



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

**Comunicación Organizacional y Satisfacción Laboral de la
Agencia de Turismo Grupo X-Treme Tourbulencia, Cusco, 2021.**

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
Maestro en Administración de Negocios - MBA

AUTOR:

Oviedo Miranda, Marco Antonio (ORCID: 0000-0003-1680-4671)

ASESOR:

Mg. Zuñiga Castillo, Arturo Jaime (ORCID: 0000-0003-1241-2785)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gerencia Funcional

LIMA – PERÚ

2021

Dedicatoria

A Dios por guiarme y protegerme permitiéndome cumplir anhelos y sueños.

A mi madre Pilar por enseñarme la bondad del ser humano, a mis abuelos Juana María y Vicente por su tenacidad en la lucha de objetivos, a mi compañera de vida Maritza, a mi hijo Sebastian, que es mi aliento y esperanza de continuar bregando.

A la vida que es una mixtura de sentimientos, que permiten encontrar sueños a base de lucha.

Agradecimiento

Agradecer a la Universidad Cesar Vallejo que me permitió desarrollar y ampliar mis conocimientos a través de la Maestría.

A todos mis docentes que compartieron su tiempo, sus experiencias sus conocimientos enriqueciendo así mis aprendizajes para continuar fortaleciéndome con competencias profesionales.

A mi Asesor Mg. Arturo Jaime Zúñiga Castillo por compartir sus experiencias, que fueron volcadas en cada sesión de aprendizaje en la construcción y logro de mi investigación.

Índice de contenidos

Dedicatoria	i
Agradecimiento	ii
Índice de contenidos	iii
Índice de tablas	v
Índice de Figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	6
III. METODOLOGÍA	24
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	24
3.2. Variables y operacionalización	25
3.3. Población, muestra y muestreo	27
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	28
3.5. Procedimientos	30
3.6. Métodos de análisis de datos	31
3.7. Aspectos éticos.....	31
IV. RESULTADOS	33
4.1. Resultados descriptivos	33
V. DISCUSIÓN	46
VI. CONCLUSIONES	52
VII. RECOMENDACIONES	53
REFERENCIAS	54
ANEXOS.	
Anexo 1 Matriz de Consistencia de la Tesis	60
Anexo 2 Tabla de Operacionalización de las Variables.....	61
Anexo 3 Instrumento test de Validación.....	62
Anexo 4 Escaneo de Certificados de valides de Jueces.	65
Anexo 5 Listado de Jueces Expertos.....	80
Anexo 6 Prueba Piloto.....	81
Anexo 7 Prueba de Normalidad	82
Anexo 8 Autorización de Publicación en Repositorio de la Universidad	83

Anexo 9 Declaratoria de Originalidad del Autor	84
Anexo 10 Declaratoria de autenticidad del Asesor	85
Anexo 11 V de Aieken para la variable Comunicación Organizacion.....	86
Anexo 12 V de Aieken para la variable Satisfacción Laboral	87
Anexo 13 Autorización para uso y consentimiento de la razón social.....	88

Índice de tablas

Tabla 1	Dimesiones de las variables de Estudio	26
Tabla 2	Población y muestra de Estudio	27
Tabla 3	Estadística de fiabilidad Variable comunicación Organizacional 1	29
Tabla 4	Estadística de Fiabilidad Variable 2 Satisfacción Laboral.....	29
Tabla 5	Resumen de Procesamiento de Datos.....	30
Tabla 6	Tabla cruzada Comunicación Organizacional * Satisfacción Laboral.....	33
Tabla 7	Tabla Cruzada V1D1 Comunicación Interna *V2 Satisfacción Laboral ..	34
Tabla 8	Tabla Cruzada V1D2 Comunicación Externa * V2 Satisfacción Laboral	35
Tabla 9	Tabla Cruzada V3D1 Redes de Comunicación * Satisfacción Laboral...	36
Tabla 10	Tabla de Frecuencia V1 Comunicación Organizacional	37
Tabla 11	Tabla de Frecuencia V1D1 Comunicación Interna.....	37
Tabla 12	Tabla de Frecuencia V2D1 Comunicación Externa	38
Tabla 13	Tabla de Frecuencia V3D1 Redes de Comunicación	38
Tabla 14	Tabla de Frecuencia V2 Satisfacción Laboral	39
Tabla 15	Tabla de Frecuencia D1V2 Identificación del Empleado.....	39
Tabla 16	Tabla de Frecuencia D2V2 Involucramiento en el trabajo	40
Tabla 17	Tabla de Frecuencia D3V2 Compromiso Organizacional	40
Tabla 18	Tabla de Frecuencia D4V2 Apoyo Organizacional Percibido	41
Tabla 19	Hipótesis Comunicación Organizacional y Satisfacción Laboral	42
Tabla 20	Prueba de Hipótesis V1D1 * V2 Satisfacción Laboral	43
Tabla 21	Prueba de Hipótesis V1D2 * V2 Satisfacción Laboral.....	44
Tabla 22	Prueba de Hipótesis V1D3 * V2 Satisfacción Laboral	45

Índice de Figuras

Figura 1 Proceso de Comunicación	12
Figura 2 Ciclo de Desempeño y Satisfacción.....	21
Figura 3: Resultado de la Variable Comunicación Organizacional.....	88
Figura 4: Resultado Dimensión Comunicación Interna.....	89
Figura 5: Resultado Dimensión Comunicación Externa.....	90
Figura 6: Resultado Dimensión Redes de Comunicación	90
Figura 7: Resultado Variable 2 Satisfacción Laboral	91
Figura 8 Resultado Variable Identificación del Empleado.....	91
Figura 9: Resultado Variable Involucramiento en el trabajo	92
Figura 10 : Resultado Dimensión Compromiso Organizacional	92
Figura 11: Resultado Dimensión Apoyo Organizacional Percibido	93
Figura 12 Resultado figuras por Items de las variable.....	94

Resumen

La investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre la comunicación Organizacional y la Satisfacción Laboral en la Agencia de Turismo Grupo X-treme Tourbulencia, Cusco, 2021. Teniéndose para este estudio un enfoque cuantitativo, tipo básico, con un diseño no experimental correlacional, la población estuvo conformado por una muestra de 56 colaboradores de la empresa quienes respondieron a la técnica de la encuesta a través del instrumento del cuestionario, siendo estos validados por expertos de la universidad con un grado de confiabilidad de Alfa de Cronbach de 0,847 para la variable Comunicación Organizacional y 0,842 para la variable de Satisfacción Laboral. El estudio fue sometido a una estadística descriptiva correlacional para los Items y dimensiones según sus variables, se utilizó el programa de SPSS para los datos estadísticos donde los resultados obtenidos fueron presentados en tablas y graficos. Finalmente, la prueba de Hipótesis según Tau b de Kendall dio como resultado la existencia directa entre las variables de estudio, con un p-valor de $0,00 < 0,05$ teniéndose una relación significativa con una fuerza moderada con un coeficiente de correlación positivo de 0,508.

Palabras Clave: Comunicación Organizacional, Satisfacción laboral, Identificación del Empleado, Apoyo Organizacional.

Abstract

The research aimed to determine the relationship between Organizational Communication and Job Satisfaction in the Tourism Agency Grupo X-treme Tourbulencia, Cusco, 2021. Having for this study a quantitative approach, basic type, with a correlational non experimental design, the population was formed by a sample of 56 employees of the company who responded to the survey technique through the questionnaire instrument, these were validated by university experts with a degree of Cronbach Alpha reliability of 0.847 for the Organizational Communication variable and 0.842 for the Job Satisfaction variable. The study was subjected to a correlational descriptive statistic for Items and dimensions according to their variables, the SPSS statistical program was used for the statistical data where the obtained results were presented in tables and graphs. Finally, the Hypothesis test according to Kendall's Tau b resulted in the direct existence between the study variables, with a p-value of $0.00 < 0.05$ and a significant relationship with a moderate force with a positive correlation coefficient of 0.508

Keywords: Organizational Communication, Job Satisfaction, Employee Identification, Organizational Support

I. INTRODUCCIÓN

Las organizaciones son un conjunto de recursos humanos con un fin común, su eficacia está supeditado a factores como son sus propios sistemas, calidad de servicio, herramientas de producción y otros, estos dependen en relación a la práctica de la calidad de su comunicación impartida por sus colaboradores de manera interna en la organización y su calidad de comunicación con los clientes externos, Eldin (1998) menciona que “una comunicación insuficiente tiene incidencia en la producción del trabajador como en su propia satisfacción laboral, por otro lado una comunicación correcta en todos los niveles de la empresa mejora la calidad y satisfacción del trabajador y su nivel de producción en la empresa”.

Gómez y Benito, (2014) en su estudio “actualidad de la comunicación Organizacional en PYMES españolas”, menciona que existe la necesidad de mejorar la comunicación organizacional por considerar ser un eje importante que genera dinámica en la organización”, el estudio rebela que las organizaciones españolas hoy en día consideran lo fundamental de la comunicación en las empresas por ser una herramienta estratégica de las relaciones con su entorno interno como externo.

Esta misma realidad se relaciona en Latinoamérica tal como indica Díaz y Pagán (2016) indican “ que la comunicación en las empresas son muy necesarias como complejas” es un problema argüido en las empresas, este trae como consecuencia aspectos negativos en la empresa, debilita la relación de la comunicación entre sus colaboradores repercutiendo así en su propia satisfacción laboral, Gisbert y Garcia (2014) mencionan que gran “parte de estos problemas de comunicación son internos, es decir estas se relacionan directamente por una mala gestión interna de sus comunicaciones organizacionales ” trayendo como resultado la desorientación de la práctica correcta comunicativa de la empresa, creando así desconfianza ante la ausencia de una comunicación clara y efectiva, ocasionando un nivel de satisfacción laboral inadecuado del trabajador, impacta también a lo que busca la empresa.

La comunicación organizacional a nivel global ha evolucionado ante la necesidad de tener estrategias de comunicación efectiva que permitan afrontar nuevos retos de competitividad, los colaboradores de la empresa son quienes

deben hacer uso de una comunicación organizacional de manera asertiva cumpliendo con los procesos y lineamientos que se estipulan en sus organizaciones, esto permitirá construir un nivel adecuado de satisfacción propio para el trabajador en su centro laboral, así mismo aportara en la construcción de lo que busca la empresa.

Esta misma situación está reflejado en el entorno de las organizaciones del nuestro territorio nacional, donde las empresas necesitan tener en sus procesos el uso adecuado de la comunicación conjuntamente con sus colaboradores con responsabilidad, esto permitirá alcanzar niveles de satisfacción óptimos de sus propios trabajadores, Antezana (2016) en su estudio, propuso un modelo de comunicación organizacional entre las empresas y su público interno y externo, como resultado de su estudio menciona que las empresas en peru poseen una comunicación fragmentada que los aleja con su público” el modelo al que refiere es denominada “Nueva teoría Estratégica”.

Dentro de este contexto de estudio la comunicación organizacional se ha revalorado, es así que se constituyen un factor de mucho valor que se ve más allá de una visión administrativa de la empresa, se menciona claramente que los procesos de comunicación en las empresas debe ser transparentes y efectivos que permitan articular a la empresa y puedan cumplir así las necesidades de su cliente interno como de los clientes externos.

Una efectiva o débil comunicación influye necesariamente en esta satisfacción y tiene un impacto directo para la empresa. Por lo cual la presente investigación será de mucha utilidad e importancia para las empresas del sector de turismo, permitirá conocer con los resultados las causas por las cuales existe una óptima o deficiente comunicación en la empresa que implica directamente en la satisfacción de sus propios colaboradores,creaando una conciencia organizacional donde los colaboradores sienten la identificación con la organización y estos perciban o no un nivel de satisfacción por parte de ellos, permite integrarlos más así a la organización, donde todos los involucrados conozcan y procedan a utilizar lineamientos claros de la comunicación.

Del Pozo (2019) en su estudio “ Análisis del sector turismo en la Región del cusco” menciona que el colaborador no se siente satisfecho trabajando en sus empresas del sector turismo, la causa es la alta rotación a los que son sometidos

por sus empresas, las características y comportamientos de la actividad como la estaciones altas y bajas propias de la actividad del turismo son otro factor importante que influyen ocasionando que la comunicación con sus compañeros de trabajo no sea efectiva que ocasionan problemas a sus organizaciones y entre sus compañeros.

Por lo cual las empresas de turismo en la ciudad del cusco deben ajustar sus procesos respecto al uso de la comunicación de sus colaboradores con responsabilidad, esto permitirá la satisfacción de sus propios trabajadores; una efectiva o débil comunicación influye necesariamente en esta satisfacción de los colaboradores y tiene un impacto directo para la organización, por lo cual el estudio será de mucha utilidad e importancia para las empresas de turismo, porque permitirá conocer con los resultados obtenidos las causas por las cuales existe una buena o deficiente comunicación organizacional replicándose también en la misma satisfacción de sus propios trabajadores, así mismo explicara cómo repercuten para la empresa la no satisfacción del trabajador a consecuencia de una deficiente comunicación organizacional.

Los resultados permitirán también evaluar y encontrar recomendaciones para ser tomados en cuenta en la búsqueda de solución para la toma de acciones correctivas, una conciencia organizacional es saber que sus trabajadores se sienten parte de la empresa donde se percibe un nivel de satisfacción por parte de ellos.

Entonces una comunicación organizacional interna efectiva permitirá consolidar a sus colaboradores en su satisfacción, permitiéndolos integrarse más así a la organización donde todos los involucrados conozcan y procedan a utilizar lineamientos claros y homogéneos.

En este contexto por lo expuesto el presente estudio ha planteado el problema formulado en el siguiente término:

¿Cuál es el nivel de relación entre la comunicación Organizacional y la satisfacción laboral de la agencia de turismo Grupo X-treme Tourbulencia cusco, 2021?

Así mismo por lo expuesto el presente estudio ha planteado problemas específicos en los siguientes términos:

PE1: ¿Cuál es el nivel de relación entre la comunicación interna y la satisfacción laboral de la agencia de turismo Grupo X-treme Tourbulencia cusco, 2021?

PE2: ¿Cuál es el nivel de relación entre la comunicación externa y la satisfacción laboral de la agencia de Turismo grupo X-treme Tourbulencia cusco, 2021?

PE3: ¿Cuál es el nivel de relación entre las redes de comunicación y la satisfacción laboral de la Agencia de turismo Grupo X-treme Tourbulencia cusco, 2021?

Así mismo la justificación de la presente investigación se basa en los siguientes aspectos:

Teórico: El estudio permitirá aportar al conocimiento científico con los resultados que se obtendrán, valorando la importancia de las variables de estudio que están basados en las teorías en relación al estudio, Por lo cual esta investigación busca aportar nuevos conocimientos en el uso correcto de la comunicación organizacional y su nivel de practica comunicativa y cómo influye en la percepción de la satisfacción del trabajador en la empresa.

Practica: es importante porque permitirá diagnosticar la relación de la comunicación organizacional y como este impacta de manera positiva o negativa en la satisfacción del trabajador en la unidad de estudio y que permitirán tomar desiciones para la empresa según los resultados que se obtendrán.

Metodológico: permitirá incorporar acciones con la finalidad que exista una cultura de comunicación con respeto entre los colaboradores, una comunicación efectiva con los diferente niveles jerárquicos de la organizacion a la hora de comunicarse, ello permitirá la construcción de una comunicación asertiva aportando en la satisfacción de los colaboradores y por ende un alto grado de interés por parte de ellos mismos en cumplir los objetivos como colaboradores y de manera directa repercutiendo en lo que busca la empresa, por otro el estudio aportara como antecedente para futuras investigaciones.

Social: Permitirá conocer con lo obtenido el vínculo de las variables de estudio del trabajador en la empresa, siendo utilizado como un documento de referencia que permitirán tomar desiciones a las empresas turísticas o de manera general en las empresas que buscan fortalecer comunicación organizacional de sus

trabajadores, es decir si el estudio demuestra una influencia optima de la comunicación entonces deberá existir un nivel óptimo en la satisfacción de los trabajadores de la empresa y del mismo modo si fuese deficiente la relación entre las variables de estudio.

En este contexto la presente investigación plantea resolver la siguiente hipótesis en general en los siguientes términos:

Existe relación entre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral de la Agencia de turismo Grupo X-treme Tourbulencia cusco, 2021.

Así mismo la presente investigación de estudio pretende resolver las siguientes hipótesis específicas planteadas en los siguientes términos:

Hi1: Existe relación entre la comunicación interna y la satisfacción laboral de la agencia de turismo Grupo X-treme Tourbulencia cusco, 2021

Hi2: Existe relación entre la comunicación externa y la satisfacción laboral de los de la agencia de Turismo grupo X-treme Tourbulencia cusco, 2021

Hi3: Existe relación entre las redes de comunicación y la satisfacción laboral de la Agencia de turismo Grupo X-treme Tourbulencia cusco, 2021

Así mismo la presente investigación de estudio plantea el siguiente objetivo general en el siguiente término:

Determinar el nivel de relación entre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral de las Agencia de turismo Grupo X-treme Tourbulencia, cusco 2021.

Así mismo en la presente investigación se han planteado los siguientes objetivos específicos:

OE1: Determinar el nivel de relación entre la comunicación interna y la satisfacción laboral de la Agencia de turismo Grupo X-treme Tourbulencia de la ciudad cusco, periodo 2021

OE2: Determinar el nivel de relación entre la comunicación externa y la satisfacción laboral de la Agencia de turismo Grupo X-treme Tourbulencia, cusco,2021.

OE3: Determinar el nivel de relación entre las redes de comunicación y la satisfacción laboral de la Agencia de turismo Grupo X-treme Tourbulencia, cusco, 2021.

II. MARCO TEÓRICO

La presente investigación ha considerado cinco antecedentes nacionales donde las variables de estudio fueron la comunicación organizacional y la satisfacción laboral de sus trabajadores, estas variables son homogéneas y actuales que aportaran como referencia teórica a nuestra investigación:

Tucto (2018) en su investigación titulado “comunicación organizacional y la satisfacción laboral en el Módulo Penal de Huánuco, 2018, tuvo como objetivo determinar el nivel de la relación entre la comunicación organizacional y satisfacción laboral de la unidad de estudio, siendo un estudio no experimental con un diseño descriptivo-correlacional transversal con un enfoque cuantitativo, la muestra censal estuvo conformado por 26 trabajadores de la organización para lo cual se aplicó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario para la recolección de información, por otro lado se determinó una estadística de Alfa de cronbach donde se obtuvo un nivel de confiabilidad para las variables de 0.856 y 0.842 respectivamente, Al culminar del estudio se llegó a la conclusión que si existe relación entre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral directa como resultado de un coeficiente de correlación muy significativa de 0.769 según la prueba de Rho de Spearman.

López (2019) en su investigación titulado “Relación entre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral en los centros de educación técnico productivo Arnulfo romero de San Ignacio y Neftalí Carbajal de chota” en la ciudad de Cajamarca en el año 2019, tuvo como objetivo determinar la relación entre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral de los centros de educación agropecuarios en mención ubicado en la Región de Cajamarca, siendo un estudio no experimental transversal donde no se alternó ninguna variable, con un enfoque cuantitativo, donde las variables se midieron con pruebas psicométricas para determinar y medir la correlación de las variables, la población y muestra estuvo conformado por el total de directivos, docentes y administrativos de los Cetpros siendo un total de 21 colaboradores, aplicándose la técnica de la observación y como instrumento de recolección de información el cuestionario conformado por 14 ítems valorado con la escala de Likert alterno de 1-5, al final de la investigación el estudio concluyó indicando que existe una relación medianamente significativa entre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral entre centros de

educación técnico productivos “Arnulfo Romero y San Ignacio y Nefthalí Carbajal de chota, esto como resultado de la prueba de r de Pearson que muestra una correlación de 0,467 con signo positivo por lo que se atribuye también que la relación es directa.

Oliva (2018) en su estudio titulado “Comunicación organizacional y su relación con la satisfacción laboral de los colaboradores administrativos de la empresa San Roque S.A, en el año 2018” de la Ciudad de Chiclayo, tuvo como objetivo determinar la existencia de relación entre las variables del estudio de investigación de tipo descriptivo-correlacional, con un enfoque cuantitativo donde la muestra censal estuvo conformado por 40 trabajadores, para lo cual se utilizó como técnica de recolección de información la encuesta y como instrumento el cuestionario, donde al culminó de la investigación se concluyó que, la comunicación organizacional se relaciona de manera directa y significativa en un nivel 0,01 (bilateral) con la satisfacción laboral ($r=0,918$) según el coeficiente de Rho de Spearman, por lo cual indica que las variables de estudio si se relacionan significativamente y de manera directa.

Zuñiga (2019) en su estudio de Investigación titulado “Comunicación interna y satisfacción laboral de los trabajadores del Hospital Regional de Ayacucho - 2019”, tuvo como objetivo determinar la relación entre las variables de comunicación interna y satisfacción laboral, el estudio aplicó una metodología no experimental con un diseño correlacional con un enfoque cuantitativo, donde la muestra censal fue no probabilístico por conveniencia conformado por 50 colaboradores asistenciales, se utilizó la técnica de encuestas como el cuestionario como instrumento de recolección de información del tipo Likert con una escala valorativa de 1- 5, donde los encuestados indicaron que la comunicación interna en promedio como mala, y en referencia a la satisfacción laboral mencionaron que en promedio sentirse medianamente satisfechos, por lo que al culminó de la investigación se concluyó que si existe una relación directa y de manera significativa directa entre la comunicación interna y la satisfacción laboral de los trabajadores de la unidad de estudio según la prueba estadística de Tau b de quendall, donde se obtuvo un coeficiente de correlación de $=0,856$ y un p-valor de $=0.000$.

Jaramillo (2016) en su estudio “Comunicación Organizacional y Satisfacción Laboral en el personal administrativo del hospital del distrito de San Martín de Porres, 2016” de la ciudad de Lima, tuvo como objetivo determinar la relación de las variables de estudio Comunicación Organizacional y Satisfacción laboral de la unidad de estudio, siendo un estudio no experimental con una metodología de tipo descriptivo correlacional de tipo básica y con un enfoque cuantitativo; Se planteó como hipótesis general de estudio, que la comunicación organizacional tiene relación directa con la satisfacción laboral, se utilizó como técnica de recolección de información la encuesta y como instrumento de recolección de información el cuestionario aplicado a una muestra censal conformado por 196 colaboradores de la organización, donde la culminación del estudio se concluyó que existe una relación directa entre la Comunicación Organizacional y la satisfacción laboral.

La presente investigación ha considerado así mismo cinco antecedentes internacionales donde las variables de estudio son de interés, estas variables son homogéneas y actuales que aportarán como referencia teórica a nuestra investigación:

Nava (2020) en su estudio “la comunicación organizacional y la satisfacción laboral en la Escuela de Educación Básica “Nicolás Augusto González Tola”, Guayaquil, 2020 “ en Ecuador tuvo como objetivo determinar la relación entre la comunicación Organizacional y la satisfacción Laboral, aplicándose una metodología cuantitativa de diseño descriptivo correlacional, teniendo una muestra censal conformado por 30 docentes de la institución educativa, aplicándose como técnica de recolección de información la encuesta, y como instrumento de recolección de información el cuestionario que estuvo conformado por 20 ítems validados por expertos, que fueron sometidos a pruebas de confiabilidad con coeficientes Alfa de Cronbach de 0.915 y 0.923 respectivamente para cada variable así como una prueba estadística paramétrica r de Pearson, al culminar de la investigación se concluyó que si existe relación directa significativa con un coeficiente de correlación de 0,759 % y un p-Valor de 0,01 entre las variables de estudio.

Valenzuela et al., (2020) en el estudio de Investigación “Comunicación organizacional interna y su relación con la satisfacción de los empleados de una empresa concesionaria de automóviles de Piedras Negras Coahuila” en Ecuador el

año 2020, tuvo como objetivo determinar la relación entre la comunicación de la empresa con la satisfacción laboral de sus empleados, la investigación utilizó un corte metodológico transversal de tipo descriptivo correlacional con un enfoque cuantitativo, se utilizó como técnica la encuesta para recolección de información y como instrumento la encuesta aplicado a una muestra censal que estuvo conformado por 74 colaboradores con un nivel de confianza de 95% y un margen de error de 5%, considerando también una escala de Likert Valorativo de 1-5, al culminó de la investigación el estudio concluyó que los trabajadores de la empresa están satisfechos con la comunicación utilizada dentro de la empresa entre compañeros de trabajo como con sus superiores y que ello influye de manera positiva en su nivel de satisfacción dentro de la empresa, es decir más del 60% de trabajadores dijeron sentirse satisfechos con la comunicación interna, rechazándose así la Hipótesis nula y aceptándose la hipótesis alterna, por lo que se concluye que si existe relación entre las variables de estudio, según la prueba estadística referencial de Chi Cuadrada.

Soto (2019) en la investigación titulado “La facilitación de los procesos de comunicación en la zona metropolitana de Guadalajara: una contribución desde el desarrollo humano al logro de la satisfacción laboral” en México, tuvo como objetivo establecer las habilidades de la comunicación organizacional y su relación en la satisfacción laboral como búsqueda transformación y cambio, así como el de conocer los obstáculos que interfieren en la comunicación que producen la insatisfacción laboral, teniéndose como justificación que existe una mala comunicación en la organización , se utilizó un proceso metodológico basado en un árbol de problemas teniendo un acercamiento teórico metodológico, la población muestral estuvo conformado por 12 empleados entre hombres y mujeres entre los 23 y 54 años concluyéndose que los colaboradores de la empresa mostraron actitudes positivas a la mejora de la comunicación que incidió en la satisfacción de los trabajadores de la organización que permitieron el cambio a partir de actividades que se desarrollaron entre los involucrados.

Ocampo et al ., (2018) en el artículo de investigación “la influencia del clima de la comunicación interna en la satisfacción laboral de empleados de una empresa del sector de servicios” tuvo como objetivo determinar la relación de las variables de estudio la comunicación interna de la empresa y la satisfacción laboral, el estudio

utilizo una metodología de tipo cuantitativo de corte transversal, se consideró como un aspecto importante de los colaboradores los factores intrínsecos de sus funciones y competencias como colaborador de la empresa, la investigación concluyo la existencia significativa de la comunicación de la empresa con las dimensiones en referencia a la satisfacción laboral según la prueba de Pearson, donde se indica que más del 55% de los encuestados indicaron tener una percepción buena sobre los procesos de la comunicación de la empresa y un 41% indicaron sentirse satisfechos en el trabajo.

