



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN
TURISMO Y HOTELERÍA**

Identidad organizacional y la satisfacción laboral en el Hotel Nuevo
Cantalloc, distrito de Nasca, durante el primer semestre del 2022

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración en Turismo y Hotelería

AUTOR:

Vargas Marca, Josmell Ronny Luis Rainer(orcid.org/0000-0002-3564-5779)

ASESORA:

Mg. Velásquez Viloche, Leli Violeta(orcid.org/0000-0001-9985-0344)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Responsabilidad Social Pública y Corporativa

LINEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA — PERÚ

2022

DEDICATORIA

Agradezco a mis padres Luis e Isabel, cuyo amor, paciencia y arduo trabajo me hicieron realizar hoy otro sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer las adversidades porque Dios está conmigo siempre.

AGRADECIMIENTO

A todos los que me apoyaron e hicieron de este trabajo un éxito. Un agradecimiento especial a mi mentor por compartir su conocimiento y a toda mi familia, amigos que han estado conmigo durante este proceso.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
ÍNDICE	iv
ÍNDICE DE TABLAS	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	8
II. MARCO TEÓRICO.....	14
III. METODOLOGÍA	34
3.1. Tipo y Diseño de investigación	34
3.2. Variable y operacionalización	35
3.3. Población, Muestra y Muestreo	36
3.4. Técnicas e instrumentos de Recolección de Datos	37
3.5. Procedimientos	38
3.6. Método de Análisis de Datos	39
3.7. Aspectos Éticos	39
IV. RESULTADOS.....	41
V. DISCUSIÓN	55
VI. CONCLUSIONES.....	57
VII. RECOMENDACIONES	58
REFERENCIAS.....	59
ANEXOS	67

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Estadísticas de fiabilidad.....	24
Tabla 2 Estadística descriptiva de la variable Identidad organizacional	24
Tabla 3 Dimensión condiciones laborales.....	25
Tabla 4 Dimensión Formación laboral.....	26
Tabla 5 Dimensión necesidades sociales y de pertenencia	27
Tabla 6 Estadística descriptiva de la variable Satisfacción laboral	28
Tabla 7 Dimensión satisfacción afectiva	29
Tabla 8 Dimensión satisfacción cognitiva	30
Tabla 9 Dimensión satisfacción comportamental	31
Tabla 10 Correlaciones.....	33
Tabla 11 Correlaciones.....	34
Tabla 12 Correlaciones.....	35
Tabla 13 Correlaciones.....	36

RESUMEN

El objetivo general fue determinar la relación entre la identidad organizacional con la satisfacción laboral en el hotel nuevo Cantalloc del distrito de Nasca, durante el primer semestre del 2022; para conocer aquellos factores que puedan estar influyendo en el desempeño del colaborador.

Se utilizó la siguiente metodología: El tipo de investigación es aplicada, y es una investigación de Diseño no Experimental, la técnica que se utiliza es la encuesta para ambas variables y el instrumento es el cuestionario para ambas variables. La población se constituye por 37 trabajadores y la muestra 37 trabajadores.

La conclusión principal fue: que la Identidad organizacional se relaciona con la satisfacción laboral en el Hotel Nuevo Cantalloc, distrito de Nasca, durante el primer semestre del 2022. Obteniendo un coeficiente de correlación de 0.601, el cual se entiende como una correlación positiva considerable. En el Hotel Nuevo Cantalloc, distrito de Nasca, durante el primer semestre del 2022.

Palabras clave: Identidad Organizacional, satisfacción laboral, elementos tangibles y empresa.

ABSTRACT

The general objective was to determine the relationship between organizational identity and job satisfaction in the new Cantalloc hotel in the Nasca district, during the first semester of 2022; to know those factors that may be influencing the performance of the collaborator.

The following methodology was used: The type of research is applied, and it is a Non-Experimental Design research, the technique used is the survey for both variables and the instrument is the questionnaire for both variables. The population is constituted by 37 workers and the sample 37 workers.

The main conclusion was: that organizational identity is related to job satisfaction at the Hotel Nuevo Cantalloc, Nasca district, during the first semester of 2022. Obtaining a correlation coefficient of 0.601, which is understood as a considerable positive correlation. At the Hotel Nuevo Cantalloc, Nasca district, during the first semester of 2022.

Keywords: Organizational Identity, job satisfaction, tangible elements and company

I. INTRODUCCIÓN

A nivel mundial la identidad organizacional se trata de las cualidades de una empresa o de una marca, de la tendencia a la baja y al exterior de la misma. Está vinculado a la misión, visión, valores, historia y cultura. Es creado por las actitudes individuales, los comportamientos y las relaciones interpersonales que dan sentido y sentido a la vida de la organización. (Great Place to work 2020).

Las empresas del sector hotelero, han entendido que el éxito o fracaso de éstas radica en generar identidad organizacional en base a su misión, visión, valores, por lo tanto, la satisfacción del cliente interno debe ser el elemento clave a trabajar y generar satisfacción y en consecuencia compromiso e identidad organizacional de los colaboradores hacia la empresa.

Préstamo (2020) identificó una conexión positiva a través de la satisfacción laboral y la identidad organizacional por la eficacia del estudio de regresión lineal múltiple por tanto los comportamientos se relacionan con los trabajos y estas variables están recibiendo una seria consideración por parte de académicos globales.

Al mismo tiempo como saber si la empresa está atendiendo ese aspecto tan relevante para la empresa; entonces partiendo de esas premisas la primera tarea de la organización será comprender el rol de los empleados y saber si se encuentran satisfechos o no para así gestionar su búsqueda de crecimiento personal y profesional, haciéndolos sentir orgullosos de pertenecer a la organización.

Entonces, la primera tarea de la organización, la identidad determina lo que un individuo u objeto es (VCE study guides, 2013) la constituyen los intereses, valores, expectativas, relaciones y actividad social. Es una conclusión demasiado conectada al sentido de propiedad, el parecido que deriva de los cuestionamientos personales de ¿quién soy? ¿qué desean todos de mí? ¿A dónde pertenezco? (Ortiz Ayala et al, 2017).

También es importante resaltar que, cuando el colaborador está bien atendido se refleja en su entorno personal y familiar.

De igual importancia desde la posición de Sanabria et al. (2021) “Aquellas apariciones internas, nos ayudarían a entender de una manera más conveniente a la asociación y a las organizaciones que nos rodean”.

Es decir, lograr la satisfacción del colaborador con su entorno y con las condiciones de trabajo para la buena marcha de la empresa, no solo implementando procesos, capacitaciones, sino preocupándose por asegurar el buen clima laboral en su ambiente de trabajo.

Por otro lado el sentimiento favorable hacia el propio trabajo conduce a la satisfacción laboral y el sentimiento desfavorable hacia el propio trabajo crea insatisfacción laboral (Alkhadher et al., 2020).

Durante los últimos años, la carga de la actividad turística en el PIB del Perú ha advertido que a partir del 3,6% en 2011 al 3,9% en 2019. El gasto de la actividad turística Interno simboliza un 7,1% del PIB de Perú. De estos, el 2,2% pertenecen al gasto turístico interior y el 4,5% al gasto turístico interno 8% (Daries, J. Jaime, V. Bucaram, S 2021, p15).

En consecuencia a partir de estas estadísticas y motivado por el crecimiento económico y el estímulo por parte del estado de promover destinos turísticos nacionales, para la industria hotelera la calidad del servicio es bastante fundamental ya que, se complementa a los demás servicios que el visitante toma durante su permanencia en el destino, es por esto, las empresas que ofrecen el servicio de hospedaje deben entender que gestiona con personas ya que, los turistas al llegar al establecimiento esperan mucho más que un lugar donde descansar, esperan principalmente la calidez en la atención del personal en contacto.

La región de Ica, uno de los principales destinos turísticos con atractivos y recursos turísticos en sus cinco provincias no es ajeno a este crecimiento turístico, que se ve reflejado en las cifras estadísticas de Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, en el ingreso de la inversión extranjera con las cadenas hoteleras, así como la inversión a nivel

nacional, no debe ser ajena a estos procesos de gestión ya que de lo contrario estaría exponiendo la imagen corporativa de manera negativa ante los clientes nacionales y el receptivo y en consecuencia la imagen del país.

En base a lo planteado se justifica el proyecto de investigación dado que contará con información a través del cual, se abre la probabilidad de obtener nuevas alternativas de solución e incrementará el conocimiento en la problemática de la satisfacción laboral, y estos nuevos escenarios podrían ser una oportunidad de mejora para todo el sector hotelero y de esta manera restablecer su eficiencia y eficacia, también como su productividad.

Lo que se pretende con esta investigación es lograr dar respuesta a las preguntas con los resultados que podrán ayudar a esclarecer ciertos aspectos organizacionales en otras organizaciones similares para mejorar su identidad organizacional y la satisfacción de sus colaboradores. Así mismo a nivel práctico, se busca realizar aportes en la organización de manera práctica y que a la vez mejore y refuerce su identidad organizacional, relacionando las variables que se encuentra en el problema.

De esta manera en la presente investigación con respecto al tema abordado presenta el problema general ¿En qué medida la identidad organizacional se relaciona con la satisfacción laboral en el hotel nuevo Cantalloc del distrito de Nasca, durante el primer semestre del 2022?; Por lo tanto se presenta los problemas específicos ¿En qué medida se relaciona las condiciones laborales con la satisfacción afectiva en el hotel nuevo Cantalloc del distrito de Nasca, durante el primer semestre del 2022? así mismo ¿En qué medida se relaciona la formación laboral con la satisfacción cognitiva en el hotel nuevo Cantalloc del distrito de Nasca, durante el primer semestre del 2022?; y finalmente ¿En qué medida se relaciona las necesidades sociales de pertenencia con la satisfacción comportamental en el hotel nuevo Cantalloc del distrito de Nasca, durante el primer semestre del 2022?.

Se plantea como objetivo general, Determinar en qué medida la identidad organizacional se relaciona con la satisfacción laboral en el hotel nuevo Cantalloc del distrito de Nasca, durante el primer semestre del 2022; para conocer aquellos factores que puedan estar influyendo en el desempeño del colaborador.

Los objetivos específicos se muestran de la siguiente manera: Determinar la relación entre las condiciones laborales con la satisfacción afectiva en el hotel nuevo

Cantalloc del distrito de Nasca, durante el primer semestre del 2022; siendo el siguiente; Determinar la relación entre formación laboral con la satisfacción cognitiva en el hotel nuevo Cantalloc del distrito de Nasca, durante el primer semestre del 2022 ; y finalmente , Determinar la relación entre necesidades sociales de pertenencia con la satisfacción comportamental en el hotel nuevo Cantalloc del distrito de Nasca, durante el primer semestre del 2022.

