 3 | 11 | 2 | 3 | 4 | 4 | 13 | 44 |
| Encues. 27 | 2 | 1 | 3 | 2 | 8 | 2 | 3 | 1 | 2 | 8 | 3 | 5 | 3 | 19 | 2 | 1 | 2 | 4 | 9 | 4 | 3 | 2 | 4 | 13 | 44 |
| Encues. 28 | 3 | 4 | 2 | 3 | 12 | 5 | 3 | 3 | 2 | 13 | 4 | 5 | 5 | 27 | 4 | 4 | 3 | 3 | 14 | 2 | 2 | 5 | 5 | 14 | 66 |
| Encues. 29 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 3 | 4 | 3 | 4 | 14 | 5 | 5 | 5 | 29 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 74 |
| Encues. 30 | 4 | 3 | 2 | 5 | 14 | 3 | 2 | 3 | 3 | 11 | 4 | 5 | 5 | 25 | 4 | 4 | 3 | 3 | 14 | 4 | 3 | 4 | 5 | 16 | 64 |

Resultado de la confiabilidad de la prueba piloto de la variable comportamiento organizacional

| | |
|------------------|-------------|
| Alfa de Cronbach | N° de ítems |
| ,906 | 19 |

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 |
|----------|--|---|---|---|
| VAR00002 | 56,70 | 89,183 | ,820 | ,874 |
| VAR00003 | 56,17 | 90,006 | ,618 | ,883 |
| VAR00001 | 56,30 | 100,907 | ,439 | ,888 |
| VAR00004 | 56,67 | 90,230 | ,722 | ,878 |
| VAR00005 | 56,43 | 91,978 | ,797 | ,876 |
| VAR00006 | 56,23 | 101,909 | ,392 | ,889 |
| VAR00007 | 56,53 | 89,154 | ,850 | ,873 |
| VAR00008 | 56,73 | 89,444 | ,809 | ,875 |
| VAR00009 | 55,50 | 106,879 | ,021 | ,900 |
| VAR00010 | 54,77 | 109,220 | ,116 | ,900 |
| VAR00011 | 55,33 | 99,609 | ,485 | ,887 |
| VAR00012 | 56,23 | 94,875 | ,757 | ,879 |
| VAR00013 | 56,33 | 92,161 | ,723 | ,879 |
| VAR00014 | 56,47 | 93,706 | ,834 | ,877 |
| VAR00015 | 55,40 | 104,317 | ,285 | ,892 |
| VAR00016 | 55,97 | 105,206 | ,080 | ,901 |
| VAR00017 | 56,03 | 105,964 | ,121 | ,895 |
| VAR00018 | 55,70 | 95,459 | ,546 | ,885 |
| VAR00019 | 54,90 | 103,472 | ,502 | ,889 |