Aparicio (2015) en la tesis “Comunicación organizacional interna y satisfacción laboral en el personal del hospital corazón de Jesús ciudad de el alto, gestión 2015” en Bolivia, tuvo como objetivo conocer la relación de la comunicación organizacional y la satisfacción laboral de los trabajadores de servicios de la unidad de investigación, se aplicó un estudio analítico de corte transversal con un enfoque cuantitativo, se tuvo una muestra censal de 112 trabajadores de la organización, para lo cual se utilizó como técnica de recolección de información el cuestionario y como instrumento de obtención de datos la encuesta con una escala valorativa de 1-5 de Likert, al culminar de la investigación se obtuvo un nivel de comunicación organizacional de 45% como óptimo y 56% como deficiente, y una 11.6% indica estar insatisfecho en su trabajo en comparación de un 56.2% que indicó ser indiferente, se aplicó la prueba de Chi cuadrado cuyo valor fue de ($X^2=0,12$) con 1 grado de libertad y un alfa de 0.005 correspondiente a un valor de 3,8 siendo el valor ($X^2 =0.12$) menor a 3.8 por lo cual se llegó a la conclusión que no existe una relación y asociación directa y se acepta la hipótesis nula que señala no existe relación entre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral, es decir, la proporción del personal con comunicación deficiente u óptima no afecta la satisfacción en el campo laboral.

Guillen (2014) citado en Jablin (2001) indica “los antecedentes de investigaciones referente a la comunicación organizacional datan como origen en las décadas de 1930 y 1940 basándose en categorías clásicas sobre la comunicación, Charry (2018) Indica a la comunicación como los “lineamientos que tienen un significado y que se resumen en un mensaje que transita de persona en persona” por otro lado Chiavenato (2009) indica que “este proviene del latín *communicatio* que significa hacer el común donde el emisor establece una comprensión con el

receptor por lo que se refiere el poder compartir mensajes por símbolos comunes”. Considerado a la comunicación como uno de los procesos más significativos de los seres humanos.

Así mismo Guzman (2012) indica ser “el proceso formal que permite la transición de información importante en relación a la organización que tienen procesos y que son ejecutados en un tiempo determinado relacionado al cumplimiento de objetivos de las organizaciones” (p.9).

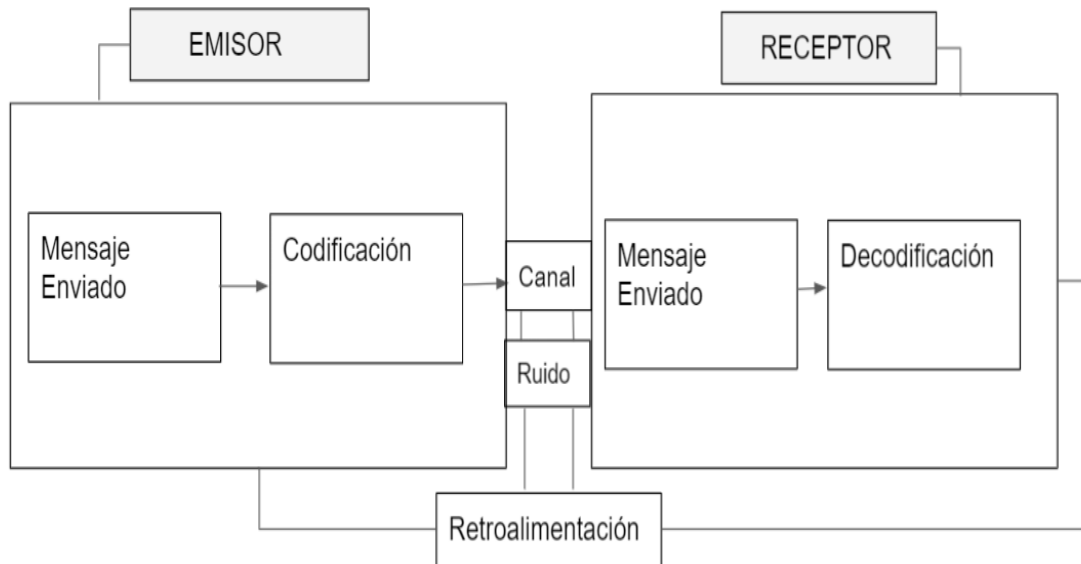
La comunicación organizacional es importante para los colaboradores de las organizaciones porque permite tener un contacto formal según el nivel de responsabilidad dentro de la empresa y poder compartir la comunicación con otras instancias de la misma, siendo sus características de ser cotidiana formal por lo cual necesita ser bien procesada antes de responder con la finalidad que esta comunicación sea asertiva y efectiva a los intereses del mismo colaborador como a los de la empresa, es así que Montoya y De la Rosa (2014) mencionan “la existencia de vínculo de estas, debiendo ser la de ganar-ganar de manera coherente y bien conectadas entre sí”

Las organizaciones están conformados por los recursos humanos, siendo los colaboradores quienes utilizan como instrumento de la comunicación con la finalidad de poder comprenderse entre sí y con los que se interrelacionan, por lo cual para las organizaciones ven de mucha importancia comunicarse y ser comunicados desde la organización interna hacia una comunicación externa por los que se puede definir a la comunicación como un proceso dinámico, proceso que podría ser un proceso intencionado fundamentado en las ciencias sociales y administrativas, por lo cual el tema comunicativo es un aspecto fundamental en las empresas, la no existencia de comunicación no permite la existencia de las empresas que evidencian los fenómenos de comunicación por parte de quienes la integran y de la misma forma con su entorno.

En la siguiente Figura se puede apreciar como es el proceso y recorrido de la comunicación dentro de la organización donde existen emisores y receptores que se comunican comprendiendo un código de mensajes.

Figura 1

Proceso de Comunicación



Fuente: Robbins (2013)

Una buena comunicación desarrollada en las empresas es un aspecto positivo para todos los componentes de la misma, porque permite tener motivados a los colaboradores, porque permite saber sus fortalezas y debilidades y siempre mostrar actitudes de mejorar si fuesen necesarios, si no fuese así estaríamos practicando una comunicación informal dentro de la organización como menciona Hernández et al., (2018) “algunas colaboradores de las empresas no trabajan en equipo, dandose mucha importancia a otros aspectos como son los rumores que ocasiona barreras comunicativas organizacionales”, por otro lado, Antón y García (2019) mencionan que en “ocasiones los colaboradores priorizan sus objetivos personales con los de la empresa por lo que se concluye que la comunicación en las empresas muchas veces son complejas”.

La comunicación dentro de las organizaciones cumple funciones principales como son el control de la misma organización, la motivación, la expresión de emociones y la información propiamente utilizando para ello mismo proceso de comunicación a través de una fuente, una codificación, un canal de comunicación,

un decodificador de comunicación, el receptor, realimentación y finalmente se considera importante el ruido, considerando también como factores importantes a los medios y canales de comunicación, estos deben evolucionar a la par de las necesidades de quienes hacen uso de ello dentro de la organización, deben de considerarse tal cual menciona Díaz y Pagán (2016) “un sistema organizacional de comunicación es decir de tecnologías comunicativas en vanguardia, requiriéndose para ello la experticia de los que manipulan como son los trabajadores de la empresa”, esta idea se complementa por lo que indica Peña et., (2017) citado en las organizaciones deben tener una comunicación empresarial con técnicas en sus procesos de comunicación , como técnica de gabinetes, de RR.PP, y de publicidad.

Rojas (2013) define a “la comunicación como el acto de transmitir un mensaje con el objeto de lograr una respuesta específica, donde menciona cuatro momentos específicos que son la intensidad, acto de comunicación, respuesta específica, transferencias de verdades” (p. 241).

Se aprecia por las definiciones previas que el tema comunicativo en la organización es vital, entendiéndose como una estrategia para intercambiar los mensajes que quieren compartir tanto los emisores y receptores desde la organización y que deben ser fluidas y claras para su comprensión.

Existen factores que favorecen a la comunicación organizacional cuando los que escuchan y reciben los mensajes responden con un estímulo adecuado, por lo cual se entiende que el mensaje se ha codificado de manera correcta, considerándose elementos participantes como mencionan Apolo et., (2017) son las relaciones, emociones de la gente como entes de una sociedad por lo cual deben considerarse algunos criterios.

Rojas (2013) indica que el estado Psicológico favorable del quien exterioriza el mensaje, así como de quien reciben el mensaje son importantes, la motivación de los colaboradores es un criterio importante en la comunicación organizacional que permite la optimización por parte de los colaboradores de la empresa, por lo cual se debe tener la ocasión apropiada para transmitir el mensaje en un lugar correcto para que la comunicación sea efectiva y con credibilidad.

Previamente el desarrollo de la comunicación es necesario identificar el objetivo que se desea transmitir por medio el mensaje por lo cual indica:

Robbins y Judge (2013) “el mensaje se relaciona entre quien emite y quien lo recibe, donde el emisor codifica el mensaje convirtiéndolo en una forma simbólica para transmitirlo por un canal al que recibe el mensaje quien identifica el mensaje (p. 338)” es decir que el mensaje emitido para llegar al receptor sigue un rumbo al que podemos indicar como la dirección de la comunicación emitida por los colaboradores de la empresa, su uso se da en todos los niveles jerárquicos por la necesidad de cumplir que el mensaje sea conocido y codificado, esto permitirá identificar las necesidades que se tiene y que deben cumplirse por el cual se tiene como direcciones de mensaje a la comunicación descendente, ascendente, horizontal y diagonal.

Siendo así que la comunicación descendente como lo definen Robbins y Judge (2013) refieren al tipo de comunicación que comienza de arriba hacia abajo en la organización, se caracteriza por ser utilizado por los niveles jerárquicos de la organización donde su función es direccionar responsabilidades o dar órdenes a niveles de subordinación, las jerarquías al utilizar este tipo de interacción comunicativa deben explicar el ¿Por qué? de estas decisiones o cambios, es decir deben de explicarse estos cambios y ser asumidos de buena manera por quienes serán ejecutados es decir los subordinados comprendiendo que estos cambios son en mejoría de la organización, se debe mencionar que este tipo de comunicación muchas veces es vertical y rígido donde no se consideran al colaborador como parte de la toma de decisiones como consecuencia de las funciones que tienen la alta jerarquía.

Por otro lado los mismo autores Robbins y Judge (2013) mencionan que la comunicación hacia arriba es aquella que inicia de un nivel inferior a un nivel superior jerárquico de la organización siendo característico este tipo de comunicación la retroalimentación hacia los responsables de la empresa; se indica para saber en qué parte del proceso se encuentran los colaboradores y si en ello existe o se han encontrado inconvenientes para poderse tomar acciones por la alta jerarquía, se recoge de manera directa la percepción de los trabajadores y los colaboradores con la idea de solucionar los problemas y puedan permitir a la empresa cumplir los objetivos según lo planificado, este tipo de comunicación debe ser efectivo directo cuando se quiere comunicar un mensaje, dado que la alta gerencia por el rol de responsabilidad que asumen deben planificarse reuniones con la organización de

manera abierta y planificada donde el mensaje llegue a todos los involucrados debiendo ser directo y dar a conocer cuales los puntos a discutir cómo solucionarlos y en lo posible evitar una comunicación conflictiva entre las partes.

Otros autores consideran la existencia de otros tipos de comunicación en relación a la dirección del mensaje, es así que Perez et. Al., (2013) sobre la comunicación horizontal indica ser la “comunicación ejecutada entre los colaboradores que tienen la misma categoría, es decir pertenecen al mismo nivel jerárquico, este se utiliza por grupos comunes en la empresa que buscan fines comunes donde la característica principal es la colaboración de los trabajadores y evitar competencias entre ellos, se deben considerar criterios como un ambiente fraterno entre los colaboradores donde la organización de inicio sea la beneficiaria, y evitar los egos personales.

Estos autores presentan como otro tipo de comunicación en referencia de la dirección del mensaje a la comunicación diagonal Perez et al., (2013) como la “comunicación utilizada entre diferentes niveles de la organización como departamentos o áreas, pero que de manera individual mantienen dependencia entre ellos” este tipo de comunicación no necesariamente implica tener la misma responsabilidad o funciones de los trabajadores, se caracteriza por encontrar una relación por razones que cumplan los proceso de la empresa, para lo cual todos aportan desde sus competencias para lo cual usan este tipo de comunicación.

Por otro lado, estos mismos autores presentan como dimensiones de la comunicación organizacional a lo interno, externo, así mismo a las redes de la comunicación organizacional.

Dentro de la organización se utiliza la codificación del mensaje que transcurre entre los emisores y receptores por el cual deben identificarse cual son los canales y medios para poder transferir el mensaje por el cual esta se tipifican en una comunicación oral, verbal y escrita donde cada uno tiene sus propias características como canal de comunicación:

Comunicación Oral: Robbins y Judge (2013) indican “es considerado el principal modo comunicativo por ser eficaz y rápida y retroalimentada, siendo la desventaja de esta que debe pasar por muchas personas que distorsionan el mensaje”.

Comunicación Escrita: Robbins y Judge (2013) Indican “ se caracteriza por ser tangible y verificable donde se pueden almacenar por un tiempo indefinido siendo su desventaja su elaboración y una deficiente uso como mensaje que permita la retroalimentación”.

Comunicación no verbal: Robbins y Judge (2013) Considera “la comunicación de los movimientos corporales, tono de voz, énfasis de la palabra, y gesticulación facial que se manifiestan en el grado de interés de conocer puntos de vista, status relativo percibido entre el emisor y receptor”.

Los modelos teóricos considerados para la presente investigación son corrientes del pensamiento del siglo xx que brindan perspectivas diferentes para entender sobre la comunicación organizacional como aspectos importantes dentro de la organización, la interpretación de los mensajes y el sentido propiamente de la comunicación que tiene una relación directamente como instrumento utilizado en la unidad de estudio, es así que se han considerado los siguientes modelos según la variable de estudio.

Modelo de Maletzke: citado en Díaz (2021) menciona que “la comunicación es un procedimiento entre personas considerados factores influyentes, que se desenvuelven en una sociedad, de manera individual, grupal viéndose afectados o no, de manera positiva o negativa en intereses personales, económicos, de naturaleza en su organización”, es decir abordan a elementos internos de la comunicación en la organización y de manera interna individual del quien comunica.

Modelo de Schramm: Díaz (2021) menciona en referencia a esta propuesta a la comunicación corporativa, donde los receptores toman un rol importante por ser receptores múltiples en la organización y por otro lado el rol del comunicador quien emite los mensajes toman el rol de manera independiente dentro de la organización esta comunicación se caracteriza por ser colectiva que permite conocer de mejor manera los mensajes (p. 2400).

Funcionalismo: Giraldo et al., (2008) menciona este modelo básico, presenta a la comunicación como un proceso lineal, simple y unidireccional. Su origen se remonta a Aristóteles, quien en su retórica habla de los tres componentes de la comunicación: hablante, discurso y audiencia. La mayoría de los modelos funcionalistas son similares a Aristóteles, siempre que el hablante sea el emisor, el

discurso sea el mensaje y la audiencia sea el receptor; aunque se dan nuevos elementos, como canales y códigos.

Estructuralismo: La sociedad es un proceso de interacción comunicativa complejo debido a asuntos del entorno de la sociedad que requiere una mirada integral para poderlos entender. La "estructura" del mensaje, el "método de producción" y la manera en que la audiencia interactúa con el mensaje. (Giraldo, et al., p. 38).

Por otro lado tenemos la satisfacción laboral, donde autores como Robbins y Judge (2013) indica ser las aptitudes de los empleados de la organización describiéndolo como un sentimiento positivo acerca de su responsabilidad en su puesto de su trabajo, donde se indica que un trabajador con grados de satisfacción óptimos poseen pensamientos buenos sobre sus obligaciones, siendo lo contrario si tenemos personas insatisfechas, estos tendrán sentimientos opuestos con su trabajo esto se puede medir a partir del nivel de involucramiento que tiene con su trabajo que permite medir su identificación con su puesto de trabajo.

Así mismo para Gonzales (2001) la satisfacción es un factor propio del de las personas, quien determina el grado y nivel de satisfacción a partir de como ha experimentado de poder llegar a cumplir una necesidad; existe una clasificación de necesidad para ser cubiertas y poder llegar según la percepción de las personas al denominado Satisfacción, estas se consideran una necesidad innata propia de cada persona, una necesidad adquirida que depende de factores de vivencias externas, una necesidad social de ser parte de un núcleo de personas, y una necesidad real o sustitutiva que se relaciona directamente al no poderse cumplir las otras necesidades y tener que satisfacer con otros que reemplazan a una real necesidad de satisfacción.

Por otro lado Robbins y Judge (2013) "indican que es la actitud de los empleados expresados en actitudes optimas sus obligaciones de trabajo caracterizado por una evaluación" (p.74). Así mismo Zayas et al., (2015) indica ser la valoración de los objetos como resultado de vivencias a partir de una motivación que puede sentir un trabajador", considerando su importancia que trata como dice Pedraza (2020) "un aspecto expresado por motivaciones de los colaboradores que poseen un compromiso al igual que la empresa que se cumplan los objetivos", estas satisfacciones se miden por niveles de satisfacción o grados tal como refiere Pujol

(2018) como el gusto que tienen los trabajadores por su trabajo dentro de la organización involucrandose emocionalmente como cognitivamente.

Involucrarse con su trabajo por parte del colaborador, es una actitud directamente relacionada que mide el nivel de responsabilidad y nivel de compromiso que tiene el trabajador con su empresa, por lo cual podemos decir mientras existe mayor responsabilidad consiente se tiene como efecto mayor la identificación con la organización esto se atribuye también por que son conscientes de la importancia que cumplen con su labor y como este aporta en beneficio propio y organico, por lo cual podemos indicar que el compromiso organizacional influye directamente en su propia satisfacción del trabajador.

En la actualidad las organizaciones ven la necesidad de poder cumplir con sus clientes externos, pero también con sus clientes internos quienes son sus colaboradores directos a través de un servicio óptimo y con satisfacción, por lo cual hacemos la pregunta ¿qué es la satisfacción para nuestros clientes tanto interno como externos? y como miden la aceptación de un servicio adecuado provistos por la empresa? Por lo cual no todos los clientes, colaboradores conceptualizan la misma idea de indicar que se sienten estar satisfechos por como la organización ha establecido sus lineamientos y como estos influyen o no en la satisfacción de ellos, tal como indica, Clavijo (2018) “si los colaboradores se sienten parte de la organización, si sus percepciones son tomadas en cuenta estos estarán mayormente motivados y con un grado de satisfacción en sus empresas”.

Por lo cual estas consideran la existencia de factores internos como externos que tienen un nivel de relación importante para medir la satisfacción o no del trabajador dentro de la empresa, esta aseveración también es corroborada por Herzberg (1954) citado en Boluarte (2015) “es definida por circunstancias extrínsecas como intrínsecas a las motivaciones del trabajador”, por lo cual conociendose estos aspectos permitira llevar al éxito de la organización, a consecuencia de que el trabajador tiene de conocimiento los factores positivos y negativos dentro y fuera de la organización permitiendoles tener mas conciencia, de lo importante que es para la organización, esto se hace un factor mas importante en conterxtos de la actualidad donde existen mayor competitividad, asi por ello indica Sánchez (2017) “el éxito de la empresas hoy en dia se debe como se relaciona al colaborador a la empresa haciendose actor importante también en el

éxito de la empresa, haciendolo ver asi tambien al trabajador el compromiso propio con la empresa”.

Indicadores de la Satisfacción laboral: Se considera a las actitudes como parámetros de medidas positivas o negativas porque reflejan el sentir en referencia a algo; esto tiene sentido para dar a conocer si repercute con la satisfacción o no dentro de su organización, estas actitudes se involucran directamente con el hecho de estar satisfecho con su trabajo como colaborador donde se consideran al componente cognitivo que indica cómo son las cosas, a partir del nivel de conocimiento del colaborador y como lo relaciona con la realidad; por otro lado se tiene el comportamiento como componente que refiere a la actitud de saber cómo hacer las cosas en su contexto y que es dinámico y diferente.

Involucramiento en el trabajo: Robbins y Judge (2013) “permite medir el nivel de compromiso del colaborador con la empresa y con su puesto laboral considerando que su desempeño laboral es importante para la valia personal”.

Compromiso organizacional: Robbins y Judge (2013)“se refiere al deseo de mantener una relacion con la organización en el tiempo”.

Apoyo organizacional percibido: se refiere al Robbins y Judge(2013) “nivel de compromiso que percibe el colaborador por parte de la organización por que valora su aporte del trabajador con la empresa”.

Compromiso del empleado: Segun refiere Robbins y Judge (2013)“refieren al entusiasmo, satisfaccion del trabajador con su empresa en relacion a su labor que realiza” esto quiere decir al compromiso de tambien poder adquirir nuevos conocimientos existe una pasion por lo que hacen y de integrarse cada vez mas con sus compañeros, en comparacion de los empleados que desarrollan una labor mecanica y no muestran interes por seguir aprendiendo poniendo en segunda linea la consolidacion de la relaciones humanas laborales con sus compañeros.

Asi mismo se pueden encontrar colaboradores insatisfechos en sus centros laborales que ocasionan algunas desiciones muy drasticas por parte del trabajador como el desligarse de su compromiso con la empresa que pueden ser a causa de no sentirse satisfecho, o tambien por haber encontrado una nueva oportunidad laboral con mejores condiciones que cubren mejor sus expectativas al cual podemos denominar como un centro laboral que le permitira cubrir sus expectativas por que creen sentir estar en el lugar correcto y es valorado como profesional.El

trabajador también cree sentirse no satisfecho al percibir que no recibe la misma oportunidad en relación con sus compañeros de trabajo, o siente que existen preferencias hacia ellos, esta aseveración también es mencionada por Sánchez (2016) "Los colaboradores sienten estar insatisfechos o en desventaja cuando sienten que estos reciben mejores condiciones a la de uno mismo" por lo cual esto conlleva a un trabajo escaso o deficiente.

por otro lado otros permanecerán siempre en sus organizaciones a pesar de inconvenientes que puede encontrarse o la misma no satisfacción de pertenecer a la empresa se trata solo de la practicar de la lealtad, así mismo se consideran el aspecto de la negligencia donde las acciones de los colaboradores es más de falta de identificación con la organización dando resultados negativos como el ausentismo al trabajo, desarrollando prácticas y procesos con tasas de errores que perjudican a la empresa.

Se tiene como elementos de la satisfacción al rendimiento percibido, las expectativas y finalmente niveles de satisfacción.

El Rendimiento Percibido: Thompson (2020) menciona al rendimiento percibido "como el valor percibido del usuario al culminar la experiencia del servicio o producto entendiéndose como el resultado que tubo".

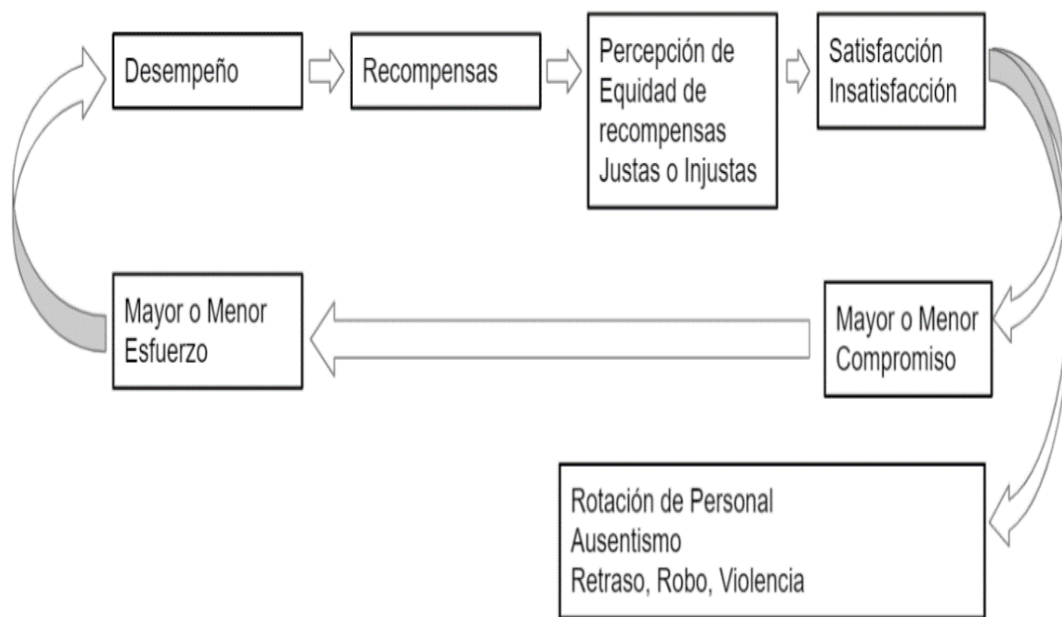
Las Expectativas: Thompson (2020) Indica que la expectativa es la "esperanza" de un cliente por algo. Las expectativas del cliente se generan por una o más de las siguientes cuatro situaciones: o Compromisos contraídos por la misma empresa con los beneficios de los productos o servicios. o Experiencia de compra previa. u Opiniones de otras personas.

Los Niveles de Satisfacción: Al culminar de la adquisición del servicio o producto por parte de los clientes de la empresa estos experimentarán criterios en niveles de satisfacción siendo estos la insatisfacción, satisfacción y complacencia. Se puede comprender que los criterios que se consideran como definidos en la satisfacción tienen orden lógico ya que como se indican en primera instancia se tiene que conocer cuál es el resultado de rendimiento de la organización que tiene como promedio con sus clientes y esta como se está relacionado directamente con lo que los usuarios esperan experimentar y en una etapa o parte final el nivel de la satisfacción real que han experimentado los usuarios por el servicio o producto recibido, ello permitirá saber hasta dónde se pudo cumplir el nivel de satisfacción;

al tener claro estos conceptos las organizaciones al final de conocen o acercan la idea de cómo piensan los cliente y cómo perciben sus experiencias por lo cual permitirá ajustar en lo que fuese necesario hacerlo.

Figura 2

Ciclo de Desempeño y Satisfacción



Fuente: Newstrom, (2017)

Modelos teóricos La segunda variable la “Satisfacción laboral” se delimita a través de enfoques teóricos como son:

Teoría de las Expectativas de Vroom: menciona que cada organización tiene su propia cultura organizacional, donde se ven plasmado la identidad y esencia de lo que es la empresa lo que busca de sus trabajadores como lo que pide de ellos, por esta misma razón las organizaciones ofrecen una posibilidad de opciones como son los incentivos, premios por demostrar el compromiso con el logro planteado por la empresa, por que las empresas les importan el desenvolvimiento de los colaboradores gracias al esfuerzo demostrado.