Por considerarse que la investigación es del tipo correlacional se plantea la hipótesis general de la forma siguiente; La identidad organizacional se relaciona significativamente con la satisfacción laboral en el hotel nuevo Cantalloc del distrito de Nasca, durante el primer semestre del 2022. así mismo las hipótesis específicas: Existe una relación significativa entre las condiciones laborales con la satisfacción afectiva en el hotel nuevo Cantalloc del distrito de Nasca, durante el primer semestre del 2022, la segunda, Existe una relación significativa entre formación laboral con la satisfacción cognitiva en el hotel nuevo Cantalloc del distrito de Nasca, durante el primer semestre del 2022, y finalmente. Existe una relación significativa entre necesidades sociales de pertenencia con la satisfacción comportamental en el hotel nuevo Cantalloc del distrito de Nasca, durante el primer semestre del 2022.

II. MARCO TEÓRICO

De la misma forma, para dar énfasis y respaldo a lo estudiado, se tiene como base los siguientes antecedentes:

García (2020) su investigación tiene como objetivo analizar la Satisfacción laboral en la zona hotelero de Mallorca, se encuentra en la perspectiva situacional de la satisfacción laboral, utilizando los métodos de Chiang y Nuñez (2007) y Chiang et al. (2008) en una muestra de 81 empleados en el hotel de Mallorca. En el análisis estadístico de las hipótesis del estudio, se compararon las anomalías señaladas por el test de U de Mann-Whitney en cuanto a sexo y duración de dos grupos independientes del factor hotelero Kruskal-Wallis para comparación de tres grupos, y de Rho de Spearman para el estudio de la correlación de edad y satisfacción. Para la coincidencia normal se usó la T de Students de los grupos F de ANOVA para comparar de tres o más grupos. En sus resultados explica la diferencia en la variable edad: los de menor edad indica mayor satisfacción laboral y la variable sexo: los hombres están más satisfecho con el trabajo de las mujeres.

Los resultados deben evaluarse para las decisiones corporativas estratégicas, como la contratación de asociados. Son los más jóvenes y por lo tanto están preparados para realizar tareas operativas y de comunicación con los clientes. Además, la edad también es importante ya que se considera un factor clave cuando necesitamos un manejo de tratamiento de áreas de alta calidad.

Velasco (2018) El objetivo es analizar la relación entre satisfacción e insatisfacción, el tipo de encuesta es descriptivo, la población cuenta con 41 empleados, la información se recolectada a través de esta encuesta, la metodología fue la estadística descriptiva , el resultado principal

muestra la rotación, analiza lo asociado con el tipo de empresa que trabaja en relación con la remuneración percibida, y las oportunidades de progreso y desarrollo vocacional que reciben los colaboradores de las organizaciones de auditoría y consultoría.

Por consiguiente, se enfatiza que el éxito de una gestión radica en la satisfacción del cliente interno, ya que es la única forma de elevar la eficiencia en

cada uno de ellos, que a su vez se verá reflejado en el buen servicio a los huéspedes.

González et al (2014) el objetivo principal analizar el desempeño de la satisfacción del trabajo y el compromiso de la organización en el sector de la hostelería en Córdoba (España), como instrumento una encuesta y la población estuvo constituida por 1.074 empleados en 87 hoteles en una muestra en cantidad de 585 colaboradores. El análisis estadístico preliminar usando tablas de contingencia y comparaciones de chi-cuadrado usando el análisis de varianza y la eficacia del análisis de varianza (ANOVA) mostraron que los empleados en relaciones laborales a largo plazo muestran niveles más altos de El rango de compromiso organizacional es más elevado, pero la insatisfacción laboral es más alta. más común a nivel mundial. [...]. Finalmente, dice que la mejor comprensión de las relaciones existentes en el campo estudiado en este artículo permite a los gerentes de hoteles tomar medidas para aumentar la satisfacción y el compromiso con la fuente de recursos humanos mediante la búsqueda de relaciones laborales.

Más específicamente, la estabilidad laboral permite que los clientes internos se sientan cómodos y fuertemente comprometidos con su lugar de trabajo, especialmente cuando la organización promete a los empleados beneficios legales completos, así como beneficios como promoción y reconocimiento.

Álvarez et al (2014) El objetivo fue semejar la satisfacción laboral y la identidad organizacional de los colaboradores de las organizaciones estatales y privadas. Por ende, se utilizó un estudio de 95 personas adultas. Se trata de un estudio correlacional, que utiliza como herramientas cuestionarios y escalas de identidad grupal; y los resultados se analizaron mediante estudios descriptivos básicos. Luego de analizar los resultados se halló una correlación entre la satisfacción laboral y la identidad organizacional en las organizaciones privadas fue mayor que en las empresas estatales. Por lo tanto, no se obtuvieron resultados elocuentes relacionado a la identificación de la organización.

Es importante considerar la participación de los trabajadores, el haberle escuchado les permite sentirse parte de la organización y así asumen mayor compromiso, pero también se debe resaltar que existe diferencia entre una empresa privada y pública ya que los procesos y la toma de decisiones son más dinámicas en el privado mientras que en la pública se debe gestionar a partir de las normas y eso hace que los procesos sean más burocráticos.

Ponting (2021) tiene como objetivo utilizar una perspectiva de etnografía organizacional para explorar cómo las propiedades hoteleras de una corporación hotelera multinacional experimentan el cambio de identidad organizacional (OI). El estudio utilizó un enfoque multisitio para recopilar datos etnográficos sobre el cambio organizacional de seis hoteles en California, EE. UU. Este trabajo muestra que cuando un cambio planificado se enfoca en los empleados de las subsidiarias, la forma en que la subsidiaria acepta y resiste el cambio en un principio está significativamente influenciada por la memoria organizacional, las posiciones y las historias de los líderes de la casa matriz. Con el tiempo, sin embargo, los establecimientos bien administrados continuaron implementando nuevas iniciativas de identidad, mientras que los establecimientos de menor margen lograron un equilibrio entre la distancia de identidad visionaria de la instalación y los ingresos que esperan los clientes. Además, la realidad de la situación causada a raíz

de la pandemia del COVID-19 impidió que todos los sitios amplificaran los desafíos prácticos y emocionales de la organización etnográfica en la investigación hotelera.

Lim (2016), realizó un estudio empírico para analizar la relación entre la creación de valor compartido (CSV), la lealtad y la identidad organizativas de los empleados. Realizó una encuesta entre los empleados de un hotel de lujo de Corea y se analizaron 234 cuestionarios. Los resultados muestran que la relación entre CSV y lealtad organizacional está positivamente correlacionada, y la identificación de organizaciones en identidad organizacional modifica parcialmente la relación entre hotel VSC y lealtad organizacional. Se encontró que cuando los empleados tienen un fuerte sentido de identidad organizacional, la correlación positiva entre la voluntad del hotel de apoyar a los proveedores y la lealtad de los empleados hacia la organización es relativamente fuerte.

Achiri (2018) Cuyo objetivo “Analizar el nivel de satisfacción laboral en los colaboradores del hotel de turistas de Yura en la ciudad de Arequipa en el año 2018”. Un total de 18 empleados del hotel recibieron un cuestionario de 23 preguntas. El estudio es descriptivo, interpretativo utilizando estadística inferencial e descriptivo, y los resultados muestran un alto rango de satisfacción del empleador (61,1%) con resultados en tres áreas: condiciones laborales, importancia del trabajo y reconocimientos individuales, excluyendo los beneficios económicos que conducen a una satisfacción frecuente (44,4%). En general, la satisfacción laboral en los empleados del hotel de turístico Yura es muy alta.

Gómez & Ormeño (2020), su estudio de la identidad organizacional y satisfacción laboral de los empleados del hotel las dunas de Ica. Los métodos utilizados son del tipo básico, con un nivel descriptivo correlacional que es un diseño no experimental con corte transversal. con una población de 148 colaboradores, una muestra de 132, se utilizó la

estadística descriptiva. Su finalidad principal es establecer la correlación de Identidad organizacional y Satisfacción laboral de los trabajadores del hotel Las Dunas de Ica. Los resultados muestran una correlación muy baja (141) Por ello, en el estudio realizado se encontró que la correlación era baja (148).

Khalil et al., (2018) El propósito es investigar el papel de mediar la identidad organizacional y la satisfacción laboral en el impacto de la gestión de marca interna en el comportamiento de ciudadanía organizacional. Se aplicó una encuesta a todos los empleados de hoteles de cuatro y cinco estrellas en la provincia de Teherán, 319 de ellos fueron seleccionados de acuerdo con la tabla de Morgan como muestra estadística mediante el método de muestreo aleatorio simple. La validez y confiabilidad del cuestionario se evaluaron utilizando el valor nominal y la estructura, así como el alfa de Cronbach. Muestra el impacto de los aspectos de la gestión interna de la marca en la identidad organizacional, el lenguaje interno de la marca y la educación impulsada por la marca validada y el liderazgo transformacional. Además del impacto de los aspectos internos de la gestión de la marca en el compromiso laboral, se ha confirmado el papel del liderazgo transformacional, pero se ha negado el lenguaje interno de la marca y la educación impulsada por la marca. Finalmente, los hallazgos sugieren que la identidad organizacional y el compromiso laboral tienen un impacto positivo y significativo en los empleados, clientes y ciudadanía organizacional en la industria hotelera. El efecto del liderazgo transformacional ha sido confirmado pero anulado por la comunicación interna de la marca y la educación impulsada por la marca. Finalmente, los hallazgos sugieren que la identidad organizacional y el compromiso laboral tienen un impacto positivo y significativo en los empleados, clientes y ciudadanía organizacional en la industria hotelera.

Chung y Byrom (2020) su objetivo es investigar cómo se crea conjuntamente la identidad de la marca, con un enfoque específico en cómo los empleados contribuyeron al proceso en un entorno de hotel de cinco estrellas. El enfoque de este estudio es comprender cómo dos

hoteles planificaron y ejecutaron su estrategia de identidad de marca simultáneamente, diferenciándose uno del otro y cómo los empleados participaron activamente en este proceso. Se utilizó un enfoque de estudio de caso longitudinal, se centró en construir las identidades de dos hoteles de lujo propiedad de una empresa en Seúl, Corea del Sur. Se recopilaron y analizaron varios documentos organizacionales para comprender la identidad de marca del hotel y las prácticas de marca compartida. Además, se realizaron entrevistas en profundidad semiestructuradas a 42 empleados para comprender el proceso de branding colaborativo desde su perspectiva. Este trabajo muestra que el compromiso de los empleados no solo aumenta el conocimiento de la marca, sino que también aumenta el apego emocional a la marca. Los empleados que participan en la co-creación de la marca aumentan el conocimiento de la marca, desarrollan un apego emocional a la marca y están motivados para transmitir la identidad de la marca. Además, aquellos que ya están inmersos en la nueva imagen de marca pueden crear una percepción positiva de la marca del visitante, aumentando así el orgullo de los empleados por su trabajo.

