



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**Motivación y Compromiso Organizacional en los trabajadores del
supermercado Raulito, Nasca, 2021**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORAS:

Manrique Guerrero, Silvana Yomira (ORCID: 0000 - 0001 – 7212 - 1766)

Pauca Silvestre, Rocio Jimena (ORCID: 0000 – 0003 – 2491 - 9428)

ASESORA:

Dra. Rojas Romero, Karin Corina (ORCID: 0000-0002-6867-0778)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

**LIMA – PERÚ
2021**

Dedicatoria

Esta tesis la dedicamos principalmente a Dios por el milagro de nuestras vidas, por brindarnos la fortaleza de seguir adelante.

A nuestras familias por su apoyo constante con palabras de aliento, comprensión, paciencia y ser la inspiración para lograr nuestras metas.

Y a todos aquellos que en transcurso del camino en la elaboración de esta tesis nos ayudaron, apoyaron y nos brindaron palabras de aliento.

Gracias a todos ustedes.

Agradecimiento

Gracias a la gerente del Supermercado Raulito, América Gavilán Paliza por brindarnos su amable, desinteresado e indispensable apoyo durante el desarrollo y elaboración de esta tesis.

A la Universidad Cesar Vallejo por permitirnos ser parte de su programa de licenciatura por los conocimientos brindados en el transcurso de este proceso ayudándonos en nuestro crecimiento profesional y personal.

A nuestra docente la Dra. Karin Rojas Romero, por su paciencia, orientación y palabras de aliento que nos ayudaron y motivaron a seguir adelante con el desarrollo de esta tesis.

Índice de contenido

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenido	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras y gráficos	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA	18
3.1. Tipo y diseño de investigación	18
3.2. Variables y Operacionalización	18
3.3. Población, muestra y muestreo	19
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	19
3.5. Procedimiento	20
3.6. Método de análisis de datos	23
3.7. Aspectos éticos	23
IV. RESULTADOS	24
V. DISCUSIÓN	34
VI. CONCLUSIONES	38
VII. RECOMENDACIONES	40
VIII. REFERENCIAS	41
ANEXO	47

Índice de tablas

Tabla 1 Ítems del instrumento de medición para la recolección de datos	20
Tabla 2 Juicio de expertos	21
Tabla 3 Valores de la confiabilidad de Alpha de Cronbach	22
Tabla 4 Fiabilidad de la variable de motivación	22
Tabla 5 Fiabilidad de la variable de compromiso organizacional	22
Tabla 6 Frecuencia de la variable Motivación	24
Tabla 7 Frecuencia de la variable de Compromiso Organizacional	25
Tabla 8 Frecuencia de la dimensión de Compromiso Afectivo	26
Tabla 9 Frecuencia de la dimensión de Compromiso Normativo	27
Tabla 10 Frecuencia de la dimensión de Compromiso Continuidad	28
Tabla 11 Prueba de normalidad para las variables y dimensiones	29
Tabla 12 Prueba de hipótesis general	30
Tabla 13 Niveles de Correlación bilateral	31
Tabla 14 Prueba de hipótesis alternativa (a)	31
Tabla 15 Prueba de hipótesis alternativa (b)	32
Tabla 16 Prueba de hipótesis alternativa (c)	33

Índice de figuras y gráficos

Figura 1	Histograma de la frecuencia de la variable motivación laboral	24
Figura 2	Histograma de frecuencia de la variable de compromiso organizacional	25
Figura 3	Histograma de frecuencia de la dimensión de Compromiso Afectivo	26
Figura 4	Histograma de frecuencia de la dimensión de Compromiso Normativo	27
Figura 5	Histograma de frecuencia de la dimensión de Compromiso Continuidad	28

Resumen

El objetivo de esta investigación fue poder determinar la relación que existe entre las dos variables, motivación laboral y el compromiso organizacional en los trabajadores del supermercado Raulito siendo esta una investigación de tipo descriptivo, correlacional, de diseño no experimental, corte transversal. Para poder realizar los cuadros estadísticos la información fue recolectada de los 39 trabajadores empleando como instrumento os cuestionarios compuestos por 30 items cada uno, se empleó la escala de Likert. Se ejecutó y proceso las encuestas en el programa SPSS, para postramente ser analizadas, concluyendo que la relación entre las variables analizadas, motivación y compromiso organizacional, es de positiva media, basándose en el grado de correlación de Shapiro – Wilk de $p=0,587$. Finalmente, fueron presentadas las recomendaciones para mejorar la motivación en el personal del supermercado que permitirá optimizar la posición en su rubro de negocio complementando además con la identidad del personal hacia el supermercado.

Palabras clave: Motivación laboral, compromiso organizacional, satisfacción laboral.

Abstract

The objective of this research was to be able to determine the relationship between the two variables, work motivation and organizational commitment in the workers of the RAULITO supermarket, this being a descriptive, correlational, non-experimental design, cross-sectional research. In order to perform the statistical tables, the information was collected from the 39 workers using two questionnaires composed of 30 items each as an instrument, the Likert scale was used. The surveys were executed and processed in the SPSS program, to be subsequently analyzed, concluding that the relationship between the variables analyzed, motivation and organizational commitment, is of positive average; based on the degree of Shapiro-Wilk correlation of $p = 0.587$. Finally, the recommendations were presented to improve the motivation of the supermarket staff, which will allow optimizing the position in their business area, also complementing the identity of the staff towards the supermarket.

Keywords: Work motivation, organizational commitment, job satisfaction.

I. INTRODUCCIÓN

Podemos considerar la pandemia como un catalizador para los cambios que se dan en el área de recursos humanos donde factores como motivación laboral y compromiso organizacional hasta hace poco eran pocos desarrollados y fueron teniendo la relevancia, factores que son responsables de la rotación del personal, el compromiso e identificación con la organización, factores claves que determinan el éxito o fracaso de la empresa. Y que la pandemia sacó a relucir las diferencias que tiene las empresas y lo poco preparadas que se encuentran, el cómo hacer frente a dichos cambios y adaptarse a una llamada “nueva normalidad”.

Chóez y Vélez (2021), consideraron que la motivación juega un papel importante para la dirección de la empresa indiferentemente al enfoque, modelo o rubro orientándose a un buen funcionamiento naciendo con ello la necesidad de mantener a un personal comprometido, motivado con los obj., misión y metas en la organización.

La revista electrónica ORH5 (2021), que en Europa los más afectados por la situación que actualmente se está viviendo son los trabajadores de entre 18 a 34 años, que vieron el impacto que tuvo la pandemia en sus carreras los cuales el 47% vieron reducidas potenciales oportunidades, responsabilidades y el desarrollo de nuevas habilidades y la reducción del reconocimiento e incentivos. El fin de la pandemia no garantizó una rotación de personal en España donde el 59% de los encuestados se sintieron atrapados en sus actuales trabajos debido a la incertidumbre económica que se vivió, el 80% afirmó buscar nuevos empleos siendo la principal razón el desarrollo profesional, mejora salarial, crecimiento y formación. Además, indicó que en España el 49% tiene problemas con la motivación siendo ligeramente mayor a el promedio europeo del 46% con sensaciones de agobio, sobrecarga laboral falta de reconocimiento e incentivos que se ve reflejado en el poco compromiso organizacional.

En Andina (2020), Ana Romero, CEO de Coaching Power Empresas, de acuerdo a las encuestas realizadas nos detalló que el 66% no se sintieron identificados con la empresa que laboran, el 25% no logró establecer alguna conexión, el 39% se sintieron comprometidos, 22% motivados, la confianza en la

organización es del 22%, donde Romero precisó la importancia de fusionar todos los aspectos para el desarrollo de la empresa, donde un enfoque adecuado con la motivación laboral ayuda que el empleado se comprometa aún más que a un sentido económico, el reconocimiento laboral es considerado uno de los principales motores de motivación del trabajador.

El supermercado Raulito inició sus actividades en el 2013, en la ciudad de Nazca, con las nuevas las medidas de seguridad tomadas por el gobierno, el incremento en sus ventas fue de un 40% cifra que cambió en el 2021, donde decayó a un 30%, el personal antes del covid se encontraba en un proceso de compromiso, de identificación con el supermercado, pero con las diferentes medidas restrictivas trajo una serie de cambios dentro del supermercado como rotaciones, cambio de turnos, renuncias y despidos que fueron consecuencia del temor a un contagio y se vió reflejado en el miedo, desmotivación, baja productividad y la falta del compromiso por parte del personal. La investigación tuvo como prob. gen. identificar ¿Cuál fue la relación que existe entre la motivación y el compromiso organizacional de los trabajadores del supermercado? Y se obj. como obj. esp. (a) Determinar la relación que existe entre la motivación y el compromiso afectivo entre los trabajadores del supermercado, (b) Evaluar la relación que existe entre la motivación y compromiso normativo entre los trabajadores del supermercado, (c) Analizar la relación que existe entre la motivación y el compromiso de continuidad entre los trabajadores del supermercado.

Por parte de Baena (2017), precisó que la justificación teórica se encuentra asociada a la inquietud por investigar y al profundizar los enfoques teóricos que son tratados en el problema que se busca explicar, con el fin de poder avanzar y ampliar los conocimientos de la línea de investigación. Teniendo como propósito conocer la realidad de los trabajadores en el supermercado y la existencia de la relación entre la motivación y el compromiso organizacional, con resultado que nos podrá permitir, proponer e impulsar el conocimiento científico y conocer que existe entre ambas variables.

La justificación práctica para Hernández, Fernández y Baptista (2014), manifestaron que una investigación genera también aportes prácticos indirectos o directos con relación al estudio de la problemática real, ofreciendo una noción más

amplia, que ayudo a resolver el problema o brindo estrategias que aportaron a una solución, con ello ayudo a mejorar la calidad de vida del trabajador, se promovió el desarrollo de actividades que fomentaron la motivación entre los trabajadores, generando con ello el desarrollo del compromiso organizacional para lograr un trabajo más eficiente y eficaz que sea perceptible en la población.

Para el desarrollo de la justificación metodológica, Ñaupas, Mejía, Novia y Villagómez (2014), busco desarrollar un concepto más amplio, donde indico que el estudio se justificó metodológicamente a partir de la creación de herramientas para el acopio de la información y el análisis de datos para un estudio mejor de la población. El empleo de dichas encuestas entre el personal del supermercado Raulito, permitió el uso en posteriores investigaciones y con ello demostró la confiabilidad y validez, conociendo la realidad que vive el trabajador dentro de la empresa.

Y por último y no menos importante la justificación social donde Ñaupas, Mejía, Novoa y Villagómez (2014), explicó que este estudio ayudó con la solución de problemas que afectó a un determinado grupo social que no solo son los trabajadores del supermercado sino también clientes habituales y potenciales clientes que se vieron beneficiados con una mejor experiencia de compra donde se encontraron con trabajadores motivados y comprometidos, afianzando lazos entre trabajadores y clientes.

Por otra parte, se consideró beneficiarios indirectos a empresas privadas de diferentes rubros que buscaron observar a importancia que tiene estas dos variables en el entorno laboral. De tal forma próximas investigaciones científicas y académicas serán enriquecidas con la información analizada y que podrá ser usada como fuente primaria para otras investigaciones en curso.

El trabajador tuvo como obj. gen., plantear el siguiente problema al determinar la relación entre la motivación el compromiso organizacional de los trabajadores del supermercado y los objetivos específicos: (a) Determinar la relación que existe entre la motivación y compromiso afectivos entre los trabajadores del supermercado. (b) Evaluar la relación que existe entre la motivación y el compromiso normativo entre los trabajadores del supermercado, (c)

Analizar la relación que existe entre la motivación y compromiso de continuidad entre los trabajadores del supermercado, (c) Analizar la relación que existe entre la motivación y compromiso de continuidad entre los trabajadores del supermercado.

Donde la hip. gen., fue la relación entre la motivación organizacional de los trabajadores del supermercado, (a) Existe una relación entre la motivación y el compromiso organizacional de los trabajadores del supermercado, (b) Existe una relación entre la motivación y el compromiso organizacional de los trabajadores del supermercado.

II. MARCO TEÓRICO

Para revisar los antecedentes se tomaron en cuenta tres tipos de fuentes: las locales, nacionales e internacionales, donde el obj. de la búsqueda se basó en la similitud de las variables en estudio, y para ellos se inició con el análisis de la fuente de antecedentes locales:

Gonzales (2021), sostuvo en su informe que a medida de la crisis sanitaria que se está atravesando, el clima laboral se vio afectado en las empresas, pero su vez sintieron que en el sector de construcción ha sido en aumento y se obtuvo aspectos positivos tanto para la empresa como para la economía. Así mismo se presentó una problemática que era la falta de compromiso por parte de los trabajadores, sintieron que no generaban beneficios para ellos, solo piensan en el bienestar de la empresa. Se utilizó la metodología del enfoque cuantitativo. Conformada por 172 colaboradores la población de estudio. Gracias al estudio se logró obtener resultados que explicaron la relación directa y significativa de las variables antes mencionadas. Generando un impacto y se tomó como ejemplo y/o experiencia para nuestro trabajo de investigación.

Garcia y Gonzales (2018), el obj. princ., fue establecer la relación entre la motivación y el compromiso org., teniendo como enfoque cuantitativo – descriptivo. Correlacional, transversal y no experimental, con 301 trabajadores como muestra. Siendo el resultado que el obj. gen., demostró la relación positiva considerable, directa entre la motivación y el compromiso, con una prueba de $Rho = 0.503$ y $p = 0.000$ ($p < 0.05$), aceptando la hipótesis planteada en la investigación. Concluyendo que la motivación mejoraría si el compromiso también lo hace, siendo una situación contraria si ambas empeoran demostrando una relación lineal.

Según Marín y Placencia (2017), en su art. Científico tuvieron como obj. gen., fijar la conexión entre la motivación laboral y satisfacción laboral con el personal de salud, así mismo se tuvo una muestra de 136 trabajadores, el tipo de estudio fue descriptivo. En el artículo manifestó que ambas variables fueron consideradas claves para la positiva gestión en el area de RR.HH., como también lograron percatarse que la herramienta esencial para el consecuente éxito eran los colaboradores. Según el estudio se obtuvieron resultados donde una cuarta parte de los trabajadores se encontraron altamente motivados, también se esperó

desarrollar un mejor rendimiento, desempeño laboral y es por ellos que otorgaron más tareas y a su vez otorgaron incentivos. El 49.3% se encontró medianamente motivado. En efecto es importante mencionar el hecho que la gerencia realice una adecuada administración de sus recursos generando el cumplimiento de las metas tanto personales como de la institución.