Chiang (2010) indica sobre la teoría de las expectativas “como el criterio más importante para determinar la satisfacción y el comportamiento en el trabajo”, se

indica que las satisfacciones de las personas dependen de algunos comportamientos que de manera antelada se espera, y que permitan conducir y comparar con los resultados.

Por otro lado, la Teoría de March y Simon Palomo (2010) "Indican la existencia de relaciones intrínsecas de forma directa e indirecta de la satisfacción y el rendimiento, donde la motivación para poderse generar dependerá de un estado, presentándose las motivaciones para encontrar como deben de satisfacer estados insatisfechos".

Así tenemos también a la teoría de la atribución Causal: donde Manassero (1995) indica "ser la relación de lo que se quiere en adelante para el futuro con la estabilidad de las atribuciones realizadas, de modo que las atribuciones más estables sostienen las expectativas sobre el resultado futuro"

Así mismo Amaru (2009) menciona que "Frederick Herzberg indica que los impulsos en un contexto laboral de la organización se relacionan con los motivos internos de los individuos siendo factores influyentes el propio trabajo y las condiciones" (p.303).

Es así que Chiavenato en el (2007) indica "factores higienicos a las condiciones del trabajador como físicas y ambientales, se habla de la cultura preventiva por la cual se presentan factores laborales y bienestar, normativas de la empresa, relaciones laborales y competencias con los subordinado" así también otros aspectos como las de su salari y remuneraciones.

Teoría de las Expectativas: Liljander & Strandvik (1995) indica que "los bienes y servicios deben cumplir las expectativas del cliente sobre el rendimiento real percibido. Por lo cual al comprar el bien o servicio los clientes utilizarán la clasificación mejor o peor que".

Esto se refiere a la calidad o no de los productos y servicios, es decir de lo que espera el consumidor a la realidad consumida como experiencia, calificando a esta experiencia como positiva o negativa, cuando el desempeño de un producto o servicio cumple con las expectativas, se produce una simple confirmación de las expectativas. Cuando aumentan las no conformidades positivas, se espera que aumente la satisfacción del cliente.

Teoría de las necesidades Humanas: Refiere que el comportamiento del ser humano es el resultado de una necesidad interna por la ausencia de algo, por lo

cual Amaru (2009) “el comportamiento es variado donde debe encontrar una respuesta a esa necesidad, dependerá la magnitud de necesidad para sentirse motivado pudiendo cubrir esa necesidad, donde al cumplir el objetivo se continuará a un estado de satisfacción por haberlo cumplido”.

Teoría de la Jerarquía de las necesidades: Robbins y Judge (2013) menciona ser enunciado por Abraham Maslow donde plantea cinco jerarquías de necesidades como son las fisiológicas, de seguridad, sociales, estima y autorrealización”, donde uno tiene que saber ubicarse en qué nivel se encuentra y tener una motivación de poder alcanzar esa necesidad y en esa línea de seguir escalando los siguientes niveles que cubran sus necesidades y expectativas pero eso depende cada individuo para saber decir con que uno se siente satisfecho, por lo cual el criterio de la necesidad de la estima permite conocer si hemos logrado o no los objetivos en la empresa como colaborador si somos reconocidos por la labor que desempeñamos es decir si somos o no reconocidos por lo demás en la empresa.

Teoría de X y Y: Robbins y Judge (2013) esta teoría fue “propuesta por Douglas Mc Gregor donde determino dos factores donde “X” es la negativa de las personas y “Y” es el factor positivo”, donde indican que los gerentes están a favor del factor “x” es decir que los trabajadores no les gusta las características propias de su función por lo cual necesitan ser dirigidos, y los trabajadores representan el factor “Y” es decir los empleados podrán adecuarse a lo que las empresas plantean porque suponen que es su compromiso con la empresa.

Teoría Humanista: Se aprecia la importancia de valorar al colaborador de las empresas como individuos con sentimientos, donde se valora la percepción de que son para las empresas y no solo individuos que producen de manera mecánica y sistematizada por lo cual Amaru (2009)“ indica la preocupación de cómo y cuáles son las condiciones de los trabajadores indicando que no son una máquina, sino un seres humanos al cual se le debe de capacitar y liderar en las organizaciones” (p. 324) por lo cual los trabajadores se sienten motivados por necesidades , la cual estas motivaciones se manifiestan en todas las circunstancias.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Carrasco (2013) indica ser “conjunto de técnicas, y procesos previos de una investigación” es decir la formulación de lo que se desea hacer antes de la investigación, definiéndose lo que se desea obtener con una estructura formulada, por lo cual el presente estudio es de tipo de una investigación básica porque al culminar de la investigación se busca conocer los resultados para poder profundizar el comportamiento de la problemática y su impacto en la organización, es decir los resultados permitirán a la agencia de turismo conocer cuan significativo o no es la relación entre la comunicación organizacional con satisfacer o no al trabajador.

En relación al diseño de la investigación Christensen (1980) citado en carrasco (2013) refiere “como un plan concebido para conocer las necesidades del estudio” por lo cual el diseño que se aplicara un diseño no experimental transversal, no se busca manipular las variables de investigación, solo conocer el comportamiento a través del resultado que se obtengan y entender el porqué de estos comportamientos.

La presente investigación tiene un enfoque cuantitativo según Hernández (2014) “Indica ser el “acopio de información que nos permitirá comprobar la hipótesis con métodos estadísticos para probar aspectos teóricos” (p.4) siendo una investigación de tipo correlacional, donde Bernal (2010) indica “una investigación correlacional tiene como propósito examinar la relación entre las variables o resultados de las variables” (p.114). Es así que la presente investigación tiene un nivel de alcance de investigación correlacional porque permitirá asociar y relacionar las variables donde un cambio en uno de estos variables influirá directamente en el otro: la variables de la investigación son la comunicación organizacional y la satisfacción de los trabajadores donde al culminar la investigación podremos observar cómo influirá una variable en relación del cambio o no que pueda sufrir la otra.

Finalmente se menciona que la presente Investigación tiene un corte transversal o transaccional, donde será desarrollada en un solo momento dado en el tiempo, aplicándose para ello el cuestionario como instrumento de recolección de información.

3.2. Variables y operacionalización

El estudio presenta variables cualitativas categóricas ordinales polinómicas que son V1: comunicación organizacional V2: satisfacción laboral.

Variable 1: Comunicación Organizacional, Guzmán (2012) indica que “es el procedimiento formal donde se transmiten contenidos importantes en relación a la organización que tienen procesos y que son ejecutados en un tiempo determinado relacionado al cumplimiento de objetivos de las organizaciones” (p.9). La comunicación organizacional es importante para los colaboradores de las organizaciones porque permite tener un contacto formal según el nivel de responsabilidad dentro de la empresa y poder compartir la comunicación con otras instancias de la misma, siendo sus características de ser cotidiana formal por lo cual necesita ser bien procesada antes de responder con la finalidad que esta comunicación sea asertiva y efectiva a los intereses del mismo colaborador como a los de la empresa.

Dimensiones V1: la variable comunicación organizacional considera las siguientes dimensiones en el presente estudio siendo estos la comunicación interna, la comunicación externa y las redes de comunicación.

Se considera como comunicación interna a toda información que recurre y es transmitida por los colaboradores de la organización de manera operacional como motivacional, a diferencia de la comunicación externa, que es la información que transcurre entre los colaboradores y el exterior que permite enlazarlos, Finalmente podemos indicar a las redes de comunicación como los medios que permiten acercar al emisor con el receptor de mejor manera.

Indicadores: Se considera los siguientes indicadores para las dimensiones de las variables comunicaciones Organizacional la Comunicación Vertical, Comunicación Horizontal, Comunicación diagonal, Relaciones Publicas, Comunicación Formal, Comunicación Informal, Disponibilidad de recursos y oportunidades.

Variable 2: Satisfacción Laboral, Robbins y Judge (2013) Indican ser las aptitudes de los trabajadores de la organización describiéndolo como un sentimiento positivo acerca de su responsabilidad en su puesto de su trabajo, donde se indica que el colaborador con un nivel de satisfacción importante en su responsabilidad laboral posee aspectos positivos en sus obligaciones mientras lo

contrario sucedería al trabajador inconforme que posee aspectos negativos con su trabajo esto se puede medir a partir del nivel de involucramiento que tiene con su trabajo que permite medir sus obligaciones con sus deberes.

Dimensiones V2: Satisfacción laboral considera las siguientes dimensiones en el presente estudio siendo estas, el involucramiento en el trabajo, identificación con el trabajo, compromiso organizacional y percepción del apoyo organizacional.

Donde se conceptualiza al involucramiento del trabajo como el nivel de compromiso que tienen los colaboradores con su organización, esto se relaciona directamente con la identificación como percepción que tiene y cómo influye la organización en los colaboradores, así también como la empresa el compromiso de la organización con el trabajador brindándole a este los requerimientos mínimos Logísticos y conceptuales para que estos puedan cumplir sus responsabilidades, finalmente se tiene a el apoyo organizacional, es decir en qué medida la empresa abarca otros aspectos fuera del trabajo, es decir la organización brinda un soporte en la parte humana del colaborador de la empresa permitiéndole cubrir sus necesidades que crea niveles de motivación y mayor compromiso del trabajador con la empresa.

Indicadores: Se considera los siguientes indicadores para las dimensiones de las variables satisfacción laboral lo siguiente Disponibilidad de recursos y oportunidades, Involucramiento del trabajo, entusiasmo con el trabajo, desempeño percibido, facultad de decisión, grado de influencia laboral, compromiso afectivo, compromiso de permanencia, compromiso Normativo, contribución organizacional.

Tabla 1

Dimensiones de las variables de Estudio

Unidad de Estudio	Variable de Estudio 1	Variable de Estudio 2
Grupo X-treme Tourbulencia	Comunicación Interna Comunicación Externa Redes de comunicación	Identificación del Empleado Involucramiento en el trabajo Compromiso Organizacional Apoyo Organizacional Percibido

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1. Población.

El estudio considero a los colaboradores y trabajadores de la Agencia de Turismo Grupo X-treme Tourbulencia de la ciudad del cusco siendo la población de estudio compuesta por 56 trabajadores, que están segmentadas en los siguientes áreas o departamentos, área gerencial, administrativos, y los operarios.

Tabla 2

Población y muestra de Estudio

Unidad de Estudio	Area de la empresa	Cantidad	Total
	Gerencia	03 Trabajadores	03
Grupo X-treme Tourbulencia	Administrativa	08 Trabajadores	08
	Funcional	45 Trabajadores	45
Total de Trabajadores			56

Fuente: Información provista de la planilla de la empresa.

3.3.2. Muestra.

Carrasco (2013) “Indica ser el fragmento importante de la población que tienen particularidades objetivas” por lo cual la presente investigación, considero para el estudio una muestra probabilística aleatorio simple y donde por conveniencia se consideró a todos como población, siendo esta de tipo muestra censal por ser la población pequeña.

Donde se ha considerado como criterios de incorporación de la muestra a todos los colaboradores de la empresa siendo estos de ambos sexos, edades, y funciones laborales de la organización, por otro lado, no se tienen considerados criterios para poder excluir a nadie, se tiene en su totalidad a todos los colaboradores de la empresa.

3.3.3. Muestreo.

Hernández et al, (2014) menciona “es la población que tiene características parecidas, tienen la misma oportunidad de ser incluidas de ser parte de la muestra”

en este estudio se consideró a todos los colaboradores de la empresa, permitió poner en uso del instrumento del cuestionario siendo estos respondidos por los 56 trabajadores en su totalidad, los trabajadores de la empresa poseen características homogéneas que permitieron recoger a través de las respuestas la realidad según los ítems formulados.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1. Técnicas de recolección de datos.

Hernández (2014) Indica ser “la elaboración de un método planificado de procesos que permitan obtener información objetivamente definido determinado por las fuentes de recolección de datos, su ubicación para la obtención, su diagnóstico y preparación final”, por lo cual el estudio utilizó la encuesta como técnica para la obtención de información según sus variables por ser una técnica práctica en la obtención de información que permitió describir las características de cada variable y nos permitieron contrastar con la hipótesis formulada para esta investigación.

3.4.2. Instrumentos de recolección de datos.

El estudio utilizó como instrumento el cuestionario, Carrasco (2013) menciona “ser un documento formal que se comparte con los encuestados” que nos permitió obtener respuestas de manera directa, ya que los involucrados fueron de manera anticipada las formulaciones de las preguntas para ser respondidas en un momento y espacio, se tiene considerado a 56 trabajadores de la unidad de estudio para responder el cuestionario.

3.4.3. Validez.

Carrasco (2013) indica que “es los atributos que tienen los instrumentos de la investigación que miden con objetividad, precisión, y veracidad lo que se desea medir de las variables” por lo cual la presente investigación fue juzgada por expertos de nuestra universidad que midan el nivel de validez de los instrumentos de recolección.

El instrumento de estudio ha sido evaluado por cinco expertos que han certificado que el instrumento es válido en relación a su contenido cumpliendo los criterios de relevancia, pertinencia y claridad, el resultado estadístico de la V de

Aieken ha dado finalmente como confiabilidad un resultado estadístico de 0.87, es decir es mayor de 0.70 por lo cual el instrumento es válido

3.4.4. Confiabilidad.

Hernández (2014) indica que “este concede medir el nivel de su ejecución de manera repetida a los encuestados, sus resultados son objetivos y con un sentido y coherencia” es así que la presente investigación fue validada en sus contenidos por parte de Jueces o Personas idóneas de nuestra universidad que diagnosticaron y midieron el nivel de aceptación del uso del instrumento, así mismo la investigación para medir el grado de confiabilidad también aplicara el test de confiabilidad de alfa de cronbach.

Se obtuvo un grado de confiabilidad de Alfa de Cronbach del instrumento de recolección de datos, al término de la encuesta la totalidad de la muestra censal fue representado por 56 encuestados, culminado la encuesta se tuvo como resultado un grado de confiabilidad de Alfa de Cronbach para la Variable Comunicación Organizacional de 0,847 en base a 19 Items, así mismo el grado de confiabilidad de Alfa de Cronbach para la variable de Satisfacción laboral dio como resultado de 0,842 en base a 19 Items, por lo cual podemos indicar que ambas variables presentan en el contenido de la construcción de los ítems un grado de confiabilidad optima que permiten dar solidez al estudio de investigación y muestran una realidad más clara en referencia al objetivo que busca la investigación.

Tabla 3

Estadística de fiabilidad Variable comunicación Organizacional 1

Alfa de Cronbach	Número de elementos
,847	19

Fuente Resultados de SPSS

Tabla 4

Estadística de Fiabilidad Variable 2 Satisfacción Laboral

Alfa de Cronbach	Número de elementos
,842	19

Fuente: Resultado de SPSS

3.5. Procedimientos

El estudio tiene como unidad de estudio la empresa de turismo Grupo Xtreme Tourbulencia de la ciudad del cusco, se desarrollaron acciones desde el consentimiento de la empresa y su culminación con la recolección de la informaciones, en una primera acción se envió una solicitud a la empresa para pedir el permiso del uso de la denominación de la organizacion para poder ejecutar la presente investigacion, posteriormente aceptado el consentimiento se coordinó para aplicar el instrumento a los 56 colaboradores, estos representados por la área de Administración y Gerencia, Gestión de operaciones y otros, siendo los medios de comunicación los medios digitales como Google Meet, formatos Google Form y otros.

Posteriormente se dio de conocimiento a los trabajadores de la empresa para que con su consentimiento se proceda a la recolección de la información, se pudo explicándose el objetivo y finalidad de la investigación y la importancia de la respuesta con la verdad de los colaboradores, por lo cual estos respondieron de manera positiva y voluntaria.

El conjunto de Items formulados fueron elaborados por el investigador fueron incorporados por instrumentos digitales como consecuencia de la emergencia sanitaria, donde se utilizó la plataforma digital de Google Meet como medio de comunicación y coordinación, se entregaron a los colaboradores el instrumento del cuestionario que fueron formulados con la escala de Likert, siendo su etiqueta de calificación (S) siempre, (CS) casi siempre,(AV) algunas veces, casi Nunca (CN) y finalmente (N) nunca estas preguntas fueron alojadas en el formulario de Gmail denominado Google Forms, esta encuesta se entregaron previa coordinación con tiempo anticipado para que puedan ser respondidas en el tiempo establecido para su análisis de respuesta y se cumplan la programación establecida en la presente investigacion.

Tabla 5

Resumen de Procesamiento de Datos

	Numero	%
Validos	56	100,0
Casos Excluidos	0	,0
Total	56	100,0

Fuente Estadística de SPSS

3.6. Métodos de análisis de datos

La investigación presenta variables cualitativas donde se han utilizado el método de análisis de estadística descriptiva para el análisis de los resultados, la información obtenidas están representadas en, tablas de frecuencia por ítems, tablas de frecuencia de datos agrupados (dimensiones), tablas de frecuencia de datos agrupados (variables) y tablas de contingencia.

Así mismo se utilizaron estadísticas inferenciales en las variables cualitativas para la prueba explicativa de hipótesis, con la prueba de tau b de Kendall para la presente investigación, se consideró la técnica de la estadística descriptiva para poder analizar los resultados que se obtuvieron mediante tablas, gráficos con su interpretación respectiva en cada una de ellas.

3.7. Aspectos éticos

El presente estudio se desarrolló respetando las normas estipuladas por la universidad así como la originalidad de una investigación, el estudio es una investigación original donde su contenido se ha basado en la conveniencia del estudio, evitándose la plagia u/o copia de otros trabajos, es un estudio propio del investigador con fines de dar a conocer la realidad de la unidad de estudio y su relación a las variables planteadas, se han sostenido con teorías relacionadas al estudio con criterios de conveniencia citándose a cada una de ellas según las teorías relacionadas, conceptualizaciones y el aporte reflexivo del propio investigador, la investigación presentara de manera verídica los resultados de la investigación evitándose la manipulación de la información, por lo cual los asuntos de ética del estudio se basaran en el respeto a la opinión de los encuestados, la honestidad de la no manipulación de la información, por otro lado se considera la justicia que permitirá que la investigación sea tratado con los elementos que se debe tener en la investigación aplicando los procedimientos y tratamiento que requiere.

Por otro lado, se han utilizado las normas APA versión séptima, por cuestiones de forma respetando cada una de ella que dan en forma al estudio un carácter formal, considerándose así mismo el principio de autonomía desde la apertura y consentimiento de poder involucrar a la empresa como elemento importante para la investigación y la predisposición de parte de la gerencia así como

de los colaboradores, mostrando por parte de ellos la libertad de compartir sus percepciones y puntos de vista, Es importante hacer énfasis en mencionar la libertad mostrada que permitió al presente estudio recoger información verídica que etiquetan al estudio formal y verdadero.

Finalmente mencionar que la investigación se desarrolló en base a la praxis de la justicia, de lo que es respetando pensamientos, y en todo momento hacer valer lo que es la verdad del pensamiento que compartió para la formación y culminación de la investigación.

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados descriptivos

Objetivo General

Determinar el nivel de relación entre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral de las Agencia de turismo Grupo X-treme Tourbulencia, cusco 2021.

Tabla 6

*Tabla cruzada Comunicación Organizacional * Satisfacción Laboral*

		Satisfacción laboral (Agrupada)		Total
		Moderado	Eficiente	
Comunicación organizacional (Agrupada)	Recuento	25	1	26
	Moderado % del total	44.6%	1.8%	46.4%
	Recuento	8	22	30
	Eficiente % del total	14.3%	39.3%	53.6%
Total	Recuento	33	23	56
	% del total	58.9%	41.1%	100.0%

Fuente: Cuestionario aplicado a muestra de estudio.

Interpretación: En la tabla 5 se observa que: de un total de 56 personas encuestadas 26 (46.4%) consideran que la comunicación organizacional es moderada y 30 (53.6%) la consideran eficiente. Asimismo, 33 (58.9%) personas encuestadas consideran que la satisfacción laboral es moderada y 23 (41.1%) la consideran eficiente. Por otro lado, se puede visualizar que, de las 30 personas que calificaron a la comunicación organizacional como eficiente, 22 calificaron a la satisfacción laboral como eficiente también y 8 como moderada. Complementariamente, de 26 personas calificaron a la comunicación organizacional como moderada, las mismas 1 califico a la satisfacción laboral como eficiente y 25 como moderada también. Finalmente, se visualiza que, de las 23 personas que calificaron a la satisfacción laboral como eficiente, las mismas 37 personal calificaron a la comunicación organizacional como eficiente también. Complementariamente, de las 33 personas que calificaron a la satisfacción laboral

como moderada, 25 calificaron a la comunicación organizacional como moderada también.

Objetivo Específico 1

Determinar el nivel de relación entre la comunicación interna y la satisfacción laboral de la Agencia de turismo Grupo X-treme Tourbulencia de la ciudad cusco, periodo 2021.

Tabla 7

*Tabla Cruzada V1D1 Comunicación Interna *V2 Satisfacción Laboral*

		Satisfacción laboral (Agrupada)		Total
		Moderado	Eficiente	
Comunicación interna (Agrupada)	Recuento	15	3	18
	Moderado % del tota	26.8%	5.4%	32.1%
	Recuento	18	20	38
	Eficiente % del tota	32.1%	35.7%	67.9%
Total	Recuento	33	23	56
	% del tota	58.9%	41.1%	100.0%

Fuente: Cuestionario aplicado a muestra de estudio.

Interpretación: En la tabla 6 se observa que: de un total de 56 personas encuestadas 18 (32.1%) consideran que la comunicación interna es moderada y 38 (67.9%) la consideran eficiente. Asimismo, 33 (58.9%) personas encuestadas consideran que la satisfacción laboral es moderada y 23 (41.1%) la consideran eficiente. Por otro lado, se puede visualizar que, de las 38 personas que calificaron a la comunicación interna como eficiente, 20 calificaron a la satisfacción laboral como eficiente y 18 la consideraron como moderada. Complementariamente, de 18 personas calificaron a la comunicación interna como moderada, las mismas 3 calificaron a la satisfacción laboral como eficiente y 15 como moderada también. Finalmente, se visualiza que, de las 23 personas que calificaron a la satisfacción laboral como eficiente, las mismas 23 personal calificaron a la comunicación interna como eficiente también. Complementariamente, de las 33 personas que calificaron

a la satisfacción laboral como moderada, 15 calificaron a la comunicación interna como moderada también.

Objetivo Específico 2

Determinar el nivel de relación entre la comunicación Externa y la satisfacción laboral de la Agencia de turismo Grupo X-treme Tourbulencia de la ciudad cusco, periodo 2021.

Tabla 8

*Tabla Cruzada V1D2 Comunicación Externa * V2 Satisfacción Laboral*

		Satisfacción laboral (Agrupada)		Total	
		Moderado	Eficiente		
Comunicación externa (Agrupada)	Moderada	Recuento	29	0	29
		% del total	51.8%	0.0%	51.8%
	Eficiente	Recuento	4	23	27
		% del total	7.1%	41.1%	48.2%
Total		Recuento	33	23	56
		% del total	58.9%	41.1%	100.0%

Fuente: Cuestionario aplicado a muestra de estudio.

Interpretación: En la tabla 7 se observa que: de un total de 56 personas encuestadas 29 (51.8%) consideran que la comunicación externa es moderada y 27 (48.2%) la consideran eficiente. Asimismo, 33 (58.9%) personas encuestadas consideran que la satisfacción laboral es moderada y 23 (41.1%) la consideran eficiente. Por otro lado, se puede visualizar que de las 27 personas que calificaron a la comunicación externa como eficiente, 23 calificaron a la satisfacción laboral como eficiente y solo 4 la consideraron como moderada. Complementariamente, de 29 personas calificaron a la comunicación interna como moderada, ninguna de estas calificó a la satisfacción laboral como eficiente y solo 29 la calificaron como moderada. Finalmente, se visualiza que, de las 23 personas que calificaron a la satisfacción laboral como eficiente, las mismas 23 personal calificaron a la comunicación externa como eficiente también. Complementariamente, de las 33 personas que calificaron a la satisfacción laboral como moderada, 4 de ellas

calificaron a la comunicación externa como eficiente y 29 encuestados la indicaron como moderada.

Objetivo Específico 3

Determinar el nivel de relación entre las Redes de Comunicación y la satisfacción laboral de la Agencia de turismo Grupo X-treme Tourbulencia de la ciudad cusco, periodo 2021.

Tabla 9

*Tabla Cruzada V3D1 Redes de Comunicación * Satisfacción Laboral*

		Satisfacción laboral (Agrupada)		Total	
		Moderado	Eficiente		
Redes de Comunicación (Agrupada)	Deficiente	Recuento	3	0	3
		% del total	5.4%	0.0%	5.4%
	Moderado	Recuento	20	4	24
		% del total	35.7%	7.1%	42.9%
	Eficiente	Recuento	10	19	29
		% del total	17.9%	33.9%	51.8%
Total		Recuento	33	23	56
		% del total	58.9%	41.1%	100.0%

Fuente: Cuestionario aplicado a muestra de estudio.

Interpretación: En la tabla 8 se aprecia que: de un total de 56 personas encuestadas 3 (5.4%) consideran que la red de comunicación es deficiente y 24 (42.9%) la consideran moderada como también 29 (51.8%) la consideran eficiente. Asimismo, 23 (33.9%) personas encuestadas consideran que la satisfacción laboral es eficiente y 33 (58.9%) la consideran como moderado. Por otro lado, se puede visualizar que de las 23 personas que calificaron a las redes de comunicación como eficiente estas mismas 23 calificaron a la satisfacción laboral como eficiente también y solo 7 la consideraron como moderada y ningún encuestado indico que es deficiente. Complementariamente, de 24 personas calificaron a las redes de comunicación como moderada, 19 de estas calificaron a la satisfacción laboral como eficiente y solo 10 la calificaron como moderada. Finalmente, de las 3 personas que calificaron las redes de comunicación como deficiente, ninguno de estos califico a la satisfacción laboral como eficiente más si estas mismas la consideraron como moderada a la satisfacción laboral.

Tablas de Frecuencia de datos Agrupados

Tabla 10

Tabla de Frecuencia V1 Comunicación Organizacional

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Moderado	26	46.4	46.4	46.4
	Eficiente	30	53.6	53.6	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario aplicado a muestra de estudio.

En la tabla Numero 9 se tiene que, del total de 56 encuestados, 30 encuestados ha indicado que la comunicación Organizacional es eficiente esto representa el (53,6%) del total de 56 encuestados, así mismo por otro lado 26 encuestados indicaron que la comunicación Organizacional es moderada esto representa el (46,4%) del total de 56 encuestados, Por lo cual se menciona que la comunicación organizacional de manera general es más eficiente que moderada.

