



**UNIVERSIDAD PRIVADA TELESUP**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**  
**CONTABLES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN,**  
**FINANZAS Y NEGOCIOS GLOBALES**

**TESIS**  
**COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y SU RELACIÓN**  
**CON LA SATISFACCIÓN LABORAL DE LOS**  
**CONDUCTORES DE LA EMPRESA DE TRANSPORTE**  
**TURISMO SAGITARIO S.R.L., JULIACA – 2020.**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**  
**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN, FINANZAS Y NEGOCIOS**  
**GLOBALES**

**AUTOR:**

**Bach. BORIS ABEL SOLORZANO MENDOZA**

**Bach. JUAN CARLOS CALSIN TACCA**

**LIMA – PERÚ**

**2020**

**ASESOR DE TESIS**

---

**Mg. MICHEL JAIME MENDEZ ESCOBAR**

**JURADO EXAMINADOR**

---

**Dr. WILLIAM MIGUEL MOGROVEJO COLLANTES**  
**Presidente**

---

**Mg. ERNESTO ARCE GUEVARA**  
**Secretario**

---

**Mg. FRANCISCO EDUARDO DIAZ ZARATE**  
**Vocal**

## **DEDICATORIA**

Agradezco a mi madre, quien fue pieza primordial y estuvo ahí, de quien recibí el apoyo incondicional. Una mujer luchadora que siempre confió en mí. Su ayuda fue muy esencial para que culmine mi tesis. No me cansaré de darte las gracias, madre.

## **AGRADECIMIENTO**

Le agradezco a Dios, por estar siempre velando mi camino, el de mi familia, por estar siempre conmigo, por ser la fortaleza en los momentos tristes de mi vida y darme la fuerza de haber culminado mi carrera satisfactoriamente.

## RESUMEN

La presente investigación titulada: Comunicación organizacional y su relación con la satisfacción laboral de los conductores de la empresa transporte turismo Sagitario S.R.L., Juliaca – 2020, cuyo objetivo general fue determinar la relación entre comunicación organizacional y su relación con la satisfacción laboral de los conductores de la empresa transporte turismo Sagitario S.R.L., Juliaca – 2020.

La investigación fue de enfoque cuantitativo, el tipo de investigación fue aplicada, de nivel descriptivo correlacional, se utilizó un diseño no experimental con una población de 36 socios de la empresa transporte turismo Sagitario S.R.L., Juliaca, el tipo de muestreo fue censal debido a que el conjunto que representa la población está conformada por las mismas personas a quienes se les aplicó un cuestionario de acuerdo con las variables de estudio, obteniendo una fiabilidad de 0,937 y 0,927, nivel muy aceptable.

Entre los resultados más importantes obtenidos según la prueba estadística de rho de Spearman aplicada a las variables comunicación organizacional y satisfacción laboral con un coeficiente de correlación de  $r=0.914$ , con un nivel de significancia de 0.000 menor que el nivel esperado ( $p < 0.05$ ) con el cual se rechazó la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Por lo tanto, se puede afirmar que existe una correlación muy significativa entre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral en la empresa transporte turismo Sagitario S.R.L., Juliaca – 2020.

**Palabras clave:** comunicación organizacional, satisfacción laboral y cambios en la comunicación

## ABSTRACT

The present investigation entitled: Organizational communication and its relationship with the job satisfaction of the drivers of the transport tourism company Sagitario S.R.L, Juliaca - 2020, whose general objective is to determine the relationship between organizational communication and its relationship with the job satisfaction of the drivers of the company tourism transport Sagitario SRL, Juliaca - 2020.

The research was of a quantitative approach, the type of research is applied, of a correlational descriptive level, a non-experimental design was used with a population of 36 members of the transport company Sagitario SRL, Juliaca, the type of sampling was census because. The group that represents the population is made up of the same people to whom a questionnaire was applied according to the study variables, obtaining a reliability of 0.937 and 0.927, a very acceptable level.

Among the most important results obtained according to the Spearman Rho statistical test applied to the variables organizational communication and job satisfaction with a correlation coefficient of  $r = 0.914$ , with a significance level of 0.000 less than the expected level ( $p < 0.05$ ) with which the null hypothesis is rejected and the alternate hypothesis is accepted. Therefore, it can be stated that there is a very significant correlation between organizational communication and job satisfaction in the company transport tourism Sagitario S.R.L., Juliaca - 2020.

**Keywords:** organizational communication, job satisfaction and changes in communication

## ÍNDICE DE CONTENIDO

CARÁTULA .....	i
ASESOR DE TESIS.....	ii
JURADO EXAMINADOR.....	iii
DEDICATORIA .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
RESUMEN .....	vi
ABSTRACT .....	vii
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE FIGURAS .....	xii
INTRODUCCIÓN .....	xiii
<b>I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>15</b>
1.1. Planteamiento del problema.....	15
1.2. Formulación del problema .....	17
1.2.1. Problema general.....	17
1.2.2. Problemas específicos .....	18
1.3. Justificación del estudio .....	18
1.3.1. Justificación teórica.....	18
1.3.2. Justificación práctica .....	18
1.3.3. Justificación metodológica .....	18
1.3.4. Justificación social .....	19
1.4. Objetivos de la investigación .....	19
1.4.1. Objetivo general .....	19
1.4.2. Objetivos específicos .....	19
<b>II. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>20</b>
2.1. Antecedentes de la investigación .....	20
2.1.1. Antecedentes nacionales .....	20
2.1.2. Antecedentes internacionales .....	22
2.2. Bases teóricas de las Variables .....	25
2.2.1. variable 01: comunicación organizacional.....	25
2.2.2. variable 02: satisfacción Laboral .....	37

2.3. Definición de términos básicos.....	47
<b>III. MÉTODOS Y MATERIALES .....</b>	<b>50</b>
3.1. Hipótesis de la investigación .....	50
3.1.1. Hipótesis general .....	50
3.1.2. Hipótesis específicas .....	50
3.2. Variables de estudio.....	50
3.2.1 Definición conceptual .....	50
3.2.2. Definición de operacionalización.....	51
3.3. Tipo y nivel de investigación.....	52
3.3.1. Tipo de investigación .....	52
3.3.2 Nivel de investigación.....	52
3.3.3. Método de investigación .....	54
3.4. Diseño de la investigación.....	54
3.4.1. Diseño no experimental .....	54
3.4.2. Enfoque de investigación .....	54
3.4.3. Corte transversal.....	55
3.5. Población y muestra de estudio .....	55
3.5.1. Población .....	55
3.5.2. Muestra censal.....	55
3.5.3. Muestreo .....	56
3.6. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.....	56
3.6.1. Técnicas de recolección de datos.....	56
3.6.2. Instrumentos de recolección de datos.....	56
3.6.3. Validez del instrumento.....	58
3.6.4. Confiabilidad del instrumento .....	58
3.7. Métodos de análisis de datos .....	59
3.8. Aspectos éticos .....	59
<b>IV. RESULTADOS .....</b>	<b>60</b>
4.1. Análisis descriptivo.....	60
4.2. Prueba de confiabilidad .....	65
4.3. Prueba de hipótesis.....	66
4.3.1. Prueba de hipótesis general.....	66
4.3.2. Prueba de hipótesis específicas.....	67
<b>V. DISCUSIÓN.....</b>	<b>70</b>

<b>VI. CONCLUSIONES</b> .....	<b>72</b>
<b>VII. RECOMENDACIONES</b> .....	<b>73</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	<b>74</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>77</b>
Anexo 1. Matriz de consistencia .....	78
Anexo 2. Matriz de operacionalización .....	79
Anexo 3. Instrumento.....	81
Anexo 4. Validación del instrumento.....	84
Anexo 5. Matriz de datos .....	92
Anexo 6 Propuesta de Valor .....	94

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Valores de la prueba de correlación de Rho Spearman .....	53
Tabla 2.	Calificación y resultado del cuestionario de comunicación organizacional .....	57
Tabla 3.	La validación del instrumento por parte de los expertos .....	58
Tabla 4.	Escala de interpretación de la confiabilidad .....	59
Tabla 5.	Niveles de variable de comunicación organizacional .....	60
Tabla 6.	Niveles de la variable de satisfacción laboral .....	61
Tabla 7.	Niveles de comunicación en la empresa .....	62
Tabla 8.	Niveles de Cultura de la comunicación .....	63
Tabla 9.	Niveles de Cambios en la comunicación .....	64
Tabla 10.	Nivel de confiabilidad de la variable comunicación organizacional .....	65
Tabla 11.	Nivel de confiabilidad de la variable satisfacción laboral .....	65
Tabla 12.	Nivel de correlación y significancia de comunicación organizacional y satisfacción laboral .....	66
Tabla 13.	Nivel de correlación y significancia de comunicación en la empresa y satisfacción laboral .....	67
Tabla 14.	Nivel de correlación y significancia de cultura de la comunicación y satisfacción laboral .....	68
Tabla 15.	Nivel de correlación y significancia de cambios en la comunicación y satisfacción laboral .....	69

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Niveles de comunicación organizacional .....	60
Figura 2. Niveles de satisfacción laboral .....	61
Figura 3. Niveles de comunicación en la empresa .....	62
Figura 4. Niveles de cultura de la comunicación .....	63
Figura 5. Niveles de cambios en la comunicación .....	64

## INTRODUCCIÓN

La comunicación organizacional es muy importante para el desenvolvimiento de los socios dentro de la empresa, lo cual implica relacionarse con el gerente y los socios de la misma empresa, los valores y objetivos son primordiales en la empresa.

Una adecuada comunicación organizacional, parte de la conversación que tenga el gerente con los socios de la empresa, para ello, debe haber comunicación en la empresa, cultura de comunicación y cambios en la comunicación, para ello, deben implementarse procesos para alcanzar las metas establecidas en la empresa, asimismo, se deben escuchar ideas, sugerencias de los socios, con la finalidad de que se sientan comprometidos con la empresa donde labora, y se esfuercen en alcanzar los objetivos que conlleva el crecimiento exitoso en la empresa.

La presente tesis está dividida en siete capítulos coherentemente relacionados.

Capítulo I, se presenta el planteamiento del problema, donde se describió la realidad problemática, y se formuló las interrogantes de la investigación, justificación del estudio y los objetivos de la investigación que permitirán determinar la relación entre las variables de estudio.

En el capítulo II, se presenta el marco teórico, el análisis de los antecedentes de las investigaciones nacionales e internacionales, las bases teóricas de las variables de estudio y las definiciones conceptuales.

En el capítulo III, se presentan los métodos y materiales de la investigación: hipótesis de la investigación, variables de estudio que han permitido organizar el cuadro de operacionalización de la investigación de acuerdo con las variables de estudio, asimismo, se detalla el nivel de investigación, diseño de investigación, población y muestra de estudio, técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad del instrumento, método de análisis de datos y aspectos éticos de la investigación.

En el capítulo IV, se presentan los principales resultados de la investigación, primero se describen los resultados en forma unitaria, para luego contrastar cada una de las hipótesis formuladas.

En el capítulo V, se discuten los principales resultados de investigación; luego se analizan los resultados obtenidos de la teoría y de la experiencia directa, determinando los alcances de su validez.

En el capítulo VI, se abordan las conclusiones de acuerdo con los resultados estadísticos obtenidos relacionados con los objetivos de la investigación.

En el capítulo VII, se plantean las recomendaciones o sugerencias que pueden aportar a las variables de estudio de acuerdo con los objetivos planteados.

## **I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

### **1.1. Planteamiento del problema**

En el continente americano en este siglo XXI, las empresas y los líderes requieren de una buena comunicación para poder transmitir con claridad y precisión sus ideas y proyectos. Aunque parezca sencillo, muchas veces es difícil conseguir una comunicación eficiente dentro de las empresas. Los especialistas aseguran que, a mayor comunicación, mayor claridad, con la finalidad de lograr los objetivos trazados.

Toda empresa, ya sea grande o pequeña, debe adecuarse para posicionarse como el número dentro del mercado por lo que debe implementar con medios tecnológicos de comunicación. Esto nos da a entender que tiene un cimiento comunicacional, desde este punto de vista, es interesante y relevante, tal como menciona Peter Drucker al decir que cuando hay un problema en la comunicación la organización se ve afectada.

También es cierto que, hoy en día, el tema de una mala comunicación es perjudicial para cualquier tipo de empresa. Frente a estas dificultades, las instituciones y sus líderes le dan mayor importancia a este problema, en tal sentido, se abren dos caminos que se pueden utilizar, donde el dilema no aflora por la comunicación, sino por una decisión que se tomó y que generó un impacto negativo.

Gómez (2007) menciona:

Que la comunicación en las organizaciones ayuda a mejorar la productividad y el uso de los medios, como una fuente informativa para las empresas e instituciones modernas, durante el inicio del siglo XX, muchas de las tendencias ideológicas de la época fueron direccionadas bajo los postulados de Taylor en 1911, el cual expresó como una doctrina orientada a una estructura empresarial de manera jerárquica, donde la clase trabajadora solo debían delimitarse a tener uso del acceso a los datos y operaciones estrictamente importantes el cual derivada solo de sus funciones y cualquier

trabajo se ejecutaría de forma individual bajo indicadores de aislamiento, lo que ciertamente disminuiría el trabajo en equipo (p.46).

En el Perú, la satisfacción laboral solo casi la mitad de empleados o trabajadores no se encuentran felices en su centro de trabajo, debido a eso afecta su compromiso frente a las tareas encomendadas.

La satisfacción laboral es un estado propio de la persona que trabaja en una organización, tiene que ver con las circunstancias personales y las del trabajo, es decir, se enlaza entre lo esperado y lo encontrado por el trabajador en el centro de trabajo donde labora.

La transparencia y sinceridad de la comunicación con el líder en la empresa directamente, es otro factor o aspecto que se debe examinar por el lado negativo. Además, existe ayuda que admite que los trabajos para obtener los objetivos proyectados en otro punto en el cual se exige una cifra o número negativo.

Esto se debe a que para alcanzar la felicidad en un buen ambiente de trabajo, es necesario tener un buen sueldo y los beneficios posteriores. Además, sería atrayente un salario mejor remunerado para centrarse en encontrar su propósito deseado. Los promedios salariales en la actualidad están en una categoría jerárquica.

Robbins y Judge (2009) indican que es la sensación verdadera donde reside el trabajo propio, que aparece de la evaluación de sus características en donde una persona con alta satisfacción en el trabajo, tiene sentimientos puros y sinceros acerca de este, en tanto que otra insatisfecha los tienen negativos.

A nivel local, en estos momentos la comunicación de los conductores que laboran dentro de la empresa de transporte Sagitario S.R.L., Juliaca -2020 se está viendo alterada, debido a que los socios no son escuchados, ni orientados ni capacitados y se sienten incómodos, debido a que se sienten insatisfechos laboralmente porque no hay beneficios o incentivos por parte de la empresa hacia ellos. Eso está originando que el trabajo lo hagan con dejadez.

Los trabajadores que laboran en la empresa, se sienten aislados ya que al no recibir el apoyo por parte del gerente de la empresa, se sienten inconformes, estresados, y pasa por su mente el de retirarse a otra empresa que sí le darán su lugar y le ofrecerán beneficios e incentivos, además, lo escucharán a la hora de emitir una opinión.

Javier Flores (1992) expresa que la satisfacción laboral es la forma cómo se siente la persona en el trabajo. Lo que involucra diversos aspectos, como el salario, la forma de supervisión, condiciones del trabajo, oportunidades de promoción, compañeros de labor; por ser una actitud, la satisfacción laboral es una tendencia relativamente estable y de una manera fácil de responder consistentemente, al trabajo que realiza la persona, la cual está enfocada en las creencias y valores desarrollados por la propia persona hacia su trabajo.

En resumen, en la actualidad la comunicación debería ser un factor necesario para un buen funcionamiento, debido a la interrelación de la actividad humana. Ahora la era informática y digital autoriza interactuar mediante canales sociales de una manera más rápida y sencilla. Y da lugar a que la comunicación verbal sea desplazada y se opte por una comunicación corporativa importante y sobresaliente.

Debería la empresa fomentar la comunicación eficaz, lo que motivaría a los trabajadores a estar comprometidos e involucrados, y así ellos, se sentirían cómodos, valorados, su rendimiento serio optimo y se sentirían satisfechos laboralmente.

## **1.2. Formulación del problema**

### **1.2.1. Problema general**

PG. ¿Cómo la comunicación organizacional se relaciona con la satisfacción laboral de los conductores de la empresa de transporte turismo Sagitario S.R.L. Juliaca - 2020?

## **1.2.2. Problemas específicos**

- PE 1. ¿Cómo la comunicación en la empresa se relaciona con la satisfacción laboral de los conductores de la empresa de transporte turismo Sagitario S.R.L., Juliaca - 2020?
- PE 2. ¿Cómo la cultura de la comunicación organizacional se relaciona con la satisfacción laboral de los conductores de la empresa de transporte turismo Sagitario S.R.L., Juliaca - 2020?
- PE 3. ¿Cómo los cambios en la comunicación organizacional se relacionan con la satisfacción laboral de los conductores en la empresa de transporte turismo Sagitario S.R.L., Juliaca - 2020?

## **1.3. Justificación del estudio**

### **1.3.1. Justificación teórica**

Esta investigación se da con la finalidad de cooperar y conocer a profundidad, cómo las variables: comunicación organizacional y la satisfacción laboral de los conductores de la empresa de transporte turismo Sagitario S.R.L Juliaca – 2020 se relacionan. Para ello, fue fundamental examinar y causar acciones convincentes que mejoren los problemas relacionados con las dos variables. Los resultados que se obtendrán en esta investigación serán de mucha utilidad para la comunicación organizacional, ya que se planteó cuál es motivo principal de la satisfacción laboral en la empresa.

### **1.3.2. Justificación práctica**

Esta investigación se realizó para hallar que los resultados del estudio sean empleados de acuerdo con las medidas que solucionen los problemas en la comunicación organizacional y la satisfacción laboral de los conductores de la empresa de transporte turismo Sagitario S.R.L Juliaca - 2020.

### **1.3.3. Justificación metodológica**

La presente investigación ha permitido la creación del instrumento que se usaron, para determinar cómo es la comunicación organizacional y la satisfacción

laboral de los conductores de la empresa turismo Sagitario S.R.L Juliaca - 2020. Para la cual la hipótesis y la parte estadística que se empleó en esta investigación, además se utilizó el método cuantitativo para encontrar los resultados, con la finalidad de que investigaciones posteriores o similares encuentren antecedentes de este tipo de investigación, formando parte de una posible una solución.