Godoy (2017), en su informe el obj. prin., fue establecer la relación entre la motivación laboral y el compromiso organizacional en el personal del sector manufactura. Se tuvo en cuenta que el estudio fue cuantitativo, tipo aplicada y con una muestra de 300 colaboradores, expreso también que el entorno laboral tiene diferentes influencias ya sean internas o externa pero que llegan a intervenir en el rendimiento de los trabajadores. Al mismo tiempo hizo mención a la importancia de lo motivación intrínseca y la relación que guarda el individuo y la tarea, que puede ser evaluada como interés o nivel de compromiso con la empresa. Se obtuvieron resultados entre ellos las variables presentadas en el ámbito laboral y/o actividades. Se estableció que si existió una relación directa en ambas variables. El resultado fue un coeficiente de 0.864, onde se pudo decir que si existió un alto nivel de motivación también hubo alto grado de compromiso.

Richard (2014), en su art. Científico tuvo como obj. gen., establecer el vínculo entre la satisfacción laboral y el compromiso org. En los trabajadores de una empresa retail en Lima. La encuesta fue aplicada a 136 colaboradores, a su vez dio a conocer los cambios y procesos que se han dado mundialmente y ellos género que las entidades decidieran dar una cambio para aumentar la productividad, la organización a la cual se le hizo estudio, estuvo interesado en conocer en qué estado se encontraba las variables presentadas; se logró obtener como resultado que el 61,8% de colaboradores tuvieron un nivel alto de satisfacción laboral, el 70,1% lograron obtener una alto nivel de motivación, así mismo se obtuvo como resultado un mayor porcentaje en los factores intrínsecos, el presente antecedente nos sirvió en nuestro proyecto de investigación para conocer algunos efectos que causaron en la empresa.

Se revisaron los antecedentes nacionales y solo se tomó cuenta los antecedentes que hacen referencia a las variables de referencia en la tesis.

Puma y Estrada (2020), en su art. científico tuvieron como obj. gen., determinar si existió coherencia entre la motivación laboral y el compromiso, ya que se logró observar que el nivel de motivación que tenían los colaboradores no era favorable o buena para la empresa. Entre ellos se demostró que tenían que trabajar largas horas y el salario no era de acuerdo al desempeño que tenían. El enfoque que se empleo fue cuantitativo, no experimental y correlacional. Mientras la muestra fue de 80 trabajadores. En los resultados se logró obtener que el 55% de los trabajadores tenían el nivel de motivación medio, 37,5% y 7,5% bajo. Según el compromiso que tenían el 73,8% presenta nivel alto, el 22,5% medio y 3,8% nivel bajo.

Pebes, Uribe y Loyala (2019) en su art. científico tuvo como obj. establecer la conexión entre el nivel de motivación y satisfacción laboral del personal de salud, siendo el método que emplearon para el estudio descriptivo, aplicativo. Expresó sobre cómo las entidades están en constantes cambios y fue importante que puedan llegar a adaptarse y/o adecuarse, pero para eso se necesitó que los colaboradores se encuentren motivados tanto en las funciones que realizaban y está a su vez llegó a guardar relación con el compromiso que tenían con la empresa. En los resultados se pudo observar que en el nivel medio está el 50% del personal de enfermería que está motivado, el 29.2% nivel alto y 20.8% nivel bajo. Respecto a las variables de estudio. En el porcentaje alto se encontró los trabajadores con mayor tiempo laborando en la entidad y nombrados.

Montes, Diaz (2018), en su art. científico, su obj. gen., fue establecer la conexión existente entre el grado de motivación y el nivel de satisfacción laboral del personal de salud. El enfoque fue cuantitativo y tipo correlacional, diseño no experimental. En 50 personas fue aplicado el instrumento. Para el sector salud, lugar donde realizaron el estudio, es de suma importancia mantener a su personal motivado, de acuerdo a lo mencionado consideraron que la satisfacción fue un indicador necesario para promover la calidad de servicio. Los colaboradores no se sentían y manejar lo que conlleva día a día en el sector salud, era aún más complicado. Como resultado se demostró que entre las variables antes mencionadas existió una relación moderada directa y significativa ($r=0.488$,

$p=0.000$), así mismo se logró observar la relación moderada entre las dimensiones de autonomía y retroalimentación.

Núñez, Ruesta, Gives, Quezada y Trelles (2017), el método aplicado fue de tipo descriptivo – correlaciona, tuvo como obj., poder establecer la relación existente entre la motivación y el compromiso organizacional de los docentes. La recolección de datos fue realizada mediante encuesta a 168 docentes. Se concluye que la motivación se encuentra favorablemente en dimensiones como regulación identificada, motivación intrínseca y regulación introyectada. Respecto a la regulación externa tuvo una valoración media en dimensiones como compromiso organizacional con relación a su entorno laboral, el compromiso organizacional fue favorable con valores elevados en la dimensión normativa, alternativas de continuidad y el temor de dejar la institución fueron valores medios establecidos ya que el deseo de pertenecer a la organización se encontró en niveles favorables.

Talledo, Amaya (2018), con el desarrollo de su investigación tuvieron como obj. princ., determinar la relación entre la motivación y el compromiso org., con los conductores del transporte en la ciudad de Trujillo 2019 y recomendar mejoras que contribuyeran al desarrollo de la gestión, dicha investigación fue de corte transversal, diseño no experimental y correlacional, del tipo aplicado, con 193 trabajadores de muestra, la recolección de datos por medio de encuestas que fueron validados científicamente. Determinaron la correlación de la motivación y el comportamiento laboral con un valor de $Rho = 0,992$, los porcentajes obtenidos por el nivel de motivación fueron eficientes con un porcentaje de 64,59%, 34,02% y un 5,01% en el nivel deficiente.

Revisando los antecedentes internacionales también fueron seleccionados referencias que comparten variables similares a nuestro estudio:

Jalal, Muhammad (2018), tuvo como obj., conocer el impacto que tuvo en los trabajadores la motivación en la productividad y el compromiso. El acopio de datos fue hecho por encuesta virtual a 242 empleados universitarios, haciendo uso de SPSS para dichos análisis. Teniendo como resultado el efecto positivo de la motivación en la productividad, la motivación influyo de forma positiva en el compromiso organizacional con una significativa. Como resultado se demostró que el compromiso organizacional tuvo un efecto positivo y significativo en el

compromiso organizacional con una estadística significativa. Como resultado se demostró que el comportamiento organizacional tuvo un efecto positivo y significativo en la productividad, además de ayudar a formular políticas en beneficios del sector de educación con la importancia en la motivación del trabajador para mejorar su productividad y competencia.

Ferum (2017), tuvo como obj., el poder determinar cuál es el efecto de la motivación, la motivación laboral en los empleados y subcontratados del periodo 2013 al 2015, como actuó la motivación entre el empleado y los subcontratados, y como intervienen entre ellos, como influyo el compromiso en el desempeño de los trabajadores y cual fue efecto que se dio entre satisfacción laboral, cual fue la influencia entre motivación y compromiso siendo esta positiva y significativa. Dándonos como resultados que la satisfacción fue influencia de forma positiva por la motivación, el compromiso organizacional fue influenciada de manera positiva por la motivación y el desempeño, por último, la influencia positiva dada entre satisfacción laboral y el desempeño.

Khalik, Hardhienata y Sunaryo (2016), tuvo como obj., el poder determinar la idoneidad entre las variables dependientes de la cultura organizacional, motivación, liderazgo con la variable independiente el compromiso organizacional de los docentes, se realizó la encuesta a 180 docentes de forma aleatoria, con metodología mixta, diseño explicativo, investigación cuantitativa. Revelando la relación positiva entre las variables, distribuido con un coeficiente de determinación, donde la cultura organizacional y el compromiso organizacional tuvo un 17%, el compromiso organizacional al liderazgo fue un 18%, la motivación al comportamiento fue un 14%, un coeficiente de correlación del 19% indicándonos además que existió relación con las variables el 81% no se encuentran incluidas en el modelo que afectarían al compromiso organizacional.

Al Madi, Assal, Shrafat y Zeglat (2017), tuvo como propósito conocer el impacto de la motivación en los trabajadores de tiendas sobre el compromiso organizacional, el obj., fue el construir un marco conceptual como también una hipostasis con base a la literatura ya existente, el estudio se realizó a 97 encuestados siendo una muestra de conveniencia. Teniendo como respuesta el impacto significativo en la motivación de los empleados en el compromiso

organizacional (continuidad, normativo y afectivos), la investigación demostró que los colaboradores no se encontraban ni motivados y comprometidos con sus labores, teniendo una percepción de los factores motivacionales que ellos creyeron que son como buenos salarios, gratitud por un trabajo bien hecho y la relación que existió entre los compañeros es un factor motivacional fuerte.

Nguyen, Le, Tran, Tran, Nguyen y Nguyen (2020), tuvo como finalidad conocer el nivel de impacto directo o indirecto del compromiso organizacional sobre la motivación de los trabajadores, las muestras fueron recopilada por el método de muestreo no probabilístico a 638 empleados de los cuales 379 fueron encuesta virtuales y el número de encuestas validas fue de 329, siendo usados un método cuantitativo. Tuvo como resultados que el comportamiento organizacional (normativo) un efecto directo e indirecto en la motivación del trabajador en el comportamiento oportunista e intercambio de conocimientos, a su vez el compromiso de continuidad tuvo un efecto directo e indirecto, además tiene un impacto negativo el comportamiento del intercambio de la empresa.

La motivación en el ámbito laboral ha sido considerado compleja y llena de diferentes posibilidades, de ahí surgen las diferentes teorías, ya sea de manera desigual o complementaria. La motivación humana es un desarrollo psicológico que se encontró vinculado con la activación y constancia del comportamiento humano ya que permite alcanzar sus objetivos. La motivación en el trabajo, ha sido un tema de análisis donde se puede dividir dos tipos de motivación: extrínseca e intrínseca.

Chiavenato (2007, citado en el Peña y Villón, 2018), donde su teoría indicó que un factor que llega a repercutir en el comportamiento humano fue la motivación, definir esta palabra fue algo complejo, ya que se encontró utilizado en diferente sentido, pero de forma universal señaló que es todo aquello que te genera fuerza para actuar de una manera u otra con un determinado fin.

Coulter (2014), consideró a la motivación como el desarrollo que repercute en la energía, dirección y perseverancia que ejecuta un individuo para poder alcanzar sus metas y objetivos. Con la energía que fue definida como la intensidad y/o impulso que también va de la mano con la dirección es decir toda esa energía a dónde se dirige y como último punto ser persistente para continuar esforzándose.

Maslow (1964, citado en Castro, Jácome y Huilcapi-Masacon, 2017) en su teoría jerárquica de las necesidades, quien identificó las diferentes necesidades que tiene el hombre, fue ahí donde dio origen a la pirámide de necesidades, quien llegó a clasificarlas por orden de importancia donde se ubicó a las necesidades básicas: donde se encuentra todo lo necesario para poder sobrevivir, necesidades de seguridad: se encuentra la protección, orden, seguridad; necesidad de estatus: respeto, admiración, etc.; necesidad de autorrealización: donde están los logros de la personas.

Madero (2020), en su artículo científico citó las teorías de Factores de Herzberg, donde dio a conocer los factores que implica la motivación dentro de la empresa, están los factores motivacionales: el logro, reconocimiento, responsabilidad y realización. Los factores mencionados antes dan a conocer actitudes positivas y el logro de satisfacción que llegó a sentir el colaborador dentro del trabajo. Luego están los factores higiénicos: sueldo, relaciones humanas, política de empresa, condiciones de trabajo. Estos factores llegaron a tomarse en cuenta para lograr motivar o generar una forma de premio o incentivo a las personas del trabajo.

Teoría de las tres necesidades de David Medelland (1970 citado en Coromoto, Villón, 2018) afirmó que existen necesidades no innatas que son relevantes en el trabajo. Estas necesidades son de logro, estímulo de poder sobresalir, poder y asociación, fueron y serán de importancia para una buena gestión y ello va generar que la empresa funcione de una manera idónea.

Continuando con las definiciones de las variables, iniciamos con la Variable de Motivación donde Chiavenato (2000 citado en Peña, 2018), fue citado y sostiene que la motivación se desarrolla a través del comportamiento humano y esta relación se encontró basada en las actitudes de los individuos que fue originado por diferentes factores tanto externos como internos, donde el deseo y las necesidades producen energías que son suficiente para poder incentivar al ser humano al logro de sus metas.

En el mismo contexto, Delgado (1999, citado en Peña, 2018), quien conceptualizó a la motivación como un desarrollo por la cual los individuos, al

realizar actividades con el objetivo de cumplir sus metas de tal forma lleguen a satisfacer alguna necesidad.

Enseguida, tenemos a Fischman (2014), que definió a la motivación como una fuerza, que hace mover a las personas a cumplir con sus metas y/o objetivos llevando de la mano a la motivación intrínseca, mientras que otros individuos no cuentan con esta energía, no lograrán el cumplimiento de sus objetivos. Dentro de la organización fue considerada relevante mantener al personal motivado teniendo como resultado la satisfacción laboral.

Por otra parte, se especificaron las dimensiones que competen en el interior de la variable, en primer lugar, tenemos a) *Satisfacción laboral*, en el cual Charaja 7 Mamani (2014), lo definió como la percepción que un individuo ha tenido al momento de cumplir o lograr sus objetivos, ya sea por lo que el empleado desea y lo que la empresa espera de él a través de incentivos, recompensas y reconocimiento. Así mismo lo conceptuó como el orgullo o satisfacción que siente el trabajador por formar parte de la entidad. También la dimensión se ha dividido en los siguientes indicadores: (a.1) Incentivos, según Narcisa, Boza, Mendoza (2010), lo definió como una estrategia que permite fidelizar los talentos que tienen las organizaciones, así mismo se logrará conseguir un mayor desempeño de acuerdo a cada cargo que tienen los trabajadores en la entidad, además que ello generará dar un impulso a los colaboradores a enfocarse en culminar sus objetivos.