Resultado de confiabilidad de la variable motivación

| Motivación | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|----|---------|---------|---------|----------|----------|----------|----|----------|----------|----------|----------|----------|----|----|
| Encuestado | preg. 1 | preg. 2 | preg. 3 | preg. 4 | preg. 5 | preg. 6 | | preg. 7 | preg. 8 | preg. 9 | preg. 10 | preg. 11 | preg. 12 | | preg. 13 | preg. 14 | preg. 15 | preg. 16 | preg. 17 | | |
| | D1 | | | | | | | D2 | | | | | | | D3 | | | | | | |
| Encues. 1 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 13 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 12 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 13 | 38 |
| Encues. 2 | 1 | 2 | 4 | 4 | 1 | 1 | 10 | 3 | 4 | 2 | 1 | 3 | 4 | 10 | 1 | 1 | 5 | 4 | 4 | 14 | 34 |
| Encues. 3 | 1 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 13 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 12 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 13 | 38 |
| Encues. 4 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 3 | 8 | 1 | 4 | 2 | 1 | 1 | 4 | 8 | 1 | 2 | 1 | 4 | 4 | 11 | 27 |
| Encues. 5 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 13 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 12 | 5 | 2 | 5 | 4 | 4 | 15 | 40 |
| Encues. 6 | 1 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 13 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 48 |
| Encues. 7 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 | 5 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 15 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 15 | 45 |
| Encues. 8 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 | 44 |
| Encues. 9 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 14 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 14 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 43 |
| Encues. 10 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 14 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 44 |
| Encues. 11 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 12 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 12 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 13 | 37 |
| Encues. 12 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 16 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 12 | 5 | 2 | 5 | 4 | 4 | 15 | 43 |
| Encues. 13 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 13 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 12 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 13 | 38 |
| Encues. 14 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 13 | 3 | 4 | 2 | 1 | 3 | 4 | 10 | 5 | 2 | 5 | 4 | 4 | 15 | 38 |
| Encues. 15 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 13 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 12 | 5 | 2 | 5 | 4 | 3 | 14 | 39 |
| Encues. 16 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 12 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 13 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 14 | 39 |
| Encues. 17 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 10 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 13 | 1 | 2 | 5 | 3 | 4 | 14 | 37 |
| Encues. 18 | 5 | 5 | 1 | 4 | 4 | 5 | 14 | 1 | 1 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 | 1 | 1 | 5 | 1 | 3 | 10 | 43 |
| Encues. 19 | 4 | 3 | 3 | 5 | 1 | 1 | 10 | 2 | 3 | 3 | 1 | 5 | 5 | 14 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 43 |
| Encues. 20 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 13 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 12 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 13 | 38 |
| Encues. 21 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 5 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 5 | 1 | 2 | 1 | 4 | 4 | 11 | 21 |
| Encues. 22 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 13 | 42 |
| Encues. 23 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 13 | 3 | 4 | 2 | 1 | 3 | 4 | 10 | 5 | 2 | 5 | 4 | 4 | 15 | 38 |
| Encues. 24 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 14 | 4 | 5 | 4 | 2 | 3 | 4 | 13 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 46 |
| Encues. 25 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 13 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 | 40 |
| Encues. 26 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 13 | 3 | 4 | 2 | 1 | 3 | 4 | 10 | 5 | 2 | 5 | 4 | 4 | 15 | 38 |
| Encues. 27 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 13 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 12 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 13 | 38 |
| Encues. 28 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 14 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 14 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 | 43 |
| Encues. 29 | 1 | 4 | 1 | 4 | 1 | 2 | 8 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 2 | 1 | 5 | 1 | 1 | 8 | 20 |
| Encues. 30 | 4 | 3 | 2 | 5 | 4 | 2 | 13 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 5 | 15 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 14 | 42 |

Resultado de la confiabilidad de la prueba piloto de la variable motivación.

| | |
|------------------|-------------|
| Alfa de Cronbach | N° de ítems |
| ,833 | 17 |

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 |
|----------|--|---|--|---|
| VAR00020 | 51,00 | 72,345 | ,468 | ,822 |
| VAR00021 | 51,63 | 82,309 | ,030 | ,842 |
| VAR00022 | 51,03 | 71,620 | ,560 | ,816 |
| VAR00023 | 50,67 | 75,954 | ,415 | ,825 |
| VAR00024 | 51,40 | 73,283 | ,575 | ,817 |
| VAR00025 | 51,73 | 78,892 | ,200 | ,836 |
| VAR00026 | 51,20 | 70,786 | ,616 | ,813 |
| VAR00027 | 51,37 | 76,171 | ,361 | ,828 |
| VAR00028 | 51,43 | 74,116 | ,563 | ,818 |
| VAR00029 | 51,93 | 73,375 | ,439 | ,824 |
| VAR00030 | 50,83 | 70,075 | ,680 | ,809 |
| VAR00031 | 50,80 | 74,234 | ,518 | ,820 |
| VAR00032 | 50,93 | 68,961 | ,503 | ,821 |
| VAR00033 | 51,67 | 74,782 | ,469 | ,822 |
| VAR00034 | 50,13 | 74,947 | ,418 | ,825 |
| VAR00035 | 50,83 | 79,316 | ,209 | ,835 |
| VAR00036 | 50,73 | 78,961 | ,310 | ,830 |