#### **1.3.4. Justificación social**

Permite una mejor administración dentro de la empresa turismo Sagitario S.R.L Juliaca – 2020., para que exista una comunicación organizacional y una satisfacción laboral con los conductores, para que trabajen en equipo, en busca de un mejor clima laboral, motivando y capacitando a los socios de la empresa en la prestación del servicio a los usuarios que prefirieren el transporte motorizado. Así mismo esta investigación servirá como referencia para posteriores investigaciones.

#### **1.4. Objetivos de la investigación**

##### **1.4.1. Objetivo general**

OG. Determinar la relación de la comunicación organizacional con la satisfacción laboral de los conductores de la empresa turismo Sagitario S.R.L Juliaca – 2020

##### **1.4.2. Objetivos específicos**

OE 1. Determinar cómo se relaciona la comunicación en la empresa con la satisfacción laboral de los conductores de la empresa turismo Sagitario S.R.L Juliaca - 2020.

OE 2. Determinar cómo se relaciona la cultura en la comunicación organizacional con la satisfacción laboral de los conductores de la empresa turismo Sagitario S.R.L Juliaca - 2020.

OE 3. Determinar cómo se relacionan los cambios en la comunicación organizacional con la satisfacción laboral de los conductores de la empresa turismo Sagitario S.R.L Juliaca – 2020.

## II. MARCO TEÓRICO

### 2.1. Antecedentes de la investigación

#### 2.1.1. Antecedentes nacionales

Tucto (2018). Su tema de investigación llevo como título “*Comunicación organizacional y satisfacción laboral en el Módulo Penal de Huánuco*”. Universidad Cesar Vallejo. Maestría. Lima. Esta investigación tuvo como objetivo el determinar la relación entre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral en el Módulo Penal de Huánuco. El tipo de estudio fue no experimental con diseño descriptiva-correlacional transversal, siendo conformada la población por 26 trabajadores y como muestra censal la misma cantidad por ser pequeña. Se utilizó la técnica de la encuesta y para obtener la confiabilidad se utilizó la estadística de alfa de cronbach siendo 0.856 y 0.842 respectivamente. El empleo la estadística descriptiva e inferencial mediante el programa SPSS. Como resultado final se concluyó que sí existe relación entre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral, siendo la relación fuerte y significativa de 0.763 según la prueba estadística de Spearman. Asimismo, en la prueba de hipótesis realizada, los resultados indicaron que el signo bilateral  $p = 0,000 < \alpha = 0,01$ ; permitiendo rechazar la hipótesis nula  $H_0$  y aceptar la hipótesis alterna  $H_1$  con nivel de significancia del 1%.

Aroni (2019). Su trabajo de investigación tuvo como título “*Comunicación organizacional y satisfacción laboral en operarios de la empresa privada de limpieza*”. Universidad San Ignacio de Loyola. Pregrado. Lima. Este trabajo de investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre la Satisfacción Laboral y la Comunicación Organizacional en operarios de una empresa privada de limpieza en Lima Metropolitana, para lo cual se aplicó un diseño correlacional – descriptivo. Los participantes de este estudio fueron 83 operarios limpieza, en su mayoría mujeres con un rango de edad entre 20 y 60 años. Los instrumentos que se utilizaron fueron el cuestionario de comunicación organizacional de Portugal ( $\alpha=,756$ ) y la escala de satisfacción laboral (SL-SPC) de Sonia Palma ( $\alpha=,714$ ), explicando así la validez y confiabilidad adecuada. Luego de realizar el análisis

correlacional entre la comunicación organizacional y satisfacción laboral se localizó una asociación significativa positiva moderada ( $r_s=,493^{**}$ ), además se obtuvo una relación entre satisfacción laboral y comunicación ascendente significativa positiva moderada ( $r_s=,482^{**}$ ), con respecto a la satisfacción laboral y comunicación descendente ( $r_s=,346^{**}$ ) y satisfacción laboral – comunicación horizontal ( $r_s=,277^{**}$ ) se encontró una relación significativa positiva, aunque con un nivel bajo. Por lo cual, se verificaron las hipótesis planteadas, señalando que a mayor comunicación y en sus diferentes tipos se presenta mayor satisfacción laboral dentro de la organización.

Medina (2019). Su tema de investigación fue *“La eficacia de la comunicación interna y la satisfacción laboral de los colaboradores de Coolbox, zona norte, Lima”*. Universidad Cesar Vallejo. Pregrado. Lima. Su investigación tuvo como objetivo en de poder determinar la relación entre la eficacia de la comunicación interna y la satisfacción laboral de los colaboradores de Coolbox, Zona Norte – Lima, 2019. Mediante un estudio de diseño metodológico de enfoque cuantitativo – correlacional, del tipo no experimental. El instrumento se utilizó en una población de 144 colaboradores. Se construyó un cuestionario de dos bloques, 26 ítems para la primera variable, 14 ítems para la segunda variable. La escala de medición elegida fue la escala de Likert. Se sometió el cuestionario al alfa de Cronbach y se obtuvo una confiabilidad de 1.03, por lo que es apto para medir las variables y para ser aplicado. Después de aplicar el coeficiente de Spearman para contrastar la hipótesis, se halló una correlación positiva muy baja, con un nivel de significancia de 0,000 menor a 0,05, por lo que se concluye que si existe relación entre variables.

Zuñiga (2019). Su investigación tuvo como título *“Comunicación Interna Y Satisfacción Laboral En Los Trabajadores Asistenciales Del Hospital Regional De Ayacucho”*. Universidad Cesar Vallejo. Maestría. Lima. Pregrado. Lima. La investigación tuvo como objetivo fue el de determinar la relación entre comunicación interna y satisfacción laboral en los trabajadores del Hospital Regional de Ayacucho – 2019. Su metodología utilizada fue una investigación no experimental, con diseño de investigación correlacional, la población estuvo conformada por 410 trabajadores, con una muestra de 50 trabajadores asistenciales, el tipo de muestreo fue no probabilístico por conveniencia. La técnica empleada fue la encuesta para

ambas variables y el instrumento fue el cuestionario autoadministrado de tipo Likert respecto a comunicación interna y satisfacción laboral. Los resultados obtenidos fueron: los trabajadores del Hospital Regional de Ayacucho califican en promedio entre mala y regular la comunicación interna que se imparte en el Hospital Regional de Ayacucho. Se obtuvo la siguiente conclusión que existe una relación directa y significativa entre comunicación interna y satisfacción laboral en los trabajadores del Hospital Regional de Ayacucho 2019, con un nivel de confianza del 5% y un intervalo de confianza del 95%, con el coeficiente de correlación de Tau\_b=0,856 y un  $p=0,000$ .

Avila, (2019). Su tema de investigación llevó como *título "Comunicación interna y satisfacción laboral de los trabajadores en una empresa odontológica, Lima"*. Universidad Nolbert Wiener. Pregrado. Lima. La investigación tuvo como objetivo el de conocer si existía relación significativa entre las variables de estudio. Para esta investigación, se planteó enfoque cuantitativo, investigación tipo sustantiva, diseño descriptivo correlacional, la población estuvo constituida por la cantidad de 90 personas, muestreo tipo aleatorio simple, teniendo como resultado una muestra de 74 personas. Debido a que, el nivel de significancia es igual a 0,01 y la rho es 0.798, lo cual indica una relación fuerte y alta entre ambas variables. Se llegó a la conclusión que tenía un nivel de significancia del 5% y un intervalo de confianza del 95% se afirma que, existe relación entre comunicación interna y satisfacción laboral en los trabajadores del CLAS de San Juan Bautista. Ayacucho 2017, en razón de que el valor de rho=0,601 lo que significa que la relación entre las variables contrastadas es directa fuerte, mientras que al ser el p valor=0,000 que resulta ser menor al nivel de significancia  $\alpha=0,05$  se asume la hipótesis de investigación y se rechaza la hipótesis nula.

### **2.1.2. Antecedentes internacionales**

Belategui, Gago, y Egaña (2019). Su tema de investigación se llamó "*La comunicación interna en las cooperativas: la percepción de las personas trabajadoras sobre la escucha y la información*". Universidad Complutense Madrid. España. Su objetivo principal por el cual realizo este trabajo de investigación fue el de conocer las percepciones y expectativas de las personas trabajadoras de una

cooperativa del Grupo MONDRAGON sobre la comunicación interna. Tuvo una población interna de 422 personas trabajadoras. El cuestionario se entregó en mano a todas las personas trabajadoras y se recogieron 224, por lo que la muestra de la investigación representa el 53,08% de la población. Asimismo, el margen de error es de  $\pm 4,49\%$  para toda la muestra, mientras que el nivel de confianza es de 97,08% y  $p=q=50\%$ . Para la realización de este estudio de caso se han combinado la metodología cualitativa y cuantitativa: se ha llevado a cabo una recogida de datos cuantitativos a través de un cuestionario propio y datos cualitativos a través de la realización de entrevistas semiestructuradas. Los resultados de la investigación sugieren que, por lo general, aunque las personas trabajadoras de la cooperativa se sienten informadas, tienen la percepción de que se les escucha poco a la hora de trasladar sus preocupaciones y expectativas; al mismo tiempo, encontramos diferencias estadísticas significativas al analizar esos mismos datos por variables.

Toscano y Chamba (2019). Su tema de investigación se llamó. *“Diseño de un plan de Comunicación Interna para la empresa COGECOMSA S.A., del valle de los Chillos, durante el periodo 2017-2018”*. Universidad Central de Ecuador. Ecuador. La comunicación interna dentro de las organizaciones, constituye uno de los elementos más importantes para garantizar un buen clima organizacional y la difusión de su cultura. Así mismo, apoyo al logro de los objetivos empresariales al permitir la alineación, con los objetivos individuales de los trabajadores. En este sentido, la investigación intento resolver esta carencia para la empresa COGECOMSA S.A., a través de un Diseño de un Plan de Comunicación Interna que contribuyo a mejorar el clima organizacional, optimizar la comunicación y con ello, los procesos internos. Para conseguirlo, se realizó una investigación de campo a través de la observación directa, encuestas y entrevistas a los trabajadores de la empresa. Bajo un nivel de investigación descriptivo que permitirá realizar el diagnóstico de la situación comunicacional de la empresa e identificar los principales elementos abordar, destacando las debilidades y fortalezas que la empresa posee a lo interno, así como las oportunidades y amenazas presentes en lo externo. Finalmente, se resumirán todos estos elementos en un Plan coherente y conveniente que satisfaga las necesidades de COGECOMSA S.A. desde el punto de vista comunicacional.

Polo (2020). Su tema de investigación llevó como título *“La comunicación interna en el fortalecimiento del clima laboral del Centro de Capacitación para Agentes de Seguridad Privada (CENDCAP) Cia. Ltda., Guayaquil 2019”*. Universidad de Guayaquil. Pregrado. Ecuador- Guayaquil su Objetivo General fue el de analizar los elementos que afectan la gestión comunicación interna y su incidencia en el desarrollo del clima laboral. Se utilizó el diseño de investigación no experimental- transversal, inicia como exploratoria y se desarrolla como descriptiva, utilizando el método deductivo. Se comprobó la hipótesis planteada, porque mediante el estudio realizado se pudo analizar los indicadores con sus diferencias porcentuales que permitió mejorar la gestión de comunicación interna y así el clima laboral en la institución.

Lima y Altamirano (2020). Su tema de investigación llevó como título *“Plan de comunicación interna para una entidad financiera de la ciudad de Ambato”*. Universidad católica de Ecuador. Ecuador. La investigación tuvo como objetivo general validar un plan de comunicación interna para una entidad financiera de la ciudad de Ambato. La metodología, que se utilizó fue cuantitativa, con un diseño no experimental, corte transversal y alcance descriptivo. Para la recolección de los datos, se utilizó el Test de Comunicación Organizacional de Portugal aplicado a una población de 50 trabajadores. A partir del cálculo de las medias obtenidas en cada tipo de comunicación, se obtuvo que las mayores dificultades están en la comunicación ascendente, con una media de 3,88 y en la horizontal, con una media de 3,64. A partir de los resultados obtenidos, se diseñó un plan de mejora para la comunicación interna, tiene en cuenta los aspectos que mayor incidencia tuvieron en los resultados desfavorables, tanto por la media como por la desviación típica. El plan, se organizó por cada una de los tipos de comunicación interna, e incluyó el problema a mejorar, actividad, recursos necesarios, presupuesto, responsable, participantes, fecha o frecuencia de ejecución y evidencia de cumplimiento.

Suarez y Tulcán (2019). Su tema de investigación lleva como título *“Satisfacción laboral del personal de la Estación Experimental Santa Catalina INIAP”*. Universidad Central de Ecuador. Ecuador- Quito. Donde trabajan 172 personas de las cuales participaron 100 a quienes se aplicó el cuestionario Escala Satisfacción Laboral SL-SPC de la PhD. Sonia Palma Carrillo, que sirve para medir

la satisfacción en base a cuatro factores: significación de la tarea, condiciones de trabajo, reconocimiento personal y/o social y beneficios económicos. El objetivo fundamental es identificar el nivel de satisfacción laboral del personal de la institución. La fundamentación teórica se llevó a cabo a través de los componentes de la teoría Bifactorial de Frederick Herzberg, quien propone que la complacencia y la estimulación en el ámbito laboral estén relacionadas con factores interiores, mientras que la insatisfacción está relacionada con factores accidentales. La investigación tiene un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo, transversal, un diseño no experimental y se basa en los resultados del método deductivo y estadístico. Se concluye que en base al factor reconocimiento personal y social el 74% se encuentra muy satisfecho, en el factor significación de la tarea un 68% con nivel promedio de satisfacción y en cuanto al factor condiciones de trabajo el 64% del personal está insatisfechos en la empresa donde laboran.

## **2.2. Bases teóricas de las Variables**

### **2.2.1. variable 01: comunicación organizacional**

#### **2.2.1.1. Definiciones**

Según Garrido (2018), define que:

La comunicación organizacional es un flujo de información dentro del marco de una organización, debido a que nos muestra un análisis fenoménico de tipo binario y lineal, cuya parte interna es visto como un fenómeno de naturaleza distinta a las manifestaciones de la parte externa. (p. 31)

Citando a Robbins y Judge (2013), indica que:

La comunicación es la transferencia y comprensión de significados. Cualquier idea, por más buena que sea, será de manera estéril hasta que se transmita para que los demás la comprendan, es por ello que la comunicación perfecta, es cuando un concepto o idea debe transmitirse en forma tal que la imagen mental del receptor sea exactamente la misma que concibió el emisor. (p. 336).

De acuerdo a Fuentes (2012), menciona que:

La comunicación organizacional no viene hacer una moda, más bien es algo que existe y se pueda estudiar o no dentro de una organización, de esta manera se tiene que la concepción es algo inherente para la empresa, por lo tanto el paso siguiente sería la implementación de un plan o estrategia que busque la mejora de la misma, a través de un análisis de objetivos y políticas de una organización y su realidad actual. (p.48)

Como dice Guzmán (2012), manifiesta que:

La comunicación viene hacer la actividad más importante para los seres humanos; porque mediante este proceso el individuo entra en contacto con la sociedad en general y conoce su entorno obteniendo así el conocimiento del mundo para la toma de decisiones trascendentales en su vida. (p. 8)

Como expresa Maldonado (2017), plantea que:

La comunicación y el transporte mundial hace más fácil atraer confrontaciones de valores y expectativas en ocasiones de forma deliberada, como la publicidad y otras que influyen de manera incidental, como la búsqueda de intereses comerciales (p. 73).

### ***2.2.1.2. Enfoques y visiones para el siglo XXI***

Según Garrido (2018), menciona que:

La comunicación es un capítulo particular donde las ciencias sociales, se adaptan a las empresas permitiendo articular una perspectiva integral de las organizaciones, como unidades de estudio desde la comunicación, de igual manera se comprende, que el concepto de comunicación ha sido analizado varias veces, debido al éxito que tuvo sus alcances en un mundo que ha crecido fusionado, relacionado, informado, más no comunicado. Estos mismos alcances resultan válidos para las organizaciones, considerando que sus directivos reconocen el valor de las comunicaciones, como una necesidad de contar con especialistas y con planes bien articulados y que estén en sintonía con sus planes de negocios y estrategias. (p. 18)

Es por ello que la tecnología se transforma en una especie de axiología de la comunicación y su acción, tiende a determinar lazos comunes con la interacción humana.

#### **2.2.1.3. *Pensando en el futuro, actuando en tiempo real***

Citando a Garrido (2018) indica que:

En el mundo en la actualidad está en constantes cambios cada vez más notable por eso hace que exista un gran número de trabajadores y empresas, que no solo observan sino que proyectan una herramienta más útil, esto debido a que veces no se pone en funcionamiento lo planificado, es por eso que de esta forma y en particular cuando se está trabajando con emprendedores, trabajadores independientes y empresas de distinto tamaño que carecen de instrumentos idóneos, es importante entender, apoyar, concebir una idea que proyecte un sentido y de esa manera la planificación tome un sentido que quede cumplimiento con el sueño en una organización y este orientado hacia el norte. La comunicación en el futuro ha sufrido cambios para que sea utilizado como objetivo principal en la empresa. En este contexto como un sueño, en este sentido, y en la medida que las actividades toman un sentido en común, el trabajo es más destacado. Es fundamental que la planificación sea medida en orden, teniendo pautas o un camino que ayude alcanzar los objetivos y encontrar un fin en común (p. 45).

#### **2.2.1.4. *El auge de la perspectiva del discurso***

De acuerdo con Garrido (2018), manifiesta que:

Los estudios de comunicación organizacional brotan a partir de las maneras en que la comunicación puede contribuir a la efectividad de la organización. Este punto de vista instrumental de la comunicación sometió al campo durante décadas. La comunicación era una técnica que hacía que los individuos sean mejores comunicadores en su trabajo y era un factor en la efectividad o ineffectividad de un sistema. Cuando los académicos ingresaban a los campos de la cultura organizacional, símbolos y significados, su fuerza dominante tendía a centrarse en utilizar el instrumento

de la comunicación, es decir, debatir cómo la comunicación accedió al desarrollo de redes de apoyo, proveyó la identificación organizacional, suscitó la integración o control al trabajador y está centrado en la naturaleza del instrumento que es la comunicación. Se propuso que los dominios de la investigación tradicional en la comunicación organizacional tienden a ser regidos por lo instrumental y que los dominios emergentes algunos están basados en las perspectivas del discurso tienen la posibilidad de enfocarse en asuntos expresivos y no instrumentales (p. 79).