Tabla 11

Tabla de Frecuencia V1D1 Comunicación Interna

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Moderado	18	32.1	32.1	32.1
	Eficiente	38	67.9	67.9	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario aplicado a muestra de estudio.

En la tabla Numero 10 se tiene que, del total de 56 encuestados, 38 encuestados ha indicado que la comunicación Interna es eficiente esto representa el (67,9%) del total de 56 encuestados, así mismo 18 encuestados indicaron que la comunicación interna es moderada esto representa el (32,1%) del total de 56 encuestados, Por lo cual se menciona que la comunicación interna de manera general es más eficiente que moderada en la organización.

Tabla 12*Tabla de Frecuencia V2D1 Comunicación Externa*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Moderado	29	51.8	51.8	51.8
Eficiente	27	48.2	48.2	100.0
Válido Total	56	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario aplicado a muestra de estudio.

En la tabla Numero 11 se tiene que, del total de 56 encuestados, 27 encuestados ha indicado que la comunicación Externa es eficiente esto representa el (48,2%) del total de 56 encuestados, así mismo 29 encuestados indicaron que la comunicación externa es moderada esto representa el (51,8%) del total de 56 encuestados, Por lo cual se menciona que la comunicación externa de manera general es más eficiente que moderada en la organización.

Tabla 13*Tabla de Frecuencia V3D1 Redes de Comunicación*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Deficiente	3	5.4	5.4	5.4
Moderado	24	42.9	42.9	48.2
Válido Eficiente	29	51.8	51.8	100.0
Total	56	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario aplicado a muestra de estudio.

En la tabla Numero 12 se tiene que, del total de 56 encuestados, 29 encuestados ha indicado que las redes de comunicación es eficiente esto representa el (51,8%) del total de 56 encuestados, así mismo 24 encuestados indicaron que las Redes de comunicación es moderada esto representa el (42.9%) del total de 56 encuestados, y así mismo 3 encuestados indicaron que las Redes de comunicación en la organizacion son deficientes esto representa el (5.4%) del

total de encuestados Por lo cual se menciona que las Redes de comunicación de manera general es más eficiente en la organización.

Tabla 14

Tabla de Frecuencia V2 Satisfacción Laboral

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Moderado	33	58.9	58.9	58.9
	Eficiente	23	41.1	41.1	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario aplicado a muestra de estudio.

En la tabla Numero 13 se tiene que, del total de 56 encuestados, 23 encuestados ha indicado que la satisfacción laboral es eficiente esto representa el (41.12%) del total de 56 encuestados, así mismo 33 encuestados indicaron que la satisfacción laboral es moderada esto representa el (58,9%) del total de 56 encuestados, Por lo cual se menciona que la Satisfacción Laboral de manera general es más moderada que eficiente en la organización.

Tabla 15

Tabla de Frecuencia D1V2 Identificación del Empleado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Moderado	34	60.7	60.7	60.7
	Eficiente	22	39.3	39.3	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario aplicado a muestra de estudio.

En la tabla Numero 14 se tiene que, del total de 56 encuestados, 22 encuestados ha indicado que la Identificación del Empleado es eficiente esto representa el (39.3%) del total de 56 encuestados, así mismo 34 encuestados indicaron que la Identificación del Empleado es moderada esto representa el (60,7%) del total de 56 encuestados, Por lo cual se menciona que la Identificación

del Empleado de manera general es más moderada que eficiente en la organización.

Tabla 16

Tabla de Frecuencia D2V2 Involucramiento en el trabajo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Moderado	24	42.9	42.9	42.9
	Eficiente	32	57.1	57.1	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario aplicado a muestra de estudio.

En la tabla Numero 15 se tiene que, del total de 56 encuestados, 32 encuestados ha indicado que el Involucramiento en el trabajo es eficiente esto representa el (57.1%) del total de 56 encuestados, así mismo 24 encuestados indicaron que la Involucramiento en el trabajo es moderada esto representa el (42,9%) del total de 56 encuestados, Por lo cual se menciona que existe un Involucramiento en el trabajo de manera general es más eficiente que moderada en la organización.

Tabla 17

Tabla de Frecuencia D3V2 Compromiso Organizacional

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Moderado	44	78.6	78.6	78.6
	Eficiente	12	21.4	21.4	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario aplicado a muestra de estudio

En la tabla Numero 16 se tiene que, del total de 56 encuestados, 12 encuestados ha indicado que el compromiso Organizacional es eficiente esto representa el (21.4%) del total de 56 encuestados, así mismo 44 encuestados indicaron que el Compromiso Organizacional es moderada esto representa el (78,6%) del total de 56 encuestados, Por lo cual se menciona que existe un

Compromiso Organizacional de manera general más moderado que eficiente en la organización.

Tabla 18

Tabla de Frecuencia D4V2 Apoyo Organizacional Percibido

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Moderado	30	53.6	53.6	53.6
	Eficiente	26	46.4	46.4	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario aplicado a muestra de estudio.

En la tabla Numero 17 se tiene que, del total de 56 encuestados, 26 encuestados ha indicado que existe un Apoyo Organizacional percibido eficiente esto representa el (46.4%) del total de 56 encuestados, así mismo 30 encuestados indicaron el Apoyo Organizacional Percibido es moderada, esto representa el (53,6%) del total de 56 encuestados, Por lo cual se menciona que el Apoyo Organizacional percibido de manera general más moderado que eficiente en la organización.

Resultados Inferenciales

Hipótesis General

Existe relación entre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral de la Agencia de turismo Grupo X-treme Tourbulencia cusco, 2021.

H₀: No Existe relación entre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral de la Agencia de turismo Grupo X-treme Tourbulencia cusco, 2021.

H₁: Existe relación significativa entre el entre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral de la Agencia de turismo Grupo X-treme Tourbulencia cusco, 2021

Regla de decisión:

Nivel de significancia = 0.05

Si el p-valor (sig.) > 0.05, se acepta la hipótesis nula.

Si el p-valor (sig.) < 0.05 se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Resultados

Tabla 19

Hipótesis Comunicación Organizacional y Satisfacción Laboral

		Satisfacción laboral (Agrupada)	
Tau_b de	Comunicación	Coefficiente de	.704**
Kendall	organizacional (Agrupada)	correlación Sig. (bilateral)	.000
		N	56

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

Interpretación:

La tabla 18 muestra que el p-valor (Sig.) es de 0,000 < 0,05 es decir es menor de 0,05, por lo cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, Así mismo se presenta un signo positivo (+) por lo cual presenta una relación directa, por otro lado, se evidencia el valor de un coeficiente de correlación de 0,704% % por lo cual se puede indicar que existe una fuerza de relación moderada.

Hipótesis específico 1:

Hi1: Existe relación entre la comunicación interna y la satisfacción laboral de la agencia de turismo Grupo X-treme Tourbulencia cusco, 2021.

H₀: No Existe relación entre la comunicación Interna y la satisfacción laboral de la Agencia de turismo Grupo X-treme Tourbulencia cusco, 2021.

H₁: Existe relación entre el entre la comunicación Interna y la satisfacción laboral de la Agencia de turismo Grupo X-treme Tourbulencia cusco, 2021.

Regla de decisión:

Nivel de significancia = 0.05

Si el p-valor (sig.) > 0.05, se acepta la hipótesis específica uno nula.

Si el p-valor (sig.) < 0.05 se acepta la hipótesis específica uno alterna

Tabla 20*Prueba de Hipótesis V1D1 * V2 Satisfacción Laboral*

			Comunicación interna (Agrupada)	Satisfacción laboral (Agrupada)
Tau_b de Kendall	Comunicación interna (Agrupada)	Coefficiente de correlación	1.000	.341*
		Sig. (bilateral)	.	.011
		N	56	56
	Satisfacción laboral (Agrupada)	Coefficiente de correlación	.341*	1.000
		Sig. (bilateral)	.011	.
		N	56	56

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Interpretación:

La tabla 19 muestra que el p-valor (Sig.) es de 0,11 > 0,05 es decir es mayor de 0,05, por lo cual se rechaza la hipótesis específica alterna y se acepta la hipótesis específica nula, Así mismo se presenta un signo positivo (+) por lo cual la relación es directa, por otro lado, se evidencia el valor de un coeficiente de correlación de 0,341% % por lo cual se puede indicar que existe una fuerza de relación baja.

Hipótesis específico 2:

Hi2: Existe relación entre la comunicación externa y la satisfacción laboral de los de la agencia de Turismo grupo X-treme Tourbulencia cusco, 2021.

H₀: No Existe relación entre la comunicación externa y la satisfacción laboral de la Agencia de turismo Grupo X-treme Tourbulencia cusco, 2021.

H₁: Existe relación entre el entre la comunicación externa y la satisfacción laboral de la Agencia de turismo Grupo X-treme Tourbulencia cusco, 2021.

Regla de decisión:

Nivel de significancia = 0.05

Si el p-valor (sig.) > 0.05, se acepta la hipótesis específica dos nula.

Si el p-valor (sig.) < 0.05 se acepta la hipótesis específica dos alterna

Tabla 21*Prueba de Hipótesis V1D2 * V2 Satisfacción Laboral*

			Comunicación externa (Agrupada)	Satisfacción laboral (Agrupada)
Tau_b de Kendall	Comunicación externa (Agrupada)	Coefficiente de correlación	1.000	.865**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	56	56
	Satisfacción laboral (Agrupada)	Coefficiente de correlación	.865**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	56	56

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

Interpretación:

La tabla 20 muestra que el p-valor (Sig.) es de $0,000 < 0,05$ es decir es menor de 0,05, por lo cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, Así mismo se presenta un signo positivo (+) por lo cual la relación es directa, por otro lado, se evidencia el valor de un coeficiente de correlación de 0,865 % por lo cual se puede indicar que existe una fuerza de relación moderada.

Hipótesis Específica Hi3:

Existe relación entre las redes de comunicación y la satisfacción laboral de la Agencia de turismo Grupo X-treme Tourbulencia cusco, 2021.

H₀: No Existe relación entre las redes de comunicación y la satisfacción laboral de la Agencia de turismo Grupo X-treme Tourbulencia cusco, 2021.

H₁: Existe relación entre las Redes de Comunicación y la satisfacción laboral de la Agencia de turismo Grupo X-treme Tourbulencia cusco, 2021.

Regla de decisión:

Nivel de significancia = 0.05

Si el p-valor (sig.) > 0.05 , se acepta la hipótesis específica 3 nula.

Si el p-valor (sig.) < 0.05 se acepta la hipótesis específica 3 alterna

Tabla 22*Prueba de Hipótesis V1D3 * V2 Satisfacción Laboral*

			Redes de Comunicación (Agrupada)	Satisfacción laboral (Agrupada)
Tau_b de Kendall	Redes de Comunicación (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1.000	.508**
		Sig. (bilateral)	.	.000
			N	56
	Satisfacción laboral (Agrupada)	Coeficiente de correlación	.508**	1.000
Sig. (bilateral)		.000	.	
		N	56	

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

Interpretación:

La tabla 21 muestra que el p-valor (Sig.) es de $0,000 < 0,05$ es decir es menor de 0,05, por lo cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, Así mismo se presenta un signo positivo (+) por lo cual la relación es directa, por otro lado, se evidencia el valor de un coeficiente de correlación de 0,508% % por lo cual se puede indicar que existe una fuerza de relación moderada.

Hipótesis Específica Hi3:

Existe relación entre las redes de comunicación y la satisfacción laboral de la Agencia de turismo Grupo X-treme Tourbulencia cusco, 2021.

H₀: No Existe relación entre las redes de comunicación y la satisfacción laboral de la Agencia de turismo Grupo X-treme Tourbulencia cusco, 2021.

H₁: Existe relación entre las Redes de Comunicación y la satisfacción laboral de la Agencia de turismo Grupo X-treme Tourbulencia cusco, 2021.

Regla de decisión:

Nivel de significancia = 0.05

Si el p-valor (sig.) > 0.05 , se acepta la hipótesis específica 3 nula.

Si el p-valor (sig.) < 0.05 se acepta la hipótesis específica 3 alterna

V. DISCUSIÓN

Los resultados en la presente investigación determinaron conocer la relación entre la Comunicación Organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia de turismo Grupo X-treme Tourbulencia, cusco, 2021; el cual, al culminó del estudio se pudo encontrar como resultado, un p- valor de 0,00 siendo este resultado $< 0,05$ a través de la prueba no paramétrica de Tau b de Kendall, lo que también permitió saber que existe una relación significativa y directa entre las variables del estudio, por presentar un coeficiente de correlación de 0,704 %. Esto quiere decir que la comunicación organizacional se relaciona de manera directa con la satisfacción laboral de los trabajadores en la organización, por lo cual investigación rechaza la hipótesis general nula (H_0) y acepta la hipótesis alterna planteada (H_1).

Estos resultados guardan relación con lo hallado por Tucto (2018) en su investigación titulada “comunicación organizacional y satisfacción laboral en el Modulo Penal de Huánuco 2018” donde el estudio concluye que también existe una relación muy significativa entre las variables de estudio de comunicación organizacional y la satisfacción laboral en la unidad de estudio, como resultado de la prueba estadística que arrojó un p-valor = $0.00 < 0,05$, así mismo un coeficiente de correlación de 0,769 permitiendo así rechazar la hipótesis nula (H_0) y aceptar la hipótesis alterna (H_1) por lo cual concluimos que nuestra investigación es semejante a lo que concluyó Tucto en su estudio.

Ello mismo es corroborado por, Valenzuela et al., (2016) donde confirman que la comunicación dentro de las organizaciones es importante, ya que de esta se despliegan las estrategias con el propósito que los trabajadores alcancen sus objetivos como la satisfacción laboral en las empresas, En tal sentido bajo lo indicado anteriormente y analizado los resultados podemos indicar que mientras exista una adecuada comunicación en la empresa esta tendrá una relación significativa e importante que influirá en la satisfacción laboral de los trabajadores en sus respectivas organizaciones, lo cual tiene una relación coherente y respaldo del modelo teórico de Maletzke (1963) citado en Diaz (2021) que menciona que dentro de los interés sobre el uso de “la comunicación de las personas en las organizaciones, este se involucra directamente en sus interés individuales como grupales en sus organizaciones, como en factores como sus propios intereses de

su satisfacción laboral”, su buena remuneración y otros, todo estos según el nivel comunicativo que utiliza con los que se relaciona.

Por lo cual una gestión adecuada del uso de la comunicación dentro de la empresa por parte de los colaboradores es fundamental para la empresa, ello significa mejores niveles de compromiso y eficacia por lo cual se ve plasmada con mayor productividad para la organización, entendiéndose que la satisfacción no solo es un aspecto importante del lado económico, sino también es importante en una sociedad, la alta gerencia de las empresas por lo cual deben conocer como son las características de sus colaboradores, tanto de manera general como específica, y que aspectos intervienen en la satisfacción en el trabajo que permitirán siempre mejorar de manera dinámico en el tiempo.

Por otro lado el estudio también considero la importancia de la comunicación interna y su relación con la satisfacción laboral, donde se obtuvo un coeficiente de correlación de 0,341% por lo que se puede indicar que la relación entre las variables determino ser moderada baja y directa por presentar un signo positivo (+), los resultados descriptivos muestran aspectos que se consideran causantes el porqué, la comunicación es baja, los resultados indican que un 39.29% que no necesariamente encuentra accesible poder comunicarse dentro de la organización con sus superiores, es decir como indica Robbins (2013) que la comunicación descendente comienza de arriba hacia abajo, es decir de los superiores con sus subordinados, y esta debe ser dinamica, flexible, por lo que creemos que en la unidad de estudio esta comunicación no es efectiva ni cumple estos requisitos, tal cual demuestra los resultados estadísticos, y que estos van impactando en la percepción de un nivel moderado bajo en cuanto respecta la efectividad de la comunicación interna de la empresa.

Un parecido porcentaje de 37,50% indica que solo alguna vez ve efectivo la comunicación interna con sus compañeros de trabajo, por lo que creemos en este caso tal cual indica (Perez et al., (2013) que la comunicación horizontal es “aquella que se trasmite el mensaje entre colaboradores con mismos niveles y categorías” pero que en este caso no existe una efectiva comunicación dentro de la organización entre los colaboradores a pesar de ser más accesible este tipo de comunicación, y que influye directamente en la percepción que el nivel de comunicación es moderada y baja.

Los resultados también muestran que a pesar que existe una relación entre las variables este presenta ser una relación baja, Ello mismo permite indicar y saber que la comunicación en las empresas son cambiantes según sus realidades, esta aseveración es también corroborado por Contreras y Garibay (2020) donde mencionan que la comunicación en las empresas son dinámicas, cambiantes que han acompañado al ser humano y estas se ven reflejadas en sus organizaciones, propiamente las causas de esta realidad en relación a la comunicación interna se deben que los colaboradores encuentran de manera general difícil poder comunicarse con las instancias jerárquicas, como también con sus propios compañeros de trabajo, es decir dentro de la comunicación interna el nivel ascendente de comunicación entre los colaboradores y sus superior no es adecuado así como la horizontal con sus compañeros.

Por otro lado estos resultados son también ratificados por el estudio realizado por Zuñiga (2019) en su estudio de investigación titulado la Comunicación Interna y satisfacción Laboral en los trabajadores asistenciales del Hospital Regional de Ayacucho, 2019, donde se tuvo como objetivo determinar la relación de Comunicación Interna y satisfacción laboral dentro de la unidad de estudio, teniéndose en este caso un estudio no experimental cuantitativo, donde los resultados al culmino del estudio indican, que la comunicación interna de los trabajadores del hospital calificaron de mala y regular es decir un 88%, en cuanto a la satisfacción laboral indican percibir medianamente estar satisfechos en la empresa, por lo que podemos concluir que definitivamente la comunicación interna influye en la satisfacción laboral del trabajador.

En relación a la hipótesis específica (HE2) la comunicación externa y la variable satisfacción laboral, el estudio obtuvo un coeficiente de correlación de 0,865% por lo que indicamos que existe una relación significativa fuerte y una relación directa por presentar un signo positivo, a pesar que algunos colaboradores indicaron que no necesariamente encuentran efectiva la comunicación externa de la empresa es decir un 3,57 % dijeron casi nunca es efectiva y otro 25,% solo algunas veces indicaron ser efectiva la comunicación con los clientes externos, además de que en general los trabajadores indicaron que casi nunca son capacitados por la empresa en cuanto a la comunicación con los clientes, lo que contradice a lo que indica Guzman (2012) “ a la hora de comunicarse la

organización con sus clientes debe primero identificarlos, cuidando el tipo de mensaje que transmite “es decir deben tener una capacitación para poder comunicarse con ellos, considerándose que un cliente exterior es un público general, un público comercial.

Por lo que se puede considerar que la comunicación externa de la empresa presenta barreras de comunicación relacionado con el momento de emitir los mensajes, inexistencia de retroalimentación de los mensaje , si estos son claros o no, todo ello con inferencias como ruidos, así como una no claro manejo de la codificación de los signos lingüísticos entre los emisores y receptores, por otro lado también se obtuvo un p-valor (Sig.) de $0,000 < 0,05$ es decir es menor de 0,05, por lo cual el estudio acepta la hipótesis alterna, es decir que existe una relación entre la comunicación externa y la satisfacción laboral.

Por lo que asemeja una relación alguna con estudios enmarcados en los antecedentes previos de la investigación, como en el estudio de Perez et al.,(2013) que indica que la actividad comunicativa de las organizaciones dependen de su público objetivo con los que se interrelaciona es decir el uso de la comunicación externa, estas pueden ser publico generales, comerciales u otros, se pueden considerar como consecuencias que las organizaciones omiten o no consideran como estratégica la capacitación de la comunicación efectiva de parte de los trabajadores con los cliente externos de la empresa.

Por lo que podemos observar que los estudios previos considerados en el presente estudio direccionan su importancia a la comunicación dentro de la organización en comparación a la presente investigación que considero no solo a la comunicación interna sino también lo importante que es la comunicación con el exterior de la empresa y conocer el nivel de comunicación que existe con ella, por lo cual se desconoce la importancia de que deben de existir estrategia como son incorporar un área o departamento de relaciones públicas para con su público exterior, ello permite acentuar una imagen Corporativa importante.

En relación a la hipótesis específica (HE3) Redes de Comunicación,El presente estudio en relación a esta dimension a obtenido un p-valor (Sig.) es de $0,000 < 0,05$ es decir es menor de 0,05, por lo cual se acepta la hipótesis alterna es decir que existe una relación entre las redes de comunicación y la satisfacción laboral, Así mismo se presenta un signo positivo (+) por lo cual la relación es directa,

evidenciándose el valor de un coeficiente de correlación de 0,508% % por lo cual se puede indicar que existe una fuerza de relación moderada, por lo cual estos resultados se ven alineados en referencia a lo que menciona Diaz (2021) que la comunicación es Cooperativa donde los receptores (clientes de la empresa) toman un rol importante para la organización y por otro lado el comunicador quienes emiten los mensajes toman un rol independiente, se han encontrado factores que determinaron que la relación es moderada en referencia que los trabajadores de la empresa mencionan no necesariamente encontrar recursos mínimos para cumplir sus obligaciones, a pesar que un 5.4% indicaron que la comunicación de las redes de la organización son deficientes, lo cual de manera general no ha incidido en el resultado global de este aspecto.

Así mismo muchos colaboradores a pesar de tener un compromiso laboral de muchos años no encuentran la posibilidad de crecer como profesionales, causa como las características del puesto laboral según la necesidad son explicaciones que se tienen a este inconveniente, ello influye directamente en la satisfacción de cada uno de los trabajadores, por otro lado se tiene colaboradores que tienen compromisos laborales periódicamente debido a las característica la actividad el turismo, es decir existe en áreas o departamentos de la empresa que la rotación y estacionalidad de los trabajadores es alta, eso mismo da como resultado que no exista una identificación plena de los trabajadores con la empresa, por lo cual estas apreciaciones tienen semejanza en relación a lo que menciona la teoría humanista que indica la importancia de valorar al colaborador de la empresa, porque consideran como individuos con sentimientos.

Esto también es ratificado por Amaru (2009) que “indica que los colaboradores deben tener las condiciones minimas y basicas para trabajar y que no son maquinas” si no personas cual se les debe darse las facilidades para poder cumplir con sus respónsabilidades, tal cual tambien asemeja el concepto que indica Chiavenato (2009)”sobre los factores higienicos que son las condiciones del trabajador tanto fisicas como ambientales” se habla de cuidar al trabajador, de ofrecer factores favorables para su desemevolvimiento, todo ello complementado con los bienestares que debe recibir por parte de la empresa, asi como otros asuntos de salarios y incentivos.

Esta realidad también se puede evidenciar por parte de la empresa en el comportamiento que tiene con los trabajadores temporales, no se tienen estrategias de como poder articular el compromiso de un trabajador, por lo cual en su mayoría estos trabajadores temporales no sienten una motivación mayor con la empresa, lo que hace que solo se cumplan los mínimos requerimientos de funciones y obligaciones con la empresa hasta el punto de percibir que no consideran sus puntos de vista por el mismo echo de conocer su vínculo real con la empresa.

VI. CONCLUSIONES

La presente investigación concluyo en los términos siguientes que se basan en el objetivo principal de la investigación. Este respaldado por los objetivos específicos, y la hipótesis planteada para el estudio por lo cual concluimos en lo siguiente:

PRIMERO: Sobre el objetivo General se determinó la relación entre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral de la Agencia de turismo Grupo X-treme Tourbulencia, cusco 2021, obteniéndose como resultado la relación directa y significativa positivo con un coeficiente de relación de 0,704% entre las variables de estudio según la prueba estadística de Tau b de Kendall.

SEGUNDO: Sobre el objetivo específico 1, se determinó que existe una relación entre la comunicación interna y la satisfacción laboral siendo esta directa teniéndose una fuerza baja positiva con un coeficiente de relación de 0,341% entre las variables de estudio, estos resultados se determinaron como resultado a la prueba estadística de Tau b de Kendall.

TERCERO: Sobre el objetivo específico 2, se determinó una relación entre la comunicación externo y la satisfacción laboral de manera directa y alta positiva con un coeficiente de relación de 0,865% entre las variables de estudio, estos resultados gracias a la prueba estadística de Tau b de Kendall.

CUARTA: Sobre el objetivo específico 3, se determinó una relación entre la Redes de Comunicación y la satisfacción laboral de manera directa y media positiva con un coeficiente de relación de 0,508% entre las variables de estudio, estos resultados gracias a la prueba estadística de Tau b de Kendall.

QUINTA: Sobre la hipótesis los resultados han arrojado un el p-valor (Sig.) es de $0,000 < 0,05$ es decir es menor de 0,05, por lo cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, es decir existe una relación entre las variables dela Comunicación Organizacional y la Satisfacción Laboral presentando un signo positivo (+) por lo cual presenta una relación directa, por otro lado, se evidencia el valor de un coeficiente de correlación de 0,704% % por lo cual se puede indicar que existe una fuerza de relación alta.

VII. RECOMENDACIONES

Las instancias jerárquicas de la Empresa deben preocuparse en crear con responsabilidad áreas o departamentos de competencia laboral respaldados con un presupuesto garantizado, que permitan ofertar un espacio laboral y que estos que permitan crecer como profesionales dentro de la empresa a los colaboradores, esto debido a que los colaboradores indican en el estudio que no existe o casi nunca hay promoción de ascenso laboral.

Deben incorporarse métodos de comunicación formales y estos complementados con procesos de uso según el contexto e importancia, esto permitirá que todos los colaboradores cumplan procesos de comunicación más efectiva, y que recorran por espacios de formalidad dentro de la empresa.

La empresa debe incluir un plan de trabajo que este dirigido a los colaboradores en relación a capacitaciones de comunicación efectiva con el público y cliente de la empresa, esto permitirá fortalecer a los colaboradores en el trato y atención al cliente interno y externo de la empresa, esto mismo fortalecerá la imagen de la organización gracias a quienes la integran, por otro lado se deben capacitar en el uso de los medios de comunicación a los colaboradores, esto debido a que los resultados de la encuesta existe un número considerable que indica que desconocen en realidad cuales son los medios que utiliza la empresa.

Deben hacerse un diagnóstico de la utilidad y efectividad de los canales de comunicación utilizados por la empresa, pueden estos por temas de obsolescencia, innovación o estilos de trabajo ya no ser servibles para la empresa, los medios de comunicación deben ser siempre según el contexto del tiempo y sus necesidades.