Wang et al., (2020) investigó las relaciones entre la identidad organizacional, el compromiso de los empleados, la satisfacción laboral y la intención de rotación de los empleados de hoteles en China con apoyo en la práctica de la conservación de los bienes. El estudio se realizó con 1312 trabajadores de los hoteles en China. Con base en la técnica de modelado de ecuaciones estructurales, los resultados sostuvieron que la identidad profesional de los trabajadores del hotel es una estructura cuadrática que consta de cuatro dimensiones: práctica profesional, afirmación del trabajo, reconocimiento de compromiso de cámara y revisión de lealtad. Además, los resultados demuestran que la identidad organizacional tiene un resultado positivo en el compromiso y la satisfacción de los empleados, y un efecto negativo en la intención de generar ingresos. Por lo tanto, el deber de los colaboradores y la satisfacción laboral tendrán un problema negativo en la intención de generar nuevos ingresos.

Surichaqui (2017) la finalidad es establecer la altura de satisfacción laboral de los colaboradores del Hotel, mediante el uso de métodos de investigación: estudios cuantitativos, no experimental, descriptivos y transversales. Se utilizó la herramienta de un cuestionario para realizar la encuesta. La población de 25 empleados, según los resultados del personal del hotel Mossone, el nivel de satisfacción laboral es elevado en 56% de satisfacción, y su tamaño sigue siendo alto.

Según Ersan et al., (2021) en su trabajo de investigación indica que los empleados satisfechos que brindan un alto desempeño en el trabajo de servicio y cumplen con las expectativas de los clientes son cruciales en el sector hotelero para seguir siendo competitivos. Se Examino el impacto del estilo de liderazgo (LS), la estructura organizacional (OS) y la satisfacción laboral (JS) en la mejora del desempeño de los empleados del hotel Jordan de cinco estrellas en la calidad de vida laboral (QWL). Para obtener los datos de la investigación, encuestamos a 430 empleados de hoteles de cinco estrellas. Se ha encontrado que para tener éxito en la industria de la hospitalidad, los empleados son el principal recurso que debe garantizar el nivel de eficiencia profesional y la calidad de vida profesional, como también la satisfacción laboral como principal recurso que afecta la eficiencia laboral de los empleados.

A continuación, algunos aspectos teóricos que permitirá fundamentar el trabajo de investigación:

La identidad organizacional se relaciona al nivel de producción estética, la organización ha obtenido una identidad única y consistente. De tal manera, se transforma en un instrumento encargada de crear la imagen buscada de la propia organización. (Schmitt et al, 1995, citado por Oliva y Prieto 2015) De igual importancia, la identidad organizacional es el resultado total del asunto que mencionan la agrupación de stakeholders que piensan de sí mismos, y cómo lo ven los demas (Davis & Yugay, 2012).

Se relaciona únicamente a una desigualdad en el nivel de estudio: es el atributo de una clase social, en el sitio de una persona (Brown &

Geddes, 2006). De tal manera, a los resultados obtenidos en el análisis del rango Grafico de la identidad. Aplicado por (Moriano, 2009)

Modelos teóricos de (Dutton et al, 1994, citado por Oliva y Prieto 2015) Según estos autores, este modelo muestra cómo el desarrollo del fortalecimiento de la identidad organizacional empieza con la identidad organizacional concebida y finaliza con la figura externa establecida, a través de la intervención de una serie de factores para alcanzar los resultados antes mencionados.

Hay que hacer notar que una empresa refleja la personalidad de quién la dirige y a partir de esos factores el colaborador toma una primera percepción del ambiente interno, pero a ello se suma también el manejo de proceso por parte de los directivos, quienes también suman a todo este proceso de creación de identidad corporativa de los colaboradores.

Muestra de Identidad organizacional de Gioia et al. (2000). Este autor enfoca el vínculo entre la identidad y la imagen de la organización específicamente en el juzgado interior, se basan en preguntas claves que toda empresa debe aplicar a sí misma para mejorar su reputación.

Según Carrillo y Ruão (2005), Cada organismo tiene un plan para planear la explicación pública de su identidad para obtener una figura a corto tiempo y una fama a largo tiempo.

Las empresas deben trabajar su imagen tanto en la parte externa como interna a través de un plan de acción para que este no se pierda en el tiempo y así pueden lograr posicionar su imagen de manera global.

“Costa (2004), propone que la identidad organizacional es equivalente a Cuatro criterios: quién, qué lo hace, cómo lo hace y cómo transmite esa información”. Entre ellos, cada organización encuentra su propia y exclusiva forma de ser y matriz de crecimiento potencial. “Entonces la identidad deja de ser vista como algo intangible e incontrolable, ya que se identifican una serie

de factores sensibles que la hacen tangible en la percepción pública”. Costa llama a estos factores 'vectores', y el estado de identidad dentro de la organización depende de su gestión. (p.18).

Definitivamente la empresa tiene personalidad propia que tomando a partir de quien la dirige o quienes la dirigen, se debe prestar plena atención a todos los procesos y evaluarlos, ya no solo es implementar procesos sino hacer seguimiento y asegurarnos que estos se cumplan así mismo cuando se evalúan los procesos tenemos la oportunidad de corregir las falencias y lograr el objetivo primordial.

La identidad organizacional se refiere a los valores y creencias de toda la plantilla, ya que se manifiestan en el comportamiento de los trabajadores. Para que el cambio organizativo sea eficaz, es necesario armonizar la cultura organizativa con las necesidades de la organización y, por tanto, es necesario medir la cultura organizativa. (Belias et al., 2019).

Las condiciones laborales: En las naciones capitalistas desarrollados no son inmunes a los ataques neoliberales. No obstante, estas condiciones no empeoran en la medida que se vuelvan inciertas. En Europa occidental y EEUU, el asunto del empleo precario y más tarde, el precariado, empezó a sobresalir durante las protestas contra la globalización en los inicios del nuevo milenio. (Munck, 2013: 753)

Chiavenato (2017) menciona. “Las formaciones laborales son las situaciones físicas en donde el trabajador se localiza cuando desempeña un cargo en la empresa. Es el entorno físico que rodea al trabajador cuando ejerce un cargo” (p.334).

por otro lado, los proyectos de formación; se hallan en la teoría de referencia de la motivación y ayudan a que los individuos alcancen un aumento completo en todos los ámbitos de su vida. Alles, (2009), manifiestan que las competencias hacen alusión a los rasgos de personalidad y comportamiento que originan un excelente desempeño en

el ámbito laboral. Cada ocupación laboral puede tener distintas características en las empresas y/o mercados distintos. (pag.30).

Para referirnos a las necesidades sociales y de pertenencia se hace necesario referirnos a “Teoría de la Motivación Humana”, se expone una clasificación de necesidades y causas que estimulan al individuo; esta categoría se modela determinando cinco clases de obligaciones y se edifican mediante un mandato jerárquico elevado de acuerdo a sus intereses para la subsistencia y la técnica de motivación. (Colvin y Rutland 2008).

Maslow definió la jerarquía de expresión de necesidades de la siguiente manera (editado por Simons, Irwin y Drininen 1987; Boeree 2006; Feist y Feist 2006):

Necesidades fisiológicas; necesidades de seguridad; necesidades de amor, afecto y pertenencia; necesidades de estima; necesidades de autorrealización:

Desde su surgimiento hace más de 20 años, el concepto de participación laboral ha sido difícil de definir, ya que actualmente no existe una traducción completa al español que cubra todos los aspectos del concepto. De tal cosa, visto desde diversos marcos teóricos, sus elementos son todos consistentes: energía conductual (vitalidad), emoción (devoción) y percepción (concentración). (Lorente y Vera 2010). [...] Maslach y Leiter (1997), y el compromiso laboral tiene tres factores: energía, implicación y eficacia, todos ellos son contrarios a las tres dimensiones del burnout: agotamiento, cinismo y falta de eficacia profesional respectivamente (Salanova et al. 2000).

Resulta claro que cuando el colaborador es bien atendido en salarios, capacitaciones, reconocimientos etc., emocionalmente estará preparado para atender al cliente externo de la empresa, y además este colaborador sentirá como si la empresa fuese propia, entonces cuando se dan estos logros no hay mucha necesidad de vigilar o controlar porque ellos mismo

lograrán que los procesos sean adecuados a los estándares de calidad planteados en el objetivo.

Dar a los compañeros de trabajo los valores correctos es muy importante porque la iniciativa de una empresa en la toma de una decisión que ignora el valor de la felicidad de los empleados, inevitablemente afecta el desempeño de los empleados y estas acciones conducen a un desempeño deficiente. Estos son los dos aspectos del desempeño laboral, y la calidad de hacer este trabajo conducirá al desarrollo de recursos que se agregarán al proceso como resultado del proceso de producción. (Tashtoush et al., 2021, p.4270.

No obstante, Las organizaciones están hechas de personas. No hay organización sin las personas que la crean y luego se vuelven parte de ella. Somos la "máscara del actor", pero nos ocuparemos de eso, porque la psique humana interna siempre será difícil de alcanzar para nosotros. Maristany, J (2007).

Definitivamente las personas somos el capital activo de la empresa, somos los rezagados en conectar servicios, dar vida a productos y servicios, lo que hoy es invisible e importante.

Un nuevo enfoque para las empresas de la industria de viajes, donde los productos son en gran medida intangibles y cumplen con los estándares de calidad gubernamentales y mundiales.

Por otra lado, Ponting (2020) establece que:

Las dimensiones del bienestar de los empleados del hotel, son: 1) cambios en los ambientes físicos de trabajo; 2) flexibilidad en los horarios de trabajo; y, 3) desviación del código de vestimenta tradicional, y estos cambios físicos en el ambiente de trabajo afectan el bienestar de los empleados.

La satisfacción con el trabajo puede explicarse por muchos modelos, muchos de los cuales han evolucionado con el tiempo. Sin embargo, existen dos disciplinas o escuelas principales. El primer enfoque aborda

las condiciones psicológicas relacionadas con el compromiso laboral, como la idoneidad, la seguridad y la accesibilidad. (Kahn 1990), y el segundo proviene de la investigación sobre la satisfacción laboral. (Cordero y Matallana 2014). [...]En concreto, Bakker y Oerlemans (2011) sugieren que las satisfacciones laborales son una mezcla de placeres en el ámbito laboral (dedicación) y un alto grado de excitación (energía y concentración), las satisfacciones laborales son unas maneras de felicidad pasiva en el ámbito laboral. (Muñoz. Rodríguez y Bakker. 2013).

Teniendo en cuenta que en un sector de servicios como el turismo, desde los porteros hasta la alta dirección, todos los empleados están involucrados en la prestación del servicio, significa que todos estamos involucrados de alguna manera en el contacto con los clientes, por lo que debemos estar preparados. O han sido entrenados para ayudar. Pensando que el servicio no puede repetirse porque es tan vulnerable, siempre estamos bajo la presión de los estándares y las empresas deben preocuparse por el aspecto emocional de los empleados en estos supuestos.