Proseguimos con el siguiente indicador (a.2) *Recompensas*, donde Burítica, Dos Santos (2016), sostuvo que las recompensas organizacionales son consideradas, los beneficios, que se le otorga al colaborador por haber logrado o cumplido con sus metas, de tal forma que aumentará el compromiso con la organización. Por ello es relevante que se diseñen recompensas que vayan acorde con las necesidades de las personas. Estas recompensas son utilizadas para poder instaurar un compromiso extensivo entre el empleado y el empleador, de esta forma podrá observar que la entidad muestra interés y los valora. Por consiguiente, tenemos al indicador (a.3) *Reconocimiento*, donde Sánchez y Vargas (2017), sostuvieron que el ser humano necesita de reconocimientos en su vida, esto fue considerado algo innato. Cuando se llega a valorar el desarrollo de actividades laborales de forma positiva, trae consigo grandes beneficios, como son la

satisfacción, a un colaborador que llegue a su centro de labores más contento, así como también se podría retener el talento que se encuentra dentro de la empresa.

Asimismo, en la segunda dimensión (b) *Motivación Intrínseca*, Turienzo (2016), define como el impulso que es ocasionado por algún deseo o satisfacción que se genera al realizarlo. No hay necesidad de que exista alguna compensación o reconocimiento externo ya que es una decisión que el individuo ha tomado por sí mismo. Maslow (1964, fue citado en Comoto, Villón, 2018), donde clasificó a la motivación intrínseca en dos jerarquías tales son: necesidades primarias: como son las necesidades fisiológicas (alimentación, abrigo, sueño) y necesidades de segundo nivel donde se encontró la seguridad; designando, así como necesidades básicas ya que llegaron a responder a la supervivencia y seguridad del ser humano. Dichos factores llegaron a producir un efecto a largo plazo tanto como aumento de productividad que permitió que hubiera un avance de crecimiento, responsabilidad y trabajo a diario consigo mismo. Vinculado a esto la dimensión se dividió en los siguientes indicadores (b.1) *Autodeterminación*, donde en el artículo científico Aguilar, Deci y Ryan (1985, citado en Gonzales, 2016), y consideró como un conjunto de sentimientos de competencia, efectividad durante una actividad. Es así cómo se llegó a incrementar la motivación intrínseca. Por ende, si un colaborador experimenta este efecto, sentirá satisfacción tanto de competencia como de autonomía.

Continuando con el siguiente indicador (b.2) *Evaluación de metas*, Aguilar y Gonzales (2016), señaló que es el nivel en el cual un individuo se esfuerza por ejercer una actividad de manera correcta y eficiente. Así mismo fue considerado como un medidor de evaluación para la motivación intrínseca. Este indicador va de la mano con el valor de la tarea ya que se puede hallar puntos de autoeficacia. En tercera instancia se encontró el tercer indicador (b.3) *Competencia*, donde Orbegoso (2016), hizo referencia a encontrarse capaz de ejecutar alguna función o tarea y además de ello considerar que tiene habilidades necesarias para poder realizarlas. Es decir, sentirse capaz y al finalizar se presentan sentimientos placenteros al conocer los resultados. Es así como se consideró el motivo de competencia o también denominado motivación de efectividad.

Por consiguiente, seguimos con la tercera dimensión (c) *Establecimiento de metas*, Locke (1969, citado en Coromoto, Villón 2018), aseguró que los individuos exigen trazar sus metas con el objetivo de poder cumplirlas. En su teoría afirmó que si un individuo trabaja hacia sus metas se podría decir que se encuentra motivado. En tal sentido fue dividido en los siguientes indicadores. (c.1) *Tarea*, Chiecher (2017), hace referencia a las actividades con determinadas características que son propuestas o establecidas por la alta dirección y que llegan a generar impacto. Por otro lado, tenemos al segundo indicador (c.2) *Evaluación*, Chiecher (2017), se refirió como el proceso de aprendizaje donde se permitió como su propio nombre lo dice evaluar, no solo el resultado final, si no también dentro del procedimiento ya que se pudo encontrar o verificar cómo se está desarrollando y si hay alguna observación, mejorarla. Para finalizar se encuentra el tercer indicador (c.3) *Eficiencia*, Según Galván, García (2019), refiere este punto como la adecuada dirección de proyectos que permiten cumplir con las expectativas propuestas. Además, que se encuentra vinculado tanto el cumplimiento de tiempos como los presupuestos. Este hace énfasis en los resultados, que fueron positivos, el poder alcanzar objetivos, pero teniendo en cuenta la optimización de recursos.

Por último, continuando con el desarrollo de las variables el compromiso organizacional siendo una variable que fue influenciada por la motivación en el desarrollo de este trabajo de investigación, para Omar (2015), considera que el creciente interés en el comportamiento organizacional no solo se basó en la capacidad que posee para influir en el bienestar de los trabajadores y su eficiencia, sino también como una alternativa más eficaz a la hora de cumplir metas.

La teoría de las 3 Dimensiones propuesta por Meyer y Allen (1991, citado en Chiang y Candia, 2021), postuló que el compromiso organizacional está dividido en 3 dimensiones los cuales son: compromiso afectivo donde hizo referencia al anhelo de pertenencia a la organización y el poder ser parte de ellos, normativo fue descrito como la obligación moral de permanecer a la organización y por último de continuidad donde se analiza el costo de abandonar la organización y las obligaciones que se verían afectadas por dicha decisión.

Gabini (2020), hace referencia a la teoría del intercambio social donde supuso que el empleado debería definir sus roles laborales hasta las implicaciones

de su comportamiento. Logrando con ello que el personal intente intercambiar su compromiso por el apoyo del empleador y con ello políticas más amigables con el trabajador un balance. Agregado a ello la Teoría del estrés señalado por Buonocore y Russo (2013, citado en Gabini, 2021), donde el rol que trata de cumplir con demandas que fueron generadas a partir de los diferentes roles que son generados por el estrés, donde el personal comprometido provoca un sentimiento de seguridad y estabilidad que permite hacer frente a los diferentes estresores.

Para poder comprender aún más el compromiso organizacional de lo ya explicado seguimos con diferentes conceptos dados a través del tiempo:

Para Kahn (1990, citado en Silva, 2018), definió el compromiso de los trabajadores como el nivel de participación que tiene dentro de la organización, desempeñando sus roles donde el trabajador se expresa cognitiva, física y emocionalmente. Es decir, un trabajador comprometido trabaja a la par de sus colegas para poder mejorar el rendimiento que tiene dentro de la organización y en beneficio de dicha empresa. Afirmando dicha propuesta Coulter y Robbins (2014), explicó que el compromiso organizacional es el grado de identificación que se da entre el empleado hacia la organización no solo se ve el grado de afinidad, siendo más beneficiados en el compromiso organizacional los trabajadores.

Para Cotton (1993, citado en Herrera y Roman, 2019), afirmó que el compromiso organizacional es un proceso participativo siendo el resultado el combinar influencias, información y/o incentivos, usando dichas capacidades para impulsar el apego de los trabajadores hacia la organización. Según Meyer y Allen (1991, citado en Gabini, 2018), en su modelo propuesto definió el grado en el que el personal se siente identificado con la organización, estando dispuestos a seguir trabajando con ellas, creando lazos entre ambos, dicho modelo presenta tres tipos de dimensiones: (a) *Compromiso normativo*, Meyer y Allen (1991, citado en Gabini, 2018), lo definieron como la obligación que siente el trabajador hacia la organización, sintiendo además que es correcto y que tiene un grado de responsabilidad hacia la organización. Littlewood (2019), amplía el concepto dado y nos dice que es el sentimiento que desarrolla el trabajador de pertenencia, apego y cariño que desarrolla para su empresa.

(a.1) *Obligación hacia la organización*, Tena (2002, citado en Silva, 2018), el trabajador se siente comprometido hacia la organización en valores, metas y compromisos, Buchanan (2010, citado en Silva, 2018), lo consideró como una obligación emocional hacia la organización al tratar de cumplir con las metas, sentirse comprometido y obligado a continuar en la organización. (a.2) *Retribución de la organización hacia el personal* Sánchez y García (2017), las organizaciones esperaron que el trabajador cumpla con los estándares asignados por su parte los trabajadores esperaron que la organización retribuya económicamente su trabajo, condiciones laborales seguras, reconocimiento por su esfuerzo, dedicación y por las metas cumplidas, (a.3) *Reciprocidad a la organización* para Littlewood (2019), es el sentimiento que toma el trabajador al ser el objeto de consideración y un trato especial por la empresa, sin embargo, Meyer y Allen (1991, citado en Littlewood, 2019), dijeron que dicha deuda dura hasta que trabajador considere que la deuda con la empresa se encuentra saldada.

Continuamos con el siguiente indicador (b) *Compromiso afectivo* para Mawday, Steers y Porter (1979, citado en Uribe, 2015), lo definió como la orientación y el vínculo afectivo, a su vez como la identificación que tiene el trabajador hacia la organización en sus objetivos, metas y valores, Littlewood (2019), complementa la afirmación y nos dice que se entiende el sentimiento de pertenencia y el apego que el trabajador tiene con su organización (b.1) *Sentimiento de pertenencia* explicado por Meller y Allen (1991, citado en Gabini, 2018), explicó que un fuerte compromiso afectivo origina un deseo en permanecer en la organización, reflejando un sentimiento de pertenencia diferenciando con ello a aquellos que solo cumplen con sus funciones por compromiso, obligación económica o moral, (b.2) *Vinculación afectiva* al respecto Omar y Urtega (2008, citado en Gabini, 2018), explicó que el proceso de formación de lazos afectivos depende de la estimación que tiene el trabajador a los beneficios y al apoyo obtenidos por parte de la empresa, (b.3) *Solidaridad con los problemas de la organización* para Rahim (2010, citado en Silva, 2018), existen diferentes reacciones respecto a los problemas entre ellos el espíritu de equipo o de la percepción que tiene el trabajador de los problemas y de las reacciones emocionales cuando esto se convierte en algo emocional y personal. También influyó el nivel de compromiso que tenga el trabajador con la empresa Silva (2018),

explicó que un trabajador comprometido busca el cumplimiento de las metas en la organización, voluntariamente tratando de aprender de diferentes puestos en caso de ser necesario.

Se sostiene la teoría en la dimensión (c) *Compromiso de continuidad*, donde según Meyer y Allen (1990, citado en Uribe, 2015), definieron como la permanencia de los empleados en la organización siendo ello el resultado del reconocimiento en los costos asociados como beneficios, pensión que se perderían ante el fin de la relación laboral. Para Becker (1960 citado en Littlewood, 2019), tuvo relación entre los costos o las pérdidas, siendo el resultado existente entre la separación laboral, despido o la renuncia es decir es el tipo de lealtad que es abrazada por los beneficios como seguridad laboral y prestaciones que obtiene el trabajador.

Como indicador (c.1) *Dificultad de conseguir un nuevo empleo* Buchanan (2014, citado en Silva, 2018), explicó la importancia del compromiso, al presentar un compromiso menor es más probable que el trabajador busque nuevas opciones de trabajo o abandone la organización, considerando que las decisiones que se tome están influidas en la situación actual, (c.2) *Necesidad de poseer una fuente de ingreso estable* para la teoría propuesta de Becker (1960, citado en Gabini, 2018), es una decisión personal el continuar en la organización por la inversión ya hecha, siendo ello un deseo y una necesidad, para obtener los beneficios brindados por la empresa es decir dejar la organización sería perder los beneficios obtenidos hasta el momento (c.3) *Consecuencias de dejar la organización* Silva (2018), nos explicó que la vida familiar influye mucho en las decisiones que toma el trabajador, Littlewood (2019), mencionó los costos financieros que generaría ante la pérdida de las prestaciones, beneficios por antigüedad y también es posible identificar el esfuerzo perdido y las habilidades no transferibles que afectarían de forma directa al trabajador y su familia.

III. METODOLOGÍA

La motivación de la investigación se encontró orientada al proceso de investigación del estudio que se está desarrollando, con la finalidad de resolver problemas de forma inmediata y precisa.

3.1. Tipo y diseño de investigación

Asimismo, Hernández- Sampieri, Fernández y Baptista (2014), consideró el tipo de investigación a una aplicada siendo utilizadas teorías que fueron planteadas por otros autores y aplicadas en situaciones reales en la búsqueda de soluciones prácticas.

Hernández - Sampieri, Fernández y Baptista (2014), señalaron que es descriptiva - correlacional, al permitir conocer los niveles de asociación entre ambas variables, en la población seleccionada para la investigación, es decir se busca poder identificar el nivel de relación entre la motivación y el compromiso organizacional entre el personal del supermercado.

Por otra parte, sostuvo Hernández – Sampieri y Mendoza (2018), que el diseño de la investigación es no experimental, dado esto a que no manipulan las variables de manera intencional es decir se obtiene la información como se encuentran en su ambiente natural, teniendo un corte transversal puesto que los datos serán obtenidos la aplicar en una sola oportunidad los instrumentos seleccionados, siendo su enfoque cuantitativo por la forma de obtener la información es decir con encuestas, permitiendo obtener con ellos la información de la población.

3.2. Variables y Operacionalización

Motivación – variable 1

Fischman (2014), definió a la motivación como una fuerza, que hace mover a las personas a cumplir objetivos y metas, llevando de la mano a la motivación intrínseca, mientras que otros individuos no cuentan con esa energía, no logran el cumplimiento de sus objetivos. Dentro de la organización fue considerada relevante mantener al personal motivado teniendo como resultado la satisfacción labora.

En cuanto a las dimensiones propuestas por Fischman (2014), son satisfacción laboral, motivación intrínseca y establecimiento de metas.

Compromiso organizacional – variable 2

Allen y Meyer (1996, citado en Pedraza, 2020), precisó que el comportamiento organizacional como una variable multidimensional, vincula psicológicamente a la organización como el trabajador, posibilita el generar lazos entre ambos factores, si dicha unión es fuerte existen pocas posibilidades que el trabajador abandone la organización. Allen y Meyer (1993, citado en Littlewood, 2019) propuso que el compromiso organizacional este compuesto por compromiso afectivo, normativo y de continuidad.