Anexo I

Especificaciones de la variable: Comportamiento organizacional

| Variable I | Dimensiones | Cantidad de indicadores | Indicadores | Ítems | Escala de medición | Niveles y rangos |
|--------------------------------------|---|--|---|---|--|-----------------------|
| Comportamiento organizacional | Desempeño | 3 | Grupos | Los objetivos del grupo de trabajo están claros. | 1= Nunca 2= Casi nunca 3= A veces 4= Casi siempre 5= Siempre | Alto Medio Bajo |
| | | | Personas | Los compañeros desempeñan sus funciones adecuadamente. | | |
| | | | | Los compañeros desarrollan sus actividades en un ambiente hostil. | | |
| | Productividad | Los recursos que posee la empresa son suficientes para realizar actividades diarias. | | | | |
| | Compromiso | 3 | Disponibilidad | La empresa le brinda disponibilidad de horarios para crecer profesionalmente. | | |
| | | | Absentismo | Dentro del equipo de trabajo existen personas que son reservadas respecto a información confidencial. | | |
| | | | Supervisión | Si tuviera un problema personal tendría el apoyo moral de su supervisor. | | |
| | Su supervisor se involucra en las actividades que usted realiza y es consciente de su esfuerzo. | | | | | |
| | Fidelidad | 3 | Rotación de personal | La rotación de personal influye en el cumplimiento de los objetivos del área. | | |
| | | | Capacitación | Las capacitaciones deben ser parte de la motivación al buen desempeño. | | |
| | | | Adaptabilidad | Una buena comunicación es necesaria para la adaptabilidad de los nuevos integrantes del equipo. | | |
| | Satisfacción en el trabajo | 3 | Clima organizacional | El ambiente donde realiza sus funciones es el adecuado respecto al ruido. | | |
| | | | | La empresa le brinda tecnología que le permite tener una ventaja competitiva. | | |
| | | | Motivación | Reconocimiento por parte de su líder cuando realiza sus funciones con efectividad. | | |
| | Comportamiento | Comportamiento adecuado de sus compañeros en el logro de las metas mensuales. | | | | |
| Ciudadanía organizacional | 3 | Estabilidad laboral | Estabilidad laboral en la empresa lo que hace que su rendimiento sea óptimo. | | | |
| | | | Estabilidad laboral está basada en la influencia de sus compañeros. | | | |
| | | Deberes del trabajo | Cumple con las órdenes del jefe en el ejercicio regular de las funciones asignadas. | | | |
| | | Normas laborales | Cumple con las normas laborales impuestas por los superiores. | | | |
| TOTAL | | 15 | | | | |

Especificaciones de la variable: Motivación

| Variable II | Dimensiones | Cantidad de indicadores | Indicadores | Ítems | Escala de medición | Niveles y rangos |
|---------------------|--|---|---|---|--|-----------------------|
| Motivación | Motivación del logro | 4 | Objetivos | Se tiene la capacidad profesional para lograr los objetivos de la empresa. | 1= Nunca 2= Casi nunca 3= A veces 4= Casi siempre 5= Siempre | Alto Medio Bajo |
| | | | Éxito | El jefe motiva para lograr el éxito profesional dentro de la empresa. | | |
| | | | | En la empresa existe ausencia de metas. | | |
| | | | Realimentación | Capacitación continuamente para el logro de los objetivos en la empresa. | | |
| | Expectativas | La empresa es de alto nivel competitivo en su rubro. | | | | |
| | | Si continúa esmerándose en realizar su trabajo le consideraran un ascenso. | | | | |
| | Motivación de afiliación | 4 | Comunidad | Ser aceptado constantemente por el entorno laboral pero no lo demuestra. | | |
| | | | Sentimientos personales | Problemas para identificar cuando sus compañeros necesitan de su apoyo. | | |
| | | | | El jefe cuenta con la capacidad para identificar situaciones personales que afectan su productividad. | | |
| | | | Consideración | Es recompensado cuando cumple con las metas del mes. | | |
| | Relaciones interpersonales | Ayudo a mis compañeros a superar problemas relacionados con el trabajo. | | | | |
| | | Es una persona que está acostumbrado a construir relaciones cercanas en su entorno laboral. | | | | |
| | Motivación de poder | 3 | Control | Bajo presión de sus supervisores al punto de pensar en renunciar. | | |
| Cambiar situaciones | | | El jefe es considerado como una persona que cambia respecto a objetivos institucionales. | | | |
| | | | Influenciar con los compañeros hasta lograr mis objetivos personales, pero no soy consecuente con las de ellos. | | | |
| Influir | | | Su jefe influye en sus decisiones. | | | |
| | Tiene la capacidad para influir acciones que lleven a una estabilidad de la empresa. | | | | | |
| TOTAL | | 11 | | | | |