Las instancias jerárquicas de mayor responsabilidad deben de incluir a todos los niveles de la organización a ser participe en ocasiones y de acuerdo a la realidad y responsabilidad, ello permitirá recoger un contexto más verídico que permitan al nivel gerencial tomar desiciones más reales y efectivas para la organización.

Los resultados demuestran que no siempre los colaboradores están motivado a cumplir sus obligaciones, por lo cual es muy importante aplicar estrategias que permitan valorar al colaborador, pueden considerarse como premios incentivos u/u otros, creemos que el colaborador debe ser valorado por su aporte y lo que representa para la organización.

REFERENCIAS

- Amaru Maximiano, A. C. (2009). *Fundamentos de la Administración Teoría general y proceso administrativo*. Naucalpan de Juárez: Pearson.
- Antezana Corrieri, M. E. (2016). Procesos de comunicación para la cohesión y articulación social en las instituciones públicas en el Perú. *Civilizar*, 87.
- Antón Chavéz, A., & García Yovera, S. L. (2019). Internal Communication in organization management agraries of water, Perú. *Venezuelan News of Managment*, 1315-9984. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?>
- Aparicio Flores, L. (2015). *Comunicación organizacional interna y satisfacción laboral en el personal del hospital corazón de Jesús ciudad de El Alto*, *Gestión 2015*. La Paz.
- Apolo, D., Báez, V., Pauker, L., & Pasquel, G. (2017). Corporate Communication Management: Considerations. *Latin Communication News*, 521-539. Obtenido de <http://www.revistalatinacs.org/072paper/1177/27es.html>
- Bernal Torres, C. A. (2010). *Metodología de la Investigación*. Bogotá: Pearson.
- Boluarte Carbajal, A., & Merino Soto, C. (2015). Brief version of the Job Satisfaction scale: Structural and Distributive Evaluation of Their Scores. *Liberabit*, 235-243.
- Campaña Haro, M. V. (2015). *La comunicación con el cliente externo y su incidencia en la demanda de fisioterapia y estética del centro Maytí*. Ambato.
- Carrasco Díaz, S. (2013). *Metodología de la Investigación Científica*. Lima: San Marcos.
- Carreazo Rosadio, J. (2017). Servicio de atención y satisfacción del usuario de la Municipalidad de Carabaylo.
- Charry Condor, H. O. (2018). The management of internal communication and the organizational climate in the sector public. *Comunicación*, 25.
- Chiang Vega, M., Rodrigo, J. M., & Nuñez, P. A. (2010). *Relaciones entre el clima organizacional y la satisfacción laboral*. Madrid: R.B Servicios Editoriales, S.L.
- Chiavenato, I. (2007). *Administración de recursos humanos*. México: Mc Graw-Hill Interamericana.
- Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento organizacional*. México: Mc Graw Hill.

- Christensen, L. (1980). *Metodología experimental*. Boston: Boston.
- Clavijo Tapia, F. J. (2018). Assertive and productive communication: Cases of study in Manizales. *Novum*, 261-285. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=571360739013>
- Contreras Delgado, O. E., & Garibay Rendón, N. G. (2020). Comunicación Organizacional : Historia, desarrollo perspectivas de un concepto en constante construcción en América Latina. *Inmediaciones de la comunicación*, 43-70.
- Cuervo. (2008). La comunicación. En Cuervo, *La comunicación* (pág. 68).
- Del Pozo, C., & Guzman, E. (2019). Analisis del sector turismo en la region del Cusco: lineamientos de politicas publicas para el desarrollo del turismo inclusivo y competitivo. *Centro Bartolome de las Casas*, 60.
- Denove, C., & Power, J. (2006). La satisfacción del cliente. *Leader Sumaries*, 2.
- Díaz Baptista, R., & Pagán Martínez, M. (2016). Communication and New Technologies: Crisis of Organizational Identity and Individual. *Reason and Word.*, 1058-1079. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199547464060>
- Díaz Chuquipondio, R. (2021). Teoría de la comunicación corporativa. *Polo del conocimiento*, 2400.
- Eldin, F. (1998). *El management de la comunicación*. Buenos Aires: EDICIAL S.A.
- Gary, K. (1995). La comunicación en las organizaciones. usa: Addison-Wesley iberoamericana.
- Giral Cesar, N. S. (2008). Teorías de la comunicación. *Cuadernos del programa de comunicación social*, 17.
- Giraldo, C., Naranjo, S., Tovar, E., & Córdoba, J. C. (2008). *Teorías de la Comunicación*. Bogotá.
- Gisbert Soler, V., & García Tripiana, T. (2014). Los problemas de la comunicación en la empresa familiar. *3ciencias*, 183.
- Goldhaber. (2005). La comunicación.
- Gómez Nieto, B., & Benito Vielba, C. (2014). Presente de la comunicación organizacional en la Pyme Española. *Razon y Palabra*, 86.
- Gonzales Lopez, L. (2001). *Satisfacción y motivación en el trabajo*. Madrid: Dias de Santos.

- Guillen Ojeda, G., & Espinosa Velásquez, S. (2014). Looking for the unties about the communication organizational. *Reason and Word*, 7. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199531505011>
- Guzman Paz, V. (2012). *La comunicacion Organizacional*. Tlanepantla: Red tercer milenio.
- Hernandez Sampieri, R. (2014). *Metodologia de la Investigacion*. Mexico D.F: Mc Graw Hill.
- Hernández Junco, V., Herrera Pérez, K. L., & Mena Moreano, M. (2018). Socio-psychological training to improve interpersonal communicative competence: study of case. *Communication*, 5-20. Obtenido de <https://doi.org/10.33595/2226-1478.10.1.326>
- Jaramillo Herrera, E. M. (2016). *Comunicación Organizacional y Satisfacción Laboral en el personal Administrativo de un Hospital del distrito de San Martín de Porres 2016 [Tesis de Licenciatura, Universidad Cesar Vallejo]*. Repositorio Institucional. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/1177#.YltqYugDuQE.mendeley>
- Kotler, P. (2012). *Marketing Empresarial*.
- Larrea, J. (2015). *Comunicacion Organizacional practica. Comunicacion Organizacional*, 1-6.
- López Lara, J. (2019). *Relación entre la comunicación Organizacional y las Satisfacción Laboral en los centros de educación técnico productivo Arnulfo romero de San Ignacio y Neftali carbajal de chota [Tesis de Maestría, Universidad Cesar Vallejo]*. Repositorio Institucional. Obtenido de <http://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/1786445#.YltPM5NNhmg.mendeley>
- Luisa, N. M. (2009). Motivación: Perspectivas Teóricas y algunas consideraciones del ámbito educativo. *Revista de Educación*, 62.
- Maria, M. (1995). La atribución causal como determinante de las expectativas. *Psicothema*, 361-376.
- Mattelart, A., & Mattelart, M. (2003). *Historia de las teorías de la comunicación*. Buenos Aires: Paidós Iberica.

- Mayra, C. (2015). *La comunicacion con el cliente externo y su incidencia en la demanda de los servicios de fisioterapia u estetica del centro Mayti*. Grado Maestria, universidad tecnica de ambato, ciencias administrativas, Ambato.
- Montoya Robles, M., & De la Rosa Gutiérrez, L. (2014). Communication Flow in private companies of Tijuana. *Reason and Word*(84), 1-24. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199531505010>
- Muriel, G. R., & rota, G. (1980). *comunicacion institucional enfoque social de las relaciones publicas*. quito, Ecuador: Editora andina.
- Navas Gómez, R. (2020). *Comunicación Organizacional en la escuela de Educación Basica " Nicolas Augusto Gonzáles Tola, Guayaquil, Ecuador 2020 [Título de Maestría,Universidad Cesar Vallejo]*. Repositorio Institucional. Obtenido de <http://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/1779268#.YltXmGnmjD4.mendeley>
- Newstrom, J. W. (2017). *Comportamiento humano en el trabajo*. Mexico D.F.: Mc Graw Hill.
- Ocampo Vinasco, D., Valencia, N. J., & Castaño Gonzáles , E. J. (2018). La influencia de la comunicación interna en la satisfacción laboral en los empleados en una empresa del sector de servicios. *Lucíernaga Comunicación, III*. doi:10.33571/revistaluciernaga.v10n20a7
- Oliva Yarleque, D. M. (2018). *Comunicación Organizacional y su Relación con la Satisfacción Laboral de los colaboradores Administrativos de la Empresa San Roque S.A en el Año 2018 [Tesis de Maestria,Universidad Cesar Vallejo]*. Repositorio Institucional. Obtenido de <http://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/1733660#.Yltdj0Tr57w.mendeley>
- Palomo Vadillo, M. T. (2010). *Liderazgo y Motivacion de equipos de Trabajo*. Madrid: Esic Editorial.
- Pedraza Melo, N. A. (2020). Cultural Organization about Human Resources, Diferents Facts between public and private Organization. *Innovation*(76), 9-24. doi:<https://doi.org/10.15446/innovar.v30n76.85191>

- Peiro, J., & Bresó, I. (2012). La comunicación en las organizaciones: una aproximación desde el modelo de análisis multifacético para la gestión y la intervención organizacional. 41-70.
- Peña Acuña, B., Caldevilla Domínguez, D., & Batalla Navarro, P. (2017). Three cases of successful international companies: *Chasqui Latinoamerican communication News*(134), 1-17. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16057382018>
- Pérez Feijóo, H. M., Pérez Hernández, J. M., López, G. L., & Caballero Bravo, C. (2013). *Comunicación y atención al cliente*. Madrid: McGraw Hill.
- Philip, K. (2005). *Fundamentos de Marketing*.
- Pujol Cols, L. (2018). Job Satisfaction. *Journal Of management and Economic for Iberoamerica*, 34(146), 3-18. Obtenido de <https://doi.org/10.18046/j.estger.2018.146.2809>
- Reyes, J. (2012). Las cuatro dimensiones de la comunicación interna. *Centro de estudios en Diseño y comunicación*, 136.
- Robbins, S., & Judge, T. (2013). *Comportamiento Organizacional*. Naucalpan de Juárez. estado de México: Pearson.
- Rojas Risco, D. (2013). *La biblia del Marketing*. Barcelona: Lexus Editores.
- Saab, A. (2015). *Comunicación Organizacional. In El plan estratégico de comunicación: Método y recomendaciones para su elaboración*. Colombia. doi:10.2307/j.ctvn5wd2.6
- Sánchez Sellero, M., & Sánchez Sellero, P. (2016). Important Issues about Job Satisfaction in Spain before and after 2008 Crisis. *OmniaScience*, 12(5), 1192-1220. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.3926/ic.844>
- Sánchez Trujillo, M. G., & García Vargas, M. D. (2017). Job satisfaction in work settings. A qualitative approach for study. *Scientia Et Technica*, 22(2), 166-166. Obtenido de [://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84953103007](https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84953103007)
- Soto Trujillo, C. A. (2019). La facilitación de los procesos de comunicación en la Organización: Una contribución desde el desarrollo humano al logro de la satisfacción Laboral. *Investigación & Desarrollo*, 57-84.
- Thompson, I. (10 de 07 de 2020). *La satisfacción del cliente*. Obtenido de Archivos PDF: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/52648624/Lectura_1.pdf?1492449174

=&response-content-

disposition=inline%3B+filename%3DLa_Satisfaccion_del_Cliente.pdf&Expires=1594432221&Signature=Z48wdAE187fuxCtNmzNemLK-izNMJ0blxrZILgvRnx3OZmM1IkW3oEt8W0Q1VbPemW7Nurs

Tucto Tarazona, L. J. (2018). *Comunicación Organizacional y satisfacción Laboral en el Modulo de Huánuco, 2018 [Tesis de Maestria, Universidad Cesar Vallejo]*. Repositorio Institucional. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/33026#.Yltwsz1D9xE.mendeley>

Valenzuela, N., Buentello, C., Villareal, V., & Ruíz, C. (2016). Comunicación Organizacional interna y su relación de los empleados en una empresa consesionaria de automoviles de Piedras Negras Coahuila. *Geon*, 129-141.

Zayas Agüero , P. M., Báez Santana, R. A., Zayas Feria, J., & Hernández Lobaina, M. (2015). Causes of job satisfaction in a Marketing Organization whosale. *Cientific and Economic News*, 35-51. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.18359/rfce.1606>

Zuñiga Cusi, A. J. (2019). *Comunicación Interna y Satisfacción Laboral en los Trabajadores Asistenciales del Hospital Regional de Ayacucho -2019 [Tesis de Maestría, Universidades Cesar Vallejo]*. Repositorio Institucional. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/37847#.Ylt4x6_G1b0.mendeley

Anexo 1 Matriz de Consistencia de la Tesis

Comunicación Organizacional y satisfacción laboral en la agencia de turismo Grupo X-treme Tourbulencia del cusco periodo 2021

Problema	Objetivos	Hipótesis	Justificación
<p>Problema General: ¿Cuál es el nivel de relación entre la comunicación organizacional en la satisfacción laboral de la agencia de turismo Grupo X-treme Tourbulencia, Cusco, 2021?</p>	<p>Objetivo General: Determinar de qué manera se relaciona la comunicación organizacional con la satisfacción laboral de las Agencia de turismo Grupo X-treme Tourbulencia, cusco 2021.</p>	<p>Hipótesis General: Existe una relación significativa entre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral de la Agencia de turismo Grupo X-treme Tourbulencia cusco, 2021.</p>	<p>Teórico: La investigación permitirá aportar al conocimiento científico con los resultados que se obtendrán, valorando la importancia de la comunicación organizacional y la satisfacción laboral de los colaboradores basados en las teorías en relación al estudio, Por lo cual esta investigación busca aportar nuevos conocimientos en el uso correcto de la comunicación organizacional y su nivel de practica comunicativa y cómo influye en la percepción de la satisfacción del trabajador en la empresa, esto gracias a la participación de todos los colaboradores de la empresa es decir la comunicación ascendente descendente diagonal y horizontal.</p> <p>Practica: es importante porque permitirá diagnosticar la relación de la comunicación organizacional y como este impacta de manera positiva o negativa en la satisfacción del trabajador en la unidad de estudio y que permitirán tomar desiciones para la empresa según los resultados que se obtendrán</p> <p>Metodológico: permitirá incorporar acciones con la finalidad que exista una cultura de comunicación con respeto entre los colaboradores, una comunicación efectiva con los diferente niveles jerárquicos de la organizacion a la hora de comunicarse, ello permitirá la construcción de una comunicación asertiva aportando a la satisfacion de los trabajadores y por ende una motivación por parte de ellos mismos en cumplir los objetivos como colaboradores y de manera directa repercutiendo en los objetivos de la organización, por otro la investigacion aportara como antecedente para futuras investigaciones que busquen conocer el comportamiento de las variables de estudio en una unidad de estudio especifica.</p> <p>Social: Permitirá conocer con los resultados la relación de la comunicación organizacional y la satisfacción laboral del trabajador en la empresa, siendo utilizado como un documento de referencia que permitirán tomar desiciones a las empresas turísticas o de manera general en las empresas que buscan fortalecer comunicación organizacional de sus trabajadores, es decir si el estudio demuestra una influencia optima de la comunicación entonces deberá existir un nivel óptimo en la satisfacción de los trabajadores de la empresa y del mismo modo si fuese deficiente la relación entre la comunicación y la satisfacción .</p>
<p>Problemas Específicos: PE1: ¿Cuál es el nivel de relación entre la comunicación interna y la satisfacción laboral de la agencia de turismo Grupo X-treme Tourbulencia cusco, 2021? PE2: ¿Cuál es el nivel de relación entre la comunicación externa y la satisfacción laboral de la agencia de Turismo grupo X-treme Tourbulencia cusco, 2021? PE3: ¿Cuál es el nivel de relación entre las redes de comunicación y la satisfacción laboral de la Agencia de turismo Grupo X-treme Tourbulencia cusco, 2021?</p>	<p>Objetivos Específicos: OE1: Determinar el nivel de relación entre la comunicación interna y la satisfacción laboral de la Agencia de turismo Grupo X-treme Tourbulencia de la ciudad cusco, periodo 2021 OE2: Determinar el nivel de relación entre la comunicación externa y la satisfacción laboral de la Agencia de turismo Grupo X-treme Tourbulencia, cusco,2021. OE3: Determinar el nivel de relación entre las redes de comunicación y la satisfacción laboral de la Agencia de turismo Grupo X-treme Tourbulencia, cusco, 2021.</p>	<p>Hipotesis Específicos: Hi1: Existe relación entre la comunicación interna y la satisfacción laboral de la agencia de turismo Grupo X-treme Tourbulencia cusco, 2021 Hi2: Existe relación entre la comunicación externa y la satisfacción laboral de los de la agencia de Turismo grupo X-treme Tourbulencia cusco, 2021 Hi3: Existe relación entre las redes de comunicación y la satisfacción laboral de la Agencia de turismo Grupo X-treme Tourbulencia cusco, 2021</p>	

Anexo 2 Tabla de Operacionalización de las Variables

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de Medición
V1 Comunicación Organizacional	Guzman (2012) indica que la comunicación organizacional "es el proceso formal por el cual se transmiten información importante en relación a la organización que tienen procesos y que son ejecutados en un tiempo determinado relacionado al cumplimiento de objetivos de las organizaciones" (p.9).	Perez (2013) La comunicación en las organizaciones es un actividad organizada desarrollado por las persona que buscan obtener benefici que influyen directamente er los colaboradores y los directivos de la empresa por cual una buena comunicació beneficia a los involucrados.	D1: Comunicación Interna	Comunicación Vertical Comunicación Horizontal Comunicación diagonal	1-5	Ordinal-Escala de Likert
V2 Satisfacción Laboral	Robbins y Judge (2013) Indica ser las aptitudes de los empleados de la organización describiéndolo como un sentimiento positivo acerca de su responsabilidad en su puesto de su trabajo, donde se indica que un individuo con alto nivel de satisfacción laboral tiene sentimientos positivos acerca de su puesto de trabajo mientras que alguien insatisfecho tiene sentimientos negativos con su trabajo	Robbins y Judge, (2013) La satisfacción en el trabajo es el resultado de la evaluación de características de la organización donde se desempeñan los trabajadores, enfocan en la calificación de un enfoque global que mide las condiciones del trabajo, y un enfoque interno de la relación los que pertenecen a la organización.	D2: Comunicación Externa	Proveedores Relaciones Publicas	6-14	5: Siempre 4: Casi Siempre 3: A veces 2: Casi Nunca 1: Nunca
			D3: Redes de Comunicacion	Comunicación Formal	15-19	
			D1: Identificación del empleado	Comunicación Informal Disponibilidad de recursos y oportunidades Involucramiento del trabajo Entusiasmo con el trabajo	20-25	
			D2: Involucramiento en el trabajo	Desempeño percibido Facultad de decisión Grado de influencia laboral Compromiso Afectivo Compromiso de	26-31	Ordinal-Escala de Likert
			D3: Compromiso Organizacional	permanencia Compromiso Normativo Contribución organizacional Recompensas	32-34	5: Siempre 4: Casi Siempre 3: A veces 2: Casi Nunca 1: Nunca
			D4: Percepción del apoyo Organizacional	Nivel de comportamiento del trabajador	35-38	

Anexo 3 Instrumento test de Validación.

Cuestionario Virtual para la recolección de datos de las variables comunicación Organizacional y satisfacción Laboral

Nº	DIMENSIONES / ÍTEMS	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		M	D	A	M	M	D	A	M	M	D	A	M	
	VARIABLE: COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL													
	DIMENSIÓN 1: COMUNICACIÓN INTERNA													
1	Existe oportuna comunicación de los directivos con los subordinados.			X			X					X		
2	Encuentra accesible poder comunicarse con sus superiores.			X			X					X		
3	Es efectiva la comunicación con sus compañeros de trabajo de su misma área.			X			X					X		
4	Existe comunión formal entre los colaboradores de la empresa.			X			X					X		
5	Percibe una comunicación clara con sus compañeros de trabajo de su mismo área.			X			X					X		
	DIMENSIÓN 2: EXTERNA													
6	Percibe optima la comunicación con sus compañeros de trabajo de otra áreas de la empresa.			X			X					X		
7	Es clara la comunicación realizada con sus compañeros de otras áreas de la empresa.			X			X					X		
8	Considera accesible la comunicación con otras áreas o departamentos de la empresa.			X			X					X		
9	Una clara transferencia de mensajes con los clientes fortalece la comunicación en la organización.			X			X					X		
10	Encuentra efectiva la comunicación utilizada con los clientes externos de la empresa			X			X					X		
11	Recibe capacitación sobre la comunicación efectiva con los clientes de la empresa.			X			X					X		
12	La empresa genera una buena imagen con respecto a sus procesos de comunicación.			X			X					X		
13	Una buena relación publica optimiza la comunicación en la empresa.			X			X					X		
14	Existe procedimientos de comunicación formal que mejora la comunicación organizacional.			X			X					X		
	DIMENSION 3: REDES DE COMUNICACIÓN													
15	Los canales de comunicación utilizados por la empresa mejora la comunicación organizacional.			X			X					X		
16	Existen redes de comunicación en la empresa.			X			X					X		
17	Conocer los medios disponibles de comunicación en la empresa fortalece la comunicación organizacional.			X			X					X		
18	Es positiva la práctica de comunicación informal en la empresa			X			X					X		
19	La comunicación informal genera información incorrecta que crea inconvenientes de comunicación.			X			X					X		

Cuestionario para la Variable Comunicación Organizacional en la Agencia de Turismo Grupo X-treme de Tourbulencia.

VARIABLE : SATISFACCIÓN LABORAL		Pertinencia			Relevancia			Claridad			Sugerencias		
	DIMENSIÓN 1: IDENTIFICACIÓN DEL EMPLEADO	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	M D		D	A
20	Encuentra recursos mínimos que permiten cumplir sus obligaciones en la empresa.												
21	Existen oportunidades que le permiten crecer como profesional dentro de la empresa.												
22	Tiene un nivel alto de identificación con la empresa.												
23	Es proactiva su participación dentro de la empresa.												
24	Encuentra motivados a los trabajadores de la empresa que permiten cumplir los objetivos de la organización												
25	Existen compensaciones otorgadas por la empresa por el cumplimiento de objetivos de la empresa.												
	DIMENSIÓN 2: INVOLUCRAMIENTO EN EL TRABAJO												
26	Se reconoce el esfuerzo que realiza en la empresa.												
27	Se genera la práctica de la justicia por parte de los directivos al reconocer el desempeño del trabajador												
28	Tiene autonomía en sus funciones como trabajador												
29	Cree que es importante su opinión para la empresa												
30	Se considera un trabajador competente.												
31	Ante un inconveniente que Ud. Presenta la empresa brinda a su persona el apoyo necesario.												
	DIMENSIÓN 3: COMPROMISO ORGANIZACIONAL												
32	Los directivos estimulan la práctica de los valores de la organización como el respeto, solidaridad, etc.												
33	Existen incrementos de remuneración por motivos de buen desempeño en la empresa.												
	DIMENSIÓN 4:APOYO ORGANIZACIONAL PERCIBIDO												
34	La empresa se ocupa por su bienestar ocupacional.												
35	Existe flexibilidad con el trabajador a causa de problemas que se le puedan presentar de diferente índole.												
36	Existen ascensos laborales por meritocracia.												
37	Respetan la opinión vertida por sus compañeros por parte de los jefes.												
38	Reclamar está permitido cuando se considera que una decisión tomada por los directivos es injusta.												

Instrumento test Virtual para la recolección de datos en la Agencia de Turismo Grupo X-treme Tourbulencia.

Autor Original: Marco Antonio Oviedo Miranda.



✓ Cuestionario de recolección de datos ✓

Autor Original : Marco Antonio Oviedo Miranda
Cusco, Junio del 2021

TEST COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y SATISFACCION LABORAL EN LA AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO GRUPO X-TREME TOURBULENCIA.

INSTRUCCIONES: A continuación, encontrará afirmaciones sobre maneras de pensar, sentir y actuar. Lee cada una con mucha atención; luego, marca la respuesta que mejor vea por conveniente donde describe su relacion como colaborador con la empresa según corresponda. Recuerda, no hay respuestas buenas, ni malas. Contesta todas las preguntas con la verdad.

OPCIONES DE RESPUESTA:

- S = Siempre
- CS = Casi Siempre
- AV = Algunas Veces
- CN = Casi Nunca
- N = Nunca

*Obligatorio

[URL:https://docs.google.com/forms/d/1vT46DohP92ARiNHVzIcK6Oz0fMhoK1xqYakER6TDg/edit](https://docs.google.com/forms/d/1vT46DohP92ARiNHVzIcK6Oz0fMhoK1xqYakER6TDg/edit)

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: **Mg. Carlos Antonio Guevara Malpica**

Presente

Asunto: **VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.**

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y, asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la escuela de Post Grado de MBA de la UCV, en la sede de Lima Norte promoción 2021, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación para optar el título de maestro en MBA.

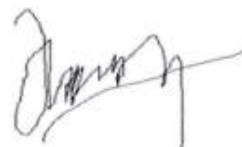
El título del proyecto de investigación es: ***“Comunicación Organizacional y Satisfacción Laboral de la Agencia de Turismo Grupo X-treme Tourbulencia, Cusco, 2021”*** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en tema de Administración, y/o investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Protocolo de evaluación del instrumento

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración, me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente



Marco Antonio Oviedo Miranda
41899104

Validez del Instrumento de La Variable Comunicación Organizacional (Juez 1: Mg Carlos Antonio Guevara Malpica)

N°	DIMENSIONES / ITEMS	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias			
		VARIABLE : COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL				M	D	A	M	M	D	A	M		M	D	A
DIMENSIÓN 1: COMUNICACIÓN INTERNA		M	D	A	M	M	D	A	M	M	D	A	M				
1	Existe oportuna comunicación de los directivos con los subordinados.				X				X				X				
2	Encuentra accesible poder comunicarse con sus superiores.				X				X				X				
3	Es efectiva la comunicación con sus compañeros de trabajo de su misma área.				X				X				X				
4	Existe comunicación formal entre los colaboradores de la empresa.				X				X				X				
5	Percibe una comunicación clara con sus compañeros de trabajo de su mismo área.				X				X				X				
DIMENSIÓN 2: EXTERNA																	
6	Percibe optima la comunicación con sus compañeros de trabajo de otra áreas de la empresa.				X				X				X				
7	Es clara la comunicación realizada con sus compañeros de otras áreas de la empresa.				X				X				X				
8	Considera accesible la comunicación con otras áreas o departamentos de la empresa.				X				X				X				
9	Una clara transferencia de mensajes con los clientes fortalece la comunicación en la organización.				X				X				X				
10	Encuentra efectiva la comunicación utilizada con los clientes externos de la empresa				X				X				X				
11	Recibe capacitación sobre la comunicación efectiva con los clientes de la empresa.				X				X				X				
12	La empresa genera una buena imagen con respecto a sus procesos de comunicación.				X				X				X				
13	Una buena relación publica optimiza la comunicación en la empresa.				X				X				X				
14	Existe procedimientos de comunicación formal que mejora la comunicación organizacional.				X				X				X				
DIMENSIÓN 3: REDES DE COMUNICACION																	
15	Los canales de comunicación utilizados por la empresa mejora la comunicación organizacional.				X				X				X				
16	Existen redes de comunicación en la empresa.				X				X				X				
17	Conocer los medios disponibles de comunicación en la empresa fortalece la comunicación organizacional.				X				X				X				
18	Es positiva la práctica de comunicación informal en la empresa				X				X				X				
19	La comunicación informal genera información incorrecta que crea inconvenientes de comunicación.				X				X				X				

Observaciones:

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

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: **Carlos Antonio Guevara Malpica**

DNI:43663219

08 de junio del 2021

Especialidad del validador: Toma de desiciones Empresariales (Administración)



Firma del Experto Informante.