#### ***2.2.1.5. Tendiendo puentes en las perspectivas de comunicación organizacional***

Según Garrido (2018), define que:

La suma creciente en Europa y Latinoamérica en los estudios e investigaciones teóricas y aplicadas en el área de la comunicación organizacional, acontecen de la mano de escuelas de pensamiento con sus propios paradigmas y perspectivas, así como en centros de investigación y escuelas de negocios, que con sus aportes van delineando el que hacer de la comunicación en la empresa con vistas al nuevo milenio. Las viejas discusiones que arrastran las tradiciones de investigación a un lado y otro del Atlántico, en medio de las rutas de encuentros y desencuentros de ambas escuelas de pensamiento, han empezado a aprender que su mayor fortaleza son las perspectivas integradas (p. 113).

Durante la mayor parte del siglo pasado se llegó hacer testigos de las convergencias y divergencias en la ontología y epistemologías adscritas a las rutas de dos grandes escuelas de pensamientos genéricos en nuestra área del conocimiento: las escuelas americanas y la escuela europea.

#### ***2.2.1.6. Funciones de la comunicación en la organización***

Según Robbins y Judge (2013), manifiesta que:

La comunicación tiene cuatro funciones primordiales adentro de un grupo u organización: control, motivación, expresión emocional e información. La comunicación procede de varias maneras para controlar el comportamiento

de los miembros. Las organizaciones tienen jerarquías de autoridad y reglas formales que ordena someter a los empleados. La comunicación apoya la motivación porque les explica a los individuos lo que deben hacer, que tan bien lo están haciendo y como podrían mejorar si su rendimiento fuera insatisfacción. Para mucha gente, su grupo de trabajo es la principal fuente de interacción social. La comunicación que tiene lugar adentro del grupo es un mecanismo fundamental por medio de la cual los miembros expresan sus frustraciones como sentimiento de satisfacción. (p.337).

Una función de la comunicación es el facilitar la toma de decisiones. La comunicación proporciona la información de los individuos y grupos necesitan para tomar decisiones, gracias a la transmisión de los datos requeridos para identificar y evaluar las alternativas.

#### **2.2.1.7. La dirección de la comunicación**

Citando a Robbins y Judge (2017), menciona que:

La comunicación influye de una manera vertical o lateral la cual abarca la dimensión vertical que se subdivide asimismo en direcciones ascendente y descendente.

##### **– Comunicación descendente**

La comunicación que influye desde un grupo u organización hasta alcanzar un nombre llamado comunicación descendente. La utilizan los líderes y gerentes en grupos para asignar objetivos, dar instrucciones sobre el trabajo, explica las políticas y los procedimientos para determinar los problemas que requieren de atención y brindan retroalimentación en el desempeño.

##### **– Comunicación ascendente**

Fluye un nivel superior más relevante al grupo u organización, el cual emplea y brinda retroalimentación a los jefes, líderes informales sobre el progreso con rumbo a los objetivos y exponen los problemas actuales. La comunicación ascendente permite que los líderes o gerentes conozcan las inquietudes o inconformidades de los trabajadores hacia su puesto de trabajo, entre sus compañeros de equipo y en la organización general donde labora. (pp. 338 - 339).

### **2.2.1.8. Tipos de comunicación en las organizaciones**

Citando a Guzman (2012) menciona que:

La comunicación empresarial es un intercambio de información dentro y fuera de una empresa con un fin principal previamente planificado; para lo cual se utiliza para organizar los distintos procesos de comunicación en las empresas e instituciones. Es un proceso comunicativo que se dispone de fuera hacia adentro, es decir teniendo en cuenta exclusivamente a los clientes.

- La comunicación externa: Es el conjunto de mensajes propagados por varias organizaciones hacia diferentes públicos externos accionistas, proveedores, clientes, distribuidores, medios de comunicación, etc.
- La comunicación interna: viene hacer un conjunto de actividades que se someten a realizarlo cualquier organización, para su creación y mantenimiento de buenas relaciones entre sus miembros o colaboradores, mediante el empleo de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados, que contribuyan en su trabajo y de esta manera logre los objetivos organizacionales trazados. (pp. 70 – 71).

### **2.2.1.9. Flujo de la comunicación en las organizaciones**

De acuerdo a Guzmán (2012) indica que:

Las organizaciones están formadas por trabajadores que ocupan ciertas posiciones y determinados roles en la empresa, existe un flujo de mensajes entre estos trabajadores, para ello sigue una forma de camino que toman como nombre redes de comunicación, que se incluye a dos personas como a toda la organización. Son varios los factores que intervienen en la naturaleza y la extensión descendente de la red de comunicación.

Descendente: su función es la de involucrar todos los mensajes que influyen en una dirección hacia los empleados. Smith, y otros autores, meditan que la comunicación descendente viene hacer una dimensión de canales formales con mayor frecuencia estudiados. El prestigio, la autoridad y la tradición, son interpretados en las comunicaciones descendentes las que se

encargan de tomar tenencia en puestos superiores en la organización se interesó de forma natural, la eficacia en la comunicación fue destinada a sus empleados o trabajadores.

Ascendente: su función es que los mensajes que fluyan de los trabajadores hacia los líderes o jefes superiores, con un fin enfocado generalmente en la intención de formular preguntas que proporcionen retroalimentación y hacen sugerencias. La comunicación ascendente tiene como consecuencia el valor moral y las actitudes de los trabajadores, los mensajes deben seguir las redes ascendentes y lo clasifican como integración. (pp. 74 – 75).

#### **2.2.1.10. Concepto de comunicación organizacional**

Como expresa Andrade (2017) define que:

La comunicación organizacional se encarga de plantear, iniciar y toma la dificultad entre las personas estudiosas que destacan como entre los practicantes en este campo se pueden encontrar enfoques. La comunicación organizacional viene hacer un conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y sus diferentes públicos externos. Más adelante veremos que este cambio de mensajes se puede dar, de muchas maneras empleando una amplia variedad de canales. La comunicación organizacional viene hacer una técnica en el campo del conocimiento humano que se encarga de estudiar la manera en que se da el proceso de la comunicación dentro de las organizaciones, para desarrollar esta disciplina es relativamente joven, ya que podríamos encontrar el comienzo de los esfuerzos serios y sistemáticos que se forman con las primeras obras publicadas sobre la materia, en la década de las épocas pasadas (p. 6).

#### **2.2.1.11. El papel del comunicador organizacional**

Según menciona Andrade (2017) explica que:

Es cierto de que en los últimos años la función de comunicación organizacional interna ha aumentado significativamente en las organizaciones, debido a que tuvo un papel fundamental que se desarrolló en desempeñar en ser responsable de ella, así como su alcance y sus actividades, no siempre son claras, muchas veces la función del

comunicador organizacional no se comprende y, por lo tanto, no se da valor, porque es el primero que se proyecta a sí mismo como un creador de medios, y razona que su principal función es de informar periódicamente y consecutivamente, sin importar si este satisface o no las necesidades del cliente al que se desea llegar en una organización (p. 19).

Se tuvo reflexiones como que el papel del comunicador organizacional es el de diseñar y gestionar problemas comunicacionales con el fin de encontrar la productividad en las empresas.

#### **2.2.1.12. Comunicación organizacional digital**

Según Arévalo y Ortiz (2019) indica que:

Este tipo de comunicación ha tenido como finalidad primordial el de colaborar con en el crecimiento de vínculos sólidos entre las organizaciones y sus grupos de interés para lograr un impacto en sus resultados. Desde sus inicios, se barco primordialmente como un ámbito interno, y se investigó que lo que exploro en la comunicación era lograr el entendimiento a partir del intercambio de información. La comunicación en una organización era más que la comunicación interna, y que también involucraba la comunicación externa y la comunicación personal. En la década de 1980 el concepto de comunicación organizacional se hizo más complejo y se comprendía como una serie de interdependencias e interacciones que suceden dentro y fuera de la organización. Y de esa manera evoluciono el concepto de comunicación en las organizaciones y finalizó al llegar al concepto de comunicación digital que examinó por ejemplo la búsqueda de la interacción y la administración de recursos simbólicos, la comunicación grupal e interpersonal como recursos para incrementar su impacto (p. 4).

#### **2.2.1.13. Introducción a la comunicación digital**

Citando a Arévalo y Ortiz (2019) menciona que:

La comunicación organizacional digital aspiro de una manera implantar relaciones que logren un mutuo entendimiento y confianza entre sus distintos públicos beneficiados, como colaboradores, donantes, voluntarios y sociedad. En términos más fácil de comprender una organización actúa de

una forma ética más adecuada cuando se enfoca en seguir sigilosamente e inteligentemente y así alcanzar las metas con respecto a los valores de la sociedad y lo que en ella se considere como derechos.

Dado que la ética es fundamental esta debe tomarse en cuenta y estar presente tanto en el interior como en el exterior en todas las tomas de decisiones y acciones en la organización, la comunicación hacia el público se centra en priorizar el desarrollo de las personas, y dar mejores oportunidades para sus grupos de interés y la creación de espacios que generen beneficios o aportaciones para todos los integrantes en la empresa.

La comunicación organizacional digital permite basarse e implantar lazos los cuales se demuestra en la ética, respondiendo a las exigencias morales de la sociedad. (p. 2)

#### **2.2.1.14. Dimensiones**

### **Dimensión 01: Comunicación en la empresa**

Según Garrido (2018), indica que:

La comunicación en la empresa es un proceso continuo e interactivo, en el que se deben elaborar espacios de sintonía entre los involucrados en lenguaje comunicacional. Cuando el acto comunicativo ocurre, el convenio de estos mensajes coproducidos provoca una relación no lineal de las partes. Este se centra en estar sujeto a una teoría que busca transmitir un significado el cual está enlazado con los directivos de la organización, para lo cual deberá buscar los códigos apropiados que le acceda y generen una interacción continua con los auditorios particulares y generales de su organización con los colaboradores y superiores (p. 25).

### **Indicadores**

#### **1) Sistema de comunicación**

De acuerdo a Garrido (2018) menciona que

Las organizaciones en general se relacionan e interactúan constantemente con su medio debido a que son sistemas vivos que se encargan de establecer vínculos y transacciones de información reiteradamente con su

entorno. (p.26). la comunicación es fundamental en la estructura organizacional debido a que cumple un doble rol en el sistema.

## **2) Gestión de la comunicación**

Según Garrido (2018) indica que: “La comunicación viene hacer una ciencia aplicada que toma como cuestión el de explicar cómo tradicionalmente se ha hecho difícil intentar una definición de comunicación que se ajuste a todas sus dimensiones sociales y desde la propia organización (p. 28).

La activación de este tipo de modelo no solo subestimo la necesaria autonomía en la comunicación interpersonal, sino también desgloso las posibilidades de la comunicación en grupos o comités como en el natural flujo de la comunicación en las organizaciones.

## **3) Red de comunicación**

Como señala Garrido (2018) expresa que la comunicación para la empresa en este siglo XXI empezó al solicitar nuevos paradigmas de manera cooperativa, correlativa y funcional a las necesidades de sustentabilidad que se exige en los escenarios globales (p.32). En la actualidad las organizaciones necesitan de redes comunicativas sostenidas en sus realidades concretas para de esta manera asegurar factibilidad, operación y las de sus colaboradores para sustentar su estrategia en torno a los códigos compartidos y los servicios.

## **Dimensión 02: cultura de la comunicación**

Según Garrido (2018) indica que

La cultura de la comunicación corporativa tiene un alto valor estratégico debido a que su cualidad es difícil de reproducirse y de poder aportar lo que llamamos energía extra al sistema, y debido a esta la cualidad está asociada a la comunicación de la estrategia, pues es parte principal para lograr su objetivo esto infunde pasión extra a los trabajadores y así lograr no solo una mayor y muy deseable alineación estratégica con la operación, sino además da al empiezo de un efecto secundario deseable interpretado de manera mejor aportando energía para el crecimiento en la productividad (p. 132).

Si una empresa tiene una cultura de comunicación corporativa fuerte, la administración y gestión estratégica de la misma, disminuye en gran medida la motivación y de esta manera estimula a los trabajadores respecto al logro de objetivos y valores trazados.

## **Indicadores**

### **1) Cultura organizacional**

De acuerdo a Garrido (2018) menciona que: “La comunicación es una estrategia que se expresa en la práctica de operación, será comunicada, aunque no lo hallamos propuesto, además se ha mencionado acerca de la imposibilidad de no comunicar” (p.134).

La experiencia nos ha mostrado que aquellos relacionados con los elementos de acción y comportamiento adquieren mayor peso relativo, en un ecosistema saturado de información telemática y permiten que una campaña comunicacional prolongue más allá en el tiempo sus efectos en la dirección de personas.

### **2) Comunicación estratégica**

Según Garrido (2018) expresa que: “Es un acto comunicativo como contexto en la empresa, además es un hecho que se elaboró en un momento y en un lugar determinado, cuya percepción origina una experiencia para el interlocutor el cual puede este ser obviamente un cliente” (p. 137).

Dicho de otra forma, la no comunicación estrategia no fue un producto o servicio que se elaboró de la nada es de interés no es bueno ocultarlo, ello comunicará siempre algo o un objetivo a los trabajadores que laboran en la empresa.

### **3) Interacción de la comunicación**

Según Garrido (2018) menciona que

Es fundamental y natural la conducta humana como forma de reconocimiento de los actores válidos del acto comunicacional ya que es requisito la interacción directa o mediada, de quienes se ven envueltos en la constante del proceso de la comunicación. Tal proceso interactivo ocurre con mayor fuerza en la empresa a través de los actos de las personas involucradas en

el proceso y con mayor frecuencia esto no quiere decir que no se debe tomar de igual importancia en los mensajes debido a que ambos son piezas relevantes y reales dentro del proceso (p. 135).

### **Dimensión 03: cambios en la comunicación**

Según Garrido (2018) indica que: “La comunicación era una habilidad que hacía las personas se desenvuelvan mejor y así obtener buenos comunicadores en su trabajo además fue un factor en la efectividad de un sistema”. (p.79).

Se manifestó que esta perspectiva del discurso sea consistente con los cambios que están ocurriendo en las organizaciones y con los desafíos que los académicos de la comunicación organizacional enfrentarán en el próximo siglo.

#### **Indicadores**

##### **1) Reglas de la comunicación**

De acuerdo a Garrido (2018) expresa que:

La comunicación organizacional se enfocó en preparar, un nivel como meta teórica, con la relación entre la comunicación y la organización. Se tomó para ello las palabras de Smith el cual proveyó de un fundamento para la comprensión de las perspectivas alternativas dentro de la comunicación organizacional sus ideas se basaron de una forma que domino dentro del campo y se encargó de implantar una relación con la posesión, retención, producción, comparación e igualdad de maneras relevantes y así determinar la consistencia de la comunicación con reglas (p.80).

##### **2) Perspectivas de la comunicación**

Según Garrido (2018) explica que

La perspectiva se encargó de enfocar la comunicación organizacional y tratarla como un filtro que se centraliza en la búsqueda, recolección y analiza la información. La investigación además es un flujo de información para una buena toma de decisiones, para ello la comunicación debe hacerse entre un jefe superior y un trabajador de la empresa, la percepción da incertidumbre en el ambiente, la retroalimentación, profundidad del medio y la tecnología

comunicacional, se admite una perspectiva del lente a través del tratamiento de las organizaciones como sensores, cerebros y organismos procesadores de información (p. 82).

### **3) Alcances de la comunicación**

De acuerdo a Garrido (2018) menciona que:

Los alcances de la comunicación se dan por la relación instrumental entre la comunicación y la organización. Es primordial para la comprensión de las perspectivas emergentes del área. Básicamente, los dominios tradicionales de la investigación, incluyen los estudios más recientes de símbolos y cultura, muestran un punto de vista de la comunicación como medio para los fines organizacionales o al acto de organizarse como medio para un fin comunicacional (p.104).

#### **2.2.2. variable 02: satisfacción Laboral**

##### **2.2.2.1. Definiciones**

Según Medina (2018), sostiene que:

La satisfacción laboral se define como un conjunto de actitudes que tiene un sujeto hacia la tarea asignada dentro de la organización. Hay factores que influyen en la satisfacción laboral: autonomía en el trabajo y posibilidades de formación, retroalimentación adecuada sobre el rendimiento laboral (p. 80).

Citando a Robbins y Judge (2013), menciona que:

La satisfacción laboral que antes la satisfacción era un sentimiento positivo acerca de un puesto de trabajo, que daba como resultado el haber aprobado una evaluación donde era calificado las características de este, era demasiado amplio, aunque dicha amplitud era adecuado. El trabajo es más que solo realizar actividades como solo ordenar papeles o escribir códigos de programación es vital para la supervivencia (p. 79).

Como plantea Bordas (2016), indica que:

La satisfacción laboral en la literatura era un comportamiento humano en las organizaciones eso no quería decir que era fácil de comprender y clara se tuvo que hacer hincapié en diferenciar lo que era el clima y satisfacción laboral. En algunos casos se cometía el error de compararlos pero no era así ya que el clima se encuentra dentro la satisfacción laboral como una de sus dimensiones (p.31).

Como dice Vallejo (2010), explica que:

La satisfacción en el trabajo podría definirse como la actitud del trabajador frente a su propio trabajo. Dicha actitud se basa en las creencias y valores de que el trabajador desarrolla su propio trabajo. Las actitudes son determinadas conjuntamente por las características actuales del puesto y por las percepciones que tiene el trabajador de lo que deberían ser. Sin embargo, existen tres características del empleado que afectan las percepciones del debería ser, y son: las necesidades, los valores y los rasgos personales (p. 76).

Según dice Chiang, Martín y Nuñez (2010), indica que:

La satisfacción en muchas investigaciones se encargar de pronosticar y dar un significado a las conductas disfuncionales importantes, como el absentismo, el cambio de puesto y de organización. (p.152)

Para ello no hay que olvidar que en la sociedad contemporánea existen miles de empresas enfocadas en los servicios, y se enfoca en la actitud del trabajador en el momento en que se ausenta por un servicio determinado.

#### **2.2.2.2. Concepto de satisfacción laboral**

Según Medina (2018), manifiesta que:

Viene hacer una conformidad que tiene el trabajador con su entorno y sus condiciones de trabajo. Es la relación que existe entre trabajo y sus expectativas del trabajador, además es un conjunto de actitudes del individuo respecto a su trabajo, en el trabajo la actitud siempre debe estar enfocada en la sinceridad. Se sabe que es difícil diferenciar motivación y satisfacción laboral pero no imposible, debido a su gran relación, mejor

satisfacción laboral conlleva a un mayor compromiso en las obligaciones y eso conlleva que exista una mejor motivación. La satisfacción en el trabajo depende de varios factores los cuales vendrían hacer el ambiente físico, seguridad, remuneración, relaciones humanas, el logro o realización, además de todos estos factores no hay que olvidar que influyen en la satisfacción laboral, aunque no formen parte del ambiente laboral, la edad, salud, estabilidad emocional, condición socioeconómica y las relaciones familiares (p. 80).