Anexo J

Red empresarial del Grupo El Comercio

GRUPO EL COMERCIO

MEDIA OWNERSHIP MONITOR
Perú



José A. García Miró
Miro Quesada



José Graña Miro Quesada



Milagros Miro Quesada



OTROS NEGOCIOS



MEDIOS DE COMUNICACIÓN



Anexo K

| | | |
|--|---|---|
|  UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO | ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS | Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 07 Fecha : 31-03-2017 Página : 1 de 1 |
|--|---|---|

Ya, Nerio Janampa Acuña, docente del Programa de Formación para Adultos de la Universidad César Vallejo, sede San Juan de Lurigancho, revisor de la tesis titulada **COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL Y MOTIVACIÓN DE LOS COLABORADORES DE LA UNIDAD DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO DEL GRUPO EL COMERCIO S.A. - 2017**, del estudiante LESLHYE YRMA EMPERATRIZ ESTRADA CALLE, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 23% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó 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.

San Juan de Lurigancho, 23 de octubre de 2017



.....
 Firma

Dr. Nerio Janampa Acuña

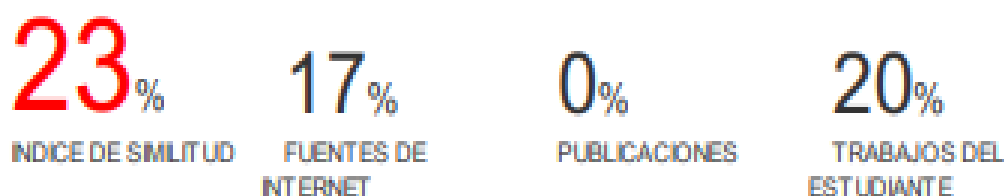
DNI: 28270171

| | | | | | |
|---------|----------------------------|--------|---|--------|-----------|
| Elaboró | Dirección de Investigación | Revisó | Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad | Aprobó | Rectorado |
|---------|----------------------------|--------|---|--------|-----------|

Anexo L

COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL Y MOTIVACIÓN DE LOS COLABORADORES DE LA UNIDAD DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO DEL GRUPO EL COMERCIO S.A. - LIMA 2017

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

| | | |
|----------|---|---------------|
| 1 | Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante | 15% |
| 2 | documents.mx Fuente de Internet | 1% |
| 3 | cybertesis.unmsm.edu.pe Fuente de Internet | 1% |
| 4 | repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet | 1% |
| 5 | www.slideshare.net Fuente de Internet | 1% |
| 6 | www.scribd.com Fuente de Internet | 1% |
| 7 | recursosbiblio.url.edu.gt Fuente de Internet | <1% |
| 8 | docplayer.es Fuente de Internet | <1% |