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**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

Validez del Instrumento de La Variable Satisfacción Laboral (Juez 1: Mg Carlos Antonio Guevara Malpica)

VARIABLE : SATISFACCION LABORAL		Pertinencia			Relevancia			Claridad			Sugerencias
DIMENSIÓN 1: IDENTIFICACION DEL EMPLEADO		M	D	A	M	D	A	M	D	A	
20	Encuentra recursos mínimos que permiten cumplir sus obligaciones en la empresa.			X			X			X	
21	Existen oportunidades que le permiten crecer como profesional dentro de la empresa.			X			X			X	
22	Tiene un nivel alto de identificación con la empresa.			X			X			X	
23	Es proactiva su participación dentro de la empresa.			X			X			X	
24	Encuentra motivados a los trabajadores de la empresa que permiten cumplir los objetivos de la organizacion			X			X			X	
25	Existen compensaciones otorgadas por la empresa por el cumplimiento de objetivos de la empresa.			X			X			X	
DIMENSIÓN 2: INVOLUCRAMIENTO EN EL TRABAJO											
26	Se reconoce el esfuerzo que realiza en la empresa.			X			X			X	
27	Se genera la práctica de la justicia por parte de los directivos al reconocer el desempeño del trabajador			X			X			X	
28	Tiene autonomía en sus funciones como trabajador			X			X			X	
29	Cree que es importante su opinión para la empresa			X			X			X	
30	Se considera un trabajador competente.			X			X			X	
31	Ante un inconveniente que Ud. Presenta la empresa brinda a su persona el apoyo necesario.			X			X			X	
DIMENSION 3: COMPROMISO ORGANIZACIONAL											
32	Los directivos estimulan la práctica de los valores de la organización como el respeto, solidaridad, etc.			X			X			X	
33	Existen incrementos de remuneración por motivos de buen desempeño en la empresa.			X			X			X	
DIMENSION 4:APOYO ORGANIZACIONAL PERCIBIDO											
34	La empresa se ocupa por su bienestar ocupacional.			X			X			X	
35	Existe flexibilidad con el trabajador a causa de problemas que se le puedan presentar de diferente índole.			X			X			X	
36	Existen ascensos laborales por meritocracia.			X			X			X	
37	Respetan la opinión vertida por sus compañeros por parte de los jefes.			X			X			X	
38	Reclamar está permitido cuando se considera que una decisión tomada por los directivos es injusta.			X			X			X	

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [x]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: **Carlos Antonio Guevara Malpica**

DNI:43663219

08 de junio del 2021

Especialidad del validador: **Toma de desiciones Empresariales (Administración)**

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

³Claridad: 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

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor (Srta): **Mg. Soledad Florencia Malpica Cáceres**

Presente

Asunto: **VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.**

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y, asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la escuela de Post Grado de MBA de la UCV, en la sede de Lima Norte promoción 2021, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación para optar el título de maestro en MBA.

El título del proyecto de investigación es: ***“Comunicación Organizacional y Satisfacción Laboral de la Agencia de Turismo Grupo X-treme Tourbulencia, Cusco, 2021”*** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en tema de Administración, y/o investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Protocolo de evaluación del instrumento

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración, me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente



Marco Antonio Oviedo Miranda
DNI :41899104

Instrumento de Validez Variable Comunicación Organizacional (Juez 2): Mg. Soledad Florencia Malpica Cáceres

N°	DIMENSIONES / ITEMS	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		M	D	A	M	M	D	A	M	M	D	A	M	
	VARIABLE : COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL													
	DIMENSIÓN 1: COMUNICACIÓN INTERNA													
1	Existe oportuna comunicación de los directivos con los subordinados.				X				X					X
2	Encuentra accesible poder comunicarse con sus superiores.				X				X					X
3	Es efectiva la comunicación con sus compañeros de trabajo de su misma área.				X				X					X
4	Existe comunicación formal entre los colaboradores de la empresa.				X				X					X
5	Percibe una comunicación clara con sus compañeros de trabajo de su mismo área.				X				X					X
	DIMENSIÓN 2: EXTERNA													
6	Percibe óptima la comunicación con sus compañeros de trabajo de otras áreas de la empresa.				X				X					X
7	Es clara la comunicación realizada con sus compañeros de otras áreas de la empresa.				X				X					X
8	Considera accesible la comunicación con otras áreas o departamentos de la empresa.				X				X					X
9	Una clara transferencia de mensajes con los clientes fortalece la comunicación en la organización.				X				X					X
10	Encuentra efectiva la comunicación utilizada con los clientes externos de la empresa.				X				X					X
11	Recibe capacitación sobre la comunicación efectiva con los clientes de la empresa.				X				X					X
12	La empresa genera una buena imagen con respecto a sus procesos de comunicación.				X				X					X
13	Una buena relación pública optimiza la comunicación en la empresa.				X				X					X
14	Existe procedimientos de comunicación formal que mejora la comunicación organizacional.				X				X					X
	DIMENSIÓN 3: REDES DE COMUNICACION													
15	Los canales de comunicación utilizados por la empresa mejora la comunicación organizacional.				X				X					X
16	Existen redes de comunicación en la empresa.				X				X					X
17	Conocer los medios disponibles de comunicación en la empresa fortalece la comunicación organizacional.				X				X					X
18	Es positiva la práctica de comunicación informal en la empresa				X				X					X
19	La comunicación informal genera información incorrecta que crea inconvenientes de comunicación.				X				X					X

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

³Claridad: 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.

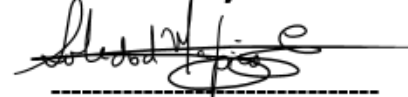
Observaciones: _____

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

Apellidos y nombres del juez validador Mg: Malpica Cáceres Soledad Florencia DNI:07288285

Especialidad del validador: Economía

Lima 10 de junio de 2021



Firma del Experto Informante.

Instrumento de Validez Variable Comunicación Organizacional (Juez 2): Mg. Soledad Florencia Malpica Cáceres

VARIABLE : SATISFACCION LABORAL		Pertinencia				Relevancia				Claridad				Sugerencias
DIMENSIÓN 1: IDENTIFICACION DEL EMPLEADO		M	D	A	M	M	D	A	M	M	D	A	M	
		D			A	D			A	D			A	
20	Encuentra recursos mínimos que permiten cumplir sus obligaciones en la empresa.				X				X				X	
21	Existen oportunidades que le permiten crecer como profesional dentro de la empresa.				X				X				X	
22	Tiene un nivel alto de identificación con la empresa.				X				X				X	
23	Es proactiva su participación dentro de la empresa.				X				X				X	
24	Encuentra motivados a los trabajadores de la empresa que permiten cumplir los objetivos de la organización				X				X				X	
25	Existen compensaciones otorgadas por la empresa por el cumplimiento de objetivos de la empresa.				X				X				X	
DIMENSIÓN 2: INVOLUCRAMIENTO EN EL TRABAJO														
26	Se reconoce el esfuerzo que realiza en la empresa.				X				X				X	
27	Se genera la práctica de la justicia por parte de los directivos al reconocer el desempeño del trabajador				X				X				X	
28	Tiene autonomía en sus funciones como trabajador				X				X				X	
29	Cree que es importante su opinión para la empresa				X				X				X	
30	Se considera un trabajador competente.				X				X				X	
31	Ante un inconveniente que Ud. Presenta la empresa brinda a su persona el apoyo necesario.				X				X				X	
DIMENSION 3: COMPROMISO ORGANIZACIONAL														
32	Los directivos estimulan la práctica de los valores de la organización como el respeto, solidaridad, etc.				X				X				X	
33	Existen incrementos de remuneración por motivos de buen desempeño en la empresa.				X				X				X	
DIMENSION 4:APOYO ORGANIZACIONAL PERCIBIDO														
34	La empresa se ocupa por su bienestar ocupacional.				X				X				X	
35	Existe flexibilidad con el trabajador a causa de problemas que se le puedan presentar de diferente índole.				X				X				X	
36	Existen ascensos laborales por meritocracia.				X				X				X	
37	Respetan la opinión vertida por sus compañeros por parte de los jefes.				X				X				X	
38	Reclamar está permitido cuando se considera que una decisión tomada por los directivos es injusta.				X				X				X	

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

³Claridad: 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.

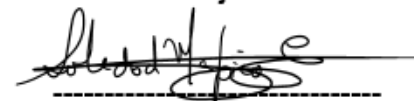
Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [x]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador Mg: Malpica Cáceres Soledad Florencia DNI:07288285

Especialidad del validador: Economía

Lima 10 de junio de 2021



Firma del Experto Informante.

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: **Dr. Mauro Amaru Granados Maguiño**

Presente

Asunto: **VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.**

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y, asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la escuela de Post Grado de MBA de la UCV, en la sede de Lima Norte promoción 2021, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación para optar el título de maestro en MBA.

El título del proyecto de investigación es: ***“Comunicación Organizacional y Satisfacción Laboral de la Agencia de Turismo Grupo X-treme Tourbulencia, Cusco, 2021”*** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en tema de Administración, y/o investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Protocolo de evaluación del instrumento

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración, me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente



Marco Antonio Oviedo Miranda
DNI :4189910

Instrumento de Validez Variable Comunicación Organizacional (Juez 3): Dr. Mauro Amaru Granados Maguiño

Nº	DIMENSIONES / ITEMS	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
	VARIABLE : COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL													
	DIMENSIÓN 1: COMUNICACIÓN INTERNA													
1	Existe oportuna comunicación de los directivos con los subordinados.			X				X				X		
2	Encuentra accesible poder comunicarse con sus superiores.			X				X				X		
3	Es efectiva la comunicación con sus compañeros de trabajo de su misma área.			X				X				X		
4	Existe comunicación formal entre los colaboradores de la empresa.			X				X				X		
5	Percibe una comunicación clara con sus compañeros de trabajo de su mismo área.			X				X				X		
	DIMENSIÓN 2: EXTERNA													
6	Percibe optima la comunicación con sus compañeros de trabajo de otra áreas de la empresa.			X				X				X		
7	Es clara la comunicación realizada con sus compañeros de otras áreas de la empresa.			X				X				X		
8	Considera accesible la comunicación con otras áreas o departamentos de la empresa.			X				X				X		
9	Una clara transferencia de mensajes con los clientes fortalece la comunicación en la organización.			X				X				X		
10	Encuentra efectiva la comunicación utilizada con los clientes externos de la empresa			X				X				X		
11	Recibe capacitación sobre la comunicación efectiva con los clientes de la empresa.			X				X				X		
12	La empresa genera una buena imagen con respecto a sus procesos de comunicación.			X				X				X		
13	Una buena relación publica optimiza la comunicación en la empresa.			X				X				X		
14	Existe procedimientos de comunicación formal que mejora la comunicación organizacional.			X				X				X		
	DIMENSIÓN 3: REDES DE COMUNICACION													
15	Los canales de comunicación utilizados por la empresa mejora la comunicación organizacional.			X				X				X		
16	Existen redes de comunicación en la empresa.			X				X				X		
17	Conocer los medios disponibles de comunicación en la empresa fortalece la comunicación organizacional.			X				X				X		
18	Es positiva la práctica de comunicación informal en la empresa			X				X				X		
19	La comunicación informal genera información incorrecta que crea inconvenientes de comunicación.			X				X				X		

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

³Claridad: 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.

Observaciones Opinión de aplicabilidad Aplicable [si] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validado Dr. Granados Maguiño Mauro Amaru
Especialidad del validador: Turismo y Hotelería

DNI:06441665

14 de junio del2021

mgm

Firma del Experto Informante. Economista

Instrumento de Validez Variable Satisfacción Laboral (Juez 3): Dr. Mauro Amaru Granados Maguiño

VARIABLE : SATISFACCION LABORAL		Pertinencia			Relevancia			Claridad				Sugerencias
DIMENSIÓN 1: IDENTIFICACION DEL EMPLEADO		M D	D	A M A	M D	D	A M A	M D	D	A M A		
20	Encuentra recursos mínimos que permiten cumplir sus obligaciones en la empresa.			x			x			x		
21	Existen oportunidades que le permiten crecer como profesional dentro de la empresa.			x			x			x		
22	Tiene un nivel alto de identificación con la empresa.			x			x			x		
23	Es proactiva su participación dentro de la empresa.			x			x			x		
24	Encuentra motivados a los trabajadores de la empresa que permiten cumplir los objetivos de la organización			x			x			x		
25	Existen compensaciones otorgadas por la empresa por el cumplimiento de objetivos de la empresa.			x			x			x		
DIMENSIÓN 2: INVOLUCRAMIENTO EN EL TRABAJO												
26	Se reconoce el esfuerzo que realiza en la empresa.			x			x			x		
27	Se genera la práctica de la justicia por parte de los directivos al reconocer el desempeño del trabajador			x			x			x		
28	Tiene autonomía en sus funciones como trabajador			x			x			x		
29	Cree que es importante su opinión para la empresa			x			x			x		
30	Se considera un trabajador competente.			x			x			x		
31	Ante un inconveniente que Ud. Presenta la empresa brinda a su persona el apoyo necesario.			x			x			x		
DIMENSION 3: COMPROMISO ORGANIZACIONAL												
32	Los directivos estimulan la práctica de los valores de la organización como el respeto, solidaridad, etc.			x			x			x		
33	Existen incrementos de remuneración por motivos de buen desempeño en la empresa.			x			x			x		
DIMENSION 4:APOYO ORGANIZACIONAL PERCIBIDO												
34	La empresa se ocupa por su bienestar ocupacional.			x			x			x		
35	Existe flexibilidad con el trabajador a causa de problemas que se le puedan presentar de diferente índole.			x			x			x		
36	Existen ascensos laborales por meritocracia.			x			x			x		
37	Respetan la opinión vertida por sus compañeros por parte de los jefes.			x			x			x		
38	Reclamar está permitido cuando se considera que una decisión tomada por los directivos es injusta.			x			x			x		

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

³Claridad: 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.

Observaciones Opinión de aplicabilidad Aplicable [si] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validado Dr. Granados Maguiño Mauro Amaru

DNI:06441665

Especialidad del validador: Turismo y Hotelería

14 de junio del2021

mgm

Firma del Experto Informante. Economista

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor (Srta): **Mg. Yalile Annabella Espejo Pezzini**

Presente

Asunto: **VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.**

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y, asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la escuela de Post Grado de MBA de la UCV, en la sede de Lima Norte promoción 2021, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación para optar el título de maestro en MBA.

El título del proyecto de investigación es: **“Comunicación Organizacional y Satisfacción Laboral de la Agencia de Turismo Grupo X-treme Tourbulencia, Cusco, 2021”** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en tema de Administración, y/o investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Protocolo de evaluación del instrumento

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración, me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente



Marco Antonio Oviedo Miranda
DNI :4189910

Instrumento de Validez Variable Comunicación Organizacional (Juez 4): Mg. Yalile Annabella Espejo Pezzini

N°	DIMENSIONES / ITEMS	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		M	D	A	M	M	D	A	M	M	D	A	M	
VARIABLE : COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL														
DIMENSIÓN 1: COMUNICACIÓN INTERNA														
1	Existe oportuna comunicación de los directivos con los subordinados.			x				x					x	
2	Encuentra accesible poder comunicarse con sus superiores.			x				x					x	
3	Es efectiva la comunicación con sus compañeros de trabajo de su misma área.			x				x					x	
4	Existe comunicación formal entre los colaboradores de la empresa.			x				x					x	
5	Percibe una comunicación clara con sus compañeros de trabajo de su mismo área.			x				x					x	
DIMENSIÓN 2: EXTERNA														
6	Percibe optima la comunicación con sus compañeros de trabajo de otra áreas de la empresa.			x				x					x	
7	Es clara la comunicación realizada con sus compañeros de otras áreas de la empresa.			x				x					x	
8	Considera accesible la comunicación con otras áreas o departamentos de la empresa.			x				x					x	
9	Una clara transferencia de mensajes con los clientes fortalece la comunicación en la organización.			x				x					x	
10	Encuentra efectiva la comunicación utilizada con los clientes externos de la empresa			x				x					x	
11	Recibe capacitación sobre la comunicación efectiva con los clientes de la empresa.			x				x					x	
12	La empresa genera una buena imagen con respecto a sus procesos de comunicación.			x				x					x	
13	Una buena relación publica optimiza la comunicación en la empresa.			x				x					x	
14	Existe procedimientos de comunicación formal que mejora la comunicación organizacional.			x				x					x	
DIMENSIÓN 3: REDES DE COMUNICACION														
15	Los canales de comunicación utilizados por la empresa mejora la comunicación organizacional.			x				x					x	
16	Existen redes de comunicación en la empresa.			x				x					x	
17	Conocer los medios disponibles de comunicación en la empresa fortalece la comunicación organizacional.			x				x					x	
18	Es positiva la práctica de comunicación informal en la empresa			x				x					x	
19	La comunicación informal genera información incorrecta que crea inconvenientes de comunicación.			x				x					x	

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

³Claridad: 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.

Observaciones

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

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Yalile Annabella Espejo Pezzini DNI:15724416

Especialidad del validador: Gestión Pública – Gestión del Talento Humano

14 de junio 2021

Firma del Experto Informante.

Instrumento de Validez Variable Satisfacción Laboral (Juez 4): Mg. Yalile Annabella Espejo Pezzini

VARIABLE : SATISFACCION LABORAL		Pertinencia			Relevancia			Claridad				Sugerencias
DIMENSIÓN 1: IDENTIFICACION DEL EMPLEADO		M D	D	A	M A	M D	A	M A	M D	D	A	
20	Encuentra recursos mínimos que permiten cumplir sus obligaciones en la empresa.			x			x				x	
21	Existen oportunidades que le permiten crecer como profesional dentro de la empresa.			x			x				x	
22	Tiene un nivel alto de identificación con la empresa.			x			x				x	
23	Es proactiva su participación dentro de la empresa.			x			x				x	
24	Encuentra motivados a los trabajadores de la empresa que permiten cumplir los objetivos de la organización			x			x				x	
25	Existen compensaciones otorgadas por la empresa por el cumplimiento de objetivos de la empresa.			x			x				x	
DIMENSIÓN 2: INVOLUCRAMIENTO EN EL TRABAJO												
26	Se reconoce el esfuerzo que realiza en la empresa.			x			x				x	
27	Se genera la práctica de la justicia por parte de los directivos al reconocer el desempeño del trabajador			x			x				x	
28	Tiene autonomía en sus funciones como trabajador			x			x				x	
29	Cree que es importante su opinión para la empresa			x			x				x	
30	Se considera un trabajador competente.			x			x				x	
31	Ante un inconveniente que Ud. Presenta la empresa brinda a su persona el apoyo necesario.			x			x				x	
DIMENSION 3: COMPROMISO ORGANIZACIONAL												
32	Los directivos estimulan la práctica de los valores de la organización como el respeto, solidaridad, etc.			x			x				x	
33	Existen incrementos de remuneración por motivos de buen desempeño en la empresa.			x			x				x	
DIMENSION 4:APOYO ORGANIZACIONAL PERCIBIDO												
34	La empresa se ocupa por su bienestar ocupacional.			x			x				x	
35	Existe flexibilidad con el trabajador a causa de problemas que se le puedan presentar de diferente índole.			x			x				x	
36	Existen ascensos laborales por meritocracia.			x			x				x	
37	Respetan la opinión vertida por sus compañeros por parte de los jefes.			x			x				x	
38	Reclamar está permitido cuando se considera que una decisión tomada por los directivos es injusta.			x			x				x	

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

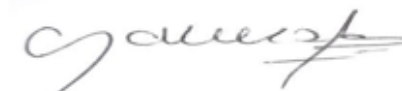
Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Observaciones

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

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Yalile Annabella Espejo Pezzini DNI:15724416
Especialidad del validador: Gestión Pública – Gestión del Talento Humano

14 de junio 2021



Firma del Experto Informante

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor (Srta): **Dr. José Luis Vera La Torre**

Presente

Asunto: **VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.**

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y, asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la escuela de Post Grado de MBA de la UCV, en la sede de Lima Norte promoción 2021, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación para optar el título de maestro en MBA.

El título del proyecto de investigación es: ***“Comunicación Organizacional y Satisfacción Laboral de la Agencia de Turismo Grupo X-treme Tourbulencia, Cusco, 2021”*** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en tema de Administración, y/o investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Protocolo de evaluación del instrumento

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración, me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente



Marco Antonio Oviedo Miranda
DNI :4189910

Nº	DIMENSIONES / ITEMS VARIABLE : COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	
	DIMENSIÓN 1: COMUNICACIÓN INTERNA													
1	Existe oportuna comunicación de los directivos con los subordinados.			x			x				x			
2	Encuentra accesible poder comunicarse con sus superiores.			x			x				x			
3	Es efectiva la comunicación con sus compañeros de trabajo de su misma área.			x			x				x			
4	Existe comunicación formal entre los colaboradores de la empresa.			x			x				x			
5	Percibe una comunicación clara con sus compañeros de trabajo de su mismo área.			x			x				x			
	DIMENSIÓN 2: EXTERNA													
6	Percibe optima la comunicación con sus compañeros de trabajo de otra áreas de la empresa.			x			x				x			
7	Es clara la comunicación realizada con sus compañeros de otras áreas de la empresa.			x			x				x			
8	Considera accesible la comunicación con otras áreas o departamentos de la empresa.			x			x				x			
9	Una clara transferencia de mensajes con los clientes fortalece la comunicación en la organización.			x			x				x			
10	Encuentra efectiva la comunicación utilizada con los clientes externos de la empresa			x			x				x			
11	Recibe capacitación sobre la comunicación efectiva con los clientes de la empresa.			x			x				x			
12	La empresa genera una buena imagen con respecto a sus procesos de comunicación.			x			x				x			
13	Una buena relación publica optimiza la comunicación en la empresa.			x			x				x			
14	Existe procedimientos de comunicación formal que mejora la comunicación organizacional.			x			x				x			
	DIMENSIÓN 3: REDES DE COMUNICACION													
15	Los canales de comunicación utilizados por la empresa mejora la comunicación organizacional.			x			x				x			
16	Existen redes de comunicación en la empresa.			x			x				x			
17	Conocer los medios disponibles de comunicación en la empresa fortalece la comunicación organizacional.			x			x				x			
18	Es positiva la práctica de comunicación informal en la empresa			x			x				x			
19	La comunicación informal genera información incorrecta que crea inconvenientes de comunicación.			x			x				x			

Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [x]**

Aplicable después de corregir []

No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Ms. José Luis Vera La Torre DNI: 07502682
MD (Muy en desacuerdo), D (En desacuerdo), A (En acuerdo), MA (Muy de acuerdo)


15 de junio de 2021

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

³Claridad: 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


Dr. José Luis Vera La Torre
Psicólogo
C.Ps.P. 11618

Instrumento de Validez Variable Satisfacción Laboral (Juez 5): Dr. José Luis Vera la Torre

VARIABLE : SATISFACCION LABORAL		Pertinencia			Relevancia			Claridad			Sugerencias
DIMENSIÓN 1: IDENTIFICACION DEL EMPLEADO		M D	D	A	M A	M D	A	M A	M D	A	
20	Encuentra recursos mínimos que permiten cumplir sus obligaciones en la empresa.			x			x			x	
21	Existen oportunidades que le permiten crecer como profesional dentro de la empresa.			x			x			x	
22	Tiene un nivel alto de identificación con la empresa.			x			x			x	
23	Es proactiva su participación dentro de la empresa.			x			x			x	
24	Encuentra motivados a los trabajadores de la empresa que permiten cumplir los objetivos de la organización			x			x			x	
25	Existen compensaciones otorgadas por la empresa por el cumplimiento de objetivos de la empresa.			x			x			x	
DIMENSIÓN 2: INVOLUCRAMIENTO EN EL TRABAJO											
26	Se reconoce el esfuerzo que realiza en la empresa.			x			x			x	
27	Se genera la práctica de la justicia por parte de los directivos al reconocer el desempeño del trabajador			x			x			x	
28	Tiene autonomía en sus funciones como trabajador			x			x			x	
29	Cree que es importante su opinión para la empresa			x			x			x	
30	Se considera un trabajador competente.			x			x			x	
31	Ante un inconveniente que Ud. Presenta la empresa brinda a su persona el apoyo necesario.			x			x			x	
DIMENSION 3: COMPROMISO ORGANIZACIONAL											
32	Los directivos estimulan la práctica de los valores de la organización como el respeto, solidaridad, etc.			x			x			x	
33	Existen incrementos de remuneración por motivos de buen desempeño en la empresa.			x			x			x	
DIMENSION 4:APOYO ORGANIZACIONAL PERCIBIDO											
34	La empresa se ocupa por su bienestar ocupacional.			x			x			x	
35	Existe flexibilidad con el trabajador a causa de problemas que se le puedan presentar de diferente índole.			x			x			x	
36	Existen ascensos laborales por meritocracia.			x			x			x	
37	Respetan la opinión vertida por sus compañeros por parte de los jefes.			x			x			x	
38	Reclamar está permitido cuando se considera que una decisión tomada por los directivos es injusta.			x			x			x	

Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [x]**

Aplicable después de corregir []

No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Ms. José Luis Vera La Torre DNI: 07502682

15 de junio de 2021

MD (Muy en desacuerdo), D (En desacuerdo), A (En acuerdo), MA (Muy de acuerdo)

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

³Claridad: 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


Dr. José Luis Vera La Torre
 Psicólogo
 C.Ps.P. 11618

Anexo 5 Listado de Jueces Expertos.