De acuerdo a Medina (2018) manifiesta que:

La satisfacción laboral se tendría que hablar generalmente de colocación o nombramiento en puestos de trabajo donde se use las habilidades y capacidades, existe variedad de tareas las cuales se realizan con libertad debido a la retroalimentación de manera que se elabora un trabajo donde hay un sistema de pagos y políticas justas lo cual conlleva que realmente exista claridad y oportunidad con las expectativas que el trabajador desea. Si el sueldo es bueno, remunerativo y equitativo a las exigencias que requiere el puesto por las habilidades del trabajador y según lo requiere el puesto esto daría lugar como resultado una buena satisfacción. Los puestos en la actualidad tienden a muchos desafíos los cuales causan frustración y fracaso. Pero si las condiciones son moderadas, los trabajadores estarán muy satisfechos, estas expectativas se deben dar y no delimitar con comparaciones entre los trabajadores o con puestos anteriores. Si un trabajador considera que se siente en desventaja respecto a sus colegas o compañeros bajaría el nivel de satisfacción y el intuiría que el trabajo anterior tenía mejores condiciones para él (p.82).

### **2.2.2.3. Prevención del fracaso**

Según Medina (2018) menciona que:

Los fracasos son de mucha utilidad ya que se encargan de enseñarnos a aprender de nuestros errores, madurar, y corregirlo en el camino, Los seres vivos cuando creen que son acechados, actúan de dos maneras; uno será que se enfrentará al peligro o huye para evitar ser dañado. Cada día las amenazas

no son muy notorias o evidentes y tienden a relacionarse con problemas que pueden ocasionar conflictos y estrés, debido a esto las personas cuando tienen problemas optan por tomar la opción más adecuada para así disminuir su ansiedad por eso es mejor hacerle frente o evitarlo, las que se quieren evitar solo conlleva a problemas y son más propensas a sufrir ansiedad y hace que su motivación se centre en el miedo, se escapan de los problemas y acumulan conflictos sin resolver. Para ello se debe capacitar y controlar las motivaciones, existen dos perfiles de personas una sería las personas que se mueven por alcanzar el éxito y las que solo concentran su energía en evitar el fracaso. En ambos casos se puede alcanzar el éxito, pero eso tiende a que los que evitan el fracaso caen más fácilmente en el estrés, debido a que el miedo se convierte en el protagonista y las personas motivadas y con ganas de alcanzar el éxito, son más optimistas a alcanzar el éxito (pp. 85 – 86).

#### **2.2.2.4. Destrezas motivacionales**

De acuerdo con Medina (2018) manifiesta que:

Las habilidades o destrezas motivacionales esta se refiere a que debemos ser capaces de ver las oportunidades y tener una actitud positiva frente a ellas, la motivación viene hacer un conjunto de necesidades y expectativas, el cual permite esforzarnos y conseguir los objetivos, para ser un buen líder se debe tener destrezas motivacionales y ser capaz de generar esas expectativas en el equipo de trabajo para lograr los objetivos, ya sea mediante el sueldo, se debe reconocer que van a obtener la remuneración. Al mencionar destreza motivacional tiene como prioridad el de premiar en público al trabajador por haber logrado una meta trazada, se le debe hacer sentir cómodo, indispensable para la empresa, estas técnicas hacen que el trabajador desarrolle su motivación y se obtenga resultados en la empresa para su mejora, es importante la inteligencia personal para prestar atención en cuanto a sus aspectos emocionales que desarrollan en el trabajo con los individuos, los deben estar enfocados al esfuerzo (pp.87- 88).

Esto quiere decir que es un conjunto de actividades que se realizan y logran al satisfacer sus necesidades.

### **2.2.2.5. Teorías de motivación**

Según Gonzáles (2018), indica que:

#### *2.2.2.5.1. Teorías clásicas de motivación interna*

Se expone que el comportamiento humano se da por las necesidades. El autor menciona que la jerarquía de necesidades están enfocadas en la parte fisiológica como alimentarse, la seguridad al sentirse a salvo de alguien, la estima social al saber que las personas que le rodean lo valoran, la autoestima se da al sentirse bien con uno mismo y la autorrealización cuando este desarrolla tanto personal como profesional. Las personas que laboran en una empresa en un puesto de trabajo alto se encuentran motivados y satisfechos ya que fueron reconocidos y sus necesidades fueron recompensadas, esto se da debido a que la necesidad ya ha sido bien remunerada por el esfuerzo hecho por el trabajador.

#### *2.2.2.5.2. Teorías de motivación externa*

Se basa en pensar que las personas trabajan por dinero por lo que es necesario dar estándares de trabajos claro y enseñar que existen tipos de métodos más eficiente para alcanzarlos y así obtener los incentivos deseados, cuando superen los estándares, las personas y la modificación harán que el comportamiento se enfoque en considerar que hay muchas cosas. Lo primordial es que el esfuerzo que uno realiza debe estar relacionado con la actuación. (p.90 - 91).

### **2.2.2.6. La Importancia de la Satisfacción Laboral**

Según Starmer (2018), indica que:

Los trabajadores son el recurso y talento más vital de cualquier organización, esta se encarga de mantener a los empleados satisfechos y mejora el desempeño general de la empresa por varias razones.

Disminución en cuanto a las tasas de ausentismo y rotación de los trabajadores, si a ellos les agrada su empleo tendrán menor probabilidad de renunciar o de faltar al trabajo, lo que conllevaría a un ahorro de tiempo y de dinero para en el área donde ellos se encuentran laborando.

Crecimiento en la productividad, se debido a que los trabajadores se sienten satisfechos sin importar su posición en el puesto de trabajo en la empresa tienen mejor desempeño que aquellos que no están contentos. Es así como la efectividad de las empresas con una mayor cantidad de trabajadores ellos se sienten felices ya que son valorados por lo que aportan, existe lealtad cuando los trabajadores sienten que la empresa realmente apoya sus intereses, se enfocan en trabajar con más ahínco y compromiso.

La satisfacción laboral no sólo reduce el riesgo psicológico y social, sino que también es rentable para las empresas de cualquier rubro comercial (p.48).

#### *2.2.2.6.1. Concepto de satisfacción laboral*

De acuerdo a Journal of Economics, Finance and International Business (2019), menciona que:

La medición de la satisfacción laboral se puede realizar de manera lineal o multidimensional. La primera, se enfoca en evaluar como la satisfacción se torna como una actitud general hacia el trabajo mediante una pregunta muy común al trabajador sobre su satisfacción en el trabajo. El enfoque multidimensional, se enfoca en muchos aspectos que tiene que ver con la satisfacción, para ello considera un conjunto de factores, que pueden ser medidos con la finalidad de calcular como la satisfacción laboral influye en el trabajador, estos enfoques han demostrado ser igualmente ciertos, a pesar de sus diferencias en cuanto a complejidad, estos factores decretan que la satisfacción varía según las características del individuo y de su puesto de trabajo. En cuanto a un trabajador operativo existen antecedentes (Chiang, 2009, citado por Calderón E., 2016), recomienda que los factores que generan satisfacción en este tipo de trabajador viene hacer la estabilidad laboral, aprendizaje, beneficios extra, condiciones de trabajo, relación con compañeros de trabajo y supervisión. Harpaz (1983, citado en Bravo et al, 1996) menciona los métodos más utilizados para la medición de la satisfacción en el trabajo, los cuales se dividen en métodos directos e indirectos de medición. (pp. 82- 83).

Según Estudios Gerenciales Journal of management and Economics for Iberoamerica (2018) indica que:

La satisfacción laboral es un grado donde los trabajadores se sienten a gusto con su trabajo, lo que da a lugar a que no exista ni un escaso consenso en torno a si la misma involucra exclusivamente procesos emocionales o, también, cognitivos (Brief y Weiss, 2002). En efecto, y mientras que algunos autores como Fisher mencionan que la satisfacción laboral representa una respuesta emocional hacia el trabajo como un todo, además se lo toma como un juicio que necesita ser medido tanto positivo o negativo y se centra en que el individuo realice una situación de trabajo. Desde un punto de vista más integrado, otros autores, como Brief (1998), consideran que la satisfacción laboral surge de procesos emocionales como cognitivos, en los cuales el sujeto evalúa su experiencia en el trabajo. Como sostienen Thompson y Phua (2012), viene hacer una forma de abordar esta interrogante y enfocarse en pensar en la satisfacción laboral en términos de dos categorías conceptualmente distintas (p. 5).

Según De conceptos.com (2020), indica que:

Proviene su origen de una palabra llamada satisfactiois la cual tiene como significado una palabra compuesta integrada por satis que da igual a suficiente y el verbo facere que significa hacer, la palabra satisfacción designa lo que ha sido realizado de forma terminada, para ello se debe cumplir con las expectativas u órdenes, de tal modo que habiendo hecho lo suficiente se siente la gratificación o el agrado de llegar a un buen resultado, que no necesita de un mayor aporte. La satisfacción es una forma de estado mental el cual goza de sentir que ya nada se necesita para lograr completar la parte física o mental. Un ejemplo seria siento gran satisfacción al encontrarme bien de salud y contar con los recursos para mi supervivencia, estoy satisfecho con lo que tengo y no deseo o mis trabajadores han expuesto su satisfacción al ser remunerados debido a sus esfuerzos con un incremento en su sueldo. La satisfacción es subjetiva no es muy aceptada con todos, debido a que no todos sentirán la misma satisfacción ante una igualdad de trato dentro de la empresa (p.1).

Según Definición ABC (2012), indica que:

Satisfacción laboral se emplea en instancias del mercado de trabajo para denominar al nivel de conformidad, de satisfacción, de gusto, que un empleado presenta en relación a su trabajo, es decir, a la actividad en que se realiza y con el entorno que lo rodea.

Para ello se debe considerar que debemos mencionar el sueldo que percibe, las relaciones humanas que se entablan, la seguridad, higiene laboral, y el tipo de trabajo que se efectúa.

La satisfacción influirá siempre en la actitud y en el comportamiento que el trabajador exprese frente a las obligaciones que se le encomiende, y por supuesto al compromiso con la empresa que lo tiene contratado, algunos de los aspectos mencionados no están acordes al compromiso y a la actividad lo que ocurriría sería lo contrario, no trabajaría de buena manera, se invertiría poco esfuerzo, no se sentiría valorado, trabajaría solo por cumplir en la empresa, para ello debe existir beneficios que logren impactarán en el trabajador en algún momento. (p.2)

Según starMeUp (2021), manifiesto que:

Es un estado emocional positivo y placentero resultante de la percepción subjetiva de las experiencias laborales del sujeto.

Es interesante apuntar que esta definición tiene ya no es muy utilizada, está vigente y es totalmente relevante. Para ello se debe extraer algunas palabras claves en la definición de satisfacción laboral, podremos ver claramente que se trata de un problema con un nivel muy alto de subjetividad donde se enfoca el estado emocional, placentero, percepción, sujeto. Se debe poner un desafío en las empresas para encontrar e interpretar la subjetividad en los indicadores más factibles, con el propósito principal de que los trabajadores se sientan mejor, se debe comenzar de una definición más sencilla para luego volverlo más complejo en el tema. Podríamos decir que la satisfacción laboral, es fundamentalmente una actitud hacia el trabajo. Y como cualquier otra actitud, posee tres componentes básicos: la cognición, el afecto y el comportamiento. (p.16).

Según dialnet (2010) menciona que:

La satisfacción laboral se ha visto transformado en un objetivo fundamental para la dirección de los recursos humanos en las empresas, puesto que se ha constatado su impacto en aspectos como la productividad, el ausentismo, la rotación del personal o la satisfacción en los clientes. Un ejemplo sería al ofrecer un servicio en un hotel es muy fácil de imitado por los competidores, de una manera en que la lealtad del cliente se fidelice por elementos distintos a los atributos tangibles del servicio, los factores intangibles en la satisfacción laboral sería en personal hotelero que se encarga de brindar un buen trata al usuario que se hospeda, esto repercute en la satisfacción del turista al tener un trato directo con él. La literatura científica juega un rol muy importante ya que existe en el campo de la satisfacción laboral, con especial referencia a la actividad hotelera, y se presentan los resultados de una investigación realizada para analizar la satisfacción laboral de los trabajadores, se debe por lo tanto hacer análisis estadístico descriptivo y un análisis de la varianza (p.1).

Según web y empresas (2018), indica que:

La satisfacción laboral se define como el resultado del comportamiento que presenta un trabajador hacia su trabajo en la empresa donde labora, influye factores como el tipo de trabajo, el jefe o encargo de supervisión, compañeros, sueldos, ascenso, condiciones del sitio de trabajo, ente otros. Cada trabajador de enfocarse en tener múltiples actitudes, y solo aquellas que se refieren al trabajo deben incidir en la satisfacción del personal, el compromiso con el trabajo y la lealtad para con la empresa lo cual amerita el comportamiento organizacional, para ello el trabajador se de encontrar satisfecho con su puesto en la empresa y para ello sus actitudes deben ser enfocadas positivamente, se debe sentir comprometido, identificado con la empresa se da lo mejor para seguir avanzando y de esta manera representarla más dignamente, de no hacerlo el trabajador se sentiría insatisfecho, mostrando actitudes negativas, que repercutirían en importancia en la imagen de la empresa y solo se enfocaría en trabajar con la finalidad de recibir su pago o incentivo por su trabajo (P. 5).

### **2.2.2.7. Dimensiones**

#### **Dimensión 01: motivación y rendimiento**

Según medina (2018) indica que:

Al realizar esfuerzo se hace con la expectativa de alcanzar el objetivo deseado. Las expectativas en simples palabra son percepciones que tiene el individuo como una dificultad de realizar el esfuerzo y es una probabilidad de alcanzar el objetivo. La motivación es un proceso que da cuenta de la intensidad, dirección y persistencia al esfuerzo de un individuo para alcanzar sus objetivos trazados. (p.84).

#### **Indicadores**

##### **1) Esfuerzo**

Es cuando uno realiza un sacrificio para poder conseguir algo que desea para poder satisfacer su necesidad.

##### **2) Equipo**

Es un grupo personas que se agrupan para realizar un objetivo en común.

##### **3) Liderazgo**

Es importante por qué te enseña hacer una persona de respeto y ser respetado por los que le rodean.

#### **Dimensión 02: motivación externa e interna**

Según Medina (2018) expresa que:

La motivación es una fuerza que realizar esfuerzos para lograr un determinado objetivo dentro de la empresa. La motivación puede ser tanto externa o interna, según los motivos de una conducta que se desarrolle en la propia persona o se genere en los elementos externos del individuo, respectivamente (pp. 88-89).

#### **Indicadores**

##### **1) Habilidad**

Es tener el talento de hacer algo o realizar una determinada acción para realizar con éxito alguna actividad.

## **2) Autorrealización**

Se define cuando una persona, gracias a su esfuerzo y capacidad, logra conseguir sus objetivos deseados.

## **3) Beneficios**

Es todo aquello bueno o positivo quien da o recibe, por algún logro obtenido que satisface sus necesidades.

### **Dimensión 03: Recompensas informales**

Según medina (2018) menciona que:

A las personas nos encanta sentirnos valorados y que nos recompensen por el trabajo realizado. Actualmente en el mundo en el ámbito empresarial, las recompensas y los reconocimientos son fundamentales es de esta manera influye y moldea el comportamiento de los trabajadores, el dinero es fundamental y muy importante, pero no quiere decir que no genere un desempeño diferente este si este no se siente valorado (p.91).

### **Indicadores**

#### **1) Reconocimiento**

Algún premio o incentivo que se da a una persona como parte de agradecimiento por haber prestado algún servicio de buena manera.

#### **2) Preferencias personales**

Cuando una persona da demás a otra por tener algún lazo familiar o porque le agrada su desempeño en el trabajo.

#### **3) Productividad**

Capacidad de algo que produce, que es útil y provechoso productivo que presenta algo.

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

**Salario.** Es el pago que recibe en forma periódica un trabajador por parte de su jefe por haber prestado servicios previamente contratado por él.

**Turismo.** Son todas aquellas actividades que las personas realizan cuando viajan y permanecen de corrido fuera de su entorno habitual.

**Transporte.** Se denomina al traslado de personas o cosas de un lugar a otro ya sea por el medio terrestre, acuático, ferrocarril y aéreo.

**Remuneración.** Es el pago que recibe alguien por prestar algún servicio o trabajo como parte de su recompensa.

**Supervisión.** Es la inspección que realiza algún superior o jefe sobre una actividad que realiza una o varias personas.

**Colaborador.** Alguna persona que participa apoya en la realización de algo o en el desempeño de algunas funciones.

**Conformidad.** Comportamiento de persona que está de acuerdo con algo y acepta la determinada situación.

**Evidencia.** Es aquello que muestra o manifiesta con toda claridad sin dudas sin necesitar alguna demostración.

**Cooperativa.** Es una asociación formada por productores, vendedores o consumidores para la utilidad en común.

**Empleado.** Es la persona que realiza algún trabajo para alguien o para alguna empresa o institución a cambio de un salario que recibe.

**Usuario.** Se refiere a la persona que utiliza un servicio o producto de forma habitual.

**Atrayente.** Nos da a entender a algo que atrae que prefieres para satisfacerte.

**Jerarquía.** Se refiere a algo distinto y más amplio al que tiene autoridad poder sobre los demás.

**Impacto.** Refiere al momento en que un objeto juega choca contra otro objeto generando daños y perjuicios.

**Relevante.** Trata de algo importante destacado.

**Tendencias.** Se refiere a la preferencia que seda algo que está de moda.

**Doctrina.** Conjunto de ideas o creencias que son defendidas por un grupo de personas o autores.

**Dilema.** Refiere aquello que presenta un punto de elección entre dos cosas.

**Sobresaliente.** Se refiere a la superación que destaca, que se da ante un problema exigido.

**Optimo.** Refiere a aquello que resulta ser tan bueno que no puede ser mejor de lo que es perfecto.

**Interacción.** Se refiere a una acción que se da entre dos o más personas para un propósito.

### **III. MÉTODOS Y MATERIALES**

#### **3.1. Hipótesis de la investigación**

##### **3.1.1. Hipótesis general**

HG. Existe relación entre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral de los conductores de la empresa de transporte turismo Sagitario S.R.L., Juliaca – Puno 2020.