.La satisfacción laboral, como lo menciona Herzberg (1954). Es la definición por las circunstancias extrínsecas de la motivación de la persona, por ejemplo, el trabajo habitual, las políticas de la empresa. De tal manera, la satisfacción asimismo está determinada por la investigación de lo que el escritor llama limpieza: sueldo, condiciones, seguridad laboral, etc. La combinación correcta de estos rasgos, intrínsecos y extrínsecos, conducirá a una satisfacción laboral exitosa. No obstante, muchos autores (p. ej., D'Anello, Marcano y Guerra, 2000; Muñoz Seco, Coll Benejama, Torrent Quetglas y Linares Pou, 2006) La satisfacción intrínseca es un factor clave para suscitar verdaderos sentimientos de placer y placer al realizar el trabajo que crea acuerdo Genial con la organización.

Hoy en día, las diferentes categorías de hoteles compiten ferozmente para retener a los clientes a través del servicio al cliente, las expectativas de los consumidores son cada vez más altas, cuando se necesita un

servicio puntual y confiable, estas personas insatisfechas no dudarán en quejarse. (Ghaith et al., 2018, p.2). Es por tal motivo que si los trabajadores no se encuentran en un ambiente adecuado y motivado en su organización puede haber más quejas por parte de los clientes perjudicando a la organización.

Por otro lado, “La satisfacción laboral son todas las actitudes que se mantienen ante el trabajo, analizando lo que la persona piensa al respecto y las actitudes y emociones que de ello se generan”. (Boluarte, 2014) Sin embargo, Estos son los resultados extraídos al aplicar la medida de satisfacción laboral de (Warr, Cook y Wall 1979), modificado por (Merino Soto 2015).

Los empleados satisfechos mejoran el desempeño laboral hasta cierto punto porque trabajan más tiempo y mejor con el tiempo. Por lo tanto, cada organización se esfuerza por tener una fuerza laboral satisfecha, por lo que el éxito de la organización que opera como organización depende del desempeño y la productividad de cada empleado en la organización. Tan pronto como el empleado esté satisfecho con su trabajo, estará motivado para aumentar aún más la eficiencia de su trabajo. En última instancia, la satisfacción laboral es una respuesta eficaz o entusiasta a varias características del trabajo en sí. Las personas con altos niveles de satisfacción laboral tienden a tener comportamientos positivos en su trabajo, mientras que las que no están satisfechas con su trabajo tienen actitudes negativas hacia su trabajo. (Alown et al., 2020).

De acuerdo con la hipótesis de JD.R, los distintos entornos laborales se logran dividiéndolos en dos partes: necesidades y cursos del empleo. Los requisitos son los aspectos físicos, mentales, organizacionales o sociales laborables que necesitan un trabajo continuo, tienen costos físicos y psicológicos como la fatiga. (Bakker y Demerouti 2013). Los bienes del trabajo son los aspectos físicos, psicológicos, organizacionales o sociales laborales que reducen las demandas laborales, los costos físicos y psicológicos añadidos; es un factor decisivo para alcanzar los

objetivos profesionales e impulsar el crecimiento, el aprendizaje y el desarrollo personal (Bakker y Demerouti 2013)

Se presentan tres características importantes de la satisfacción laboral. En primer lugar, para lograr la satisfacción laboral se requiere que la organización se guíe por valores humanos. En segundo lugar, la conducta de los trabajadores es el resultado de su nivel de satisfacción que generalmente afecta a las actividades empresariales y a las funciones de la organización. En tercer lugar, la satisfacción laboral es uno de los determinantes del éxito de las organizaciones. (Goball et al., 2018). Muestran que las calificaciones de satisfacción laboral son un buen indicador del desempeño de los empleados y que, en última instancia, una alta satisfacción laboral conduce a una mejor salud mental y emocional de los empleados. Asimismo, la satisfacción laboral conduce a un comportamiento positivo, mientras que la insatisfacción laboral conduce a un comportamiento negativo de los empleados. Finalmente, cuando el empleado está satisfecho, sacará todo su potencial y consolidará el esfuerzo de todo el equipo, lo que redundará en la organización y productividad del trabajo. Organización y eficiencia en el trabajo.

“Peiró (1984) menciona que las satisfacciones laborales son unas actitudes generalizadas durante la labor, contemplando que las actitudes corresponden a una muestra tridimensional medurado por las dimensiones emocionales, cognitivas y comportamentales” (Peiró, 1984, citado por Cascio y Guillén 2010:156). Según las definiciones de Peiró, estos componentes se relacionan con:

Dimensión afectiva: Estas son las aflicciones y los sentimientos positivos o negativos que el individuo puede comprobar en el ambiente laboral.

Dimensión cognitiva: Son opiniones o valoraciones del trabajo acorde con los conocimientos previos del individuo.

Dimensión comportamental: Es la tendencia que tienen las personas para poder involucrarse en los comportamientos intencionales vinculados a los trabajos. (Cavalcante, 2004, citado por Castro et al., 2017).

Por otra parte, la actual encuesta se estudiará la satisfacción laboral como el grupo de aspectos que se ven influenciados según los componentes internos y externos del ambiente de trabajo.

En lo que se refiere a los factores se pueden agrupar en modelo unidimensional y multidimensional. Se entiende que el modelo unidimensional es la actitud que tiene el individuo hacia el trabajo y el modelo está relacionada con distintos aspectos del trabajo, que deben ser calculados de una manera independiente (Cascio y Guillén 2010).

III. METODOLOGÍA:

3.1. Tipo y diseño de investigación

El modelo de investigación fue aplicado, como lo define Vara (2015, p.235-236), tiene como objetivo resolver un problema específico, objetivo, del quehacer diario de la empresa, así como diagnosticar algunas realidades empresariales, probar y corregir teorías, crear una comprensión del nuevo enfoque del fenómeno empresarial

Fue una investigación de Diseño no Experimental, como lo indica Kerlinger (1979, p. 116). “La investigación no experimental es cualquier trabajo en la que no se pueden manipular variables o designar aleatoriamente a las personas o a las circunstancias”. Además, los sujetos no fueron expuestos a ninguna condición o estímulo. Los individuos son contemplados en su ambiente natural y en su entorno real.

Transversal: De acuerdo con Hernández, et. al, (2014), estos son averiguaciones por ello indagan y recogen los antecedentes y referencias en el breve periodo de tiempo.

Correlacional: De acuerdo con Hernández, et. al, (2014), son indagaciones que autorizan y toleran la interacción que hay entre dos o más cambiantes.

Enfoque cuantitativo: De acuerdo con Hernández, et. al, (2014), son averiguaciones donde se emplea la utilización de notas numéricas y asimismo el análisis estudio de estos, para comprobar las conjeturas que se hayan determinado por medio de la estadística.

Procedimiento hipotético deductivo: según Bernal (2010), comienza mediante algunas confirmaciones que se encuentran en la calidad de suposición para poder después objetar o adulterar estas suposiciones, por lo tanto estas formaran estos resultados, las cuales se tiene que afrontar con los hechos.

3.2. Variables y operacionalización

Variable Identidad Organizacional

La identidad organizacional se relaciona a la clase de producción estética, la organización ha obtenido una figura única y consistente.

De tal manera, se transforma en un instrumento encargado de crear la imagen buscada de la propia organización. (Schmitt et al, 1995, citado por Oliva y Prieto 2015) De igual importancia, la identidad organizacional es el resultado total de las cosas que mencionan la agrupación de stakeholders que piensan de sí mismos, y cómo lo ven los demás (Davis y Yugay, 2012).

V1: Identidad organizacional

D1: Condiciones laborales

D2: Formación laboral

D3: Necesidades sociales y de pertenencia

Variable satisfacción laboral

“son todas las actitudes que se mantienen ante el trabajo, analizando lo que la persona piensa al respecto y las actitudes y emociones que de ello se generan” (Boluarte, 2014).

V2: Satisfacción laboral

D1: satisfacción afectiva.

D2: satisfacción cognitiva.

D3: satisfacción comportamental.

3.3. Población, muestra.

Población

“Hernández, Baptista y Fernández (2014), se refiere a una serie de resúmenes con una o más características comunes, sin ningún número exacto de la población donde se va a utilizar el instrumento.

La población total está integrada por los colaboradores del hotel nuevo Cantalloc quienes laboran de manera permanente y rotativa durante el año 2022, siendo un total de 37 colaboradores.

Muestra

Hernández mentado en Castro (2003), menciona "si los habitantes son menores a cincuenta (50) individuos, la población es igual a la muestra" (p.69).

Por la naturaleza del estudio con una población pequeña se procedió a utilizar el total como muestra.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica e instrumento

La técnica realizada en la actual investigación fue la encuesta y el instrumento de recolección de datos que empleamos fue el cuestionario.

Según lo menciona "Cerde (1991), podemos decir que es una técnica secuencial, adquirir datos de fuentes primarias que nos ayudó en la investigación ya que serán válidos.

"Andrade (2005, p. 70) "es un procedimiento o método para recopilación de datos o averiguaciones que incluye en realizar preguntas a un grupo seleccionado de personas".

El cuestionario con escala Likert Donde:

1 totalmente de acuerdo, 2 de acuerdo

3 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4 en desacuerdo y

5 totalmente en desacuerdo.

Confiabilidad

Para el análisis de la validez del cuestionario para el recojo de información se empleó el coeficiente de consistencia interna, alfa de Cronbach.

Del análisis de los coeficientes de los indicadores estimados mediante el coeficiente de consistencia interna, alfa de Cronbach, para instrumento fue de .874, lo cual evidenció la validez del instrumento por aproximarse a 1 y estar por encima del 0.7, se considera como aceptable.

FÓRMULA
$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum S_{t_i}^2}{S^2_t} \right]$

Validez

La autenticidad del instrumento se ejecutara por medio del juicio de expertos, quienes son 3 docentes especialistas en turismo.

Mgtr. Taryns Elizabeth Jarcia Ramos
Mgtr. Guiliana Edith Soto Loza
Mgtr. Karim Lorena Roca Vásquez

3.5. Procedimientos

La presente investigación surgió con el fin de conocer la satisfacción de los colaboradores del Hotel Nuevo Cantalloc y para iniciar se pidió permiso al gerente solicitándole datos referentes a la planilla que labora en el hotel. así mismo se recurrió a fuentes tales como tesis, libros y artículos relacionados con el trabajo. Se recopilo la información por medio de formularios los cuales se encuentran proyectados de modo que permitió lograr las propiedades o los señalizadores que predominan sobre Identidad organizacional y satisfacción laboral. De acuerdo a la herramienta de recolección de información en el rango de medición fue en el fundamento a la escala de Likert, Los datos obtenidos se procesó en el paquete estadístico SPSS en su versión 22.

3.6. Método de análisis de datos

Se empezó creando una base de datos de cuestionarios en Microsoft Excel, luego la base de datos se transfirió al programa estadístico SPSS V22, que realizó estadísticas descriptivas para cada una de las dos dimensiones de las variables, verificó los criterios de decisión. Para el uso de pruebas no paramétricas se pueden realizar pruebas de hipótesis, y finalmente se utiliza Microsoft Excel donde se implementan las gráficas de los resultados producidos.