3.3. Población, muestra y muestreo

La población como lo indicó Hernández – Sampieri y Mendoza (2018) es un conjunto de elementos los cuales concuerdan con una serie de características o especificaciones, estando confirmada por 39 colaboradores del supermercado Raulito.

Hernández – Sampieri y Mendoza (2018), definió a la muestra como un sub conjunto de la población, donde se recolectan los datos. Según los datos obtenidos, la población de la presente investigación, fue conformada por 39 colaboradores entre el personal administrativo y diferentes áreas del supermercado Raulito, de la ciudad de Nazca.

El muestreo de acuerdo a Hernández – Sampieri y Mendoza (2018), explicó que las investigaciones al ser descriptivas, correlacionales – causales y no experimentales deben aplicar muestras probabilísticas si desean que el resultado dado sea generalizado a la población con exactitud.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Hernández, Fernández y Baptista (2014), definieron la encuesta como la aplicación de técnicas en una serie de procedimientos sistemáticos los cuales obtiene y analizan una cantidad de datos que fueron previamente seleccionados. Por lo tanto, la muestra empleada en la investigación, trato de un muestreo no proba listico, empleado por conveniencia, teniendo en cuenta que se ha considerado como unidad de análisis, teniendo en cuenta que se ha considerado como unidad de

análisis a los trabajadores del supermercado, ubicado en calle Lima 247, Nazca. Aplicando el instrumento para la recolección de datos, un cuestionario de que 60 preguntas entre ambas, fue aplicado al personal que labora en el supermercado Raulito, comprendiendo con ambas variables, con ello se pudo garantizar una mayor cobertura en la percepción de los trabajadores, se aplicó la escala de tipo Likert donde cada enunciado tuvo un valor escalonado de 1 a 5 como se detalló a continuación.

Tabla 1

Items del instrumento de medición en la recolección de datos

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

Para poder desarrollar el análisis fueron realizadas pruebas de confiabilidad mediante una prueba piloto, las cuales fueron aplicadas a los 39 trabajadores de la institución como particular similitudes para poder conocer la confiabilidad del grupo de trabajado. Para poder comprender de forma más amplia y confiada, fue usado el alfa de Cronbach para poder procesar la información con el software estadístico SPSS.

3.5. Procedimiento

La investigación se realizó entre el periodo de julio y agosto del 2021. Con el propósito de poder establecer entre las variables Motivación y Compromiso Organizacional de los trabajadores del supermercado.

Siendo el primer paso el solicitar permiso a la Gerencia General del supermercado Raulito, para llevar a cabo la aplicación del cuestionario y poder obtener la información necesaria para una nueva investigación. Con el permiso de la Gerencia General e procedió a comunicar al personal que labora en el supermercado el desarrollo de las encuestas, explicándoles el motivo y solicitándoles que el desarrollo de tal sea de la fórmula más sincera posible, el

cuestionario se entregó de forma física a cada uno explicando los detalle y dando el tiempo necesario para su desarrollo.

Siendo la validez del instrumento a través de juicio de expertos de la Universidad Cesar Vallejo. El acopio de los datos, mediante las encuestas a los 39 trabajadores.

Para la revisión de los datos recolectados y comprobar la fiabilidad de ellos, fueron revisados, ordenados, organizados y revisados. Con la información recopilada, esta es llenada a un programa en Excel que posteriormente paso por el SSPS, donde se estableció el grado de confiabilidad, se utilizó el coeficiente y parámetros del Alfa de Cronbach, fiabilidad y la correlación que tiene las variables una con otra. Y con ello establecimos el grado de correlación entre las variables mencionadas.

Tabla 2

Juicio de expertos

Nº	Experto	Tipo de Experto	Determinación
1	Dra. Lupe Esther Graus Cortez	Metodológico	Aplicable
2	Dr. Luis Torres Cabanillas	Estadístico	Aplicable

Para la validación del instrumento los valores de confiabilidad se deben de presentar de acuerdo con el estereógrafo de Alfa de Cronbach, con la valoración mostrada en la tabla.

Tabla 3

Valores de la confiabilidad de Alpha de Cronbach

Rango de valores	Nivel de confiabilidad
0,0 – 0,5	No es confiable
0,5 – 0,7	Es confiable
0,7 – 1,0	Es altamente confiable

Tabla 4

Fiabilidad de la variable de motivación

Estadística de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.814	30

Nota. En la tabla 4 se observa que el nivel de confiabilidad de la variable en estudio fue de .814, indicándonos con ellos que tiene un nivel de fiabilidad altamente confiable, siendo ello un valor idóneo que indico que la herramienta dio resultados coherentes y consientes.

Tabla 5

Fiabilidad de la variable de compromiso organizacional.

Estadística de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.771	30

Nota: En la tabla 5 se puede observar que el nivel de confianza de la variable en estudio fue de .771, indicándonos con ellos que tuvo un nivel de fiabilidad altamente confiable, siendo ellos un valor idóneo que indico que la herramienta da resultados coherentes y consistentes.

3.6. Método de análisis de datos

Para poder analizar los datos recolectados se procedió a ingresar los resultados obtenidos por cada cuestionario en un archivo en Excel, posteriormente fue seleccionado un programa de análisis empleando el software de estadística SPSS versión 25.

Con la información clasificada y los datos fueron agrupados de acuerdo a la distribución de las frecuencias en las variables de la investigación, posteriormente fueron codificados y tabulados. Con el mismo programa fue calculado los coeficientes de correlación y el nivel de significancia para cada una de las hipótesis planteadas con la finalidad de poder realizar los análisis los cuales nos permitieron poder identificar si fueron aceptadas o rechazadas.

Con los resultados del análisis descriptivo estos fueron organizados y presentados en forma de cuadros y tablas a partir de la data que se fue recabando del estudio llevado a cabo.

3.7. Aspectos éticos

Con el objetivo de cumplir con los objetivos de la investigación, el cual establece el grado de relación entre la motivación y el compromiso organizacional del personal que labora en el supermercado Raulito, ya que se solicitó la aprobación de los colaboradores, como de los gerentes para poder obtener información, así mismo no se ha revelado la identidad de cada uno de los participantes. Como también se reconoció las limitaciones que presentan los resultados que se obtuvieron fue de total honestidad. Se logro reconocer el aporte del método cuantitativo ya que trata de describir fenómenos que se estudia.

Para poder determinar el grado de coincidencia se aplicó el servicio de detección de plagio de Turnitin con el cual se constató el nivel de similitud del 23%, empleando además las normas APA, para poder citar las teorías que ayudaron a definir de manera exacta nuestra investigación.

IV. RESULTADOS

Asimismo, presentamos nuestros cuadros estadísticos descriptivos y figuras estadísticas, según Rustom, A. (2012) nos ayuda a obtener, recolectar, procesar, resumir y presentar los diferentes resultados con respecto al estudio realizado, con la finalidad de poder interpretarlos para obtener las conclusiones para dar garantía de los procedimientos dados y con ellos logrando deducir las características de la población a partir de las muestras obtenidas y de la idoneidad de los procedimientos donde fue detallada el resultado obtenido en la aplicación de los instrumentos.

Tabla 6

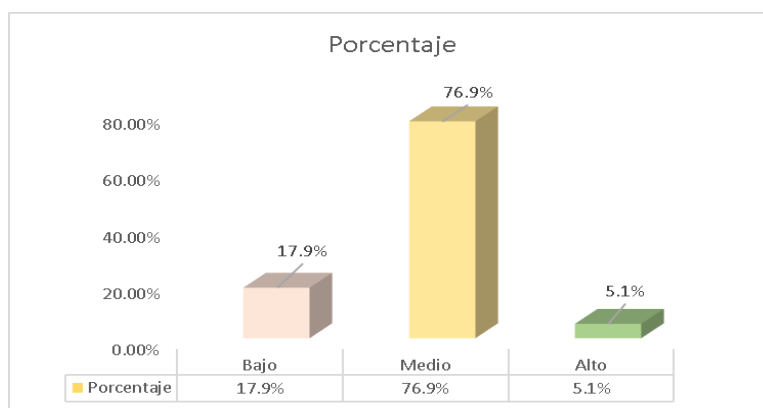
Frecuencia de la variable Motivación.

		Frecuencia	%	% valido	% acumulado
Válido	Bajo	7	17.9	17,9	17,9
	Medio	30	76.9	76,9	94,9
	Alto	2	5.1	5,1	100
	Total	39	100	100	

Nota. Rango de frecuencia de la Variable Motivación

Figura 1

Histograma de la frecuencia de la variable motiv. laboral.



Nota. La tabla 6 y figura 1 en conclusión la percepción de los encuestados sobre la variable motivación laboral. El 76,9% declaró que genera impacto bajo en el supermercado, mientras que el 17,9% afirmó que genera un impacto medio y el 5,1% indicó un impacto alto en el personal del supermercado.

Tabla 7

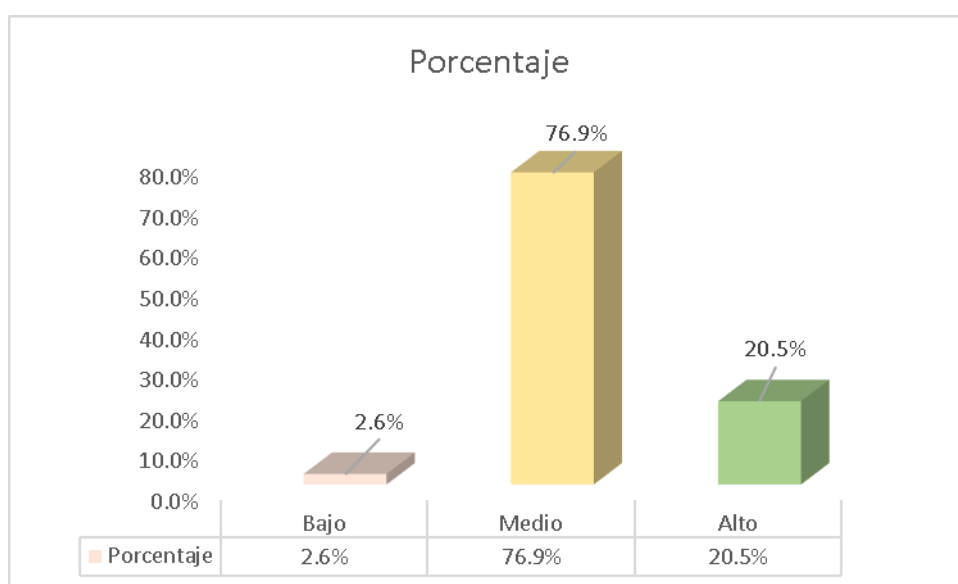
Frecuencia de la variable de Compromiso Organizacional.

		Frecuencia	%	% valido	% acumulado
Válido	Bajo	1	2.6	2,6	2,6
	Medio	30	76.9	76,9	79,5
	Alto	8	20,5	20,5	100
	Total	39	100	100	

Nota. Rango de frecuencia de la variable Compromiso organizacional.

Figura 2

Histograma de frecuencia de la variable de compromiso organizacional.



Nota. La tabla 7 y figura 2 en conclusión la percepción de los encuestados sobre la variable compromiso organizacional. El 76,9% declaró que genera impacto bajo en el supermercado, mientras que el 20,5% afirmó que genera un impacto alto y el 2,6% indicó que genera un impacto bajo en el personal del supermercado.

Tabla 8

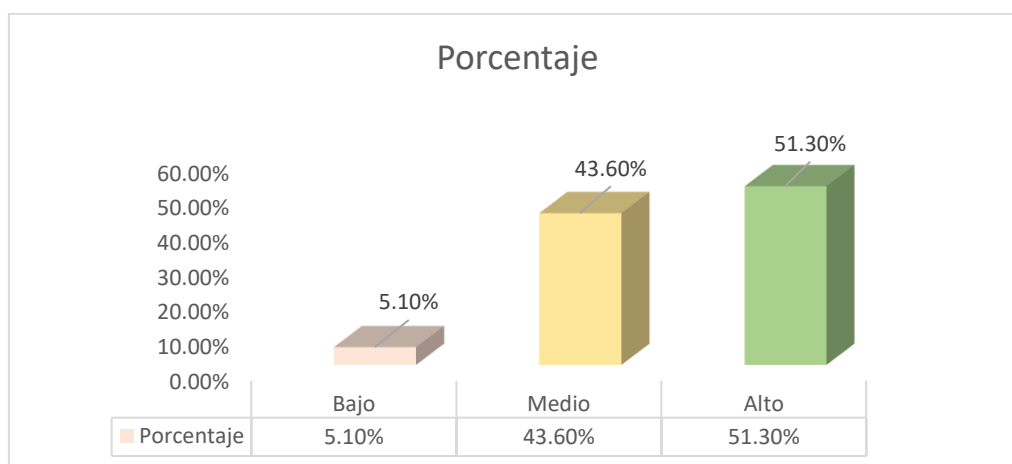
Frecuencia de la dimensión de Compromiso Afectivo.

		Frecuencia	%	% valido	% acumulado
Válido	Bajo	2	5,1	5,1	5,1
	Medio	17	43,6	48,7	48,7
	Alto	20	51,3	20,5	100
	Total	39	100	100	

Nota. Rango de frecuencia de la dimensión Compromiso Afectivo

Figura 3

Histograma de frecuencia de la dimensión de Compromiso Afectivo.



Nota. La tabla 8 y figura 3 en conclusión la percepción de los encuestados sobre la dimensión de compromiso afectivo. El 51.30% declaró que generó un impacto alto en la empresa, mientras que el 43.6% afirmó que generó un impacto medio y el 5.10 % indicó el impacto bajo en el personal del supermercado.