##### **3.1.2. Hipótesis específicas**

HE 1. Existe relación entre la comunicación en la empresa con la satisfacción laboral de los conductores de la empresa de transporte turismo Sagitario S.R.L., Juliaca – 2020

HE 2. Existe relación entre la cultura de comunicación con la satisfacción laboral de los conductores de la empresa de transporte turismo Sagitario S.R.L., Juliaca - 2020.

HE 3. Existe relación entre los cambios en la comunicación con la satisfacción laboral de los conductores de la empresa de transporte turismo Sagitario S.R.L., Juliaca- 2020.

#### **3.2. Variables de estudio**

##### **3.2.1 Definición conceptual**

##### **Variable 01: comunicación organizacional**

Según Garrido (2018) manifiesta:

La comunicación organizacional se convierte en el eje de estudio para el análisis y solución de variables vinculadas con las interacciones humanas en el interior de las empresas y desde ella hacia su entorno. La inexplicable unión de ambos conceptos en la teoría y en la práctica ha generado un campo fértil para las visiones sistémicas o integradas de la comunicación (p.30).

## **Variable 02: satisfacción laboral**

Según Medina (2018) indica:

La satisfacción laboral se define como un conjunto de actitudes que tiene un sujeto hacia la tarea asignada dentro de la organización. Hay factores que intervienen en la satisfacción laboral como la autonomía en el trabajo y las posibilidades de formación, retroalimentación adecuada sobre el rendimiento laboral (p.80).

### **3.2.2. Definición de operacionalización**

De acuerdo con Hernandez, et al (2014), mencionan que: “la operacionalización viene a ser un conjunto de procedimientos que describe de una manera las actividades que un observador debe realizar para recibir las impresiones sensoriales, las cuales indican la existencia de un concepto teórico en mayor o menor grado”. (p.120).

Además, este punto sirve para recoger datos respecto a una variable, y menciona cómo hay que hacerlo, además, se encarga de articular los procesos o acciones de un concepto que son necesarios para identificar.

### **La variable 01: comunicación organizacional**

Es de naturaleza cualitativa y está conformada por las dimensiones: comunicación en la empresa, cultura de la comunicación y cambios en la comunicación, las cuales conforman el instrumento llamado cuestionario.

### **La variable 02: satisfacción laboral**

Es de naturaleza cualitativa y está conformada por las siguientes dimensiones: identificación con la institución, reconocimiento laboral y desarrollo laboral, las cuales conforman el instrumento llamado cuestionario.

### **3.3. Tipo y nivel de investigación**

#### **3.3.1. Tipo de investigación**

##### **Aplicada**

Ñaupas (2018), indica que:

Se llaman investigación aplicada porque se enfoca en los resultados de la investigación básica, pura o fundamental, de las ciencias naturales y sociales, que se realizó, para ello se formulan problemas e hipótesis de trabajo para resolver los problemas de la vida social de la comunidad regional o del país. (p. 136).

Esta investigación se ha enfocado en los resultados de la investigación básica, pura o fundamental está orientada a resolver los problemas sociales de la localidad, región o país, como los problemas de salud, contaminación ambiental, educación en crisis, falta de seguridad física y jurídica, el narco tráfico y la corrupción, los problemas fiscales, legislación laboral y otros de tipo neoliberal, la globalización y el problema de las crisis financieras, entre otros.

#### **3.3.2 Nivel de investigación**

##### **Descriptivo**

Según Ñaupas, et al (2018), mencionan que “la investigación descriptiva su objetivo primordial es el de reducir la información y brindar datos sobre las características, propiedades, dimensiones, aspectos, clasificación de los objetos, personas, instituciones y agentes, o de procesos naturales o sociales”. (p.134).

En este nivel de investigación descriptiva se llega a responder las interrogantes a varias preguntas como por ejemplo cómo, por qué, dónde, a qué hora, etc. Esto quiere decir que menciona las cualidades internas y externas, rasgos primordiales de los hechos, en un tiempo y momento determinado.

## Correlacional

Según Hernández (2018) menciona:

Mediante este tipo de investigación correlacional se tiene como propósito principal el de dar a conocer la relación o grado de asociación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular. Tiene un valor explicativo, parcial ya que el hecho de saber que dos conceptos o variables se relacionan aporta cierta información explicativa. (p.109)

La función principal de este trabajo fue investigar y de resolver el grado de impacto que la variable comunicación organizacional tiene sobre la variable de satisfacción laboral en los conductores de transporte turismo Sagitario S.R.L., Juliaca – 2020.

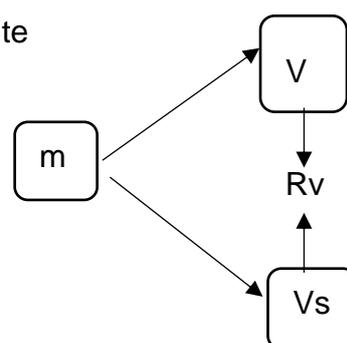
Para ello, se hizo un gráfico el cual es el siguiente

m= representara a la muestra

Vc = variable comunicación organizacional.

Vs = variable satisfacción laboral

Rv = representara la relación entre las variables



**Tabla 1.**

**Valores de la prueba de correlación de rho Spearman**

Valores	Lectura
De -0,90 a -1	Correlación muy fuerte
De -0.71 a -0.90	Correlación fuerte
De -0.41 a -0.70	Correlación moderada
De -0.21 a -0.40	Correlación baja
De 0 a -0.20	Correlación prácticamente nula
De 0 a 0.20	Correlación prácticamente nula
De +0.21 a 0.40	Correlación baja
De +0.41 a 0.70	Correlación moderada
De +0.71 a 0.90	Correlación fuerte
De +0.91 a 1	Correlación muy fuerte

Fuente: Tomado de Bisquerra, R. (2004). Metodología de la investigación Educativa. Madrid: Muralla.

### **3.3.3. Método de investigación**

De acuerdo con lo que menciona Bernal (2010), el método hipotético-deductivo es una técnica en la que se manifiesta y admite afirmaciones conocidas como hipótesis las cuales a través del estudio de datos se afirman o niegan, con conclusiones de hechos aprobados (p. 60).

Se utilizó el método hipotético ya que se ejecutaron pruebas en torno a las hipótesis expuestas y de esa manera resolver si hay correlación entre las variables de estudio.

### **3.4. Diseño de la investigación**

#### **3.4.1. Diseño no experimental**

Según Hernández (2018) indica:

Que la investigación no experimental nos da a conocer cómo se ejecuta sin necesidad de dirigir deliberadamente ya que examina las diferencias por género respecto de los factores, atributos y calificativos que describen los medios. Se debe medir las variables y así exponer en su forma natural (p.168).

Esta investigación fue no experimental debido a que la información recopilada que se ha adquirido nos ha proporcionado datos fidedignos y claros. Y así aceptar, la situación actual que se está enfrentando sin que esta sufra una modificación.

#### **3.4.2. Enfoque de investigación**

Según Ñaupas, et al (2018) mencionan que:

El enfoque cuantitativo se emplea como un método de recolección de datos y de análisis de datos para responder las interrogantes sobre preguntas de investigación y probar hipótesis formuladas previamente, además confía en la medición de variables e instrumentos de investigación, con la utilización de la estadística descriptiva e inferencial, en el tratamiento estadístico y la prueba de hipótesis; la formulación de hipótesis estadísticas, el diseño formalizado de los tipos de investigación; la muestra, etc. (p.140).

### **3.4.3. Corte transversal**

Según Hernández (2014) explica que:

En el diseño de investigación transaccional o corte transversal su función es de recolectar datos en un solo momento, en un tiempo único. Su finalidad primordial es la de describir variables y examinar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como agarrar una cámara fotográfica y tomar una fotografía de algún acontecimiento que está sucediendo que en ese momento. (p.154).

Este estudio se ha dirigido por este tipo de investigación debido a la recolección de datos de una forma idónea, precisa y en un tiempo determinado.

## **3.5. Población y muestra de estudio**

### **3.5.1. Población**

Según Ñaupas (2018) menciona que:

La población puede ser especificada como la cantidad total de las unidades de estudio, que incluyen las características requeridas, para ser consideradas como tales. Estas unidades pueden ser individuos, objetos, conglomerados, hechos o fenómenos, que presentan las características requeridas para la investigación. (p. 199).

En este proceso de investigación la población de estudio estuvo constituida por treinta y seis (36) socios, que trabajan como conductores de la empresa de transporte turismo Sagitario S.R.L., Juliaca - 2020.

### **3.5.2. Muestra censal**

Hernandez (2014) explica que la muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, el que se define y delimita de antemano con precisión, además de que debe ser representativo de la población (p.173).

Y según Hernández que cita a Castro (2003), Por lo expuesto por este autor consiente y deduce, que siendo el total de trabajadores o socios del área investigada menor a 50 personas se estaría examinando esta muestra como censal.

### **3.5.3. Muestreo**

Según Ñaupas (2018) menciona que el muestreo es un proceso que permite seleccionar las unidades de estudio que van a conformar la muestra, con un objetivo primordial de recoger los datos requeridos por la investigación que se desea elaborar (p.336).

A demás Bernal que cita a Weiers (1986), indica que existen varias clasificaciones para los métodos de muestreo. Pero lo más utilizados son los: diseños probabilísticos y no probabilísticos. Siendo el primero el más usado (p.162).

## **3.6. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos**

### **3.6.1. Técnicas de recolección de datos**

#### **Técnica: la encuesta**

Según Bernal (2010), indica que la encuesta es una de las técnicas de recolección de información más utilizadas, a pesar de que cada vez pierde mayor credibilidad por el sesgo de las personas encuestadas (p.194).

Para lo cual se prefirió emplear la técnica de la encuesta, la cual ha permitido la recolección de datos idóneos y precisos para más realizar la medición de esta. La encuesta ha apoyado a medir si la comunicación organizacional e influye en la satisfacción laboral de los conductores de la empresa de transporte turismo Sagitario S.R.L., Juliaca - 2020.

### **3.6.2. Instrumentos de recolección de datos**

#### **Instrumento: cuestionario**

Según Ñaupas (2018) menciona que:

El cuestionario es un tipo de técnica, la encuesta consiste en formular un conjunto sistemático de preguntas escritas, en una cédula, que están relacionadas con la hipótesis de trabajo, y por ende, a las variables e indicadores de investigación. Su finalidad es recopilar información para verificar las hipótesis de trabajo. (p.291)

Se ha empleado el cuestionario para elaborar las preguntas idóneas respecto a las variables de estudio. En esta se usó la escala de Likert, la cual cuenta con 5 niveles de respuestas, para la medición del instrumento.

### **Escala de Likert**

Según Ñaupas (2018) menciona que fue desarrollado por Rensis Likert, en 1932, basándose en la teoría factorial de aptitudes de Spearman, y criticó la escala de Thurstone, de ser demasiado popular. Se trata de una técnica más simple que no requiere el concurso de expertos (p.300).

La elaboración del cuestionario debe tener en cuenta el diseño de la investigación, es decir el planteamiento y formulación del problema, los objetivos, la hipótesis y las variables.

**Tabla 2.**

*Calificación y resultado del cuestionario de comunicación organizacional*

Alternativas	Puntuación	Afirmación
N	1	Nunca
CN	2	Casi nunca
A	3	A veces
CS	4	Casi siempre
S	5	Siempre

Fuente: elaboración Propia

El Instrumento para medir la comunicación organizacional, se elaboró mediante un cuestionario de comunicación organizacional para los socios. El cual no tenía un tiempo de duración. El contenido se elaboró mediante un cuestionario de escala ordinal con un total de 18 preguntas, distribuidos en tres dimensiones: comunicación en la empresa, cultura de la empresa y cambios en la empresa. La escala y el índice respectivo para este instrumento es Likert y son como sigue: siempre (5), casi siempre (4), a veces (3), casi nunca (2) y nunca (1).

El Instrumento para medir satisfacción laboral del trabajador, se elaboró mediante un cuestionario de satisfacción laboral a los socios. El cual no tenía un tiempo de duración. El contenido se elaboró mediante un cuestionario de escala ordinal con un total de 18 preguntas, distribuido en tres dimensiones: motivación y

rendimiento, motivación externa e interna y recompensas informales. La escala y el índice respectivo para este instrumento es Likert y son como sigue: siempre (5), casi siempre (4), a veces (3), casi nunca (2) y nunca (1).

Para lo cual se ha calificado e interpretado con un criterio cuantitativo sumando los puntos obtenidos en cada ítem y en su distribución por perfiles se ha establecido tres categorías: bajo, medio y alto.

### 3.6.3. Validez del instrumento

Según Bernal (2010) indica que:

También se le conoce como la validez de criterio la cual se refiere al juicio que se hace al instrumento respecto a la capacidad del mismo para pronosticar la variable del objeto de la medición. Por ejemplo, una prueba sería el determinar el desempeño laboral de los socios en una empresa en relación con la satisfacción laboral para así saber la problemática que los aqueja (p.247).

**Tabla 3.**

*La validación del instrumento por parte de los expertos*

<b>Experto</b>	<b>Validador</b>	<b>Nivel de aplicación</b>
Mg. Jhon Hayrol Falconi Atoche	Temático	Aplicable
Mg. Michel Jaime, Mendez Escobar	Metodólogo	Aplicable

Fuente: Elaboración propia.

### 3.6.4. Confiabilidad del instrumento

Bernal (2010) menciona que:

La confiabilidad de un cuestionario está dada por la consistencia de las puntuaciones obtenidas por las mismas personas, cuando se las analiza en distintas ocasiones con los mismos cuestionarios o como afirma Mc Daniel y Gates, la confiabilidad es la capacidad del mismo instrumento para elaborar resultados adecuados cuando se aplica por segunda vez, en condiciones tan parecidas como sea posible, es decir, el instrumento arroja medidas adecuadas de una medición a la siguiente (p.214).

## **Análisis de fiabilidad:**

**Tabla 4.**

*Escala de interpretación de la confiabilidad*

Interpretación	Escala		
Muy fuerte confiabilidad	0.9	a	1
Fuerte confiabilidad	0.76	a	0.89
Moderada confiabilidad	0.5	a	0.75
Baja confiabilidad	0.01	a	0.49
No es confiable	-1	a	0

Fuente: Pino (1982). Estadística. Lima: INIDE

### **3.7. Métodos de análisis de datos**

El análisis de datos se llevó a cabo con los valores que se produjeron mediante la aplicación del instrumento elegido, para la recolección de datos como es el cuestionario en la empresa investigada, después de obtener los datos obtenidos estos fueron registrados en una hoja de Excel para luego proceder con la tabulación y así poder crear una base de datos con todos los resultados.

Se procedió al análisis de los datos haciendo uso del programa estadístico SPSS versión 25.0 en español. Los resultados obtenidos fueron presentados mediante tablas y porcentajes con sus debidas y respectivas interpretaciones.

### **3.8. Aspectos éticos**

Para la presente investigación se contó con la autorización correspondiente del gerente de la empresa de transporte turismo Sagitario S.R.L., Juliaca – 2020, la cual permitió realizar el estudio y recolectar los datos. Asimismo, se mantendrá el anonimato de los trabajadores y el respeto hacia la persona al momento de ser encuestados.

## IV. RESULTADOS

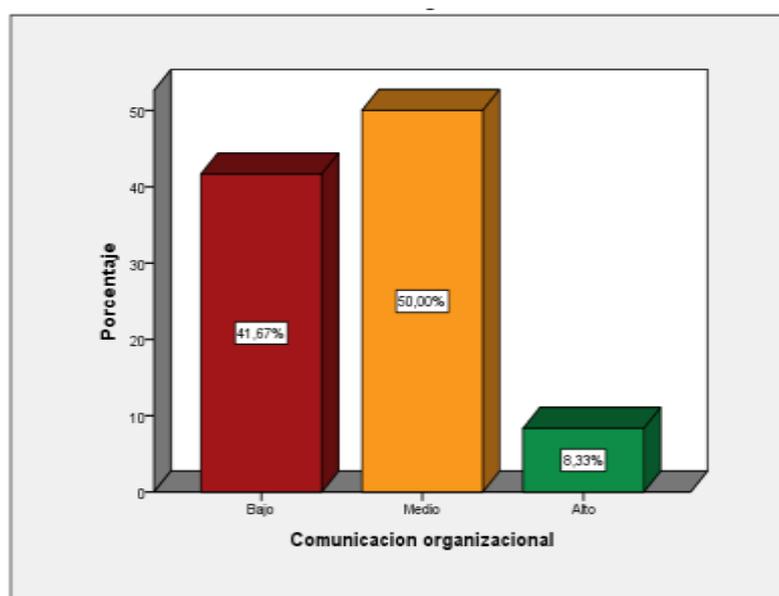
### 4.1. Análisis descriptivo

**Tabla 5.**

*Niveles de variable de comunicación organizacional*  
**Comunicación organizacional**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	15	41,7
	Medio	18	50,0
	Alto	3	8,3
	Total	36	100,0

Fuente: Cuestionario propio



**Figura 1.** Niveles de comunicación organizacional

En la tabla 5 y figura 1 se observa, que, de los 36 socios, 3 de ellos representan el 8,33% que manifiesta percibir niveles regulares referente a la comunicación organizacional, en contraste con 15 socios que representan el 41,67% que indica percibir bajos niveles en temas de comunicación organizacional en la empresa de transporte turismo Sagitario S.R.L., en la ciudad de Juliaca del año 2020.

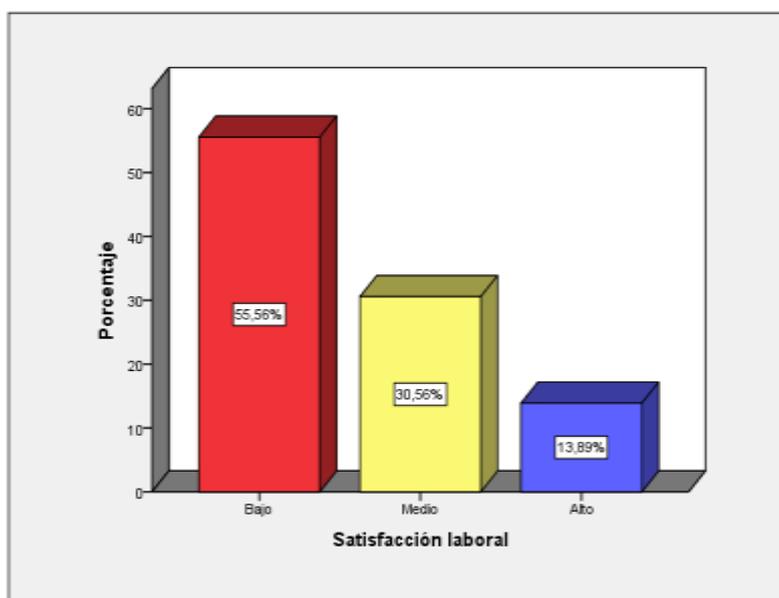
**Tabla 6.**

*Niveles de la variable de satisfacción laboral*

**Satisfacción laboral**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	20	55,6
	Medio	11	30,6
	Alto	5	13,9
	Total	36	100,0

Fuente: Cuestionario propio



**Figura 2.** Niveles de satisfacción laboral

En la tabla 6 y figura 2 se observa, que, de los 36 socios, 5 de ellos representan el 13,89% que manifiesta percibir niveles altos referente a la satisfacción laboral, en contraste con 20 socios que representan el 55,56% que indica percibir bajos niveles en temas de satisfacción laboral en la empresa de transporte turismo Sagitario S.R.L., en la ciudad de Juliaca del año 2020.