Nombre de juez Experto	Especialidad	DNI	Observaciones
1.-Mg: Carlos Antonio Guevara Malpica	Toma de Desiciones	43663219	Aplicable
2.-Mg Soledad Florencia Malpica Cáceres	Gestión Empresarial	07288285	Aplicable
3.-Dr. Mauro Amaru Granados	Investigación	06441665	Aplicable
4.-Mg Yalile Annabella Espejo Pezzini	Gestión Publica Gestión de Talento Humano	15724416	Aplicable
5.-Dr. José Luis Vera La torre	Psicología Organizacional y RR.HH	07502638	Aplicable

Anexo 6 Prueba Piloto

Estadísticos de fiabilidad Variable Comunicación Empresarial

Alfa de Cronbach	N de elementos
,775	20

Fuente: Prueba Piloto SPSS sobre 15 encuestados

Estadísticos de fiabilidad Variable Satisfacción Laboral

Alfa de Cronbach	N de elementos
,800	20

Fuente: Prueba Piloto SPSS sobre 15 encuestados

Anexo 7 Prueba de Normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Comunicación interna	,328	56	,000	,784	56	,000
Comunicación externa	,156	56	,002	,861	56	,000
Redes de comunicación	,200	56	,000	,829	56	,000
Comunicación organizacional	,243	56	,000	,835	56	,000
Identificación del empleado	,234	56	,000	,794	56	,000
Involucramiento en el trabajo	,254	56	,000	,817	56	,000
Compromiso organizacional	,284	56	,000	,770	56	,000
Apoyo organizacional percibido	,324	56	,000	,652	56	,000
Satisfacción laboral	,253	56	,000	,823	56	,000

a. Corrección de la significación de Lilliefors

Fuente: Base de Datos de la propia Investigación.


Los datos no cuentan con normalidad, por lo tanto, se requiere una prueba no paramétrica.

Anexo 11 V de Aiken para la variable Comunicación Organización

Con valores de V Aiken como V= 0.70 o más son adecuados (Charter, 2003).										
		J1	J2	J3	J4	J5	Media	DE	V Aiken	Interpretación de la V
ÍTEM 1	Relevancia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Pertinencia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Claridad	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
ÍTEM 2	Relevancia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Pertinencia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Claridad	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
ÍTEM 3	Relevancia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Pertinencia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Claridad	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
ÍTEM 4	Relevancia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Pertinencia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Claridad	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
ÍTEM 5	Relevancia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Pertinencia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Claridad	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
ÍTEM 6	Relevancia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Pertinencia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Claridad	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
ÍTEM 7	Relevancia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Pertinencia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Claridad	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
ÍTEM 8	Relevancia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Pertinencia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Claridad	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
ÍTEM 9	Relevancia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Pertinencia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Claridad	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
ÍTEM 10	Relevancia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Pertinencia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Claridad	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
ÍTEM 11	Relevancia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Pertinencia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Claridad	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
ÍTEM 12	Relevancia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Pertinencia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Claridad	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
ÍTEM 13	Relevancia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Pertinencia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Claridad	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
ÍTEM 14	Relevancia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Pertinencia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Claridad	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
ÍTEM 15	Relevancia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Pertinencia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Claridad	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
ÍTEM 16	Relevancia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Pertinencia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Claridad	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
ÍTEM 17	Relevancia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Pertinencia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Claridad	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
ÍTEM 18	Relevancia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Pertinencia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Claridad	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
ÍTEM 19	Relevancia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Pertinencia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Claridad	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido


Anexo 12 V de Aiken para la variable Satisfacción Laboral

Con valores de V Aiken como V= 0.70 o más son adecuados (Charter, 2003).										
		J1	J2	J3	J4	J5	Media	DE	V Aiken	Interpretación de la V
ÍTEM 20	Relevancia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Pertinencia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Claridad	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
ÍTEM 21	Relevancia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Pertinencia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Claridad	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
ÍTEM 22	Relevancia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Pertinencia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Claridad	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
ÍTEM 23	Relevancia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Pertinencia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Claridad	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
ÍTEM 24	Relevancia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Pertinencia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Claridad	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
ÍTEM 25	Relevancia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Pertinencia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Claridad	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
ÍTEM 26	Relevancia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Pertinencia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Claridad	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
ÍTEM 27	Relevancia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Pertinencia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Claridad	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
ÍTEM 28	Relevancia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Pertinencia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Claridad	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
ÍTEM 29	Relevancia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Pertinencia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Claridad	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
ÍTEM 30	Relevancia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Pertinencia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Claridad	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
ÍTEM 31	Relevancia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Pertinencia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Claridad	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
ÍTEM 32	Relevancia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Pertinencia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Claridad	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
ÍTEM 33	Relevancia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Pertinencia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Claridad	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
ÍTEM 34	Relevancia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Pertinencia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Claridad	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
ÍTEM 35	Relevancia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Pertinencia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Claridad	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
ÍTEM 36	Relevancia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Pertinencia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Claridad	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
ÍTEM 37	Relevancia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Pertinencia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Claridad	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
ÍTEM 38	Relevancia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Pertinencia	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Claridad	4	4	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido



ITINERARY

CUSCO CITY
MACHUPICCHU
CITY TOUR
SACRED VALLEY
INKA TRAIL
SALKANTAY
VILCABAMBA
CHOQUEQUIRAU
LARES VALLEY
HUCHUY - QOSQO
AND PROFESSIONAL
EXPEDITIONS



PERU PACKAGES

LIMA
NAZCA
HUARAZ
PUNO
AREQUIPA
CAJAMARCA

X-Treme Tourbulencia Expeditions

Tour Operator

"AÑO DEL BICENTENARIO DEL PERÚ: 200 AÑOS DE INDEPENDENCIA"

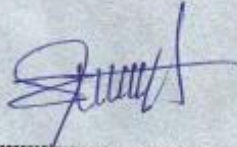
Cusco 10 de Mayo del 2021

Señor:


Marco Antonio Oviedo Miranda
DNI :41899104

Yo, DIMAS MIRANDA ARROYO con DNI: 23976985, Gerente General de la Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, Grupo X-treme Tourbulencia de la ciudad del Cusco, con RUC 20490591169, **AUTORIZO** a su persona hacer uso de la razón social de mi representada y poder así recolectar información que vea por conveniente con fines académicos para el culmino en su investigación de la Tesis denominado "**Comunicación Organizacional y Satisfacción Laboral en la Agencia de Turismo Grupo X-treme Tourbulencia, Cusco, 2021**" y brindarle las facilidades correspondientes, por lo cual damos conformidad y consentimiento para dicho propósito.


Atte.



**X-TREME
TOURBULENCIA
GERENCIA GENERAL**



Asociación de Agencias de Turismo del Cusco

Afiliado a la OMT  UIRWTO - OMT - ICHWTO

Office: Plateros N° 358 - Plaza de Armas - Telefax: 084-224362 / Phone: 084-222405

Figura 3 Resultado de la Variable Comunicación Organizacional

Comunicación Organizacional muestra que los encuestados han indicado que la Comunicación Organizacional es Eficiente con un (53,57%) y por otro lado el (46,43%) han indicado que la Comunicación Organizacional es moderado.



Figura 4. Resultado Dimensión Comunicación Interna

Comunicación Interna muestra que los encuestados han indicado que la Comunicación Interna es eficiente con un (67,86%) y por otro lado el (32,14%) han indicado que la Comunicación Interna es moderado.

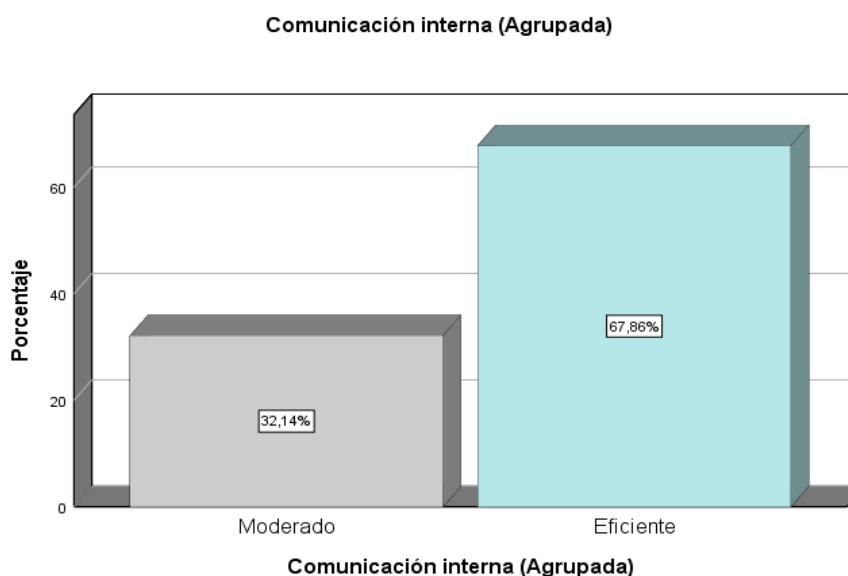


Figura 5: Resultado Dimensión Comunicación Externa

Comunicación externa muestra que los encuestados han indicado que la Comunicación externa es eficiente con un (48,21%) y por otro lado el (51,79%) han indicado que la Comunicación Interna es moderado.

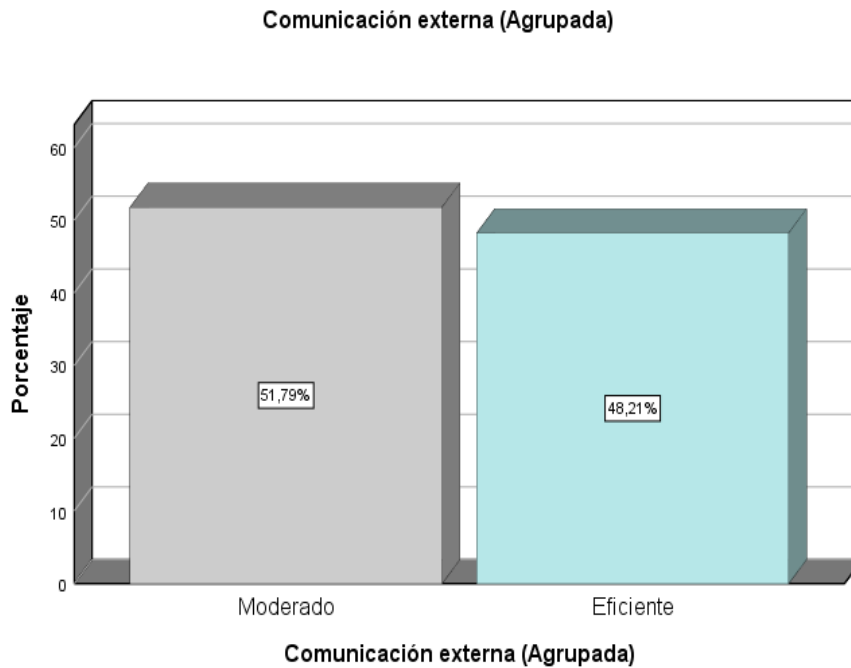


Figura 6: Resultado Dimensión Redes de Comunicación

Redes de Comunicación, muestra que los encuestados han indicado que la Comunicación externa es eficiente con un (51,79%) así mismo el (42,86%) han indicado que las Redes de Comunicación es moderado y por otro lado el (5,36%) han indicado que la Comunicación Interna es deficiente.

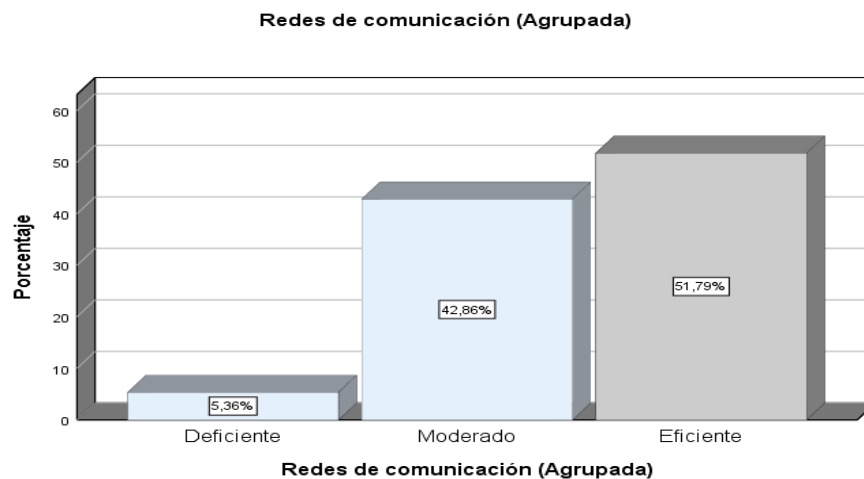


Figura 7: Resultado Variable 2 Satisfacción Laboral

Variable Satisfacción Laboral, muestra que los encuestados han indicado que esta variable es Eficiente dentro de la organización con un (41,07%) y por otro lado el (58,93%) han indicado que la satisfacción laboral es moderada.

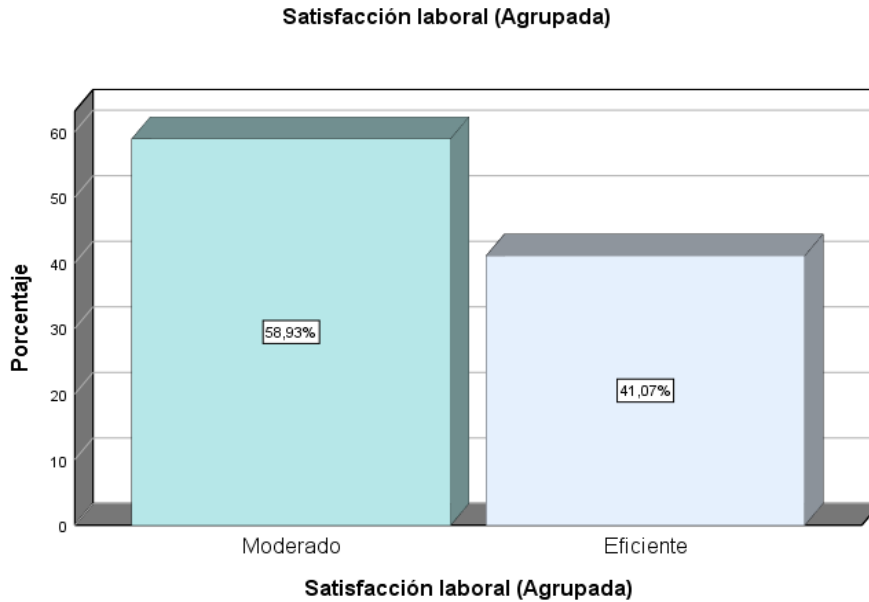


Figura 8 Resultado Variable Identificación del Empleado

Identificación del empleado de la Variable Satisfacción Laboral muestra que los encuestados han indicado que esta variable es Eficiente dentro de la organización con un (39,29%) y por otro lado el (60,71%) han indicado que la identificación del empleado es moderada.

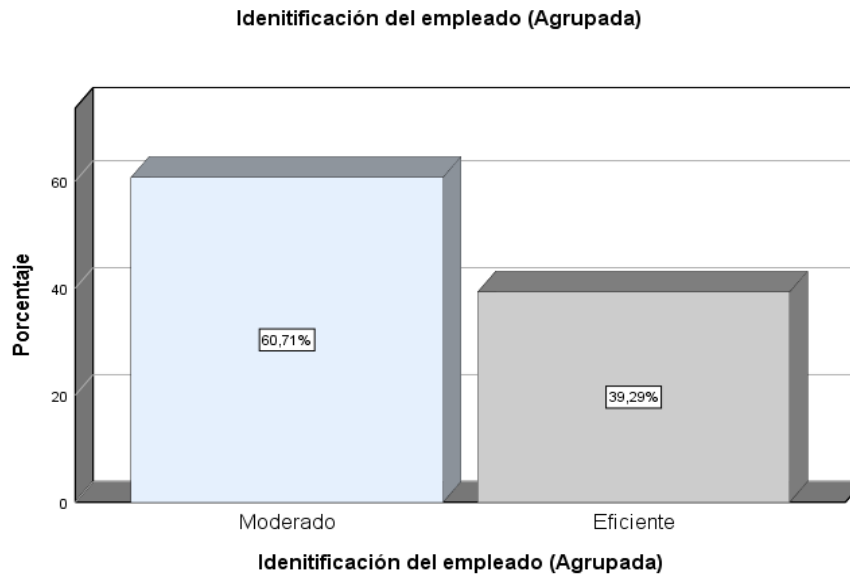


Figura 9: Resultado Variable Involucramiento en el trabajo

La dimensión 2 Involucramiento en el trabajo de la Variable Satisfacción Laboral muestra que los encuestados han indicado que esta variable es Eficiente dentro de la organización con un (57,14%) y por otro lado el (42,86%) han indicado que el Involucramiento en el trabajo es moderado.

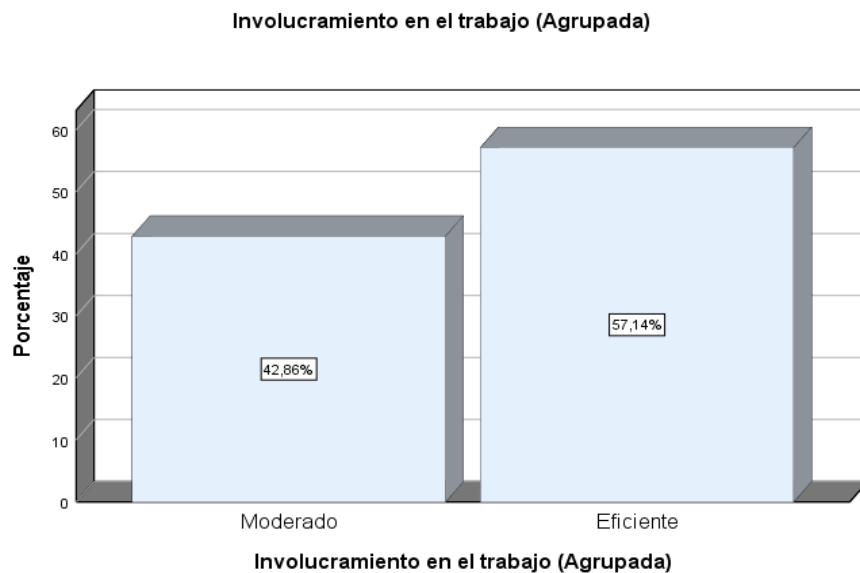


Figura 10 :Resultado Dimensión Compromiso Organizacional

La dimensión 3 Compromiso Organizacional de la Variable Satisfacción Laboral muestra que los encuestados han indicado que esta variable es eficiente con un (21,43%) y del mismo modo han indicado que esta variable es moderado con un (78,57%).

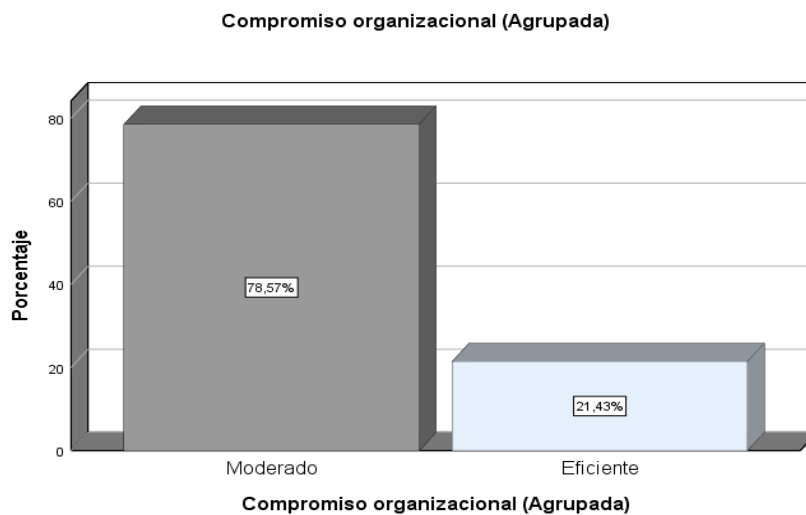


Figura 11: Resultado Dimensión Apoyo Organizacional Percibido

La dimensión 4 Apoyo Organizacional percibido de la Variable Satisfacción Laboral, muestra que los encuestados han indicado que esta variable es Eficiente dentro de la organización con un (46,43%) y por otro lado el (53,57%) han indicado que el Apoyo organizacional percibido es moderado por parte de la empresa.

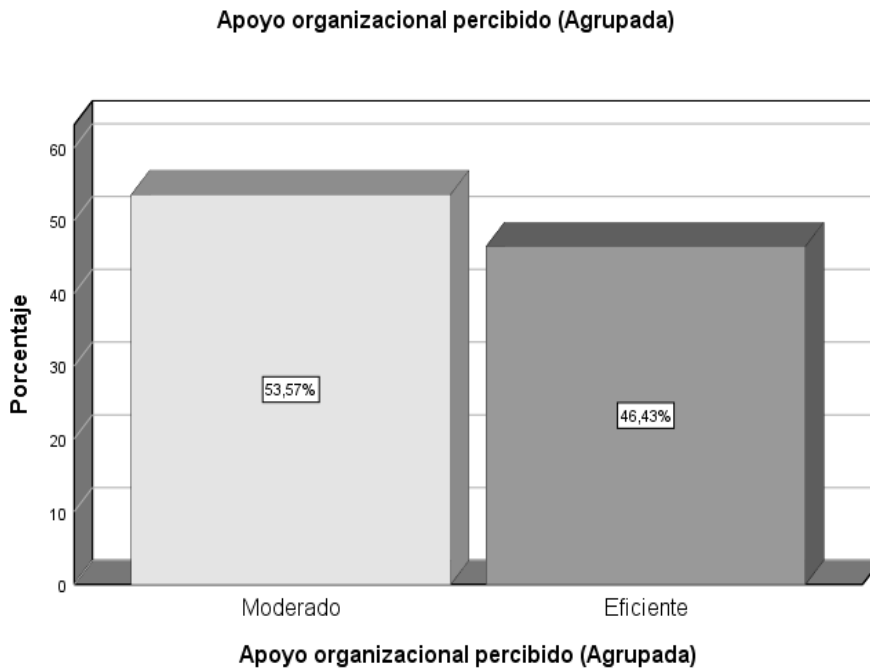
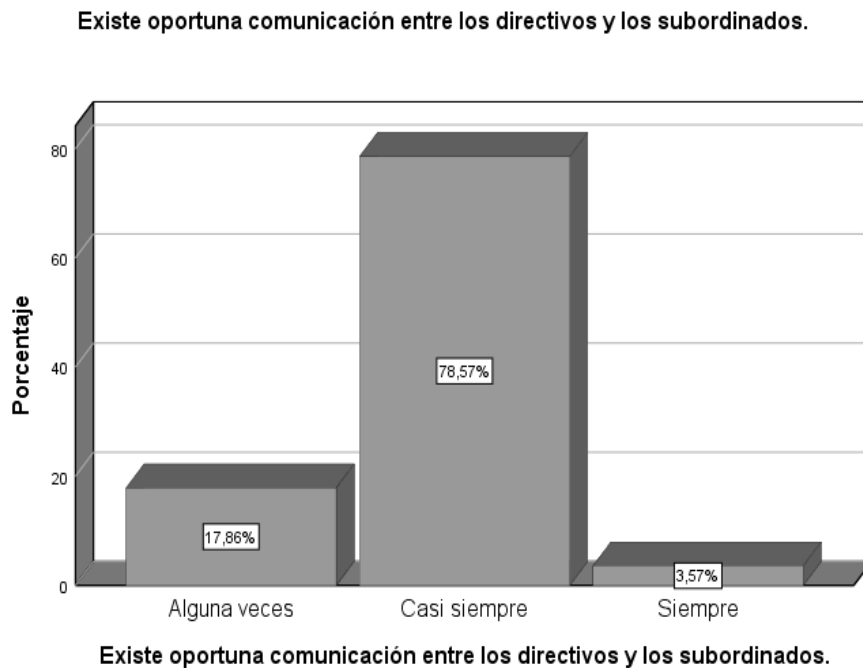
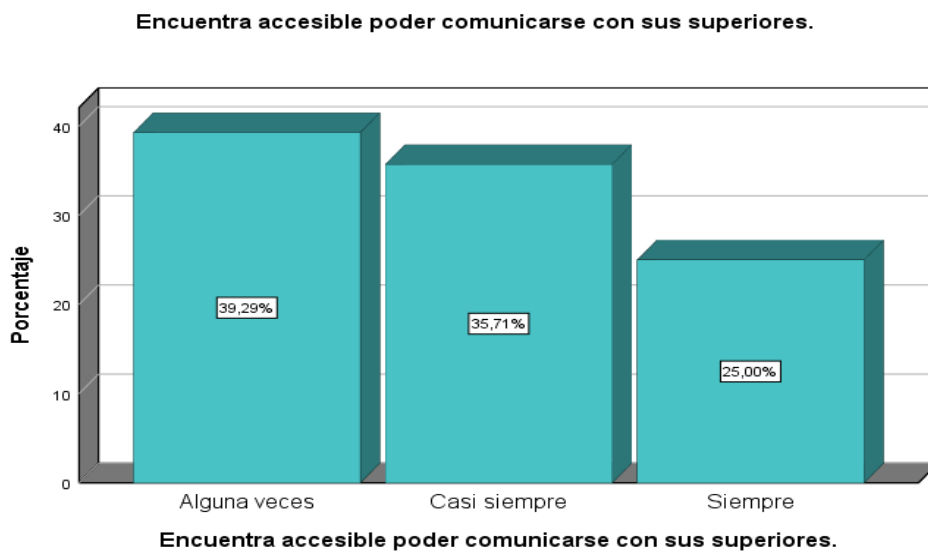


Figura 12 Resultado figuras por Items de las variable

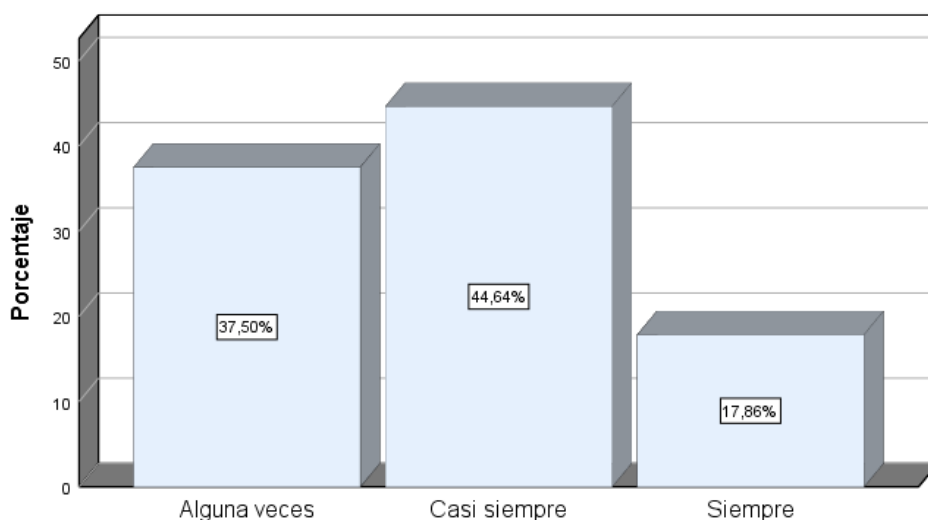


En el Ítem 1, de la variable Comunicación Organizacional, el 78,57% indica que existe casi siempre una oportuna comunicación entre los directivos y subordinados y un 17,86% algunas veces y solamente siempre un 3,57%.