3.7. Aspectos éticos

Las normas APA fueron consideraras como un divisor verídico para demostrar la viabilidad de la tesis. Se ayudo con el programa turnitin

con el fin de instituir el rango de semejanza. Por lo tanto, para recopilar la información de los trabajadores, se pidió la autorización del gerente del Hotel Nuevo Cantalloc. Los datos fueron recopilados con el conocimiento previo de los trabajadores y usada sin perjuicio para ellos o la organización.

Helsinki (1964) favoreciendo al progreso ético de la investigación describe que el total de tipos de investigación ejecutada poseen un acuerdo ético para descubrir los inicios y anunciar todo el curso de la investigación. Admitiendo que se publique la conclusión completa, referenciando los inicios de inversión.

En la presente investigación se conserva la información de todos los colaboradores del Hotel Nuevo Cantalloc teniendo en cuenta los componentes éticos respectivos como: la confidencialidad, la libertad participativa, el permiso anunciado y el anonimato informativo.

IV. RESULTADOS:

Para el análisis de la validez del cuestionario para el recojo de datos sobre IDENTIDAD ORGANIZACIONAL se utilizó el procedimiento de observación dimensionada en: Condiciones laborales, Formación laboral, Necesidades sociales y de pertenencia.

Para el análisis de la validez del cuestionario para el recojo de datos sobre IDENTIDAD ORGANIZACIONAL se utilizó el procedimiento de observación dimensionada en: Satisfacción afectiva, Satisfacción cognitiva y satisfacción comportamental.

Del análisis de los coeficientes de los indicadores estimados mediante el coeficiente de consistencia interna, alfa de Cronbach, para instrumento fue de 0.874, lo cual evidenció la validez del instrumento por aproximarse a 1 y estar por encima del 0.7, se considera como aceptable.

Tabla n°1

Estadística de fiabilidad.

Alfa de Cronbach.	N° de elementos.
0,874	16

Tabla n° 2
Estadística descriptiva de la variable Identidad organizacional

		Frecuencia.	Porcentaje %.	Porcentaje válido.	Porcentaje acumulado.
Válido	MEDIO	17.00	45,90	45,90	45,90
	ALTO	20.00	54,10	54,10	100,00
	Total	37.00	100,00	100,00	

Fuente: Creación intrínseco SPSS V – 22.

Análisis: Tabla N°2 se observa que un 54,1% de los encuestados manifiestan que tienen un nivel alto en la identidad organizacional, el 32.4% indica un nivel medio en la identidad organizacional en el Hotel nuevo Cantalloc.

Estadística descriptiva de las dimensiones de la variable
 Identidad organizacional

Tabla n°3
Dimensión condiciones laborales

	Frecuencia.	Porcentaje.	Porcentaje válido.	Porcentaje acumulado.
MEDIO	16.00	43,20	43,20	43,20
ALTO	21.00	56,80	56,80	100,00
Total	37.00	100,00	100,00	

Fuente: Creación intrínseco SPSS V – 22.

Análisis: Tabla N°3 se observa que un 56,8% de los encuestados manifiestan que existe un nivel alto en las condiciones laborales, el 43.2% indica un nivel medio en las condiciones laborales en el Hotel nuevo Cantalloc. Por tanto, se considera que la variable identidad organizacional si se relaciona de forma directa con la dimensión condiciones laborales en un porcentaje de 56 %.

Tabla n° 4

Dimensión Formación laboral

	Frecuencia.	Porcentaje.	Porcentaje válido.	Porcentaje acumulado.
BAJO	1.00	2,70	2,70	2,70
MEDIO	11.00	29,70	29,70	32,40
ALTO	25.00	67,60	67,60	100,00
Total	37.00	100,00	100,00	

Fuente: Creación intrínseco SPSS V – 22.

Analisis: Tabla N°4 se observa que un 67.6% de los encuestados manifiestan que existe un rango alto en la formación laboral y un 29.7% indican un rango medio mientras que un 2.7% manifiesta que existe un nivel bajo en la formación laboral en el Hotel nuevo Cantalloc. Por tanto, se considera que la variable identidad organizacional si se relaciona de forma directa con la dimensión formación laboral en un porcentaje de 67.6 %.

Tabla n° 5

Dimensión necesidades sociales y de pertenencia

	Frecuencia.	Porcentaje.	Porcentaje válido.	Porcentaje acumulado.
MEDIO	27.00	73,00	73,00	73,00
ALTO	10.00	27,00	27,00	100,00
Total	37.00	100,00	100,00	

Fuente: Creación intrínseco SPSS V – 22.

Analisis: Tabla N°5 se observa que un 73.0% de los encuestados manifiestan que existe un nivel medio en las necesidades sociales y de pertenencia y un 27.0% indican un nivel alto en las necesidades sociales y de pertenencia en el Hotel nuevo Cantalloc. Por tanto, se considera que la variable identidad organizacional si se relaciona de forma directa con la dimensión necesidades sociales y de pertenencia 73 %.

Estadística descriptiva de la variable Satisfacción laboral.

Tabla n°6

	Frecuencia.	Porcentaje.	Porcentaje válido.	Porcentaje acumulado.
BAJO.	3.00	8,10	8,10	8,10
MEDIO.	21.00	56,80	56,80	64,90
ALTO.	13.00	35,10	35,10	100,00
Total	37.00	100,00	100,00	

Fuente: Creación intrínseco SPSS V – 22.

Análisis: Tabla N°6 se observa que un 56,8% de los encuestados indican que existe un rango medio en la satisfacción laboral, y un 35,1% indica un nivel alto, mientras que el 8,1% indica un nivel bajo en la identidad organizacional en el Hotel nuevo Cantalloc.

Estadística descriptiva de las dimensiones de la variable satisfacción laboral.

Tabla n°7

dimensión satisfacción afectiva

	Frecuencia.	Porcentaje.	Porcentaje válido.	Porcentaje acumulado.
BAJO.	11.00	29,70	29,70	29,70
MEDIO.	14.00	37,80	37,80	67,60
ALTO.	12.00	32,40	32,40	100,00
Total	37.00	100,00	100,00	

Fuente: Creación intrínseco SPSS V – 22.

Análisis: Tabla N°7 se observa que un 37.8% los encuestados expresan que existe un rango medio en la satisfacción afectiva y el 32.4% muestran un rango alto, en tanto que el 29.7% manifiestan estar en un rango bajo de satisfacción afectiva en el Hotel nuevo Cantaloc. Por tanto, se considera que la variable Satisfacción Laboral si se relaciona de forma directa con la dimensión satisfacción afectiva en 37.8 %.

Tabla n°8

Dimensión satisfacción cognitiva

	Frecuencia.	Porcentaje.	Porcentaje válido.	Porcentaje acumulado.
BAJO.	3.00	8,10	8,10	8,10
MEDIO.	18.00	48,60	48,60	56,80
ALTO.	16.00	43,20	43,20	100,00
Total	37.00	100,00	100,00	

Fuente: Creación intrínseco SPSS V – 22.

Análisis: Tabla N°8 se observa que un 48.6% de los encuestados manifiestan que existe un nivel medio en la satisfacción cognitiva y el 43.2% indican un nivel alto, mientras que el 8.1% manifiestan estar en un nivel bajo de satisfacción cognitiva en el Hotel nuevo Cantalloc. Por tanto, se considera que la variable Satisfacción Laboral si se relaciona de forma directa con la dimensión satisfacción cognitiva en 48.6 %.

Tabla n°9

Dimensión satisfacción comportamental

	Frecuencia.	Porcentaje.	Porcentaje válido.	Porcentaje acumulado.
BAJO	5.00	13,50	13,50	13,50
MEDIO	18.00	48,60	48,60	62,20
ALTO	14.00	37,80	37,80	100,00
Total.	37.00	100,00	100,00	

Fuente: Creación intrínseco SPSS V – 22.

Analisis: Tabla N°9 se observa que un 48.6% de los encuestados manifiestan que existe un nivel medio en la satisfacción comportamental y el 37.8% indican un rango alto mientras que el 13.5% manifiesta que existe un rango bajo de satisfacción comportamental en el Hotel nuevo Cantaloc. Por tanto, se considera que la variable Satisfacción Laboral si se relaciona de forma directa con la dimensión satisfacción comportamental en 48.6 %.

Contrastación de la hipótesis:

Se aplicó el coeficiente de rho de Spearman porque la escala es el plano ordinal que el nivel de medición se ubica en el nivel ordinal, adonde la conformidad de las pruebas está alineada por categorías, como lo indica Hernández, et. al (2014 p. 322).

Contrastación de la hipótesis general:

(Ha La identidad organizacional se relaciona significativamente con la satisfacción laboral en el hotel nuevo Cantalloc del distrito de Nasca, durante el primer semestre del 2022

(Ho): La identidad organizacional no se relaciona significativamente con la satisfacción laboral en el hotel nuevo Cantalloc del distrito de Nasca, durante el primer semestre del 2022

Indicación: valor de significancia (alfa) $p=0.05=5\%$ nivel de aceptación: 95%.

Regla de decisión: Sig. $e < \text{sig.P. (0.05)}$ desde luego se rechaza la Ho

Sig. $e > \text{sig.P. (0.05)}$ desde luego se rechaza la Ha

Tabla n°10

Correlaciones

		IDENTIDAD ORGANIZACIONAL	SATISFACCIÓN LABORAL
Rho de Spearman	IDENTIDAD ORGANIZACIONAL	Coeficiente de correlación.	1,000
	SATISFACCIÓN LABORAL	Coeficiente de correlación.	,601**
	IDENTIDAD ORGANIZACIONAL	Sig. (bilateral) N.	,000 37
	SATISFACCIÓN LABORAL	Sig. (bilateral) N.	,000 37

Fuente: Creación intrínseco SPSS V – 22.

Análisis: la tabla N°10 se puede observar que el coeficiente de correlación fue de un 0,601 bajo un rango de significancia - bilateral por debajo a 0.05 es decir $0.000 < 0.05$, conforme a López y Fachelli (2015) se expresa como una correlación positiva importante, por último se logra aprobar la hipótesis alterna donde se podría decir que la Identidad organizacional se relaciona significativamente con la Satisfacción laboral en el hotel Nuevo Cantalloc, distrito de Nasca, durante el primer semestre del 2022.

Contrastación de H.E.1:

(Ha): Existe una relación significativa entre las condiciones laborales con la satisfacción afectiva en el hotel nuevo Cantalloc del distrito de Nasca, durante el primer semestre del 2022.

(Ho): no existe una relación significativa entre las condiciones laborales con la satisfacción afectiva en el hotel nuevo Cantalloc del distrito de Nasca, durante el primer semestre del 2022.