Tabla 9

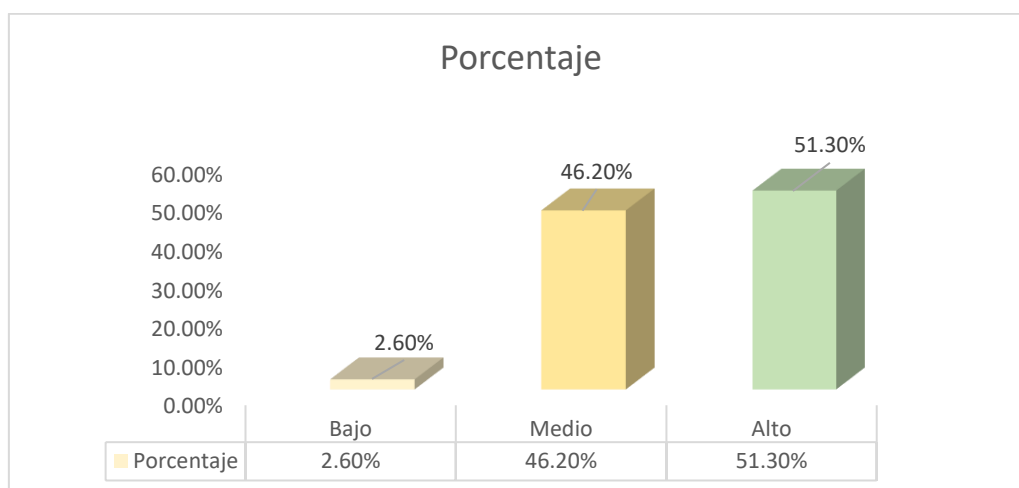
Frecuencia de la dimensión de Compromiso Normativo.

		Frecuencia	%	% valido	% acumulado
Válido	Bajo	1	2,6	2,6	2,6
	Medio	18	46,2	46,2	46,7
	Alto	20	51,3	20,5	100
	Total	39	100	100	

Nota. Rango de frecuencia de la dimensión Compromiso Normativo.

Figura 4

Histograma de frecuencia de la dimensión de Compromiso Normativo.



Nota. La tabla 9 y figura 4 en conclusión, la percepción de los encuestados sobre la dimensión de compromiso normativo. El 51.30% declaró que generó un impacto alto en la empresa, mientras que el 46.2% afirmó que generó un impacto medio y el 2.6 % indicó un impacto bajo en el supermercado.

Tabla 10

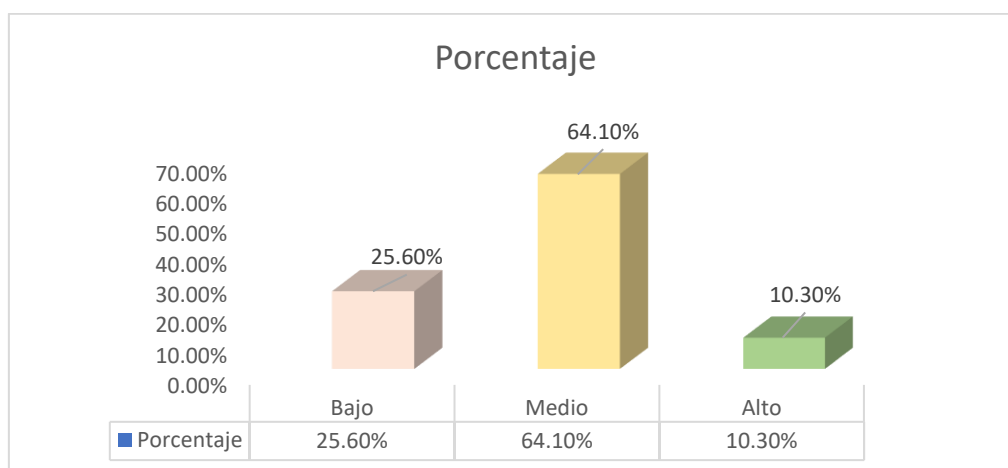
Frecuencia de la dimensión de Compromiso Continuidad.

		Frecuencia	%	% valido	% acumulado
Válido	Bajo	10	25,6	25,6	25,6
	Medio	25	64,1	64,1	89,7
	Alto	4	10,3	10,3	100
	Total	39	100	100	

Nota. Rango de frecuencia de la dimensión Compromiso Continuidad.

Figura 5

Histograma de frecuencia de la dimensión de Compromiso Continuidad.



Nota. La tabla 10 y figura 5 en conclusión la percepción de los encuestados sobre la dimensión de compromiso normativo. El 64.10% manifestó que genera impacto medio en la empresa, mientras que el 25.6% afirmó que genera un impacto bajo y el 10.30 % indicó que existe un impacto alto en el personal del supermercado.

Prueba de normalidad

Hipótesis nula Valor $p > 0.05$ Los datos siguen una distribución normal.

Hipótesis alterna Valor $p < 0.05$ Los datos no siguen una distribución normal.

Tabla 11

Prueba de normalidad para las variables y dimensiones

	Prueba de normalidad					
	Kolmogorov - Smirnov			Shapiro - Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Motivación	0.141	39	,047	,876	39	,000
Compromiso organizacional	0.171	39	,006	,889	39	,001

Nota: En la tabla 11, con la ejecución de la prueba de normalidad para determinar la relación existente entre las dos variables y sus dimensiones, se puede observar que el gl fue de 39 ($n < 50$), por lo que se manejó la prueba de normalidad de Shapiro – Wilk. A la misma vez se obtuvo como $p = 0.000 > 0.05$ en todos los casos analizados, por lo que se acepta la hip. alternativa y se rechaza la hip. nula.

Prueba de Hipótesis General

Ho: No existe relación entre la motivación y el compromiso organizacional de los trabajadores del supermercado RAULITO, Nasca, 2021.

Ha: Existe relación entre la motivación y el compromiso organizacional de los trabajadores del supermercado RAULITO, Nasca, 2021.

Tabla 12

Prueba de hipótesis general.

		Correlación	
		Motivación	Compromiso Organizacional
Motivación	Correlación de Rho Spearman	1,000	,587
	Sig (bilateral)		,000
	N	39	39
Compromiso Organizacional	Correlación de Rho Spearman	,587	1,000
	Sig (bilateral)	,000	
	N	39	39

Fuente: Elaboración propia (2021), la correlación es significativa en el nivel 0.01

Nota: La tabla 12, detalló que la prueba de normalidad de Rho Spearman entre ambas variables de motivación y compromiso organizacional fue débil, con un nivel de correlación de ,587, donde se pudo decir que existió una correlación positiva débil entre ambas variables del estudio. Manifestándose una curva con una tendencia positiva, por lo que se tuvo una relación directamente proporcional, es decir, al incrementar la motivación laboral en un trabajador, mayor será el compromiso de organizacional en los trabajadores del supermercado.

Decisión. Siendo la Sig. (bilateral) = 0.000 > 0.05, entonces se declinó la hipótesis nula, admitiendo la alterna. Se concluyó que existe una correlación positiva débil entre la motivación organización y el compromiso organizacional.

Tabla 13*Niveles de Correlación bilateral*

Rango	Relación
-1.00	Correlación negativa perfecta.
-0.90	Correlación negativa muy fuerte.
-0.50	Correlación negativa media.
-0.25	Correlación negativa débil.
-0.10	Correlación negativa muy débil.
0.00	No existe correlación alguna muy débil.
0.10	Correlación positiva muy débil.
0.25	Correlación positiva débil.
0.50	Correlación positiva media.
0.75	Correlación positiva considerable.
0.90	Correlación positiva muy fuerte.
1.00	Correlación positiva perfecta.

*Nota Hernández – Sampieri, Mendoza (2018)***Tabla 14***Prueba de hipótesis alternativa (a).*

		Correlación	
		Motivación	Compromiso Organizacional
Motivación	Correlación de Rho Spearman	1,000	,878
	Sig (bilateral)		,000
	N	39	39
Compromiso Organizacional	Correlación de Rho Spearman	,878	1,000
	Sig (bilateral)	,000	
	N	39	39

Fuente: Elaboración propia (2021), la correlación es significativa en el nivel 0.01

Nota: En la tabla 14, se detalló que la prueba de normalidad de Shapiro – Wilk entre ambas variables de motivación laboral y compromiso efectivo fue considerable, con un nivel de correlación de ,878, donde se pudo decir que existe una correlación positiva considerable entre ambas variables del estudio. Manifestándose una curva con una tendencia positiva, por lo que tienen una relación fue directamente proporcional, es decir, al incrementar la motivación laboral en un trabajador, mayor será el compromiso afectivo en los trabajadores del supermercado.

Decisión. Siendo la Sig. (bilateral) = 0.000 > 0.05, entonces se declinó la hipótesis nula, admitiendo la alterna. Se concluyó que existe una correlación positiva considerable entre la motivación organización y el compromiso organizacional.

Tabla 15

Prueba de hipótesis alternativa (b).

		Correlación	
		Motivación	Compromiso Organizacional
Motivación	Correlación de Rho Spearman	1,000	,949
	Sig (bilateral)		,000
	N	39	39
Compromiso Organizacional	Correlación de Rho Spearman	,949	1,000
	Sig (bilateral)	,000	
	N	39	39

Fuente: Elaboración propia (2021), la correlación es significativa en el nivel 0.01

Nota: En la tabla 15, se observó que la prueba de normalidad de Shapiro – Wilk entre ambas variables de motivación y compromiso normativo fue considerable, con un nivel de correlación de ,949, donde se pudo decir que existe una correlación positiva muy fuerte entre ambas variables del estudio. Manifestándose una curva con una tendencia positiva, por lo que tienen una relación que fue directamente proporcional, es decir, al incrementar la motivación laboral en un trabajador, mayor será el compromiso de normalidad en los trabajadores del supermercado.

Decisión. Siendo la Sig. (bilateral) = 0.000 > 0.05, entonces se declinó la hipótesis nula, admitiendo la alterna. Se concluyó que existe una correlación positiva muy fuerte entre la motivación organización y el compromiso organizacional.

Tabla 16*Prueba de hipótesis alternativa (c)*

		Correlación	
		Motivación	Compromiso Organizacional
Motivación	Correlación de Rho Spearman	1,000	,927
	Sig (bilateral)		,000
	N	39	39
Compromiso Organizacional	Correlación de Rho Spearman	,927	1,000
	Sig (bilateral)	,000	
	N	39	39

Fuente: Elaboración propia (2021), la correlación es significativa en el nivel 0.01

Nota: En la tabla 16, se observó que la prueba de normalidad de Shapiro – Wilk entre ambas variables de motivación y compromiso organizacional fue débil, con un nivel de correlación de ,927, donde se puede decir que existió una correlación positiva muy fuerte entre ambas variables del estudio. Manifestándose una curva con una tendencia positiva, por lo que tienen una relación es directamente proporcional, es decir, al incrementar la motivación laboral en un trabajador, mayor será el compromiso de continuidad en los trabajadores del supermercado Raulito.

Decisión. Siendo la Sig. (bilateral) = 0.000 > 0.05, entonces se declinó la hipótesis nula, admitiendo la alterna. Se concluyó que existe una correlación positiva muy fuerte entre la motivación organización y el compromiso organizacional.

V. DISCUSIÓN

Para poder desarrollar la discusión de los resultados obtenidos, se contrastó si la hip. Gen. referida a la motivación se relacionó con el compromiso organizacional en el supermercado Raulito; frente a los diferentes hallazgos y evidencias entre los antecedentes locales, nacionales e internacionales estudiados.

Se investigó la relación existente entre la motivación y el compromiso organizacional de los trabajadores del supermercado Raulito, Nazca, 2021, donde fue realizada con los 39 trabajadores, siendo aplicado el instrumento de cuestionario. El resultado que se obtuvo en la hip. gen., que se refiere a que si existe relación entre la motivación y el compromiso organizacional del supermercado, mostraron que el 76,9% de los encuestados manifestaron que la motivación se relacionaron de manera media con el compromiso organizacional, el 17,9% afirmó que la motivación tiene una relación baja con el posicionamiento el supermercado y que el 5,1% afirmó que la motivación se encuentra reaccionada de manera alta, dando como evidencia el resultado que la motivación aplicada al compromiso organizacional en el supermercado es baja.

En la variable de motivación organizacional los resultados muestran que 64,4% de los encuestados tiene un posicionamiento medio en el supermercado. Asimismo, el 25,6% de los encuestados manifiestos que el compromiso organizacional se expresa de manera baja en el supermercado, además que el 10,3% manifestó que el comportamiento organizacional se expresa de manera alta en el supermercado. Con el cruce de las variables de motivación y compromiso organizacional el resultado de coeficiente de correlación fue de ,587 por lo que podemos decir que tuvo una correlación positiva débil encontrándose directamente correlacionada con la motivación y el compromiso organizacional con un Sig. (Bilateral) $p=0,000 > 0.05$, entonces se declaró la hipótesis nula, admitiendo la hipótesis alterna, concluyendo que existió una correlación positiva débil entre la motivación y el compromiso organizacional entre los trabajadores del supermercado.

Considerando que existe una relación entre la motivación y el compromiso organizacional de los trabajadores del supermercado Raulito, Nazca, 2021 misma que fue corroborada por García y Gonzales (2018) investigación que tuvo de muestra 301 trabajadores, para poder determinar la relación existente entre la

motivación y el compromiso organizacional en una municipalidad, donde se pudo obtener resultados positivos al poderse demostrar la existencia entre la correlación de motivación y compromiso organizacional con un Sig. (Bilateral) de 0.000 y un nivel positiva débil que según los valores de 0.605 según los valores de Rho – Sopearren. Asimismo, a nivel nacional Puma y Estrada (2020) demostraron que la motivación y el compromiso organizacional en los trabajadores de corte de Justicia donde existió una correlación positiva alta entre ambas variables con un coeficiente de rho spearman de 0,759 con un p-valor inferior al nivel de sig. ($p=0,000<0,05$).