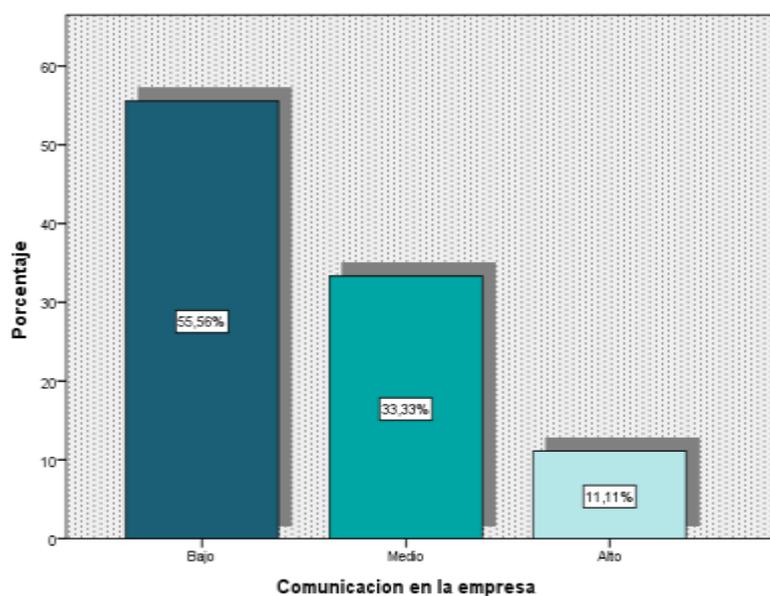
**Tabla 7.**

*Niveles de comunicación en la empresa*

**Comunicación en la empresa**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	20	55,6
	Medio	12	33,3
	Alto	4	11,1
	Total	36	100,0

Fuente: Cuestionario propio



**Figura 3.** Niveles de comunicación en la empresa

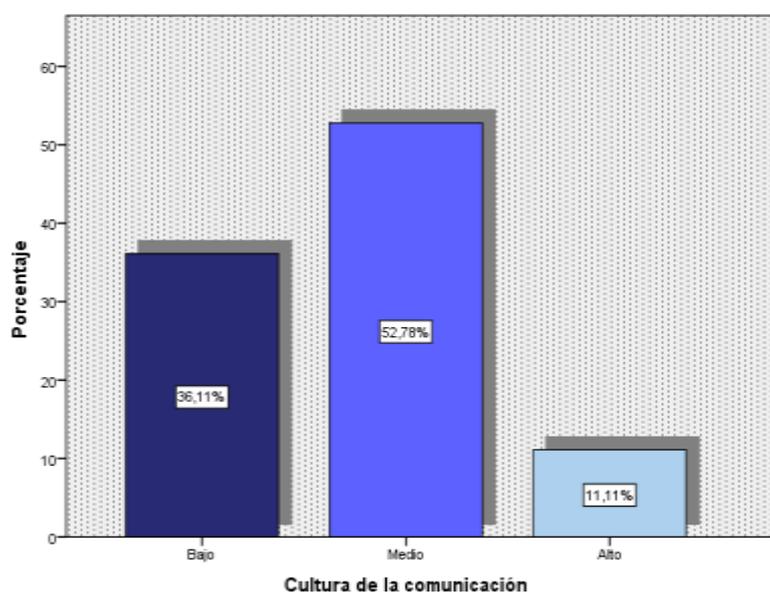
En la tabla 7 y figura 3 se observa, que, de los 36 socios, 4 de ellos representan el 11,11% que manifiesta percibir niveles altos referente a la comunicación en la empresa, en contraste con 20 socios que representan el 55,56% que indica percibir bajos niveles en temas de comunicación en la empresa, de la empresa de transporte turismo Sagitario S.R.L., en la ciudad Juliaca del año 2020

**Tabla 8.**

*Niveles de cultura de la comunicación*

		<b>Cultura de la comunicación</b>	
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	13	36,1
	Medio	19	52,8
	Alto	4	11,1
	Total	36	100,0

Fuente: Cuestionario propio



**Figura 4.** Niveles de cultura de la comunicación

En la tabla 8 y figura 4 se observa, que, de los 36 socios, 4 de ellos representan el 11,11% que manifiesta percibir niveles altos referente a la cultura de la comunicación, en contraste con 13 socios que representan el 36,11% que indica percibir bajos niveles en temas de cultura de la comunicación en la empresa de transporte turismo Sagitario S.R.L., en la ciudad Juliaca del año 2020

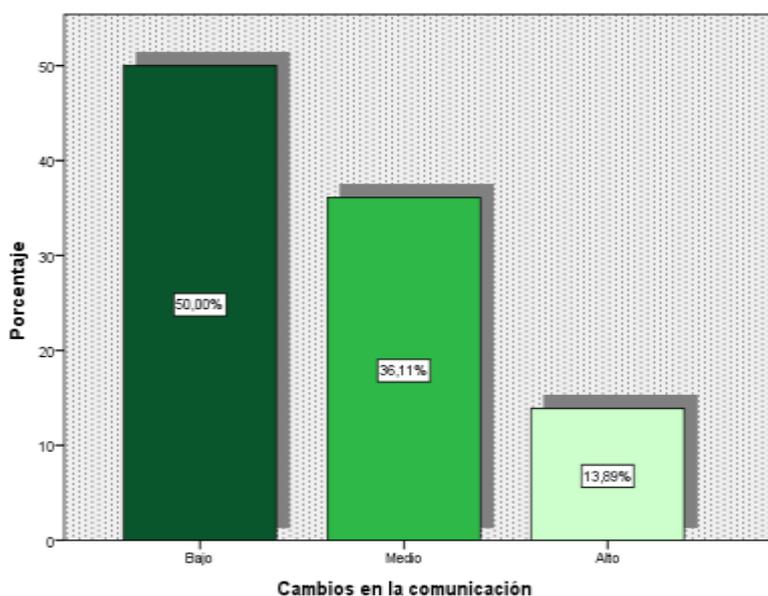
**Tabla 9.**

*Niveles de cambios en la comunicación*

**Cambios en la comunicación**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	18	50,0
	Medio	13	36,1
	Alto	5	13,9
	Total	36	100,0

Fuente: Cuestionario propio



**Figura 5.** Niveles de cambios en la comunicación

En la tabla 9 y figura 5 se observa, que, de los 36 socios, 5 de ellos representan el 13,89% que manifiesta percibir niveles altos referente a los cambios en la comunicación, en contraste con 18 socios que representan el 50,00% que indica percibir bajos niveles en temas de cambios en la comunicación de la empresa de transporte turismo Sagitario S.R.L., en la ciudad de Juliaca del año 2020.

## 4.2. Prueba de confiabilidad

**Tabla 10.**

*Nivel de confiabilidad de la variable comunicación organizacional*

### **Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,937	18

*Fuente: Alfa de Cronbach*

La herramienta utilizada para la determinación de confiabilidad de la escala para la variable comunicación fue el Alfa de Cronbach; con una prueba realizada a 36 socios de la empresa de transporte turismo Sagitario S.R.L., en la ciudad de Juliaca del año 2020, obteniendo 0,937, evidenciándose que la escala aplicada fue una prueba de muy fuerte confiabilidad.

**Tabla 11.**

*Nivel de confiabilidad de la variable satisfacción laboral*

### **Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,927	18

*Fuente: Alfa de Cronbach*

La herramienta utilizada para la determinación de confiabilidad de la escala para la variable satisfacción laboral fue el alfa de Cronbach; con una prueba realizada a 36 socios de la empresa de transporte turismo Sagitario S.R.L., en la ciudad de Juliaca del año 2020, obteniendo 0,927, evidenciándose que la escala aplicada fue una prueba de muy fuerte confiabilidad.

### 4.3. Prueba de hipótesis.

#### 4.3.1. Prueba de hipótesis general.

H0: La comunicación organizacional no se relaciona con la satisfacción laboral de los conductores de la empresa transporte turismo Sagitario S.R.L., Juliaca - 2020.

H1: La comunicación organizacional se relaciona con la satisfacción laboral de los conductores de la empresa transporte turismo Sagitario S.R.L., Juliaca - 2020.

**Tabla 12.**

*Nivel de correlación y significancia de comunicación organizacional y satisfacción laboral.*

<b>Correlaciones</b>				
			Comunicación organizacional	Satisfacción laboral
Rho de Spearman	Comunicación organizacional	Coeficiente de correlación	1,000	,914**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	36	36
	Satisfacción laboral	Coeficiente de correlación	,914**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	36	36

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

En la tabla 12, se observa la relación entre las variables determinada por el rho de Spearman  $p = 0.914$ , siendo el sig bilateral  $p = 0.000$  la cual es menor a 0.05, lo cual significa, que la comunicación organizacional se correlaciona de manera muy fuerte con la satisfacción laboral, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, la cual indica que la comunicación organizacional se relaciona de manera directa con la satisfacción laboral de la empresa transporte turismo Sagitario S.R.L., Juliaca - 2020.

### 4.3.2. Prueba de hipótesis específicas

#### Hipótesis específica 1

H0: La comunicación no se relaciona en la empresa con la satisfacción laboral de los conductores de la empresa transporte turismo Sagitario S.R.L., Juliaca - 2020.

H1: La comunicación se relaciona con la satisfacción laboral de los conductores de la empresa transporte turismo Sagitario S.R.L., Juliaca - 2020.

**Tabla 13.**

*Nivel de correlación y significancia de comunicación en la empresa y satisfacción laboral.*

Correlaciones				
			Comunicación en la empresa	Satisfacción laboral
Rho de Spearman	Comunicación en la empresa	Coefficiente de correlación	1,000	,831**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	36	36
	Satisfacción laboral	Coefficiente de correlación	,831**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	36	36

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

En la tabla 13, se observa la relación entre las variables determinada por el rho de Spearman  $p= 0.831$ , siendo el sig bilateral  $p= 0.000$  el cual es menor a  $0.05$ , lo que significa, que la comunicación en la empresa se correlaciona de manera fuerte con la satisfacción laboral, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna la cual indica que la comunicación en la empresa se relaciona de manera directa con la satisfacción laboral de la empresa transporte turismo Sagitario S.R.L., Juliaca - 2020.

## Hipótesis específica 2

H0: La cultura de la comunicación no se relaciona con la satisfacción laboral de los conductores de la empresa transporte turismo Sagitario S.R.L., Juliaca - 2020.

H1: La cultura de la comunicación se relaciona con la satisfacción laboral de los conductores de la empresa transporte turismo Sagitario S.R.L., Juliaca - 2020.

**Tabla 14.**

*Nivel de correlación y significancia de cultura de la comunicación y satisfacción laboral*

			Correlaciones	
			Cultura de la comunicación	Satisfacción laboral
Rho de Spearman	Cultura de la comunicación	Coefficiente de correlación	1,000	,813**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	36	36
Satisfacción laboral	Satisfacción laboral	Coefficiente de correlación	,813**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	36	36

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

En la tabla 14, se observa la relación entre las variables determinada por el rho de Spearman  $p=0.813$ , siendo el sig bilateral  $p=0.000$  el cual es menor a 0.05, lo cual significa, que la cultura de la comunicación en la empresa se correlaciona de manera fuerte con la satisfacción laboral, por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna la cual indica que la cultura de la comunicación en la empresa se relaciona de manera directa con la satisfacción laboral de los trabajadores de la empresa transporte turismo Sagitario S.R.L., Juliaca - 2020.

### Hipótesis específica 3

H0: Los cambios en la comunicación no se relacionan con la satisfacción laboral de los conductores de la empresa transporte turismo Sagitario S.R.L., Juliaca - 2020.

H1: Los cambios en la comunicación se relacionan con la satisfacción laboral de los conductores de la empresa transporte turismo Sagitario S.R.L., Juliaca - 2020

**Tabla 15.**

*Nivel de correlación y significancia de cambios en la comunicación y satisfacción laboral*

Correlaciones			Cambios en la comunicación	Satisfacción laboral
Rho de Spearman	Cambios en la comunicación	Coeficiente de correlación	1,000	,867**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	36	36
	Satisfacción laboral	Coeficiente de correlación	,867**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	36	36

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

En la tabla 15, se observa la relación entre las variables determinada por el rho de Spearman  $p=0.867$ , siendo el sig bilateral  $p=0.000$  el cual es menor a 0.05, lo cual significa, que los cambios en la comunicación en la empresa se correlaciona de manera fuerte con la satisfacción laboral, por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, la cual indica que los cambios en la comunicación de la empresa se relacionan de manera directa con la satisfacción laboral de los trabajadores de la empresa transporte turismo Sagitario S.R.L., Juliaca - 2020.

## V. DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos en esta investigación de acuerdo con la solución de la estadística con la prueba de alfa de Cronbach, para comprobar que de las 36 preguntas, que se aplicaron a los 36 socios de la empresa transporte turismo Sagitario S.R.L., Juliaca – 2020, se argumenta como producto una conexión superior entre las variables comunicación organizacional y satisfacción laboral, obteniendo cada variable de 0.937 y 0.927, la cual ayudó como referencia, para hacer los estudios correspondientes y sostener los propósitos de la tesis.

Con la ayuda de los estudios estadísticos se elaboró una tabla general en la que se comparó la correlación con las dimensiones, que refutan la hipótesis nula y se reconocen las hipótesis alternas del estudio realizado. Donde la variable comunicación organizacional se subdividió en 3 dimensiones: comunicación en la empresa, cultura de la comunicación, cambios en la comunicación, y la segunda variable con sus dimensiones: motivación y rendimiento, motivación externa e interna, recompensas informales, los cuales fueron un análisis en conclusión de los 36 socios de la empresa transporte turismo Sagitario S.R.L., Juliaca – 2020 en lo cual el estudio nos permite comprobar la relación de las variables.

Citando a Garrido (2018), manifiesta que:

La comunicación organizacional es un flujo de información dentro del marco de la organización. Debido a que nos muestra un análisis fenoménico de tipo binario y lineal: la parte interna visto como fenómeno de naturaleza distinta a las manifestaciones de la parte externa (p. 31).

Considerando lo que menciona el autor principal el cual fue base de mis antecedentes referenciales realizados para comprobar mi estudio, afirmo la importancia de la comunicación organizacional dentro de la organización debido que si hubiera una mejor comunicación el desempeño en la empresa sería más óptimo esto, debido a que los socios se sentirían satisfechos si fueran escuchados por el gerente o encargado de la empresa, su esfuerzo sería muy bien recompensado, eso con llevaría a que la organización siga mejorando y creciendo.

Según Medina (2018), sostiene que:

La satisfacción laboral se define como un conjunto de actitudes que tiene un sujeto hacia la tarea asignada dentro de la organización. Hay factores que influyen en la satisfacción laboral: autonomía en el trabajo y posibilidades de formación, retroalimentación adecuada sobre el rendimiento laboral. (p. 80).

El estudio realizado pudo comprobar la importancia fundamental que tiene la satisfacción laboral en la empresa, para ello, se debe obtener una buena comunicación organizacional la cual permitirá la implantación de la comunicación en la empresa, cultura de la comunicación y cambios en la comunicación entre los socios y el gerente de la empresa con la finalidad de que ellos se desempeñen de manera eficiente sus labores en la empresa y así demostrar su compromiso con ella.

## VI. CONCLUSIONES

- Primera.** Objetivo general, se determinó que existe un nivel de correlación muy fuerte ( $r=0.914$ ) siendo una correlación positiva entre comunicación organizacional y la satisfacción laboral de la empresa transporte turismo Sagitario S.R.L., Juliaca - 2020, con un nivel de significancia de 0.01 menor a 0.05.
- Segunda.** Objetivo específico 1, se determinó que existe un nivel de correlación significativa fuerte ( $r=0.831$ ) siendo una correlación positiva entre la comunicación en la empresa y la satisfacción laboral de la empresa transporte turismo Sagitario S.R.L., Juliaca - 2020, con un nivel de significancia de 0.01 menor a 0.05.
- Tercera.** Objetivo específico 2, se determinó que existe un nivel de correlación significativa fuerte ( $r=0.813$ ) siendo una correlación positiva entre la cultura de la comunicación y la satisfacción laboral de la empresa transporte turismo Sagitario S.R.L., Juliaca - 2020, con un nivel de significancia de 0.01 menor a 0.05.
- Cuarta.** Objetivo específico 3, se determinó que existe un nivel de correlación significativa fuerte ( $r= 0.867$ ) siendo una correlación positiva entre cambios en la comunicación y satisfacción laboral de la empresa transporte turismo Sagitario S.R.L., Juliaca - 2020, con un nivel de significancia de 0.01 menor a 0.05.