Tabla n°11

Correlaciones			CONDICIONES LABORALES	SATISFACCIÓN AFECTIVA
	CONDICIONES LABORALES.	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral). N.	1,000 37	,239 ,155 37
Rho de Spearman	SATISFACCIÓN N AFECTIVA.	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N.	,239 ,155 37	1,000 . 37

Fuente: Creación intrínseco SPSS V – 22.

Análisis: Tabla N°11 se puede observar que el coeficiente de correlación es de 0,239 sobre un rango de significancia (bilateral) menor a 0.05 el cual se entiende como “0.000 < 0.05”,) se entiende como un resultado se encuentra una correlación positiva baja, donde se puede aceptar la hipótesis alterna y rechazar la hipótesis nula entre las condiciones laborales con la satisfacción afectiva en el hotel nuevo Cantalloc.

Contrastación de H.E.2:

(Ha): Existe una relación significativa entre formación laboral con la satisfacción cognitiva en el hotel nuevo Cantalloc del distrito de Nasca, durante el primer semestre del 2022.

(H0): No existe una relación significativa entre formación laboral con la satisfacción cognitiva en el hotel nuevo Cantalloc del distrito de Nasca, durante el primer semestre del 2022.

Tabla 12

Correlaciones			FORMACIÓN LABORAL	SATISFACCIÓN COGNITIVA
Rho de	FORMACIÓ	Coeficiente de correlación.	1,000	,354*
Spearman	N	Sig. (bilateral).	.	,032
	LABORAL	N°	37	37
	SATISFAC	Coeficiente de correlación	,354*	1,000
	CIÓN	Sig. (bilateral)	,032	.
	COGNITIVA	N°	37	37

Fuente: Creación intrínseco SPSS V – 22.

Análisis: Tabla N°12 se puede observar que el coeficiente de correlación es de 0,354 sobre un rango de significancia (bilateral) menor a 0.05 en el cual se expresa como “0.000 < 0.05”,) como un resultado se encuentra una correlación positiva baja, por ultimo se puede aceptar la hipótesis alterna y rechazar la hipótesis nula la cual nos indica que hay una baja relación significativa entre la formación laboral y la satisfacción cognitiva en el hotel nuevo Cantalloc.

Contrastación de H.E.3:

(Ha): Existe una relación significativa entre necesidades sociales de pertenencia con la satisfacción comportamental en el hotel nuevo Cantalloc del distrito de Nasca, durante el primer semestre del 2022.

(H0): No existe una relación significativa entre necesidades sociales de pertenencia con la satisfacción comportamental en el hotel nuevo Cantalloc del distrito de Nasca, durante el primer semestre del 2022.

Tabla 13

Correlaciones			NECESIDADES SOCIALES	SATISFACCIÓN COMPORTAMENTAL
				L
Rho de Spearman.	NECESIDADES SOCIALES	Coefficiente de correlación.	1,000	,419**
		Sig. (bilateral).	.	,010
		N.	37	37
	SATISFACCIÓN N	Coefficiente de correlación.	,419**	1,000
	COMPORTAME	Sig. (bilateral)	,010	.
	NTAL	N.	37	37

Fuente: Creación intrínseco SPSS V – 22

Análisis: Tabla 13 se puede observar que el coeficiente de correlación es de 0,419 sobre un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05 el cual se expresa como “0.00 < 0.05”,) como un resultado se encuentra una correlación positiva baja, en conclusión se puede aceptar la hipótesis alterna y rechazar la hipótesis nula la cual nos indica que no existe una relación significativa entre las necesidades sociales y la satisfacción comportamental en el hotel nuevo Cantalloc.

V. DISCUSIÓN

La función del objetivo general, el cual fue determinar la relación existente entre la identidad organizacional con la satisfacción laboral en el hotel nuevo Cantalloc del distrito de Nasca, durante el primer semestre del 2022. Los resultados que se consiguieron demuestran que en efecto existe relación entre las dos variables, la cual se puede probar con un coeficiente de correlación de 0,601. Este fue el resultado que obtuvo Velasco (2018) donde indica que la rotación de los colaboradores en las organizaciones es el factor sueldo y la motivación por tanto si queremos valorar la identidad organizacional la investigadora obtuvo una correlación de 0,516 que confirma el resultado obtenido.

Según el objetivo específico 1: Determinar la relación entre las condiciones laborales con la satisfacción afectiva en el hotel nuevo Cantalloc del distrito de Nasca, durante el primer semestre del 2022. Los resultados que se lograron determinan una correlación positiva entre las condiciones laborales y satisfacción afectiva, el cual se logra demostrar con un coeficiente de correlación es de 0,239, Este resultado es el que consiguió Gomez y Ormeño (2020), el cual indica que hay una correlación positiva baja entre ambas variables, muestra que tienen una correlación de (,216) por ende se indica que existe relación entre las condiciones laborales con la satisfacción afectiva.

Según el objetivo específico 2. Determinar la relación entre formación laboral con la satisfacción cognitiva en el hotel nuevo Cantalloc del distrito de Nasca, durante el primer semestre del 2022. como resultado se encuentra una correlación positiva baja entre la formación laboral y la satisfacción cognitiva. Lo cual se puede observar con un coeficiente de correlación de 0,354. Este resultado es similar al que consiguió García (2020) Los resultados demostraron que la relación entre satisfacción laboral y oportunidades de desarrollo con una relación de ,353. donde plantea que los empleados se posicionan en hoteles más acordes con sus perspectivas y por ello no hay diferencias, por lo tanto, se determina que existe relación entre formación laboral y satisfacción cognitiva.

Según el objetivo específico 3. Determinar la relación entre necesidades sociales de pertenencia con la satisfacción comportamental en el hotel nuevo Cantalloc del distrito de Nasca, durante el primer semestre del 2022. como un resultado se encuentra una correlación positiva baja entre la formación laboral y la satisfacción cognitiva. Lo cual se puede observar con un coeficiente de correlación de 0,419. Este resultado es similar al que consiguieron Gómez y Ormeño (2020) Los resultados demuestran una correlación significativa baja 0,141 entre los factores extrínsecos e identidad organizacional, por lo tanto, se determina que existe relación entre las necesidades sociales con la satisfacción comportamental.

VI. CONCLUSIONES

1. Existe una relación con las dos variables que son la Identidad organizacional y la satisfacción laboral en el Hotel Nuevo Cantalloc, distrito de Nasca, durante el primer semestre del 2022. Obteniendo un coeficiente de correlación de 0.601, el cual se entiende como una correlación positiva considerable en el Hotel Nuevo Cantalloc, distrito de Nasca, durante el primer semestre del 2022.
2. Existe una relación positiva baja de las condiciones laborales con satisfacción afectiva en el Hotel Nuevo Cantalloc, distrito de Nasca, durante el primer semestre del 2022, obteniendo un coeficiente de correlación de 0,239.
3. Existe una relación positiva baja con la formación laboral y satisfacción cognitiva en el Hotel Nuevo Cantalloc, distrito de Nasca, durante el primer semestre del 2022, obteniendo un coeficiente de correlación de 0,354.
4. Existe una relacion positiva baja entre las necesidades sociales de pertenencia con satisfacción comportamental en el Hotel Nuevo Cantalloc, distrito de Nasca, durante el primer semestre del 2022, obteniendo un coeficiente de correlación de 0,459.

VII. RECOMENDACIONES

Se recomienda al encargado de la administración del Hotel Nuevo Cantalloc, distrito de Nasca lo siguiente:

1. Analizar la influencia positiva de los factores externos e implementar mejoras ya que estos producen un aumento en la satisfacción laboral del cliente interno, iniciando desde los directivos de la corporación para que los colaboradores sigan esa línea y mejoren su desempeño.
2. Fortalecer más las condiciones laborales desarrollando actividades favorables de inclusión e integración en los colaboradores haciéndolos sentir valorados y de esta manera mejorará las aptitudes y compromiso con la empresa.
3. Realizar un proceso de inducción y capacitación constante para todos ya que estamos enfrentados a nuevas formas debido al proceso pandémico a nivel mundial, con nuevas exigencias, solo así los colaboradores estarán preparados para realizar bien su trabajo y equipos.
4. Unificar a los colaboradores, haciéndolo parte del equipo para favorecer las relaciones sociales e involucrándolos en nuevos retos que generen satisfacción en el trabajo.

REFERENCIAS

Achiri Peralta, R. L. (2018). Satisfacción laboral de los colaboradores del hotel de turistas de Yura, Arequipa, 2018. Tesis, Arequipa. <https://hdl.handle.net/20.500.12867/2422>

Álvarez Muelas, A., Ionela Dinu, A., Marín Segura, I., Marrero Marrero, T., Mas Cuesta, L., & Muñoz González, M. (2014). Identificación Organizacional y Satisfacción Laboral: Diferencia entre Empresas Públicas y Privadas. REIDOCREA, 3(1), 34-40. <http://digibug.ugr.es/bitstream/10481/31293/1/ReiDoCrea-Vol.3-Art.5-Alvarez-Ionela-Marin-Marrero-Mas-Gonzalez.pdf>

AlKahtani, N., Iqbal, S., Sohail, M., Sheraz, F., Jahan, S., Anwar, B., & Haider, S. (2021). *Impact of employee empowerment on organizational commitment through job satisfaction in four and five stars hotel industry* [Impacto del empoderamiento de los empleados en el compromiso organizacional a través de la satisfacción laboral en la industria hotelera de cuatro y cinco estrellas] *Management Science Letters*, 11(3), 813-822.

Alown, BE, Mohamad, MB y Karim, F. (2020) *Effect of job satisfaction on job performance, With quality of work life as moderating among Jordanian hotels: a pilot study* [Efecto de la satisfacción laboral en el desempeño laboral, con la calidad de vida laboral como moderador entre los hoteles de Jordania: un estudio piloto]. *Gestión*, 5 (18), 52-66. DOI: 10/35631/JTHEM.518005

Andrade Espinoza, S. (2005). Metodología de la investigación científica. Lima. Primera edición. (pp. 194-220).

Bakker, A., y Demerouti, E. (2013). "La teoría de las demandas y los recursos laborales". *Journal*

Bakker, A., Demerouti, E., y Xanthopoulou, D. (2011). “¿Cómo los empleados engaged mantienen su engagement en el trabajo?”. *Ciencia y Trabajo*, 13(41), p. 135-142. *of Work and Organizational Psychology*, vol. 29

Belias, D., Mantas, C. y Tsiotas, D. (2019). *The Impact of Corporate Culture in the Performance of the Front Desk Employees—The Case of Five Star Hotels in Greece* [El impacto de la cultura corporativa en el desempeño de los empleados de recepción: el caso de los hoteles de cinco estrellas en Grecia]. En *Smart Tourism as a Driver for Culture and Sustainability [El turismo inteligente como motor de la cultura y la sostenibilidad]* (págs. 563-576). Springer, Cham.

https://www.researchgate.net/profile/Nikola-Vojnovic-2/publication/330767174_Project_ArchaeoCulTour_Innovative_ValORIZATION_of_Archaeological_Heritage_in_Istria_County_Through_Sustainable_Cultural_and_Creative_Tourism_Universitaetsfrauenklinik_Heidelberg/links/5d8e0960a6fdcc25549f907e/Project-ArchaeoCulTour-Innovative-Valorization-of-Archaeological-Heritage-in-Istria-County-Through-Sustainable-Cultural-and-Creative-Tourism-Universitaetsfrauenklinik-Heidelberg.pdf#page=563

Boluarte, A. (2014). Propiedades psicométricas de la Escala de satisfacción laboral de Warr, Cook y Wall, versión en español. *Revista Médica Herediana*, 25(2), 80-84.