A nivel internacional en revistas científicas, publicaciones como Khalik, Hardhienata y Sunaryo (2016) demostraron la relación que existió entre la cultura organizacional, transformación, liderazgo, motivación para los compromisos organizacionales cuya muestra fue tomada en 180 docentes revelando que existió una relación positiva entre las variables mencionadas siendo distribuidas con un coeficiente de determinación donde la cultura organizacional tuvo un 17%, el compromiso organizacional con respecto al líder tuvo un 18%, motivación tiene 14%, con un coeficiente de corrección del 19% indicando además que existió una relación con las variables del 81% no se encontró incluida el modelo del compromiso organizacional, resaltando además que todas estas variables se encontraron débilmente involucradas unas con otras, teniendo como coeficiente de correlación=0.43 que significaría débil positiva. Refirmando la correlación que existe entre las variables de motivación y compromiso organizacional tenemos a Madi, Assal, Shrafat y Zeglat (2017) y la necesidad de conocer el impacto que tuvo las variables ya mencionadas, en los 97 trabajadores en los que se realizó el estudio, siendo demostrado la falta de relación existente entre la motivación y compromiso, teniendo como percepción por parte de los trabajadores que la motivación se encuentra sujeta a un buen salario.

La investigación desarrollada por Ferum (2017) cuyo estudio determinó cual es la influencia entre a la motivación, el compromiso organizacional y en la satisfacción laboral, muestra que fue recolectada en 60 trabajadores, donde se demuestra la influencia que se tiene el compromiso organizacional positivo con la motivación, el desempeño y por último la influencia positiva. Las anteriores

investigaciones tanto locales, nacionales e internacionales ya mencionados fueron analizadas dado su coincidencia holística con el presente estudio, cabe aclarar los diferentes aspectos que caracteriza a cada investigación como diferentes metodologías de estudio, muestra y sobre todo los tiempos en que fueron tomadas las encuestas siendo influencias por la situación actual que se está viviendo de la pandemia.

En relación con la primera hip. esp., si existe relación entre la motivación y el compromiso afectivo de los trabajadores del supermercado, siendo los resultados obtenidos al realizar la estadística de inferencia confirmando un coeficiente de correlación de 0.878, que según el estadígrafo de Pearson tuvo un nivel de correlación positiva considerable entre ambas variables y un sig. (Bilateral) $p=0.00 > 0.05$ entonces se declinó la hipótesis nula, admitiendo la alterna, para terminar como es aceptado la hipótesis de investigación si existe una relación entre la motivación y el compromiso organizacional de los trabajadores del supermercado. En conformidad con lo anterior expuesto, el resultado dado por Martin y Plascencia (2017), donde concluyó que existe una relación, dado que $p < 0.001$, teniendo una correlación positiva de 0.336 según el estadígrafo de Rho – Spearson, entre ambas variables, pero con una baja intensidad, el cual permitió confirmar que a un mayor grado de motivación laboral se ve reflejado en una mayor satisfacción laboral. Dando como resultado que se el rechazo de la hipótesis nula, es decir existe una relación positiva entre la motivación y el compromiso organizacional.

Con relación a la segunda hip. esp., se planteó, la existente relación entre la motivación y compromiso normativo entre los trabajadores del supermercado, siendo los resultados obtenidos en una estadística inferencial confirmando una correlación de ,944 que según el estadígrafo de Pearson es una correlaciona positiva muy fuerte y un Sig.(Bilateral) $p=0.00 > 0.05$ entonces se declara la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de alterna, para terminar como es aceptado la hipótesis de investigación si existió una relación entre la motivación y el compromiso normativo de los trabajadores del supermercado. En conformidad con lo anterior expuesto, el resultado de Godoy (2017) hacia la hip. esp. de la variable motivación y la dimensión de compromiso normativo se obtuvo una estadística diferencial

confirmando la correlación de ,811 según el estadígrafo de Rho – Spearman fue una correlación positiva considerable y un Sig. (Bilateral) $p < 0.05$ entonces fue aceptada la hipótesis alterna y rechazada la hipótesis nula; se determina por lo tanto, la existencia una semejanza con nuestra investigación ya que analizando la motivación con el comportamiento normativo, donde se propone la mejora del sentimiento de pertenencia por parte del trabajador hacia el supermercado.

En relación con el tercer hip. esp., se planteó, la existente relación entre la motivación y el compromiso de continuidad entre los trabajadores del supermercado, siendo los resultados obtenidos en una estadística inferencial confirmando su correlación de ,927 que según Pearson fue una correlación positiva muy fuerte y un Sig.(Bilateral) $p = 0.00 > 0.05$ entonces se declaró la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis de alterna, para terminar como es aceptado la hipótesis de investigación si existe una relación entre la motivación y el compromiso de continuidad de los trabajadores del supermercado. En conformidad con lo anterior expuesto, el resultado dado por Nguyen, Le, Tran, Tran, Nguyen, Nguyen (2020) detalló el impacto directo que tiene la motivación laboral hacia el compromiso afectivo con un nivel de significancia de ,749 (> 0.05) bajo rechazo, significando con ello que el compromiso de continuidad no tiene un impacto directo en la motivación, entonces no es aceptada la hipótesis, se determina por lo tanto, que no existencia una semejanza con nuestra investigación ya que analizando la motivación con el comportamiento de continuidad, donde se propone la mejora del sentimiento de pertenencia por parte del trabajador hacia el supermercado.

VI. CONCLUSIONES

Primera: En respuesta con los datos obtenidos del análisis univariado sobre la variable motivación, revelaron que 76,9% manifestó que esta genera un impacto medio en el supermercado, el 19,7% afirmó que genera un impacto bajo y el 5,1% indica que existe un impacto alto en el supermercado. En la variable de Compromiso organizacional se determinó que el 76,9% manifestó que el comportamiento organizacional genera un impacto medio, el 20,5% afirmó que generó un impacto alto y que el 2,6% indicó que generó un impacto bajo en los trabajadores del supermercado. El cruce de las variables de motivación y compromiso organizacional siendo el resultado el coeficiente de correlación de 0,587 y una sig. (bilateral)=0,000, afirmando con ellos que es una correlación positiva considerable entre las variables que se estudia. En conclusión, para que la motivación en el personal mejore se deberá considerar diversos factores motivacionales, entre ellos el punto de reconocimiento del talento del personal.

Segunda: Los resultados descriptivos obtenidos en el análisis univariado sobre la dimensión del compromiso afectivo donde nos muestran que el 51,3% manifestó que el compromiso afectivo generó un impacto alto en el supermercado y el 43,6% afirmó que la motivación afectiva genera un impacto medio en el supermercado y el 5,1% manifestó que el compromiso afectivo generó un impacto bajo en el supermercado. Con los resultados obtenidos luego de realizar la estadística inferencial bivalente confirman un coeficiente de correlación de 0,879 y una sig. (bilateral) = 0,000; el cual admite la hipótesis alterna, declinando de la hipótesis nula. Concluyendo con ello que los resultados comparados con la correlación entre la dimensión y la variable afirmando que existe una correlación positiva considerable.

Tercero: Con los resultados que fueron obtenidos del análisis univariado sobre las dimensiones de compromiso normativo donde se mostró que el 51,3% manifestó que el compromiso normativo generó un impacto alto en el supermercado, el 46,2% afirmó que el compromiso normativo generó un impacto medio en el supermercado y el 2,6% manifestó que el compromiso normativo generó un impacto bajo en el supermercado. Los resultados obtenidos luego de la realización de la estadística inferencial bivariado confirmo un coeficiente de

correlación del 0,949 y un sig. (bilateral)= 0,000; el cual admite la hipótesis alterna, declinando de la hipótesis nula. Concluyendo con ello que los resultados comparados con la correlación entre la dimensión y la variable afirmando que existe una correlación positiva fuerte.

Cuarto: Con los resultados que fueron obtenidos del análisis univariado sobre las dimensiones de compromiso de continuidad donde se muestra que el 64,1% manifestó que el compromiso de continuidad genera un impacto medio en el supermercado, el 25,6% afirmó que el compromiso de género un impacto alto en el supermercado y el 10,3% manifestó que el compromiso normativo generó un impacto alto en el supermercado. Los resultados obtenidos luego de la realización de la estadística inferencial bivariado confirmaron un coeficiente de correlación del 0,927 y un sig. (bilateral)= 0,000; el cual admite la hipótesis alterna, declinando de la hipótesis nula. Concluyendo con ello que los resultados comparados con la correlación entre la dimensión y la variable afirmando que existe una correlación positiva muy fuerte.

VII. RECOMENDACIONES

- Primera: Se recomienda a la entidad emplear un programa de incentivos para las diferentes áreas del supermercado de tal forma que se llegue a tener y/o mantener motivados a sus colaboradores, llegando así al compromiso de los mismos con la empresa. Esto va a generar que se sientan involucrados, e impulse al éxito de la organización.
- Segunda: Hacer reconocimientos mensuales a los colaboradores que hayan alcanzado su mejor desempeño, ya que esto va generar la satisfacción laboral por parte del colaborador, estimulándolos y llegando a elevar la autoestima. De tal forma que este proceso va lograr retener a los talentos que se encuentran dentro del supermercado.
- Tercera: Realizar evaluaciones mensuales que permita visualizar el avance y desempeño de los colaboradores para poder así otorgarle una recompensa en caso haya realizado sus actividades de manera exitosa. Así mismo se podrá alcanzar las metas propuestas por parte de la entidad.
- Cuarta: Organizar reuniones mensuales o trimestrales con todo el personal, para poder recibir aportes valiosos de tal forma que se genere así el compromiso por parte de ellos, fortaleciendo la unión y compromiso.
- Quinto: Emplear una educación en valores, como una herramienta de cambio que va generar que se sientan identificados con la entidad, profundizar el trabajo en equipo llegando a cumplir con los objetivos, este y todas las anteriores recomendaciones son otorgadas para mejorar la motivación y compromiso organizacional, lo que se busca es que el personal se sienta contento y orgulloso de pertenecer en la institución que está laborando.

VIII. REFERENCIAS

- Aguilar, A., Gonzales, D. y Aguilar, J. (2016). Un modelo estructural de motivación intrínseca. Revista científica. Acta de Investigación Psicológica. Obtenido en: <http://dx.doi.org/10.1016/j.aippr.2016.11.007>
- Al Madi, F., Assal, H., Shrafat, F. y Zeglat, D. (2017). The impact of employee motivation on organizational commitment. Article European Journal of Business and Management. Obtenido en: <https://n9.cl/gok9h>
- Andina (2021). Mas del 65% de peruanos se sienten identificados con la empresa en la que laboran. Obtenido en: <https://andina.pe/agencia/noticia-mas-del-65-peruanos-se-siente-identificado-con-empresa-la-trabaja-820567.aspx>
- Arias, J., Villasís, M. y Miranda, M, (2016). El protocolo de investigación II: La población de estudio. Revista Alergia Mexicana, artículo científico. Obtenido en: <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>
- Buriticá, J, y Dos Santos, C. (2016). Valor de la recompensa: ¿Como y para que se usa el concepto?, Red de revistas de ciencias de américa latina. Obtenido en: <http://dx.doi.org/10.15446/rcp.v25n2.50405>
- Castro, Jácome, G. y Huilcapi-Masacon, M. (2017). Motivación: las teorías y su relación en el ámbito empresarial. Revista científica, Vol. 3, núm. 2. Obtenido en: <http://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es>
- Charaja, Y., Mamani, J. (2014). Satisfacción laboral y motivación de los trabajadores de la dirección regional de comercio exterior y turismo – Puno – Perú 2014, artículo científico. Obtenido en: http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682014000100001
- Chiang, M., Candia, F. (2021). Las creencias afectan al compromiso organizacional y la satisfacción laboral. Un modelo de ecuaciones estructurales. Revista científica de la UCSA. Obtenido en: <https://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752/2021.008.01.014>

- Chiecher, A. (2017). Metas y contextos de aprendizaje. Un estudio con alumnos del primer año de carrera de ingeniería. Artículo científico. Obtenido en: <http://www.scielo.org.mx/pdf/ie/v17n74/1665-2673-ie-17-74-00061.pdf>
- Chóez, M. y Vélez, L. (2021). Motivación laboral y su relación con el nivel de compromiso organizacional en las escuelas de conducción. Artículo de investigación, ISSN 2550-682X. Obtenido en: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7926977.pdf>
- Comoto, H. y Villon, S. (2018). Motivación laboral. Elemento fundamental en el éxito organizacional. Revista científica Instituto Internacional de Investigacion y Desarrollo Tecnológico Educativo INDTEC C.A. Obtenido en: <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2018.3.7.9.177-192>
- Coulter y Robbins (2014). Administración, Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana S.A.
- Fischman, D. y Matos, L. (2014). Motivación 360 Cómo incrementarla en la vida y en la empresa. Editorial Planeta Perú S.A.
- Ferum, P. (2017). Influence of motivation and organizational commitment on work satisfaction and employee performance. Artículo científico. Obtenido en: <https://doi.org/10.21070/picecrs.v1i2.1431>
- Gabini, S. (2020). Articulación trabajo - familia y satisfacción laboral: El rol del compromiso afectivo. Revista Peruana de Psicología, Obtenido en: <http://dx.doi.org/https://doi.org/10.24265/liberabit.2020.v26n1.06>
- Gabini, S. (2018). Potenciales predictores del rendimiento laboral: una exploración empírica, 1º edición publicado por Editorial Teseo.
- Galván, E. y García, J. (2019). La eficiencia y su relación con el éxito de un proyecto según administradores de proyectos en centros de investigación. Artículo científico. Obtenido en: http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2071-081X2019000100010

- García, L., Gonzales, G. (2018). Motivación local y el compromiso organizacional, en los trabajadores de la Municipalidad Provincial Sánchez Carrión, 2018 (Tesis de grado, Universidad Peruana Unión). Repositorio institucional. Obtenido en: https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/1276/Leidy_Tesis_Titulo_2018.pdf?sequence=5&isAllowed=y
- Gonzales, L. (2021). Clima laboral y compromiso organizacional de los trabajadores de las MYPES constructoras en obras públicas, en Lima Metropolitana, 2020 (Tesis de grado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos). Repositorio institucional. Obtenido en: https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/16518/Gonzalez_bl.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Godoy, J. (2017). Motivación laboral y compromiso organizacional en el personal de una empresa del sector manufactura de la ciudad de Lima, 2017 (Tesis de grado, Universidad Cesar Vallejo). Repositorio institucional. Obtenido en: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/8559/Godoy_MJM.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Herrera, J. y Roman, A. (2019). Compromiso organizacional en entornos laborales con factores motivacionales extrínsecos, publicado en la revista Espacios Vol. 40, (N°28). Obtenido en: <https://www.revistaespacios.com/a19v40n28/a19v40n28p27.pdf>
- Hernández, Fernández y Baptista (2018). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativas, cualitativas y mixtas. McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Hernández, R. Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación: las rutas cuantitativas, cualitativas y mixtas. Publicado en McGraw - Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Jalal, H., Muhammad, M. (2018). Employee motivation and its role in improving the productivity and organizational commitment at higher education institutions, Article journal of entrepreneurship and business. Recuperado en: <https://n9.cl/kdbv5>