## VII. RECOMENDACIONES

- Primera.** En definitiva, a los conductores y gerente de la empresa, según el estudio, se recomienda dar importancia de cómo se debe priorizar la comunicación organizacional porque aporta de que haya un aumento en el compromiso de los socios, así mismo, permite disminuir los errores que se puedan incurrir en sus funciones, y así, ellos puedan mostrar una buena satisfacción laboral y poder comprometerse con los objetivos de la empresa.
- Segunda.** Al gerente responsable de la comunicación en la empresa se recomienda implementar programas donde se informe a cada conductor o socio de la empresa las reuniones y o actividades que se realizan, para ello, se deben aplicar los valores, compromisos y objetivos que se requieren alcanzar con la ayuda de ellos, y lograr a cumplir las metas de la empresa.
- Tercera.** Se debe orientar a que exista interacción en base a la cultura de la comunicación en la empresa con la finalidad de que los socios se sientan bien, ya que de esta manera se sentirían motivados, muy satisfechos se mantendría una coordinación con el ritmo del trabajo y no estarían desorientados al momento de desempeñar sus funciones, debido a que puede afectar el crecimiento de la empresa, la comunicación es muy importante dentro de la organización.
- Cuarta.** Además se recomienda realizar de que hayan cambios en la comunicación dentro de la empresa, para ello, se deben programar reuniones de equipo de trabajo donde todos puedan comentar sus inconvenientes y sugerencias para seguir aportando para alcanzar los objetivos de la empresa, realizando estos programas se permitiría evaluar lo que desea cada conductor que labora en la empresa, y así poder subsanar y corregir los inconvenientes, problemas que se está suscitando en la empresa y así darles una buena solución.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Andrade, H. (2017), Comunicación Organizacional Interna.
- Arévalo, R. y Ortiz, H. (2019) Comunicación organizacional web de la ética en las organizaciones del tercer sector.
- Aroni, L. (2019) con la tesis “Comunicación organizacional y satisfacción laboral en operarios de una empresa privada de limpieza” Perú. Universidad San Ignacio de Loyola. (Tesis de Pregrado). Lima. Recuperado: <http://repositorio.usil.edu.pe/handle/USIL/9216>
- Avila, J. (2019). Con la tesis “*Comunicación interna y satisfacción laboral de los trabajadores en una empresa odontológica, Lima 2019*”. Perú. Universidad Nolbert Wiener. (Tesis de Pregrado). Lima. Recuperado: <http://repositorio.uwiener.edu.pe/handle/123456789/3080>
- Belategi, O., Gago, M., y Egaña, T. (2019). Con la tesis “La comunicación interna en las cooperativas: la percepción de las personas trabajadoras sobre la escucha y la información”. Universidad Complutense. Madrid. España. Recuperado: <https://doi.org/10.5209/REVE.62812>
- Bernal, C. (2010) Metodología de la investigación administración, economía, humanidades y ciencias sociales (3º Ed.) Pearson Educación, Colombia, ISBN: 978-958-699-128-5
- Bordas, M. (2016) Gestión estratégica del clima laboral. Editorial UNED.
- Chiang, M. Martín, J. y Núñez, A. (2010) Relaciones entre el Clima Organizacional y la Satisfacción Laboral. Editorial R.B. Servicios Editoriales S.L.
- De conceptos.com (2020) Concepto de satisfacción <https://deconceptos.com/general/satisfaccion>
- Definición ABC tu diccionario hecho fácil (2012) Concepto de Satisfacción laboral <https://www.definicionabc.com/social/satisfaccion-laboral.php>

- Dialnet (2010) La satisfacción laboral como valor intangible de los recursos humanos Art. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3233190>
- Estudios Gerenciales Journal of management and Economics for Iberoamerica (2018) Satisfacción laboral: una revisión de la literatura acerca de sus principales determinantes. Art. <http://www.scielo.org.co>
- Garrido, F. (2018), Comunicación Organizacional 2.0 (2ª Ed.) Editorial EBS Consulting Group, Barcelona, [www.franciscojaviergarrido.com](http://www.franciscojaviergarrido.com)
- Guzmán, V. (2012), Comunicación Organizacional (1ª Ed.) Editorial Red tercer Milenio. ISBN 978-607-733-062-2.
- Hernández, R. (2014) Metodología de la investigación (6ª Ed) ISBN: 978-1-4562-2396-0
- Journal of Economics, Finance and International Business (2019) satisfacción laboral y su relación con el desempeño laboral en una Pyme de servicios de seguridad en el Perú <http://revistas.usil.edu.pe/index.php/jefib/article/view/398/740>
- Lima, D y Altamirano, M. (2020). Con la tesis "Plan de comunicación interna para una entidad financiera de la ciudad de Ambato". Universidad Pontificia Católica de Ecuador. Ambato. Ecuador. Recuperado:<https://repositorio.pucesa.edu.ec/handle/123456789/3027>
- Maldonado, D. (2018), Personalidad y satisfacción laboral en planta de producción, Editorial Academia Española.
- Medina, E. (2019). Con la tesis "La eficacia de la comunicación interna y la satisfacción laboral de los colaboradores de Coolbox, Zona Norte, Lima, 2019". Universidad Cesar Vallejo. (Tesis de Pregrado). Lima. Recuperado: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/47761>
- Medina, N. (2018) Gestión de equipos eficaces: influir y motivar. Editorial Cep.
- Ñaupas, H. (2018) Metodología de la Investigación. Editorial Ediciones de la U.
- Polo, R (2020). Con la tesis "La comunicación interna en el fortalecimiento del clima laboral del Centro de Capacitación para Agentes de Seguridad

- Privada (CENDCAP) Cia. Ltda., Guayaquil 2019". Universidad de Guayaquil. Guayaquil. Ecuador.
- Robbins, S. (2013), Comportamiento Organizacional (15ª Ed.) Editorial Pearson Educación, Inc. SBN 9780132834872.
- Star Meup (2018) satisfacción laboral: que es o como medirla <https://blog.starmeup.com/es/desarrollando-talento/satisfaccion-laboral-guia-completa/>
- Suarez, R y Tulcán, J. (2019). Con la tesis "*Satisfacción laboral del personal de la Estación Experimental Santa Catalina INIAP*". Universidad Central de Ecuador. Ecuador- Quito.
- Toscano, D y Chamba, J (2019). Con la tesis. "Diseño de un plan de Comunicación Interna para la empresa COGECOMSA S.A., del valle de los Chillos, durante el periodo 2017-2018". Universidad Central de Ecuador. Ecuador. Recuperado: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/49402>
- Tucto, L. (2018). Con la tesis "Comunicación organizacional y satisfacción laboral en el Módulo Penal de Huánuco, 2018". Universidad Cesar Vallejo. (Tesis de Maestría). Lima. Recuperado: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/33026>
- Vallejo, O. (2010) Satisfacción Laboral: Utopía o Realidad (1ª Ed) Colombia Editorial Universitaria de la Costa EDUCOSTA. ISBN: 978-958-8710-15
- Web y Empresas (2018) satisfacción del personal por Matías Riquelme [https://www.webyempresas.com/satisfaccion-del-personal-definicion-tipos-y-como-medirla/#%C2%BFQue\\_es\\_la\\_satisfaccion\\_laboral](https://www.webyempresas.com/satisfaccion-del-personal-definicion-tipos-y-como-medirla/#%C2%BFQue_es_la_satisfaccion_laboral)
- Zuñiga, A. (2019). Con la tesis "*Comunicación Interna Y Satisfacción Laboral En Los Trabajadores Asistenciales Del Hospital Regional De Ayacucho - 2019*". Universidad Cesar Vallejo. (Tesis de Maestría). Lima. Recuperado: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/37847>

## **ANEXOS**

## Anexo 1. Matriz de consistencia

Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Metodología.
¿Cómo la comunicación organizacional se relaciona con la satisfacción laboral de los conductores de la empresa de transporte Turismo Sagitario S.R.L., Juliaca – 2020	Determinar la comunicación organizacional se relaciona con la satisfacción laboral de los conductores de la empresa de transporte Turismo Sagitario S.R.L., Juliaca – 2020	Existe relación entre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral de los conductores de la empresa de transporte Turismo Sagitario S.R.L., Juliaca – 2020	Comunicación organizacional	Comunicación en la empresa	Sistema de comunicación	P1- P2	<u>Diseño</u> – Descriptivo – Correlacional  <u>Investigación</u> Aplicada, descriptiva y correlacional  <u>Diseño</u> No experimental de corte transversal  <u>Población</u> Muestra censal 36 socios  <u>Técnica</u> encuesta  <u>Instrumento</u> Cuestionario validado por juicio de expertos <u>Análisis de datos</u> Programa SPSS v.25.0  <u>Confiability</u> Se utilizó el alfa de Cron Bach
					Gestión de la comunicación	P3 -P4	
					Red de comunicación	P5-P6	
				Cultura de la comunicación	Cultura Organizacional	P7-P8	
					Comunicación Estratégica	P9-P10	
					Interacción	P11-12	
				Cambios en la comunicación	Reglas de la comunicación	P13-14	
					Perspectivas de la comunicación	P15-16	
					Alcances de la comunicación	P17-18	
					Esfuerzo	P19-20	
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicos	Satisfacción laboral	Motivación y rendimiento	Equipo	P21-22	
					Liderazgo	P23-24	
					Habilidad	P25-26	
¿Cómo la comunicación en la empresa se relaciona con la satisfacción laboral de los conductores de la empresa de transporte Turismo Sagitario S.R.L., Juliaca -2020?	Determinar cómo la comunicación en la empresa se relaciona con la satisfacción laboral de los conductores de la empresa de transporte Turismo Sagitario S.R.L., Juliaca – 2020	La comunicación en la empresa se relaciona con la satisfacción laboral de los conductores de la empresa de transporte Turismo Sagitario S.R.L., Juliaca - 2020		Motivación externa e interna	Autorrealización	P27-28	
					Beneficios	P29-30	
¿Cómo la cultura de la comunicación se relaciona con la satisfacción laboral de los conductores de la empresa de transporte Turismo Sagitario S.R.L., Juliaca - 2020?	Determinar cómo la cultura de la comunicación se relaciona con la satisfacción laboral de los conductores de la empresa de transporte turismo Sagitario S.R.L., Juliaca – 2020	La cultura de la comunicación se relaciona con la satisfacción laboral de los conductores de la empresa de transporte Turismo Sagitario S.R.L., Juliaca - 2020		Recompensas informales	Reconocimiento	P31-32	
					Preferencias personales	P33-34	
					Productividad	P35-36	
¿Cómo los cambios en la comunicación se relacionan con la satisfacción laboral de los conductores de la empresa de transporte turismo Sagitario S.R.L., Juliaca - 2020?	Determinar cómo los cambios en la comunicación organizacional se relacionan con la satisfacción laboral de los conductores de la empresa de transporte turismo Sagitario S.R.L., Juliaca - 2020	Los cambios en la comunicación se relacionan con la satisfacción laboral de los conductores de la empresa de transporte turismo Sagitario S.R.L., Juliaca – 2020					

## Anexo 2. Matriz de operacionalización

### Operacionalización de variable Comunicación Organizacional

Variable	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Comunicación Organizacional	Variable 01: comunicación organizacional Según Garrido (2018) manifiesta: se convierte en eje de estudio para el análisis y solución de variables vinculadas con las interacciones humanas en el interior de las empresas y desde ellas hacia su entorno (la inextricable unión de ambos conceptos en la teoría y en la práctica ha generado campo fértil para las visiones sistémicas o integradas de la comunicación).	La variable 01 “comunicación organizacional” de naturaleza “cualitativa” está conformada por las dimensiones “comunicación en la empresa”, “cultura de la comunicación” y “los cambios en la comunicación”, las cuales conforman el instrumento llamado cuestionario.	<p>1. comunicación en la empresa</p> <p>2. cultura de la comunicación</p> <p>3. cambios en la comunicación</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- sistema de comunicación</li> <li>- gestión de comunicación</li> <li>- red de comunicación</li>   <li>- cultura organizacional</li> <li>- Comunicación estratégica</li> <li>- Interacción</li>   <li>- Reglas de la comunicación</li> <li>- Perspectivas de la comunicación</li> <li>- Alcances de la comunicación</li> </ul>	Ordinal

## Operacionalización de variable satisfacción laboral

Variable	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Satisfacción laboral	Variable 02: La satisfacción laboral según Medina (2018) lo define como un conjunto de actitudes que tiene un sujeto hacia la tarea asignada dentro de la organización. Hay factores que influyen en la satisfacción laboral: autonomía en el trabajo y posibilidades de formación, retroalimentación adecuada sobre el rendimiento laboral.	La variable 02 satisfacción laboral es de naturaleza cualitativa y está conformada por las siguientes dimensiones "Motivación y rendimiento", "Motivación externa e interna" y "Recompensas informales", las cuales conforman el instrumento llamado cuestionario.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Motivación y rendimiento</li> <li>2. Motivación externa e interna</li> <li>3. Recompensas informales</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Esfuerzo</li> <li>- Equipo</li> <li>- Liderazgo</li> <li>- Habilidad</li> <li>- Autorrealización</li> <li>- Beneficios</li> <li>- Reconocimiento</li> <li>- Preferencias personales</li> <li>- Productividad</li> </ul>	Ordinal

### Anexo 3. Instrumento

**INSTRUCCIONES:** La encuesta busca recoger información respecto a la “Comunicación organizacional y su relación con la satisfacción laboral de los conductores de la empresa de transporte turismo Sagitario S.R.L., Juliaca – 2020.” A continuación, se encontrará una serie de preguntas sobre las cuales debe afirmar marcando con una X según corresponda. Lee con atención; responde las preguntas con la verdad.

#### OPCIONES DE REPUESTA:

Nunca = 1

Casi nunca = 2

A veces. = 3

Casi siempre. = 4

Siempre. = 5

#### Variables 01. Comunicación Organizacional

Dimensión 01. Comunicación con la empresa						
N.º	PREGUNTAS	1	2	3	4	5
Indicador 01. Sistema de comunicación						
1.	¿Cree usted que existe una técnica favorable en la empresa para comunicarse con el cliente?					
2.	¿Piensa usted que influye las técnicas informativas de comunicación organizacional en la empresa?					
Indicador 02. Gestión de la comunicación						
3.	¿Cree usted que la empresa planifica una adecuada comunicación con sus socios?					
4.	¿Supone usted que existe una buena comunicación interna?					
Indicador 03. Red de comunicación						
5.	¿Considera usted que sería factible adquirir una red de comunicación en la empresa?					

6.	¿Usted como socio cree que al tener una red de comunicación obtendría más ingresos?					
<b>Dimensión 02. Cultura de comunicación</b>						
Indicador 01. Cultura organizacional						
7.	¿Piensa usted que la empresa fomenta la cultura de la comunicación entre los socios?					
8.	¿Cree usted que la cultura de la comunicación se enfoca en la misión de la empresa?					
Indicador 02: Comunicación estratégica						
9.	¿Supone usted que con una estrategia de comunicación la empresa se diferenciaría de la competencia?					
10.	¿Piensa usted que existe una comunicación estratégica dentro de la empresa?					
Indicador 03: Interacción						
11.	¿Considera usted que es necesaria las auditorías internas en la empresa donde labora?					
12.	¿Siente usted que le informan sobre las auditorías internas que se realiza en la empresa?					
<b>Dimensión 03. Cambio en la comunicación</b>						
Indicador 01: Reglas de la comunicación						
13.	¿Considera usted que las reglas de la comunicación funcionan adecuadamente en la empresa?					
14.	¿Piensa usted que las reglas de comunicación cumplen con una adecuada conexión para el intercambio de ideas entre los socios?					
Indicador 02: Perspectivas de la comunicación						
15.	¿Cree usted que la información que maneja la empresa cumple con la expectativa de comunicación?					
16.	¿Piensa usted que la empresa busca una adecuada expectativa en la comunicación para la toma de decisiones?					
Indicador 03: Alcances de la comunicación						
17.	¿Considera usted que la comunicación que utiliza la empresa llega adecuadamente para hacer cumplir los protocolos de bioseguridad?					
18.	¿Supone usted que la comunicación que maneja la empresa tiene un alcance importante en las reuniones?					

## Variables 02. Satisfacción Laboral

<b>Dimensión 01. Motivación y rendimiento</b>						
<b>Nº</b>	<b>PREGUNTAS</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Indicador 01. Esfuerzo</b>						
19.	¿Siente usted que el esfuerzo que realiza cumple con los objetivos de la empresa?					
20.	¿Piensa usted que el gerente de la empresa motiva a sus socios para que se esfuercen en su trabajo?					
<b>Indicador 02: Equipo</b>						
21.	¿Considera usted que el trabajo en equipo funciona correctamente en la empresa?					
22.	¿Cree usted que la empresa donde trabaja los equipos grupales están bien conformados?					
<b>Indicador 03: Liderazgo</b>						
23.	¿Piensa usted que el representante de la empresa es un buen líder para los socios?					
24.	¿Cree usted que los socios respetan al gerente por tener liderazgo en la empresa?					
<b>Dimensión 02. Motivación externa e interna</b>						
<b>Indicador 01. Habilidad</b>						
25.	¿Supone usted que los socios de la empresa cuentan con la habilidad para desenvolverse en el trabajo que realizan?					
26.	¿Considera usted que el gerente tiene la habilidad para motivar a los conductores de la empresa?					
<b>Indicador 02: Autorrealización</b>						
27.	¿Usted como socio se siente identificado con el trabajo que realiza en la empresa?					
28.	¿Considera usted que trabajar para la empresa contribuye alcanzar sus objetivos?					
<b>Indicador 03: Beneficios</b>						
29.	¿Piensa usted, por su trabajo que realiza obtiene los beneficios adecuados?					
30.	¿Considera usted que la empresa debe gestionar un seguro familiar para los socios de la empresa?					
<b>Dimensión 03. Recompensas informales</b>						
<b>Indicador 01. Reconocimiento</b>						
31.	¿Usted alguna vez ha sido reconocido por participar en las actividades que realiza la empresa?					
32.	¿Piensa usted que la empresa reconoce al socio que apoya a su compañero cuando su unidad de trabajo presenta algún desperfecto?					
<b>Indicador 02. Preferencias personales</b>						
33.	¿Siente usted que en la empresa hay preferencia por algún socio que presta un servicio especial?					
34.	¿Percibe usted que existe alguna preferencia por tener un vínculo familiar con el representante de la empresa?					
<b>Indicador 03. Productividad</b>						
35.	¿Considera usted que la empresa acostumbra a dar incentivos económicos a los socios más productivos?					
36.	¿Piensa usted que la productividad en la empresa disminuyó por la pandemia del Covid -19?					