Boluarte Carbajal, A., & Merino Soto, C. (2015). Versión breve de la Escala de Satisfacción Laboral: Evaluación estructural y distribucional de sus puntajes. *Liberabit*, 21(2), 235-243.

Cascio, A. y Guillén, C. (2010). *Psicología del trabajo*. Barcelona: Planeta.

Castro Hilario, C., Sánchez Román, E. y Candia Alvarado, M. (2017). Relación entre la satisfacción laboral y el compromiso en la intención de rotar en una empresaminera.

Chung, SYA y Byrom, J. (2020). *Co-creating consistent brand identity with employees in the hotel industry*. [Co-crear una identidad de marca consistente con los empleados de la industria hotelera]. *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 30 No. 1, pp. 74-89. <https://doi.org/10.1108/JPBM-08-2019-2544>.

Daries, J. Jaime, V. Bucaram, S. (2021) *Evolución del turismo en Perú 2010-2020, la influencia del COVID-19 y recomendaciones pos-COVID-19* (Nota sectorial de turismo) NOTA TÉCNICA No IDB-TN-02211, Banco Interamericano de Desarrollo.
<https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Evolucion-del-turismo-en-Peru-2010-2020-la-influencia-del-COVID-19-y-recomendaciones-pos-COVID-19-nota-sectorial-deturismo.pdf#:~:text=El%20peso%20del,del%20turismo%20receptivo>

Ela, R (2015) identidad corporativa y satisfacción laboral del personal administrativo en la Universidad Nacional del Centro del Perú”.

URI: <http://hdl.handle.net/20.500.12894/5756>

Ersan Alown, B., Zainudin Awang, & Al-Gasawneh, J. A. (2021). *Antecedent Factors and Consequences of Job Satisfaction in the Jordanian Hotel Industry*. [Factores antecedentes y consecuencias de la satisfacción laboral en la industria hotelera jordana] *Ilkogretim Online*, 20(1), 2686–2701.
<https://doi.org/10.17051/ilkonline.2021.01.302>

García González, D. (2020). Satisfacción laboral en el sector hotelero de Mallorca. Trabajo final de Master, Universitat Oberta de Catalunya, Catalunya.
<http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/110326/6/dgarciagonzalTFM0120memoria.pdf>

Ghaith, A., Mutia, SBAH, Ahmad, A., Enas, A. y Malek, TA (2018). *Investigation of Factors Influencing Customer Loyalty in Malaysia and Jordan Hotel Industry* [Investigación de los factores que influyen en la lealtad del cliente en la industria hotelera de Malasia y Jordania]. *Escuela de Innovación Empresarial y Tecnología Empresarial Universidad de Malasia Perlis, Malasia, Perlis* , 2-5.

DOI: 10.4172/2169-0286.1000181

Goball, SDDV, Ayyub, M., Mansor, A., Kelana, BWY y Noordin, NFM (2018). *The Relationship between Job Satisfaction and Job Performance: A Review Paper* [La relación entre la satisfacción laboral y el desempeño laboral: un documento de revisión]. *Edisi Pertama 2018 Fakulti Pengurusan 2018* , 143.

Gómez Valle, F. S., & Ormeño Ramirez, k. N. (2020). Identidad organizacional y la satisfacción laboral de los trabajadores del hotel las Dunas Ica 2020. Tesis. <http://repositorio.autonmadeica.edu.pe/handle/autonmadeica/700>

González Santa Cruz, F., López-Guzmán, T., & Sánchez Cañizares, S. M. (2014). satisfacción laboral y compromiso organizativo en los recursos humanos de la hostelería de Córdoba (España): influencia de la tipología contractual y la jornada de trabajo. *Intangible Capital*, 10(1), 189-211. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.3926/ic.489>

Kerlinger y Howard (2002). *Investigación del comportamiento- métodos de investigación en ciencias sociales*. México. Cuarta edición. Editorial McGraw-Hill. (pp. 36-53).

Kahn W. (1990). "Psychological Conditions of Personal Engagement and Disengagement at Work". *Academy of Management Journal*, vol. 33.

Khalil Nezhad, S., Aslani Afrashteh, A. y Shojai, MH (2018). *The Impact of Internal Brand Management on Organizational Citizenship Behaviors in Hotel Industry: The Mediating Role of Organizational Identity and Job Engagement*. [El impacto de la gestión de marca interna en los comportamientos de ciudadanía organizacional en la industria hotelera: el papel mediador de la identidad organizacional y el compromiso laboral]. *Revista de Turismo y Desarrollo*, 6 (4), 180-200.

Lim, J. E. (2016). *The moderating effects of organizational identity on the creating shared value of hotel and organizational loyalty*. [Los efectos moderadores de la identidad organizacional en la creación de valor compartido del hotel y la lealtad organizacional]. *The Journal of the Korea Contents Association*, 16(3), 630-637. <https://doi.org/10.5392/JKCA.2016.16.03.630>

Lorente, L., y Vera, M. (2010). “Las organizaciones saludables: el engagement en el trabajo”.

Gestión Práctica de Riesgos Laborales, núm. 73, p. 16–20

Maristany, J. (2007) libro, *Administración de Recursos Humanos*, p.26

Meliá, J., y Peiró, J. (1989). “El Cuestionario de Satisfacción S10/12: Estructura factorial, fiabilidad y validez”. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, vol. 4 (11), p. 179-187.

Ela Esther, R. C. (2015). *Identidad corporativa y satisfacción laboral del personal administrativo en la Universidad Nacional del Centro del Perú*”.

Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, C. (2014). *Tipos de Investigación*. Según: Ander-Egg, Hernandez y otros

Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, M. (2014) Metodología de la Investigación, McGraw Hill education.

Surichaqui Inocente, L. M. (2017). Satisfacción laboral de los colaboradores del Hotel Mossone en Ica, en el año 2017. Tesis, Lima, Lima.
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/6992>

Horna, A. A. V. (2015). 7 Pasos para elaborar una tesis. Macro.

Vargas Bocanegra, I., & Sánchez Montalván, M. F. (2017). *Satisfacción laboral en la atención al cliente en el hotel waalay wanka en el año 2016 – 2017*. Tesis.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21503/log.v7i1.1420>.

Velasco Landeros, T. N. (2018). La satisfacción laboral, identidad organizacional y motivación laboral, como factores que influyen en la rotación de personal en empresas de servicios de consultoría y auditoría en México. Tesis.
<http://tesis.ipn.mx/handle/123456789/25780>

Gan, F. y Triginé, J. (2012). Clima laboral. Madrid, Spain: Ediciones Díaz de Santos. e
<https://elibro.net/es/ereader/upsjb/62707?page=5>.

Great Place to work (2020). <https://greatplacetowork.com.mx/la-identidad-organizacional-se-forma-desde-la-cultura/#:~:text=La%20identidad%20organizacional%20se%20relaciona,la%20vida%20de%20una%20organizaci%C3%B3n>

Oliva, E. J. D., & Prieto, L. A. C. (2015). La identidad organizacional y su influencia en la imagen: una reflexión teórica. Suma de negocios, 6(13), 114-123.

Ortiz Ayala, R; Loa Gonzales,C; Hernandez Jimenez, A R; Monroy Avella , F; (...) La identidad organizacional en el hotel temático Misión de la Muralla. Universidad Autónoma de Querétaro. (México).

<https://intercostos.org/wp-content/uploads/2018/01/ORTIZ-AYALA-2.pdf>

Pazos Farfan, W. (2020). La identidad corporativa en las organizaciones, Lima, 2020 (Trabajo de investigación). Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú.<https://hdl.handle.net/20.500.12727/7581>

Ponting, Sandra Sun-Ah (2020) *Organizational identity change: impacts on hotel leadership and employee wellbeing* [Cambio de identidad organizacional: impactos en el liderazgo hotelero y el bienestar de los empleados], *The Service Industries Journal*, 40:1-2, 6-6, DOI: [10.1080/02642069.2019.1579799](https://doi.org/10.1080/02642069.2019.1579799)

Ponting, SSA (2021). *Responding to organizational identity change: ethnographic insights from multinational hotel subsidiaries* [Respondiendo al cambio de identidad organizacional: perspectivas etnográficas de subsidiarias hoteleras multinacionales]. *Journal of Hospitality and Tourism Technology* . <https://doi.org/10.1108/JHTT-09-2020-0242>

Sanabria Rangel, P. E., Castillo Cuéllar, C. A., & Sánchez Torres, J. de J. (2021). Análisis de la publicación académica sobre estudios organizacionales en Latinoamérica (2009-2019). *Revista Guillermo De Ockham*, 18(2), 205–221. <https://doi.org/10.21500/22563202.4783> (Original work published 18 de septiembre de 2020)

Tashtoush, H., Rozar, N., Alown, BE y Razik, MA (2021). *The Influencer Elements of Employee Performance: A Review on Tourism and Archaeological Industry in Jordan* [Los elementos influyentes del desempeño de los empleados: una revisión de la industria turística y arqueológica en Jordania]. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education* [Revista turca de educación informática

y *matemática* (TURCOMAT)] , 12 (6),
4269-4278.

<https://turcomat.org/index.php/turkbilmat/article/view/8403>

Wang, C., Xu, J., Zhang, TC y Li, QM (2020). *Effects of professional identity on turnover intention in China's hotel employees: The mediating role of employee engagement and job satisfaction* [Efectos de la identidad profesional en la intención de rotación en los empleados de hoteles de China: el papel mediador del compromiso de los empleados y la satisfacción laboral]. *Journal of Hospitality and Tourism Management* , 45 , 10-22.
<https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.07.002>

ANEXOS:

Anexo 01: Matriz de operacionalización de variables

VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Identidad Organizacional	La identidad organizacional se refiere al grado de producción estética, la empresa ha logrado una imagen única y consistente. De esta forma, se convierte en una herramienta encargada de crear la imagen buscada de la propia organización. (Schmitt et al, 1995, citado por Oliva y Prieto 2015)	Las respuestas obtenidas en la aplicación de la escala Grafica de identidad. Adaptado por (Moriano, 2009)	Condiciones laborales	- empleo estable y seguro	Escala de Likert 1= totalmente de acuerdo 2= de acuerdo 3= ni de acuerdo ni en desacuerdo. 4= en desacuerdo 5= totalmente en desacuerdo.
				- necesidades básicas	
			-Formación laboral	-Crecimiento dentro de la empresa.	
				- participación en la toma de decisiones	
			-Necesidades sociales y de pertenencia	- relaciones personales.	
				- sentido de pertenencia.	
Satisfacción Laboral	"La satisfacción laboral es vista como el conjunto de actitudes que se tienen ante el trabajo, considerándose lo que el sujeto piensa acerca de él, las actitudes y sentimientos que se generan a partir de ello". (Boluarte, 2014)	Son los resultados obtenidos en la aplicación de la escala de satisfacción laboral de (Warr, Cook y Wall 1979), adaptado por (Merino Soto 2015)	-satisfacción afectiva.	- Satisfacción intrínseca	
			-satisfacción cognitiva.	- Satisfacción con la supervisión	
			-satisfacción comportamental.	- Satisfacción con la participación	

ANEXO 2: Matriz de consistencia.