- Khalik, A., Hardhienata, S. y Sunaryo, W. (2016). Relationship between organizational culture, transformational leadership, working motivation to organizational commitment, Article International Journal of Managerial Studies and Research (IJMSR). Recuperado en: <http://dx.doi.org/10.20431/2349-0349.0410009>
- Littlewood, H. (2019). La paradoja del compromiso. Revista científica. Obtenido en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-76782020000200001
- Madero, S. (2020). Factores de la teoría de Herzberg y el impacto de los incentivos en la satisfacción de los trabajadores. Artículo científico. Recuperado en: <https://doi.org/10.15174/au.2019.2153>
- Marín, H., Placencia, M. (2017). Motivación y satisfacción laboral del personal de una organización de salud del sector privado. Revista científica, Obtenido en: <https://doi.org/10.24265/horizmed.2017.v17n4.08>
- Manjarrez, N., Boza, J., Mendoza, E. (2020). La motivación en el desempeño laboral de los empleados de los hoteles en el Cantón Quevedo, Ecuador. Revista científica. Obtenido en: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000100359
- Montes, M. y Diaz, M. (2018). Motivación y satisfacción laboral del personal de Enfermería en el Hospital de Apoyo San Francisco, Ayacucho – 2018. Revista científica de ciencias de la salud. Obtenido en: <https://doi.org/10.17162/rccs.v12i2.1211>
- Nguyen, H., Le, Q., Tran, Q., Tran, T., Nguyen, T. y Nguyen, T. (2020). The impact of organizational commitment on employee motivation: a study in Vietnamese Enterprise, Article Journal of Asian Finance and Business, Obtenido en: <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no6.439>
- Núñez, N., Ruesta, M., Gives, E., Quesada, E. y Trelles, L. (2017). La motivación y el compromiso organizacional en los docentes de los programas especiales descentralizados de la universidad nacional de Piura, 2017. Revista de

investigación universitaria. Obtenido en:
<https://www.revistapuce.edu.ec/index.php/revpuce/article/view/243/291>

Omar, A. (2015). Constructores fundacionales de la psicología organizacional positiva. *Revista Latinoamericana de Psicología Positiva*. SSN 0719-4420. Obtenido en: <https://n9.cl/o4k8p>

Orbegoso, A. (2016). La motivación intrínseca según Ryan & Deci y algunas recomendaciones para maestros, *Revista científica de Educación*, Obtenido en: <http://dx.doi.org/10.19141/2447-5432/lumen.v2.n1.p.75-93>

Pedraza, N. (2020). Satisfacción laboral y compromiso organizacional del capital humano en el desempeño en instituciones de educación superior. Obtenido en: <https://doi.org/10.23913/ride.v10i20.595>

Peña, H. y Villon, S. (2018). Motivación laboral, elementos fundamentales en el éxito organizacional, Artículo de Instituto Internacional de Investigación y Desarrollo Tecnológico Educativo INDTEC, C.A., recuperado en: Obtenido en: <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2018.3.7.9.177-192>

Pebes, A., Uribe, C. y Loyala, A. (2019). Motivación y su relación con la satisfacción laboral del profesional de enfermería en el servicio de Medicina del Hospital Regional de Ica 2016. Artículo científico, recuperado en: <https://doi.org/10.35563/revan.v7i1.186>

Puma, M., Estrada, E. (2020). La motivación laboral y el compromiso organizacional. *Revista de investigación universitaria*. Obtenido en: <http://dx.doi.org/10.21503/cyd.v23i3.2141>

Richard, K. (2014). Satisfacción laboral y compromiso organizacional en colaboradores de una empresa Retail, Lima, 2014. *Revista de investigación universitaria*, recuperada en: <https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/riu>

Rustom, A. (2012). Estadística descriptiva, poblacional e inferencia. Una visión conceptual y amplia. Departamento de Economía Agraria, Facultad de Ciencias Agronómicas, Universidad de Chile.

- ORH15 (2020). Revista digital. Obtenido en: <https://www.observatoriorh.com/orh-posts/la-mitad-de-los-espanoles-se-siente-atrapado-en-su-trabajo-debido-a-la-incertidumbre-economica.html>
- Sánchez, M., García, M. (2017). Satisfacción laboral en los entornos de trabajo. Una exploración cualitativa para su estudio. Obtenido en: <https://www.redalyc.org/pdf/849/84953103007.pdf>
- Sánchez, C. y Vargas, R. (2017). Las universidades públicas mexicanas: los retos de las transformaciones institucionales hacia la investigación y la transferencia de conocimientos. Revista de Educación Superior. Obtenido en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0185-27602017000400021&script=sci_abstract
- Silva, J. (2018). La gestión y el desarrollo organizacional marco para mejorar el desempeño del capital humano. Editorial área de innovación y desarrollo, S.L. Obtenido en: <http://dx.doi.org/10.17993/EcoOrgyCso.2018.46>
- Talledo, M. y Amaya, P. (2019). Motivación y compromiso laboral en conductores de transporte terrestre de personas, Trujillo – Perú, 2019. ISSN 1810-6781, Revista ciencia y tecnología. Obtenido en: <https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/PGM/article/view/3015/3374>
- Turienzo, R. (2016). *El pequeño libro de la motivación*. Impreso por Egedsa. Obtenido en: <https://www.casadellibro.com/libro-el-pequeno-libro-de-la-motivacion/9788416253586/3033518>
- Uribe, J. (2015). Clima y ambiente organizacional: trabajo, salud y factores psicosociales, Editorial El Manual Moderno.

ANEXO

Anexo 1 Matriz de consistencia

MOTIVACION Y COMPROMISO ORGANIZACIONAL DE LOS TRABAJADORES EN EL SUPERMERCADO RAULITO NASCA, 2021	PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VAR.	DIMENSIÓN	INDICADORES	ESCALA	METODOLOGÍA
	General	General	General	V1				
	¿Cuál es la relación que existe entre la motivación y compromiso organizacional de los trabajadores del supermercado RAULITO, Nasca, 2021?	Determinar la relación entre la motivación y el compromiso organizacional de los trabajadores del supermercado RAULITO, Nasca, 2021.	Existe relación entre la motivación y el compromiso organizacional de los trabajadores del supermercado RAULITO, Nasca, 2021.	MOTIVACION	Satisfacción laboral	Incentivos Recompensa Reconocimiento	(1) Totalmente en desacuerdo (2) Desacuerdo (3) Indiferencia (4) De acuerdo (5) Total de acuerdo	Tipo de Investigación * Básica
	¿Cuál es la relación que existe entre la motivación con el compromiso afectivo entre los trabajadores del supermercado RAULITO, Nasca 2021?	Determinar la relación que existe entre la motivación y compromiso afectivo entre los trabajadores del supermercado RAULITO, Nasca 2021.	Existe una relación entre la motivación y el compromiso afectivo de los trabajadores del supermercado RAULITO, Nasca, 2021.		Motivación Intrínseca	Autodeterminación Evaluación de metas Competencia		* Descriptiva - Correlacional
	¿Cuál es la relación que existe entre la motivación con el compromiso normativo entre los trabajadores del supermercado RAULITO, Nasca 2021?	Evaluar la relación que existe entre la motivación y compromiso normativo entre los trabajadores del supermercado RAULITO, Nasca 2021.	Existe una relación entre la motivación y el compromiso normativo de los trabajadores del supermercado RAULITO, Nasca, 2021.		Establecimiento de metas	Tarea Evaluación Eficiencia		r: relación entre las variables Población * N = 48 trabajadores de la empresa Muestra Muestreo Censal à n = 39 Clientes
	¿Cuál es la relación que existe entre la motivación con el compromiso de continuidad entre los trabajadores del supermercado RAULITO, Nasca 2021?	Analizar la relación que existe entre la motivación y compromiso de continuidad entre los trabajadores del supermercado RAULITO, Nasca 2021.	Existe una relación entre la motivación y el compromiso de continuidad de los trabajadores del supermercado RAULITO, Nasca, 2021.	COMPROMISO ORGANIZACIONAL	Compromiso afectivo	Sentimiento de pertenencia a la organización Vinculación afectiva a la organización Solidaridad con los problemas de la organización	(1) Totalmente en desacuerdo (2) Desacuerdo (3) Indiferencia (4) De acuerdo (5) Total de acuerdo	Criterio Inclusión * Cliente mayor de edad Criterio Exclusión
					Compromiso Normativo	Obligación moral de pertenencia Retribución hacia la organización Sentimiento de reciprocidad		* Cliente menor de edad Técnicas e Instrumentos
					Compromiso de continuidad	Dificultad por conseguir un nuevo empleo Necesidad de poseer una fuente de ingreso estable Consecuencias de dejar la organización		* Encuesta y Cuestionario. Procesamiento de Datos * Estadística y SPSS.

Anexo 2 Matriz de Operacionalidad

VARIABLE DE ESTUDIO	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENCIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICION
Motivación	Define a la motivación como una fuerza, que hace mover a las personas a cumplir con sus metas y/o objetivos llevando de la mano a la motivación intrínseca, mientras que otros individuos no cuentan con esta energía, no lograrán el cumplimiento de sus objetivos - David Fischman (2014)	Satisfacción laboral Motivación intrínseca Establecimiento de metas	Incentivos Recompensa Reconocimiento Autor determinación Evaluación de metas Competencia Tarea Evaluación de metas Eficiencia	Ordinal
Compromiso organizacional	Explica que el compromiso organizacional siendo una variable multidimensional no solo representa un vínculo psicológico entre la organización y el trabajador, ayudando a generar lazos para que sea muy poco probable la renuncia o abandonen la organización - Allen y Meyer (1996, citado en Pedraza, 2020)	Compromiso afectivo Compromiso normativo Compromiso de continuidad	Sentimiento de pertenencia Vinculación afectiva Solidaridad con los problemas de la organización. Obligación moral de pertenencia Retribución hacia la organización Reciprocidad a la organización Dificultad de conseguir nuevo empleo Dificultad de poseer una fuente de ingreso estable Consecuencias de dejar la organización	Ordinal

Anexo 3 Autorización de ejecución de tesis



GRUPO R&R S.A.C
RUC: 20492064611

Lima, 10 de Julio del 2021

SEÑORES:
Universidad Cesar Vallejo

ASUNTO:
AUTORIZACIÓN DE EJECUCIÓN DE TESIS

Habiendo revisado el proyecto de tesis titulado: "Motivación y Compromiso Organizacional en los trabajadores del Supermercado Raulito, Lima, 2021", por las autoras: Silvana Yomira Manrique Guerrero y Rocio Jimena Pauca Silvestre, la empresa autoriza la ejecución del proyecto descrito, así mismo nos comprometemos a brindar la información necesaria para la realización de la tesis.

Atte.

GRUPO R & R SAC.

América Gavilán Paliza
GERENTE DE OPERACIONES



GRUPO R&R S.A.C
RUC: 20492064611

Lima, 10 de Julio del 2021

SEÑORES:

Universidad Cesar Vallejo

ASUNTO:

AUTORIZACIÓN DE EJECUCIÓN DE TESIS

Habiendo revisado el proyecto de tesis titulado: "Motivación y Compromiso Organizacional en los trabajadores del Supermercado Raulito, Lima, 2021", por las autoras: Silvana Yomira Manrique Guerrero y Rocio Jimena Pauca Silvestre, la empresa autoriza la ejecución del proyecto descrito, así mismo nos comprometemos a brindar la información necesaria para la realización de la tesis.

Atte.

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Ana Manrique Gavilán".

Ana C. Manrique Gavilán
Contador Público
C.P.C. N° 4927

ANEXO 5



Certificado de validez del instrumento que mide la variable motivación

MD	D	A	MA
Muy Débil	Débil	Aplicable	Muy Aplicable

VARIABLE: MOTIVACIÓN			Pertinencia1				Relevancia2				Claridad3				Sugerencias
Dimensión: Satisfacción laboral			MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
Incentivos	1	Cree que un programa de incentivos hará que mejore su rendimiento laboral.			X				X				X		
	2	Considera usted que los incentivos son necesarios para poder sentirse parte de la entidad.			X				X				X		
	3	Considera usted que es importante que haya incentivos para generar lealtad hacia la empresa.			X				X				X		
Recompensa	4	Las recompensas son parte de la retribución que tiene la empresa hacia los trabajadores.			X				X				X		
	5	Siente que recompensan su trabajo para estimular su desarrollo profesional.			X				X				X		
	6	Considera que las recompensas son fruto de su trabajo bien elaborado.			X				X				X		
Reconocimiento	7	Reconocen su desempeño laboral con un reconocimiento de motivación.			X				X				X		
	8	Logra una autoestima elevada (a) al ser felicitado (a) por cada logro realizado.			X				X				X		
	9	Considera que el reconocer su trabajo permite fidelizarlo más con la empresa.			X				X				X		
	10	Cree que el reconocimiento laboral es el factor clave para un mayor progreso personal y laboral.			X				X				X		
Dimensión: Motivación intrínseca															
Autodeterminación	11	Considera usted que tiene la libertad de tomar decisiones propias ante un problema en la empresa.			X				X				X		
	12	Cree que es importante aportar recomendaciones para mejorar las herramientas y/o materiales de trabajo.			X				X				X		
	13	Siente que es capaz de aportar de gran manera al supermercado.			X				X				X		
Evaluación de metas	14	Está bien evaluar sus metas, para ver el compromiso que tiene con la empresa.			X				X				X		
	15	Considera que puede obtener buenos logros dentro del supermercado.			X				X				X		
	16	Cree que estaría bien que la empresa evalúe sus metas para ver su rendimiento.			X				X				X		
	17	Que evalúen constantemente sus tareas en el trabajo le genera estrés.			X				X				X		
Competencia	18	Considera que disfruta desempeñarse en el área que labora.			X			X				X			

	19	Siente que el trabajo en equipo agiliza el cumplimiento de metas del supermercado.			X				X				X	
	20	Siente que se ha esforzado y ha tenido una mayor sensación de logro.			X				X				X	
Dimensión: Establecimiento de metas														
Tarea	21	Siente que se desempeña de la mejor manera en cualquier área que le asignen.			X				X				X	
	22	Considera que su remuneración lo incentiva a cumplir con todos los objetivos establecidos por el supermercado.			X				X				X	
	23	Considera que las tareas bien desarrolladas son importantes para generar beneficios en la empresa.			X				X				X	
	24	Considera que el ambiente laboral es adecuado para desarrollar sus tareas			X				X				X	
Evaluación	25	Siente que las evaluaciones permiten ver su rendimiento en la empresa.			X				X				X	
	26	Generalmente lo evalúan para ver si tiene compromiso con la entidad.			X				X				X	
	27	Que evalúen su desempeño genera lealtad con el supermercado.			X				X				X	
Eficiencia	28	Considera usted que trabajar de forma eficiente genera vínculos afectivos con la empresa.			X				X				X	
	29	Trabaja eficientemente para obtener alguna recompensa.			X				X				X	
	30	Considera que está comprometido con los objetivos y metas del supermercado			X				X				X	

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No Aplicable []

Apellidos y Nombres del juez validador: DR. LUPE ESTHER GRAUS CORTEZ
Especialidad del Validador: Ciencias de la Educación

DNI: 07539368

Pertinencia 1: El ítem correspondiente al concepto teórico formulado.