| | | |
|----|--|-----|
| 9 | www.buenastareas.com Fuente de Internet | <1% |
| 10 | www.clubfaromeo.com.ar Fuente de Internet | <1% |
| 11 | es.scribd.com Fuente de Internet | <1% |
| 12 | Submitted to Universidad Continental Trabajo del estudiante | <1% |
| 13 | www.multiserviciosmexico.com Fuente de Internet | <1% |
| 14 | pt.scribd.com Fuente de Internet | <1% |
| 15 | clubensayos.com Fuente de Internet | <1% |
| 16 | tesis.uson.mx Fuente de Internet | <1% |
| 17 | grupoecopop.blogspot.com Fuente de Internet | <1% |
| 18 | repository.ean.edu.co Fuente de Internet | <1% |
| 19 | tesis.unap.edu.pe Fuente de Internet | <1% |
| 20 | ri.ues.edu.sv Fuente de Internet | <1% |

| | | |
|----|--|-----|
| 21 | www.monografias.com Fuente de Internet | <1% |
| 22 | tesis.ipn.mx:8080 Fuente de Internet | <1% |
| 23 | Submitted to Universidad ESAN -- Escuela de Administración de Negocios para Graduados Trabajo del estudiante | <1% |
| 24 | www.grade.org.pe Fuente de Internet | <1% |
| 25 | revistacientifica.tvlaverdad.com Fuente de Internet | <1% |
| 26 | www.gestiopolis.com Fuente de Internet | <1% |
| 27 | www.calidad.com.mx Fuente de Internet | <1% |
| 28 | Submitted to Universidad Tecnológica de Honduras Trabajo del estudiante | <1% |
| 29 | www.theibfr.com Fuente de Internet | <1% |
| 30 | biblioteca2.ucab.edu.ve Fuente de Internet | <1% |

Anexo M

| | | |
|--|--|---|
|  UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO | AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV | Código : F08-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1 |
|--|--|---|

Yo Leslye Y.E. Estrada Calle, identificado con DNI N° 44198017, egresado de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, autorizo (X) , No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "Comportamiento Organizacional y Motivación de los colaboradores de la UTH del Suroeste"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....


 FIRMA

DNI: 44198017

FECHA: 04 de 10 del 2018

| | | | | |
|---|---|--------|---|---|
|  |  | |  |  |
| Baboró | Dirección de Investigación | Revisó | Responsable del SGC | Vicerrectorado de Investigación |

Anexo N



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

Dr. Manuel Salvador Cama Sotelo

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Leslye Yima Emperatriz Estrada Calle

INFORME TITULADO:

Compartimiento organizacional y motivación de los colaboradores de la Unidad de investigación de mercado del Grupo El Comercio S.A. Lima 2017

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Licenciada en Administración

SUSTENTADO EN FECHA: 22/11/2017

NOTA O MENCIÓN: 12 (doce)



[Signature]
FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
LIMA 2017

Anexo O

**CONSTANCIA PARA EMPASTADO DE TESIS**

Por medio de la presente dejamos constancia, que la tesis con título: **Comportamiento organizacional y motivación de los colaboradores de la unidad de investigación de mercado del Grupo El Comercio S.A. - Lima 2017**, presentado por **Leslhye Yrma Emperatriz Estrada Calle**, identificada con el código N° 8500086008, egresada del **Programa de Formación para Adultos - PFFA**, está **AUTORIZADA A EMPASTAR** su tesis.

Por lo tanto, se expide el presente documento para los fines que la egresada presente como trámite correspondiente de titulación.

San Juan de Lurigancho, 23 de octubre de 2018

Coordinador de Investigación PFFA-Lima Este
Universidad César Vallejo

Anexo P

**CONSTANCIA DE ENTREGA DE TESIS
DIGITAL**

Por medio de la presente se deja constancia que:

El/la alumno(a): Leslye Yma Emperatriz Estrada Calle,
con DNI 44198017, de la Escuela Profesional de
Administración ha levantado

las observaciones de su tesis titulada:

"Comportamiento Organizacional y motivación de los
colaboradores de la unidad de investigación de mercado
del Grupo El Comercio S.A. - Lima 2017", la
misma que cumple con los requisitos exigidos por la universidad,
por lo tanto se autoriza la entrega de la tesis digital al Centro de
Información.

Lima, 23 de Octubre del 201



Sello y firma del responsable de la Escuela

Esteban A. Barco Solari

Jefe PFA.