Identidad organizacional y la satisfacción laboral en el Hotel Nuevo Cantalloc, distrito de Nasca, durante el primer semestre del 2022.

TITULO	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	MARCO METODOLÓGICO	VARIABLES
Identidad organizacional y la satisfacción laboral en el Hotel Nuevo Cantalloc, distrito de Nasca, durante el primer semestre del 2022	Problema general	Objetivos generales	Hipótesis general	Tipo de estudio	
	¿En qué medida la identidad organizacional se relaciona con la satisfacción laboral en el hotel nuevo Cantalloc del distrito de Nasca, durante el primer semestre del 2022?	Determinar en qué medida la identidad organizacional se relaciona con la satisfacción laboral en el hotel nuevo Cantalloc del distrito de Nasca, durante el primer semestre del 2022	<p>H_a La identidad organizacional se relaciona significativamente con la satisfacción laboral en el hotel nuevo Cantalloc del distrito de Nasca, durante el primer semestre del 2022</p> <p>H₀ La identidad organizacional no se relaciona considerablemente con la satisfacción laboral en el hotel nuevo Cantalloc del distrito de Nasca, durante el primer semestre del 2022</p>	<p>cuantitativo</p> <p><u>Diseño de investigación</u></p> <p>No experimental descriptiva</p> <p><u>Población</u> 37</p> <p><u>Muestra</u> 37</p> <p><u>Técnica</u></p> <p>Encuesta</p> <p><u>Instrumento</u> Cuestionario</p>	Identidad organizacional
	Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas		Satisfacción laboral
PE1: ¿En qué medida se relaciona las condiciones laborales con la satisfacción afectiva en el hotel nuevo Cantalloc del distrito de Nasca, durante el primer semestre del 2022?	OE1: Determinar la relación entre las condiciones laborales con la satisfacción afectiva en el hotel nuevo Cantalloc del distrito de Nasca, durante el primer semestre del 2022	HE1: Existe una relación significativa entre las condiciones laborales con la satisfacción afectiva en el hotel nuevo Cantalloc del distrito de Nasca, durante el primer semestre del 2022			
PE2: ¿En qué medida se relaciona la formación laboral con la satisfacción cognitiva en el hotel nuevo Cantalloc del distrito de Nasca, durante el primer semestre del 2022?	OE2: Determinar la relación entre formación laboral con la satisfacción cognitiva en el hotel nuevo Cantalloc del distrito de Nasca, durante el primer semestre del 2022	HE2: Existe una relación significativa entre formación laboral con la satisfacción cognitiva en el hotel nuevo Cantalloc del distrito de Nasca, durante el primer semestre del 2022			
PE3: ¿En qué medida se relaciona las necesidades sociales de pertenencia con la satisfacción comportamental en el hotel nuevo Cantalloc del distrito de Nasca, durante el primer semestre del 2022?	OE3: Determinar la relación entre necesidades sociales de pertenencia con la satisfacción comportamental en el hotel nuevo Cantalloc del distrito de Nasca, durante el primer semestre del 2022	HE3: Existe una relación significativa entre necesidades sociales de pertenencia con la satisfacción comportamental en el hotel nuevo Cantalloc del distrito de Nasca, durante el primer semestre del 2022			

Anexo 3: Instrumento de recolección de datos

IDENTIDAD ORGANIZACIONAL Y LA SATISFACCIÓN LABORAL EN EL HOTEL NUEVOCANTALLO, DISTRITO DE NASCA, DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DEL 2022

CUESTIONARIO

Estimado (a) señor (a) agradezco su colaboración. Nos gustaría saber su nivel de satisfacción como colaborador en el Hotel Nuevo Cantaloc, para ello se han planteado las siguientes interrogantes. Sus respuestas son confidenciales, así que por favor ser lo más sincero posible. Muchas Gracias.

Cada pregunta cuenta con cinco alternativas por ende priorice una de ellas y marque con una X las respuestas que usted crea conveniente.

ESCALA											
1		2		3		4		5			
totalmente de acuerdo		de acuerdo		ni de acuerdo ni en desacuerdo		en desacuerdo		totalmente en desacuerdo.			
Dimensión	Indicador	ITEMS					1	2	3	4	5
Condiciones laborales	Empleo estable y seguro	Lo primordial es tener empleo estable									
		La seguridad del puesto de trabajo no es especialmente importante para mí.									
	Necesidades básicas	La remuneración percibida es suficiente para subsistir.									
		Me gustaría trabajar más horas y percibir una mejor remuneración									
Formación laboral	Crecimiento dentro de la empresa	Existe la posibilidad de ser promovido del puesto laboral.									
		La empresa presta atención a las sugerencias realizadas por los colaboradores									
	Participación en la toma de decisiones	Existe la posibilidad de aportar con mis capacidades									
Necesidades sociales y de pertenencia	Relaciones personales	Es preferible evitar una relación demasiado estrecha con los compañeros de trabajo.									
		Prefiero un trabajo que implique establecer contacto con clientes o compañeros de trabajo									
Satisfacción Afectiva	Sentido de pertenencia	Formar parte de un grupo de trabajo colaborativo es muy importante para mí.									
		Satisfacción intrínseca	Mis logros me conceden una notable sensación de autorrespeto.								
Buscar aquello que te hace feliz es lo más importante en la vida.											
Satisfacción cognitiva	Satisfacción con la supervisión	Siento confianza en la realización de los procesos operativos de mi área de trabajo.									
		Considero la supervisión como oportunidad de mejora.									
Satisfacción comportamental	Satisfacción con la participación	Las relaciones entre colaboradores se basan en la confianza y la aceptación									
		Siente confianza al expresar los aportes a la organización.									52

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Lima, 14 de enero de 2022

Apellido y nombres del experto: Karim Lorena Roca Vasquez

DNI: 21578048 Teléfono: 979075454

Título/grados: Lic. en Turismo. Maestría Gestión en Turismo y Hotelería

Cargo e institución en que labora: Universidad Privada San Juan Bautista

"Identidad organizacional y la satisfacción laboral en el Hotel Nuevo Cantaloc, distrito de Nasca, durante el primer semestre del 2022"

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SÍ o NO.

	ITEM	APRECIA		OBSERVACIONES
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?	x		
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?	x		
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	x		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con la(s) variable(s) de estudio?	x		
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se desprenden con cada uno de los indicadores?	x		
6	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema y en un marco teórico?	x		
7	¿El diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?	x		
8	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?	x		
9	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?	x		

SUGERENCIAS:


 Firma
 DNI N° 21578048

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Lima, 13 de enero de 2022

Apellido y nombres del experto: Giuliana Edith Soto Loza

DNI: 42287982 Teléfono: 971123990

Título/grados: Lic. en Turismo. Maestría en Administración Mención Gestión Empresarial

Cargo e institución en que labora: Universidad Nacional San Luis Gonzaga

"Identidad organizacional y la satisfacción laboral en el Hotel Nuevo Cantalloc, distrito de Nasca, durante el primer semestre del 2022"

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SÍ o NO.

	ITEM	APRECIA		OBSERVACIONES
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?	x		
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?	x		
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	x		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con la(s) variable(s) de estudio?	x		
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se desprenden con cada uno de los indicadores?	x		
6	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema y en un marco teórico?	x		
7	¿el diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?	x		
8	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?	x		
9	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?	x		

SUGERENCIAS: _____



FIRMA DEL EXPERTO



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Lima, 10 enero de 2022

Apellido y nombres del experto: TARYNS ELIZABETH GARCIA RAMOS

DNI: 22313983 Teléfono: 964259801

Título/grados: MAESTRIA

Cargo e institución en que labora: DOCENTE

"título de la tesis"

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SÍ o NO.

	ITEM	APRECIA		OBSERVACIONES
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?	x		
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?	x		
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	x		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con la(s) variable(s) de estudio?	x		
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se desprenden con cada uno de los indicadores?	x		
6	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema y en un marco teórico?	x		
7	¿el diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?	x		
8	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?	x		
9	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?	x		

SUGERENCIAS:

FIRMA DEL EXPERTO

"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

Nasca, 31 de Enero de 2022

Señores

Escuela de Administración en turismo y hotelería.

Universidad César Vallejo – Campus Lima – Norte.

A través del presente, León Isidoro Martín Castro Canelo, identificado con DNI N° ~~7.294.717.0~~ representante de la empresa/institución Hotel Nuevo Cantalloc con el cargo de Gerente General, me dirijo a su representado a fin de dar a conocer que la siguiente persona:

a) Josmell Ronny Luis Rainer Vargas Marca.

Están autorizado para:

a) Recoger y emplear datos de nuestra organización a efecto de la realización de su proyecto y posterior tesis titulada *Identidad Organizacional y la Satisfacción laboral del Hotel Nuevo Cantalloc, distrito de Nasca, Durante el Primer semestre del 2022.*

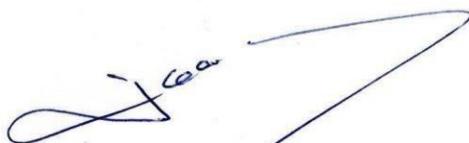
Si No

b) Publicar el nombre de nuestra organización en la investigación:

Si No

Lo que le manifestamos para los fines pertinentes, a solicitud de los interesados.

Atentamente,



Firma y Sello

León Isidoro Martín Castro Canelo.

Cargo: Gerente General.

Evidencias fotográficas de trabajo de campo del Hotel Nuevo Cantalloc.Elaboración Propia







UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, VARGAS MARCA JOSMELL RONNY LUIS RAINER estudiante de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Identidad organizacional y la satisfacción laboral en el Hotel Nuevo Cantalloc, distrito de Nasca, durante el primer semestre del 2022", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

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

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

Nombres y Apellidos	Firma
VARGAS MARCA JOSMELL RONNY LUIS RAINER DNI: 47459500 ORCID 0000-0002-3564-5779	Firmado digitalmente por: LVARGASMA10 el 17-04- 2022 22:42:34

Código documento Trilce: INV - 0652783