## Anexo 4. Validación del instrumento

### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE V1 COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	VARIABLE 1: Comunicación organizacional							
	DIMENSIÓN 1: comunicación con la empresa							
1	¿Cree usted que existe una técnica favorable en la empresa para comunicarse con el cliente?	✓		✓		✓		
2	¿Piensa usted que influye las técnicas informativas en la comunicación organizacional en la empresa?	✓		✓		✓		
3	¿Cree usted que la empresa planifica una adecuada comunicación con sus socios?	✓		✓		✓		
4	¿Supone usted que existe una buena comunicación interna?	✓		✓		✓		
5	¿Considera usted que sería factible adquirir una red de comunicación en la empresa?	✓		✓		✓		
6	¿Usted como socio cree que al tener una red de comunicación obtendría más ingresos?	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2: cultura de comunicación							
7	¿Piensa usted que la empresa fomenta la cultura de la comunicación entre los socios?	✓		✓		✓		
8	¿Cree usted que la cultura de la comunicación se enfoca en la misión de la empresa?	✓		✓		✓		
9	¿Supone usted que con una estrategia de comunicación la empresa se diferenciaría de la competencia?	✓		✓		✓		
10	¿Piensa usted que existe una comunicación estratégica dentro de la empresa?	✓		✓		✓		
11	¿Considera usted que es necesaria las auditorías internas en la empresa donde labora?	✓		✓		✓		
12	¿Siente usted que le informa sobre las auditorías internas que se realiza en la empresa?	✓		✓		✓		
	DIMENSION 3: cambios en la comunicación							
		Si	No	Si	No	Si	No	

13	¿Considera usted que las reglas de la comunicación funcionan adecuadamente en la empresa?	✓		✓		✓	
14	¿Piensa usted que las reglas de comunicación cumplen una adecuada conexión para el intercambio de ideas entre los socios?	✓		✓		✓	
15	¿Cree usted que la información que maneja la empresa cumple con la expectativa de comunicación?	✓		✓		✓	
16	¿Piensa usted que la empresa busca una adecuada expectativa de la comunicación para la toma de decisiones?	✓		✓		✓	
17	¿Considera usted que la comunicación que utiliza la empresa llega adecuadamente para hacer cumplir los protocolos de seguridad?	✓		✓		✓	
18	¿Supone usted que la comunicación que maneja la empresa tiene un alcance importante en las reuniones?	✓		✓		✓	

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad:   Aplicable ( X )   Aplicable después de corregir ( )   No aplicable ( )

Apellidos y nombres del juez validador. Mg: Michel Jaime Mendez Escobar

DNI: 10797162

Especialidad del validador: Magíster en Administración

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado Metodólogo

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: 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.



Firma del Experto Informante.

12 de mayo del 2021

## CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE V2 SATISFACCIÓN LABORAL

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	VARIABLE 2: Satisfacción Laboral							
	DIMENSIÓN 1: Motivación y rendimiento							
1	¿Siente usted que el esfuerzo que realiza cumple con los objetivos de la empresa?	✓		✓		✓		
2	¿Piensa usted que el gerente de la empresa motiva a sus socios para que se esfuercen en su trabajo?	✓		✓		✓		
3	¿Considera usted que el trabajo funciona correctamente en la empresa?	✓		✓		✓		
4	¿Cree usted que la empresa donde trabaja los equipos grupales está bien conformados?	✓		✓		✓		
5	¿Piensa usted que el representante de la empresa es un buen líder para los socios?	✓		✓		✓		
6	¿Cree usted que los socios respetan al gerente por tener liderazgo en la empresa?	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2: Motivación externa e interna							
7	¿Supone usted que los socios de la empresa cuentan con la habilidad para desenvolverse en el trabajo que realizan?	✓		✓		✓		
8	¿Considera usted que el gerente tiene la habilidad para motivar a los conductores de la empresa?	✓		✓		✓		
9	¿Usted como socio se siente identificado con el trabajo que realiza en la empresa?	✓		✓		✓		
10	¿Considera usted que trabajar para la empresa contribuye alcanzar sus objetivos?	✓		✓		✓		
11	¿Piensa usted por su trabajo que realiza obtiene los beneficios adecuados?	✓		✓		✓		
12	¿Considera usted que la empresa debe gestionar un seguro familiar para los socios de la empresa?	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 3: Recompensas informales							
13	¿Usted alguna vez ha sido reconocido por participar en las actividades que realiza la empresa?	✓		✓		✓		

14	¿Piensa usted que la empresa reconoce al socio que apoya a su compañero cuando su unidad de trabajo presenta algún desperfecto?	✓		✓		✓		
15	¿Siente usted que en la empresa hay preferencia por algún socio que presta un servicio especial?	✓		✓		✓		
16	¿Percibe usted que existe alguna preferencia por tener un vínculo familiar con el representante de la empresa?	✓		✓		✓		
17	¿Considera usted que la empresa acostumbra a dar incentivos económicos a los socios más productivos?	✓		✓		✓		
18	¿Piensa usted que la productividad en la empresa disminuyo por la pandemia del Covid -19?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad:   Aplicable ( X )   Aplicable después de corregir ( )   No aplicable ( )

Apellidos y nombres del juez validador. Mg: Michel Jaime Mendez Escobar

DNI: 10797162

Especialidad del validador: Magíster en Administración

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado Metodólogo

<sup>2</sup>Revelancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: 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.



Firma del Experto Informante.

12 de mayo del 2021

## CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE V1 COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	VARIABLE 1: Comunicación organizacional							
	DIMENSIÓN 1: Comunicación con la empresa							
1	¿Cree usted que existe una técnica favorable en la empresa para comunicarse con el cliente?	✓		✓		✓		
2	¿Piensa usted que influye las técnicas informativas en la comunicación organizacional en la empresa?	✓		✓		✓		
3	¿Cree usted que la empresa planifica una adecuada comunicación con sus socios?	✓		✓		✓		
4	¿Supone usted que existe una buena comunicación interna?	✓		✓		✓		
5	¿Considera usted que sería factible adquirir una red de comunicación en la empresa?	✓		✓		✓		
6	¿Usted como socio cree que al tener una red de comunicación obtendría más ingresos?	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2: Cultura de comunicación							
7	¿Piensa usted que la empresa fomenta la cultura de la comunicación entre los socios?	✓		✓		✓		
8	¿Cree usted que la cultura de la comunicación se enfoca en la misión de la empresa?	✓		✓		✓		
9	¿Supone usted que con una estrategia de comunicación la empresa se diferenciaría de la competencia?	✓		✓		✓		
10	¿Piensa usted que existe una comunicación estratégica dentro de la empresa?	✓		✓		✓		
11	¿Considera usted que es necesaria las auditorías internas en la empresa donde labora?	✓		✓		✓		
12	¿Siente usted que le informan sobre las auditorías internas que se realiza en la empresa?	✓		✓		✓		
	DIMENSION 3: Cambios en la comunicación							
13	¿Considera usted que las reglas de la comunicación funcionan adecuadamente en la empresa?	✓		✓		✓		

14	¿Piensa usted que las reglas de comunicación cumplen una adecuada conexión para el intercambio de ideas entre los socios?	✓		✓		✓		
15	¿Cree usted que la información que maneja la empresa cumple con la expectativa de comunicación?	✓		✓		✓		
16	¿Piensa usted que la empresa busca una adecuada expectativa de la comunicación para la toma de decisiones?	✓		✓		✓		
17	¿Considera usted que la comunicación que utiliza la empresa llega adecuadamente para ser cumplir los protocolos de bioseguridad?	✓		✓		✓		
18	¿Supone usted que la comunicación que maneja la empresa tiene un alcance importante en las reuniones?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad:   Aplicable ( X )   Aplicable después de corregir ( )   No aplicable ( )

Apellidos y nombres del juez validador. Mg: Falconi Atoche Jhon Hayrol

DNI: 43460177

Especialidad del validador: MAESTRO EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: 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.

---

Firma del Experto Informante.

## CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE V2 SATISFACCION LABORAL

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	VARIABLE 2: Satisfacción Laboral <span style="float: right;">12</span>							
	DIMENSIÓN 1: Motivación y rendimiento							
1	¿Siente usted que el esfuerzo que realiza cumple con los objetivos de la empresa?	✓		✓		✓		
2	¿Piensa usted que el gerente de la empresa motiva a sus socios para que se esfuercen en su trabajo?	✓		✓		✓		
3	¿Considera usted que el trabajo funciona correctamente en la empresa?	✓		✓		✓		
4	¿Cree usted que la empresa donde trabaja los equipos grupales están bien conformados?	✓		✓		✓		
5	¿Piensa usted que el representante de la empresa es un buen líder para los socios?	✓		✓		✓		
6	¿Cree usted que los socios respetan al gerente por tener liderazgo en la empresa?	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2: Motivación externa e interna							
7	¿Supone usted que los socios de la empresa cuentan con la habilidad para desenvolverse en el trabajo que realizan?	✓		✓		✓		
8	¿Considera usted que el gerente tiene la habilidad para motivar a los conductores de la empresa?	✓		✓		✓		
9	¿Usted como socio se siente identificado con el trabajo que realiza en la empresa?	✓		✓		✓		
10	¿Considera usted que trabajar para la empresa contribuye alcanzar sus objetivos?	✓		✓		✓		
11	¿Piensa usted, por su trabajo que realiza obtiene los beneficios adecuados?	✓		✓		✓		
12	¿Considera usted que la empresa debe gestionar un seguro familiar para los socios de la empresa?	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 3: Recompensas informales							
13	¿Usted alguna vez ha sido reconocido por participar en las actividades que realiza la empresa?	✓		✓		✓		
14	¿Piensa usted que la empresa reconoce al socio que apoya a su compañero cuando su unidad de trabajo presenta algún desperfecto?	✓		✓		✓		
15	¿Siente usted que en la empresa hay preferencia por algún socio que presta un servicio especial?	✓		✓		✓		
16	¿Percibe usted que existe alguna preferencia por tener un vínculo familiar con el representante de la empresa?	✓		✓		✓		

17	¿Considera usted que la empresa acostumbra a dar incentivos económicos a los socios más productivos?	✓		✓		✓	
18	¿Piensa usted que la productividad en la empresa disminuyo por la pandemia del covid – 19?	✓		✓		✓	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad:   Aplicable ( X )   Aplicable después de corregir ( )   No aplicable ( )

Apellidos y nombres del juez validador. Mg: Falconi Atoche Jhon Hayrol

DNI: 43460177

Especialidad del validador: MAESTRO EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado

<sup>2</sup>Revelancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: 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.




---

Firma del Experto Informante.

12 de mayo del 2021

## Anexo 5. Matriz de datos

### Matriz de datos de la variable Comunicación organizacional

	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	x13	x14	x15	x16	x17	x18
Encuestdo 1	1	1	2	2	3	4	1	2	4	2	3	3	2	2	1	2	2	3
Encuestdo 2	3	3	3	3	5	4	2	1	3	4	4	5	4	2	1	2	1	3
Encuestdo 3	2	2	2	1	2	2	3	2	2	1	3	1	3	1	2	2	2	2
Encuestdo 4	1	1	1	3	3	3	2	3	5	3	5	3	3	3	3	3	5	1
Encuestdo 5	2	1	3	1	1	3	1	1	3	3	5	3	3	5	3	3	5	3
Encuestdo 6	2	1	1	2	3	3	1	3	2	2	3	1	1	2	2	2	3	3
Encuestdo 7	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	1	2
Encuestdo 8	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1
Encuestdo 9	3	2	4	2	5	5	3	2	3	4	5	2	2	4	5	4	4	5
Encuestdo 10	2	3	2	1	2	2	1	3	3	1	1	4	1	2	4	1	1	2
Encuestdo 11	2	2	4	5	3	2	3	1	2	4	2	4	5	4	5	4	5	4
Encuestdo 12	1	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	1	1	1	1
Encuestdo 13	2	2	2	3	3	4	2	1	2	3	3	1	3	1	2	3	3	3
Encuestdo 14	2	3	3	2	2	3	3	4	4	4	3	4	4	3	2	2	3	3
Encuestdo 15	2	3	4	4	2	2	3	3	4	4	2	2	3	3	4	3	4	3
Encuestdo 16	3	3	4	4	4	5	4	4	4	3	5	2	3	3	3	4	4	4
Encuestdo 17	1	1	2	2	1	2	1	3	2	1	1	2	2	3	1	2	2	2
Encuestdo 18	3	1	1	1	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	3	2	2
Encuestdo 19	5	4	4	4	2	1	3	3	2	4	4	1	2	4	4	3	3	2
Encuestdo 20	3	3	2	3	4	4	2	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4
Encuestdo 21	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4
Encuestdo 22	2	3	2	3	3	2	3	2	3	5	2	3	4	3	2	2	3	2
Encuestdo 23	1	2	3	3	1	1	1	1	3	1	1	1	2	1	3	3	1	3
Encuestdo 24	3	2	4	3	3	3	2	3	2	2	3	4	2	3	2	4	3	2
Encuestdo 25	3	5	2	3	5	5	3	3	5	3	5	4	2	5	3	5	3	4
Encuestdo 26	4	4	5	4	5	5	3	4	3	4	5	5	4	3	3	4	4	5
Encuestdo 27	3	3	3	3	3	1	3	2	2	3	2	4	4	2	4	4	4	3
Encuestdo 28	4	4	5	3	5	3	4	2	5	3	5	3	3	4	3	3	2	4
Encuestdo 29	2	3	4	3	5	4	2	2	4	4	4	2	2	2	2	3	3	2
Encuestdo 30	1	1	3	1	3	3	1	1	5	1	4	3	2	3	3	1	3	3
Encuestdo 31	3	1	1	2	2	3	1	1	1	2	1	3	2	3	2	3	3	4
Encuestdo 32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Encuestdo 33	3	2	4	4	2	3	2	1	2	3	2	1	2	1	2	3	3	3
Encuestdo 34	2	1	1	2	3	3	1	2	1	1	3	2	2	1	1	1	2	1
Encuestdo 35	4	5	3	4	1	3	3	4	4	4	4	1	4	5	4	4	3	4
Encuestdo 36	1	5	1	2	5	2	1	5	5	1	5	1	5	5	1	1	3	5

## Matriz de datos de la variable Satisfacción laboral

	y1	y2	y3	y4	y5	y6	y7	y8	y9	y10	y11	y12	y13	y14	y15	y16	y17	y18
Encuestdo 1	4	1	3	3	1	2	3	1	2	2	1	5	1	1	3	4	2	5
Encuestdo 2	2	3	2	2	2	3	1	1	1	3	1	4	3	2	1	4	2	5
Encuestdo 3	1	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	3	2	3	3	3
Encuestdo 4	3	3	3	1	3	5	5	1	5	5	3	1	1	3	3	1	3	4
Encuestdo 5	1	3	3	1	5	3	3	3	1	3	3	1	1	2	3	5	1	4
Encuestdo 6	2	2	2	1	3	3	1	2	2	3	3	3	1	2	3	3	1	1
Encuestdo 7	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
Encuestdo 8	2	2	2	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1
Encuestdo 9	2	4	5	3	3	4	5	4	5	5	2	5	2	3	4	5	4	4
Encuestdo 10	3	1	1	1	4	2	3	1	2	1	3	2	3	1	4	1	2	3
Encuestdo 11	5	4	5	4	4	4	3	4	5	5	4	2	2	3	2	2	2	5
Encuestdo 12	1	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1	2
Encuestdo 13	1	2	2	2	1	3	1	3	2	1	2	1	2	1	3	1	2	1
Encuestdo 14	3	3	4	4	3	2	4	4	2	3	3	3	4	3	3	3	2	2
Encuestdo 15	3	2	3	4	3	3	4	2	2	3	4	4	2	2	3	3	4	2
Encuestdo 16	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	5	4	4	4	4	5	3
Encuestdo 17	3	2	1	3	2	1	3	1	1	1	2	2	1	2	1	1	3	2
Encuestdo 18	2	2	1	1	1	1	1	3	5	2	1	5	2	2	2	3	2	2
Encuestdo 19	4	1	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4
Encuestdo 20	4	2	3	2	4	3	3	2	3	3	2	5	2	2	4	3	3	4
Encuestdo 21	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4
Encuestdo 22	3	2	2	2	4	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	5
Encuestdo 23	1	1	3	1	1	1	3	2	3	1	1	1	1	2	3	3	1	3
Encuestdo 24	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	4	3	2	2	2	3	2
Encuestdo 25	4	5	5	3	2	2	4	3	4	3	3	5	3	3	3	4	4	3
Encuestdo 26	4	5	4	3	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	2	2	5	2
Encuestdo 27	3	3	4	1	5	5	4	4	5	5	2	1	1	4	1	1	1	5
Encuestdo 28	3	2	3	3	2	3	4	1	3	3	3	3	1	2	3	4	1	3
Encuestdo 29	2	2	3	2	4	4	4	2	4	5	3	4	2	2	4	3	2	2
Encuestdo 30	2	2	2	2	2	2	3	1	3	2	1	2	1	1	2	2	1	4
Encuestdo 31	3	1	1	3	4	3	3	1	1	3	4	3	2	2	3	4	1	4
Encuestdo 32	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Encuestdo 33	3	2	1	2	1	4	3	4	4	5	5	5	2	3	1	1	1	2
Encuestdo 34	1	2	1	2	2	2	1	2	2	3	2	2	3	3	1	1	2	2
Encuestdo 35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	1	1	2	2
Encuestdo 36	5	1	5	5	1	1	1	1	1	1	1	5	1	2	3	1	1	4

## **Anexo 6. Propuesta de Valor**

### **COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y SU RELACION CON LA SATISFACCION LABORAL DE LOS CONDUCTORES DE LA EMPRESA DE TRANSPORTE TURISMO SAGITARIO S.R.L., JULIACA – 2020.**

Esta investigación menciona como la comunicación organizacional quiere emplear una técnica que sea favorable dentro de la empresa para comunicarse con el cliente también adquirir un equipo de comunicación o mediante un aplicativo de comunicación para poder así interactuar entre el gerente y los colaboradores.

Se implementaría como una estrategia de comunicación el uso de un uniforme representativo de la empresa para así estar diferenciados de otras empresas informales, cada mes debería a ver más interacción en las auditorías internas o reuniones que cita la empresa para exista una mejor comunicación entre el gerente y los colaboradores dentro de la empresa.

El objetivo principal de la presente investigación fue determinar la relación que existe entre la comunicación organizacional y su relación con la satisfacción laboral de los conductores de la empresa de transporte turismo sagitario S.R.L., Juliaca – 2020. La comunicación tanto en una empresa grande o pequeña se ha adecuado mediante medios tecnológicos de comunicación.

En cuanto a la satisfacción laboral para que los colaboradores se sientan identificados con la empresa debe haber incentivos por haber llegado a una meta propuesta en el centro donde se labora puede ser monetario o mediante un reconocimiento otorgado por la empresa al hacer esto los trabajadores trabajarían en equipo por el bien de la empresa. Para ello debería existir no un jefe sino un líder para que les ayude alcanzar las metas trazadas en la empresa para así mejorar su calidad de vida.

Debería existir un seguro familiar para los trabajadores que laboran dentro de la empresa todos deben ser tratados por igual no debe haber preferencias por una persona que está vinculada al gerente y para que haya una mayor

productividad el gerente debería facilitar a los trabajadores tarjetas de presentación de la empresa para repartirlo a los usuarios que usan el servicio.

Cumpliendo todas estas propuestas mencionadas sobre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral se podría solucionar la problemática en la empresa de transporte turismo sagitario S.R.L., Juliaca – 2020 esto con llevaría a que los trabajadores estén más comprometidos y brinden una mejor calidad de servicio y puedan estar satisfechos en el trabajo para lo cual mejorarse económicamente.