Relevancia 2: El ítem es apropiado para presentar al componente o dimensión específica del constructo.

Claridad 3: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia. Se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Fecha: 27 de octubre del 2021



Firma del Experto Informante
Metodólogo

Certificado de validez del instrumento que mide la variable calidad de servicio

MD	D	A	MA
Muy Débil	Débil	Aplicable	Muy Aplicable

VARIABLE: COMPROMISO ORGANIZACIONAL			Pertinencia1				Relevancia2				Claridad3				Sugerencias
			MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
Dimensión: Compromiso afectivo															
Pertenencia	1	Encuentra satisfacción en su trabajo y siente que pasaría trabajando un buen tiempo para el supermercado.			X				X				X		
	2	Estar en el supermercado significa mucho para usted.			X				X				X		
	3	Siente que su trabajo es una pieza clave dentro del desarrollo diario de la empresa.			X				X				X		
	4	Considera que es agradable hablar de su trabajo con personas que no laboran dentro de la empresa.			X				X				X		
Afectividad	5	Considera que el supermercado tiene un gran significado personal para usted.			X				X				X		
	6	Considera ser parte de la familia del supermercado.			X				X				X		
	7	Considera usted que se encuentra ligado (a) emocionalmente a la empresa.			X				X				X		
Solidaridad	8	Siente los problemas del supermercado como suyos.			X				X				X		
	9	Si dejara su trabajo ahora se sentiría culpable.			X				X				X		
	10	Trata de aprender de otras áreas de trabajo para cubrir el puesto cuando sea necesario.			X				X				X		
Dimensión: Compromiso normativo															
Obligación	11	Considera que una de las principales razones para seguir laborando es por la lealtad que le tiene a la empresa.			X				X				X		
	12	Siente que estaría bien continuar en el supermercado y cumplir con sus objetivos			X				X				X		
	13	Busca cumplir con las metas propuestas por la empresa.			X				X				X		
	14	Considera que esta bien remunerar su trabajo cuando se queda incluso después de su horario laboral			X				X				X		
Retribución	15	Aprecia cuando retribuyen su trabajo.			X				X				X		
	16	Estaría bien reconocer su trabajo cuando invierte tiempo y esfuerzo en sus tareas.			X				X				X		
	17	Piensa que está bien reconocer su trabajo económicamente cuando llega a sus metas.			X				X				X		
Reciprocidad	18	Considera que está comprometido con la empresa por los beneficios recibidos.			X				X				X		
	19	Merece su lealtad el supermercado por lo que lo ha apoyado en el desarrollado diario.			X				X				X		

	20	Siente que la empresa confía en su trabajo, por el tiempo en el que ha estado laborando.			X				X				X	
Dimensión: Compromiso de continuidad														
Dificultad	21	Cree que existen pocas oportunidades laborales ahora como para abandonar su trabajo seguro.			X				X				X	
	22	Estaría disgustado si renunció al trabajo y no obtengo los beneficios laborales prometidos en la organización.			X				X				X	
	23	Considera que, aunque su sueldo no le es muy rentable al menos tiene un trabajo estable.			X				X				X	
	24	Considera que por la situación que se está viviendo actualmente no le permite que tenga una buena retribución económica.			X				X				X	
Necesidad	25	Siente que una de las principales razones para continuar en la organización es su sueldo y los beneficios que obtiene y que no obtendría en otro lugar.			X				X				X	
	26	Le sería difícil encontrar otro trabajo de forma inmediata y que logre sentirse parte de la empresa			X				X				X	
	27	Cree que pertenecer ahora a la empresa es tanto un deseo como una satisfacción.			X				X				X	
Consecuencia	28	Se verían interrumpidos muchos de sus proyectos personales si decidiera abandonar el trabajo.			X				X				X	
	29	Siente que si deja de laborar en el supermercado su entorno personal se vería afectado.			X				X				X	
	30	Si ya no estuviera en la empresa, los beneficios que tenía en el supermercado impactarían en su vida familiar.			X				X				X	

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No Aplicable []

Apellidos y Nombres del juez validador: DR. LUPE ESTHER GRAUS CORTEZ
Especialidad del Validador: Ciencias de la Educación

DNI: 07539368

Pertinencia 1: El ítem correspondiente al concepto teórico formulado.

Relevancia 2: El ítem es apropiado para presentar al componente o dimensión específica del constructo.

Claridad 3: Se entiende sin dificultad alguna el denunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia. Se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Fecha: 27 de octubre del 2021



Firma del Experto Informante
Metodólogo

Certificado de validez del instrumento que mide la variable motivación

MD	D	A	MA
Muy Débil	Débil	Aplicable	Muy Aplicable

VARIABLE: MOTIVACIÓN			Pertinencia1				Relevancia2				Claridad3				Sugerencias
Dimensión: Satisfacción laboral			MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
Incentivos	1	Cree que un programa de incentivos hará que mejore su rendimiento laboral.			X				X				X		
	2	Considera usted que los incentivos son necesarios para poder sentirse parte de la entidad.			X				X				X		
	3	Considera usted que es importante que haya incentivos para generar lealtad hacia la empresa.			X				X				X		
Recompensa	4	Las recompensas son parte de la retribución que tiene la empresa hacia los trabajadores.			X				X				X		
	5	Siente que recompensan su trabajo para estimular su desarrollo profesional.			X				X				X		
	6	Considera que las recompensas son fruto de su trabajo bien elaborado.			X				X				X		
Reconocimiento	7	Reconocen su desempeño laboral con un reconocimiento de motivación.			X				X				X		
	8	Logra una autoestima elevada (a) al ser felicitado (a) por cada logro realizado.			X				X				X		
	9	Considera que el reconocer su trabajo permite fidelizarlo más con la empresa.			X				X				X		
	10	Cree que el reconocimiento laboral es el factor clave para un mayor progreso personal y laboral.			X				X				X		
Dimensión: Motivación intrínseca															
Autodeterminación	11	Considera usted que tiene la libertad de tomar decisiones propias ante un problema en la empresa.			X				X				X		
	12	Cree que es importante aportar recomendaciones para mejorar las herramientas y/o materiales de trabajo.			X				X				X		
	13	Siente que es capaz de aportar de gran manera al supermercado.			X				X				X		
Evaluación de metas	14	Está bien evaluar sus metas, para ver el compromiso que tiene con la empresa.			X				X				X		
	15	Considera que puede obtener buenos logros dentro del supermercado.			X				X				X		
	16	Cree que estaría bien que la empresa evalúe sus metas para ver su rendimiento.			X				X				X		
	17	Que evalúen constantemente sus tareas en el trabajo le genera estrés.			X				X				X		
Competencia	18	Considera que disfruta desempeñarse en el área que labora.			X				X				X		
	19	Siente que el trabajo en equipo agiliza el cumplimiento de metas del supermercado.			X				X				X		
	20	Siente que se ha esforzado y ha tenido una mayor sensación de logro.			X				X				X		

Dimensión: Establecimiento de metas													
Tarea	21	Siente que se desempeña de la mejor manera en cualquier área que le asignen.			X				X				X
	22	Considera que su remuneración lo incentiva a cumplir con todos los objetivos establecidos por el supermercado.			X				X				X
	23	Considera que las tareas bien desarrolladas son importantes para generar beneficios en la empresa.			X				X				X
	24	Considera que el ambiente laboral es adecuado para desarrollar sus tareas			X				X				X
Evaluación	25	Siente que las evaluaciones permiten ver su rendimiento en la empresa.			X				X				X
	26	Generalmente lo evalúan para ver si tiene compromiso con la entidad.			X				X				X
	27	Que evalúen su desempeño genera lealtad con el supermercado.			X				X				X
Eficiencia	28	Considera usted que trabajar de forma eficiente genera vínculos afectivos con la empresa.			X				X				X
	29	Trabaja eficientemente para obtener alguna recompensa.			X				X				X
	30	Considera que está comprometido con los objetivos y metas del supermercado			X				X				X

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No Aplicable []

Apellidos y Nombres del juez validador: MAG. LUIS ALBERTO TORRES CABANILLAS
Especialidad del Validador: INGENIERO ESTADÍSTICO CIP NRO. 49863

DNI: 08404690

Pertinencia 1: El ítem correspondiente al concepto teórico formulado.

Relevancia 2: El ítem es apropiado para presentar al componente o dimensión específica del constructo.

Claridad 3: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia. Se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Fecha: 27 de octubre del 2021

Firma del Experto Informante
Metodólogo

Certificado de validez del instrumento que mide la variable calidad de servicio

MD	D	A	MA
Muy Débil	Débil	Aplicable	Muy Aplicable

VARIABLE: COMPROMISO ORGANIZACIONAL			Pertinencia1				Relevancia2				Claridad3				Sugerencia s
Dimensión: Compromiso afectivo			MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
Pertinencia	1	Encuentra satisfacción en su trabajo y siente que pasaría trabajando un buen tiempo para el supermercado.			X				X				X		
	2	Estar en el supermercado significa mucho para usted.			X				X				X		
	3	Siente que su trabajo es una pieza clave dentro del desarrollo diario de la empresa.			X				X				X		
	4	Considera que es agradable hablar de su trabajo con personas que no laboran dentro de la empresa.			X				X				X		
Afectividad	5	Considera que el supermercado tiene un gran significado personal para usted.			X				X				X		
	6	Considera ser parte de la familia del supermercado.			X				X				X		
	7	Considera usted que se encuentra ligado (a) emocionalmente a la empresa.			X				X				X		
Solidaridad	8	Siente los problemas del supermercado como suyos.			X				X				X		
	9	Si dejara su trabajo ahora se sentiría culpable.			X				X				X		
	10	Trata de aprender de otras áreas de trabajo para cubrir el puesto cuando sea necesario.			X				X				X		
Dimensión: Compromiso normativo															
Obligación	11	Considera que una de las principales razones para seguir laborando es por la lealtad que le tiene a la empresa.			X				X				X		
	12	Siente que estaría bien continuar en el supermercado y cumplir con sus objetivos			X				X				X		
	13	Busca cumplir con las metas propuestas por la empresa.			X				X				X		
	14	Considera que esta bien remunerar su trabajo cuando se queda incluso después de su horario laboral			X				X				X		
Retribución	15	Aprecia cuando retribuyen su trabajo.			X				X				X		
	16	Estaría bien reconocer su trabajo cuando invierte tiempo y esfuerzo en sus tareas.			X				X				X		
	17	Piensa que está bien reconocer su trabajo económicamente cuando llega a sus metas.			X				X				X		
Reciprocidad	18	Considera que está comprometido con la empresa por los beneficios recibidos.			X				X				X		
	19	Merece su lealtad el supermercado por lo que lo ha apoyado en el desarrollado diario.			X				X				X		

	20	Siente que la empresa confía en su trabajo, por el tiempo en el que ha estado laborando.			X				X				X	
Dimensión: Compromiso de continuidad														
Dificultad	21	Cree que existen pocas oportunidades laborales ahora como para abandonar su trabajo seguro.			X				X				X	
	22	Estaría disgustado si renuncio al trabajo y no obtengo los beneficios laborales prometidos en la organización.			X				X				X	
	23	Considera que, aunque su sueldo no le es muy rentable al menos tiene un trabajo estable.			X				X				X	
	24	Considera que por la situación que se está viviendo actualmente no le permite que tenga una buena retribución económica.			X				X				X	
Necesidad	25	Siente que una de las principales razones para continuar en la organización es su sueldo y los beneficios que obtiene y que no obtendría en otro lugar.			X				X				X	
	26	Le sería difícil encontrar otro trabajo de forma inmediata y que logre sentirse parte de la empresa			X				X				X	
	27	Cree que pertenecer ahora a la empresa es tanto un deseo como una satisfacción.			X				X				X	
Consecuencia	28	Se verían interrumpidos muchos de sus proyectos personales si decidiera abandonar el trabajo.			X				X				X	
	29	Siente que si deja de laborar en el supermercado su entorno personal se vería afectado.			X				X				X	
	30	Si ya no estuviera en la empresa, los beneficios que tenía en el supermercado impactarían en su vida familiar.			X				X				X	

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No Aplicable []

Apellidos y Nombres del juez validador: MAG. LUIS ALBERTO TORRES CABANILLAS
Especialidad del Validador: INGENIERO ESTADÍSTICO CIP NRO. 49863

DNI: 08404690

Pertinencia 1: El Ítem correspondiente al concepto teórico formulado.

Relevancia 2: El Ítem es apropiado para presentar al componente o dimensión específica del constructo.

Claridad 3: Se entiende sin dificultad alguna el denunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia. Se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Fecha: 27 de octubre del 2021

Firma del Experto Informante