En el Ítem 2, de la variable Comunicación Organizacional, el 35,71% indica que es accesible comunicarse con los directivos y un 39,29% algunas veces y solamente siempre un 25,00%.

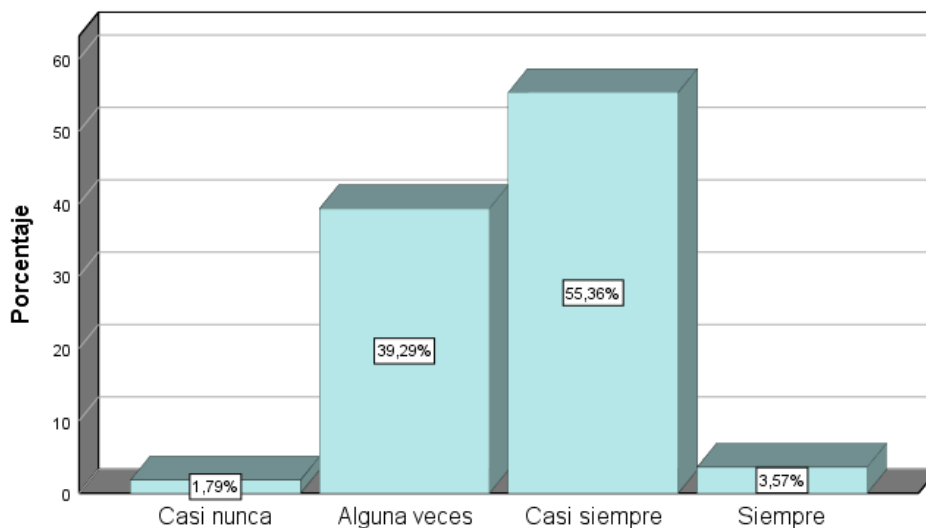
Es efectiva la comunicación con sus compañeros de trabajo de su misma área.



Es efectiva la comunicación con sus compañeros de trabajo de su misma área.

En el Ítem 3, de la variable Comunicación Organizacional, el 37,50% indica que existe algunas veces una efectiva comunicación entre los compañeros de su misma área y un 44,64% indica casi siempre y solamente siempre un 17,86%.

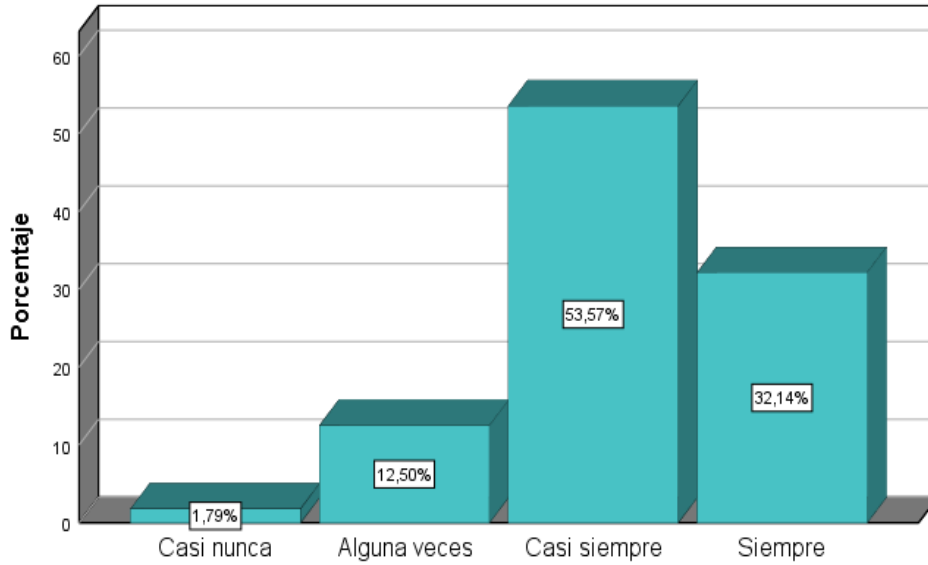
Existe comunicacion formal entre los colaboradores de la empresa.



Existe comunicacion formal entre los colaboradores de la empresa.

En el Ítem 4, de la variable Comunicación Organizacional, el 1,79% indica que casi nunca existe una comunicación formal en la empresa, un 39,29% solamente algunas veces y casi siempre un 55,36% y finalmente siempre han indicado un 3,57%.

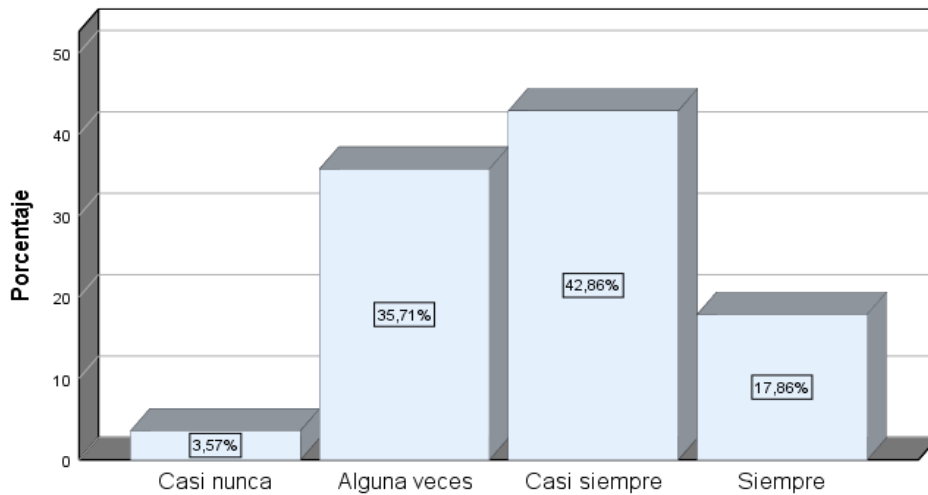
Percibe una comunicación clara con sus compañeros de trabajo de su misma área.



Percibe una comunicación clara con sus compañeros de trabajo de su misma área.

En el Ítem 5, de la variable Comunicación Organizacional, el 1,79% indica que percibe una comunicación clara con sus compañeros, un 12,50% solamente algunas veces y casi siempre un 53,57% y finalmente siempre han indicado un 32,14%.

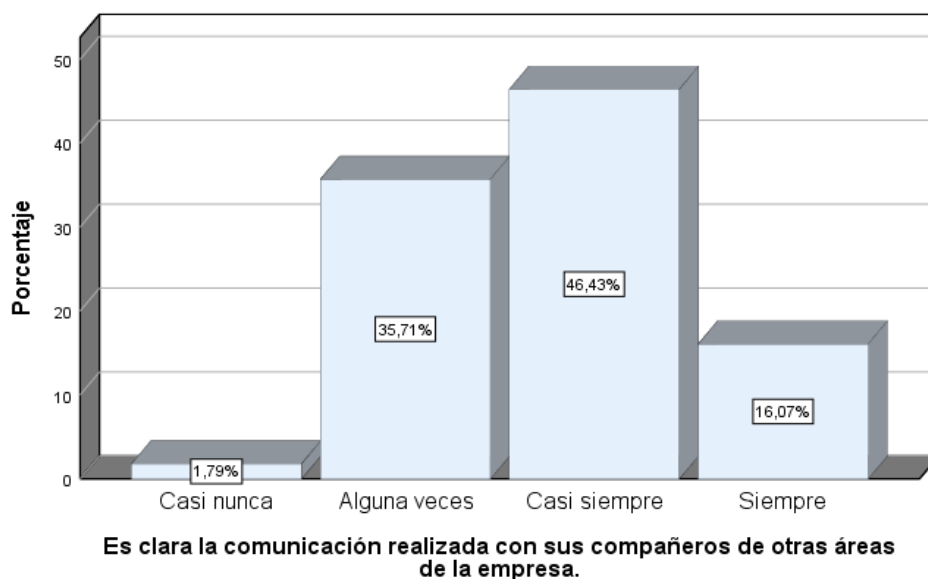
Percibe óptima la comunicación con sus compañeros de trabajo de otras áreas de la empresa.



Percibe óptima la comunicación con sus compañeros de trabajo de otras áreas de la empresa.

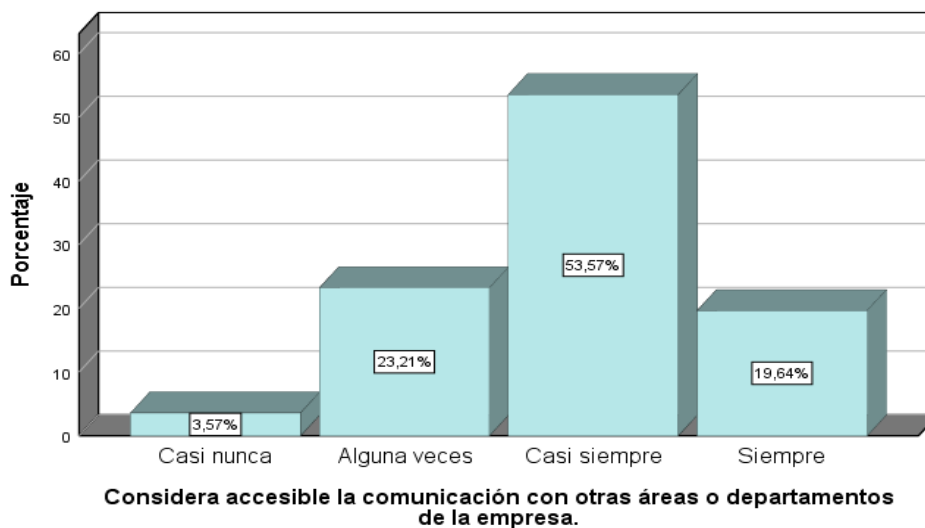
En el Ítem 6, de la variable Comunicación Organizacional, el 3,57% indica que percibe una comunicación óptima con sus compañeros de otras áreas, un 35,71% solamente algunas veces y casi siempre un 42,86% y finalmente siempre han indicado un 17,86%.

Es clara la comunicación realizada con sus compañeros de otras áreas de la empresa.



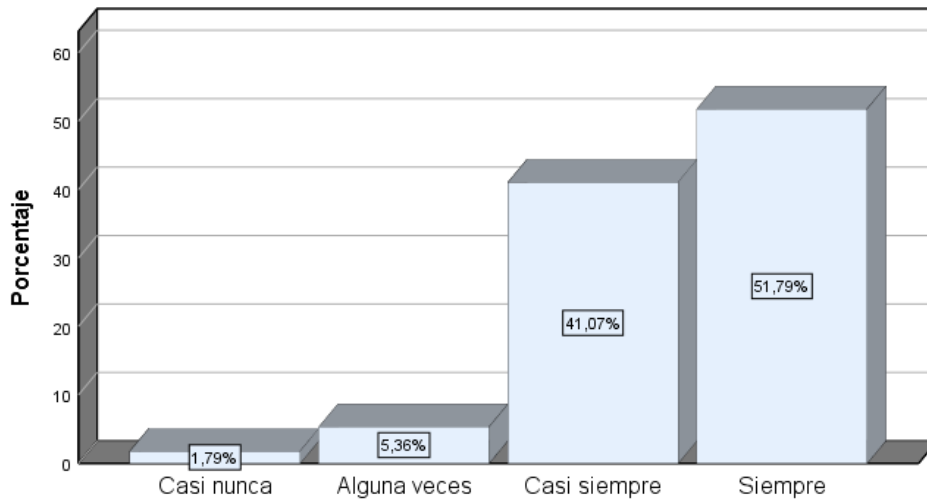
En el Ítem 7, de la variable Comunicación Organizacional, el 1,79% indica que es clara la comunicación con sus compañeros de otras áreas, un 35,71% solamente algunas veces y casi siempre un 46,43% y finalmente siempre han indicado un 16,07%.

Considera accesible la comunicación con otras áreas o departamentos de la empresa.



En el Ítem 8, de la variable Comunicación Organizacional, el 3,57% indica que casi nunca es accesible la comunicación con sus compañeros de otras áreas, un 23,21% solamente algunas veces y casi siempre un 53,57% y finalmente siempre han indicado un 19,64%.

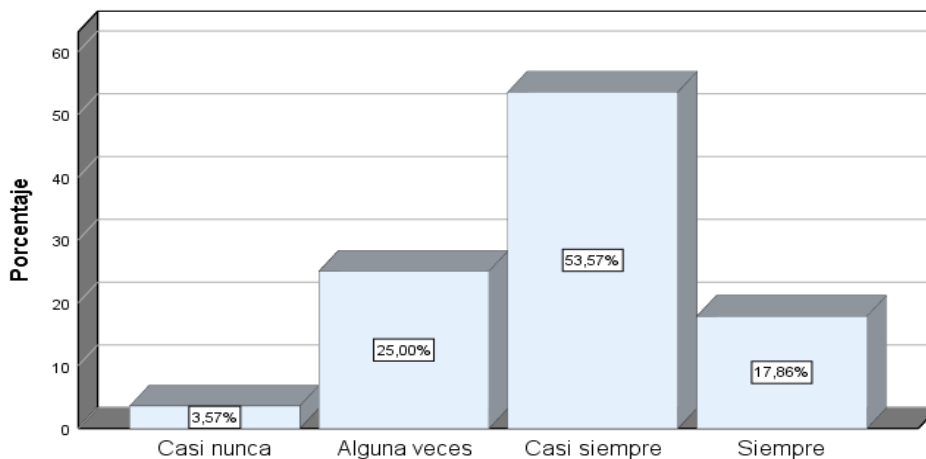
Existe una clara transferencia de mensajes con los clientes lo que fortalece la comunicación en la organización.



Existe una clara transferencia de mensajes con los clientes lo que fortalece la comunicación en la organización.

En el Ítem 9, de la variable Comunicación Organizacional, el 1,79% indica que casi nunca existe una transferencia clara de mensaje con los clientes, un 5,36% solamente algunas veces y casi siempre un 41,07% y finalmente siempre han indicado un 51,79%.

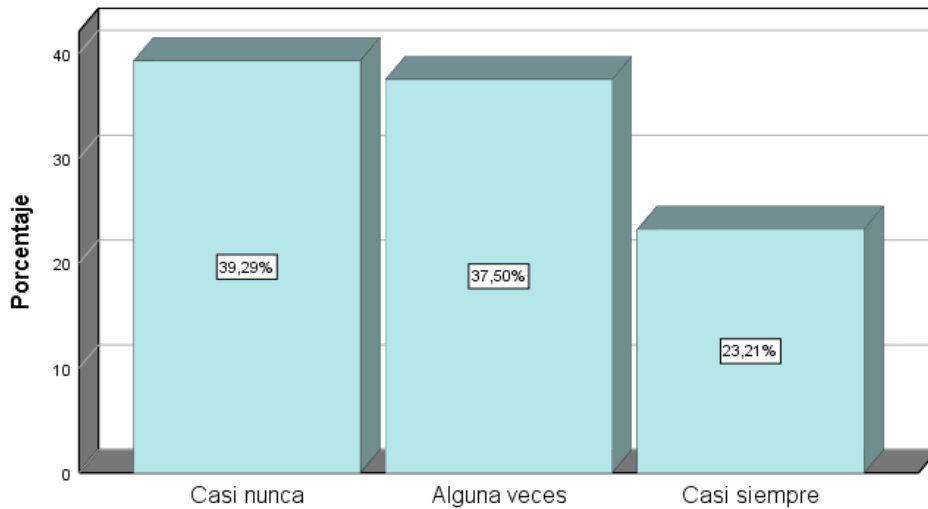
Encuentra efectiva la comunicación utilizada con los clientes externos de la empresa.



Encuentra efectiva la comunicación utilizada con los clientes externos de la empresa.

En el Ítem 10, de la variable Comunicación Organizacional, el 3,57% indica que casi nunca es efectiva la comunicación utilizada con los clientes, un 25,00% solamente algunas veces y casi siempre un 53,57% y finalmente siempre han indicado un 17,86%.

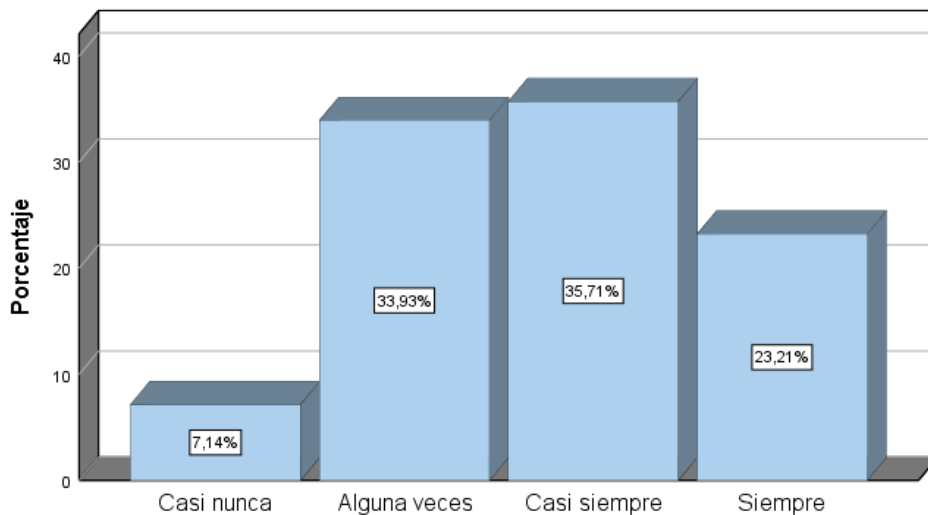
Recibe capacitación sobre la comunicación efectiva con los clientes de la empresa.



Recibe capacitación sobre la comunicación efectiva con los clientes de la empresa.

En el Ítem 11, de la variable Comunicación Organizacional, el 39,29% indican que casi nunca reciben capacitaciones sobre comunicación efectiva, un 37,50% solamente algunas veces y casi siempre un 23,21%

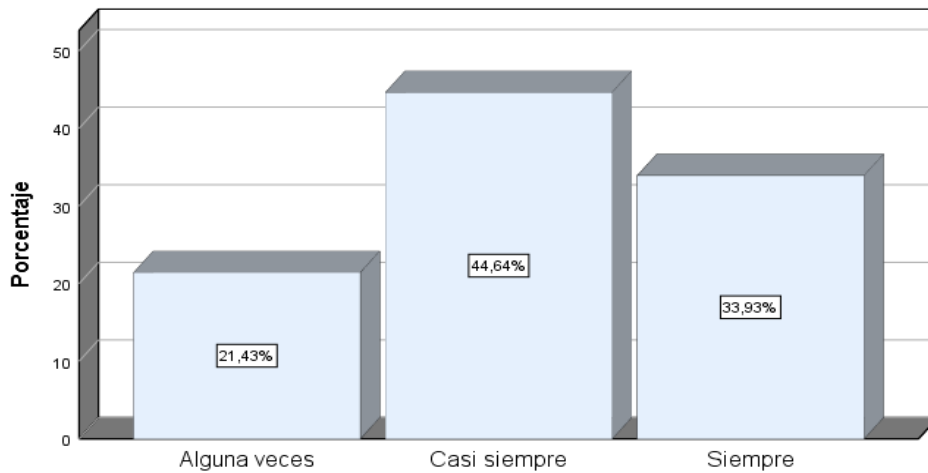
La empresa genera una buena imagen con respecto a sus procesos de comunicación.



La empresa genera una buena imagen con respecto a sus procesos de comunicación.

En el Ítem 12, de la variable Comunicación Organizacional, el 7,14% indica que casi nunca se genera una buena imagen con respecto a los procesos de comunicación por parte de la empresa, un 33,39% solamente algunas veces y casi siempre un 35,71% y finalmente siempre han indicado un 23,21%.

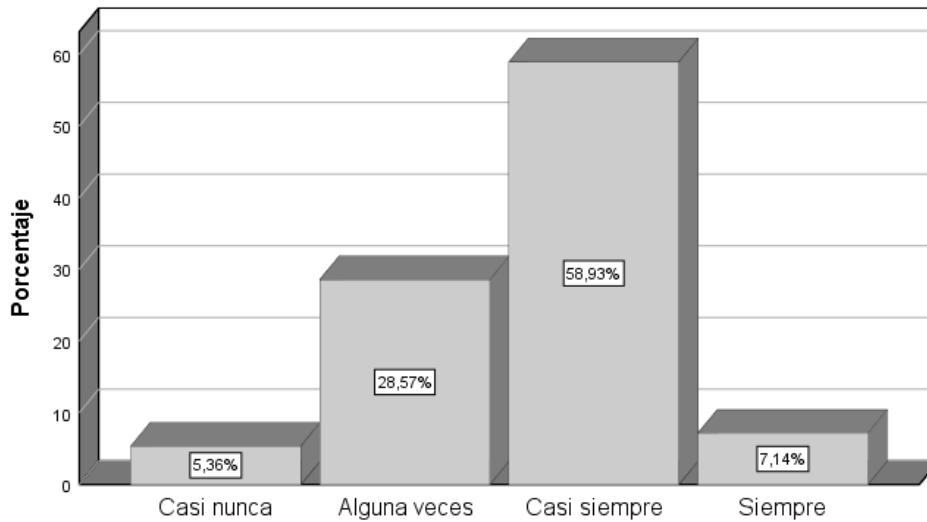
Una buena relación publica optimiza la comunicación en la empresa.



Una buena relación publica optimiza la comunicación en la empresa.

En el Ítem 13, de la variable Comunicación Organizacional, el 21,43% indica que algunas veces la relación publica optimiza la comunicación en la empresa, un 44,64% casi siempre un 35,71% y finalmente siempre han indicado un 33,93%.

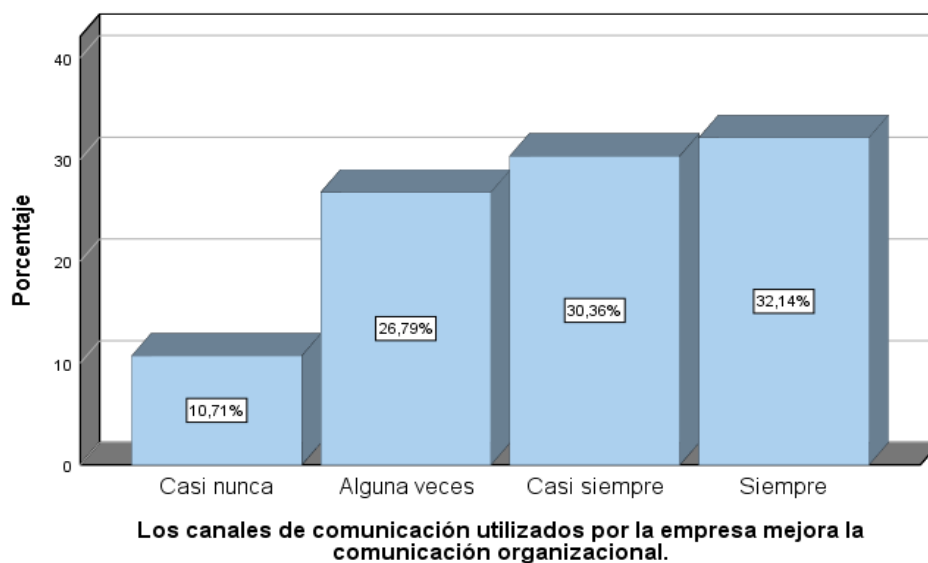
Existe procedimientos de comunicación formal que mejora la comunicación organizacional.



Existe procedimientos de comunicación formal que mejora la comunicación organizacional.

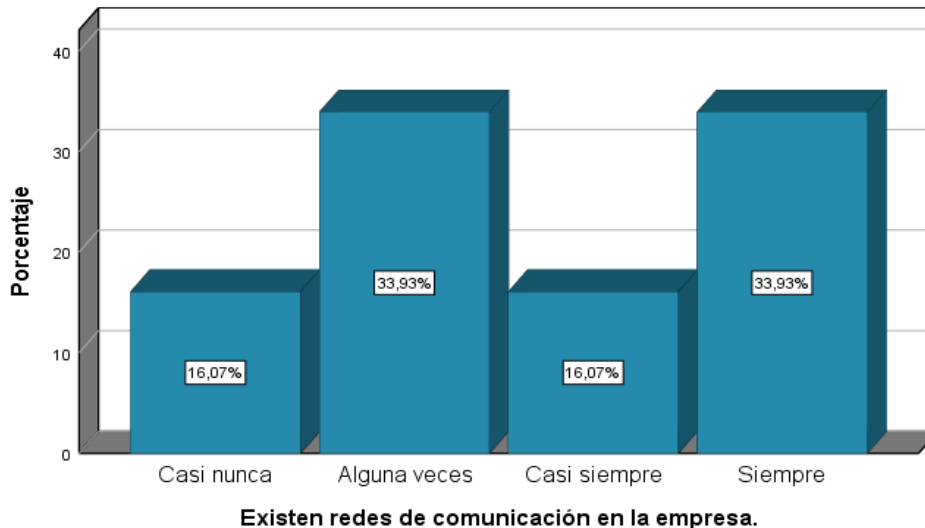
En el Ítem 14, de la variable Comunicación Organizacional, el 5,36% indica que casi nunca existen procedimientos de comunicación formal en la empresa, un 28,57% solamente algunas veces y casi siempre un 58,93% y finalmente siempre han indicado un 7,14%.

Los canales de comunicación utilizados por la empresa mejora la comunicación organizacional.



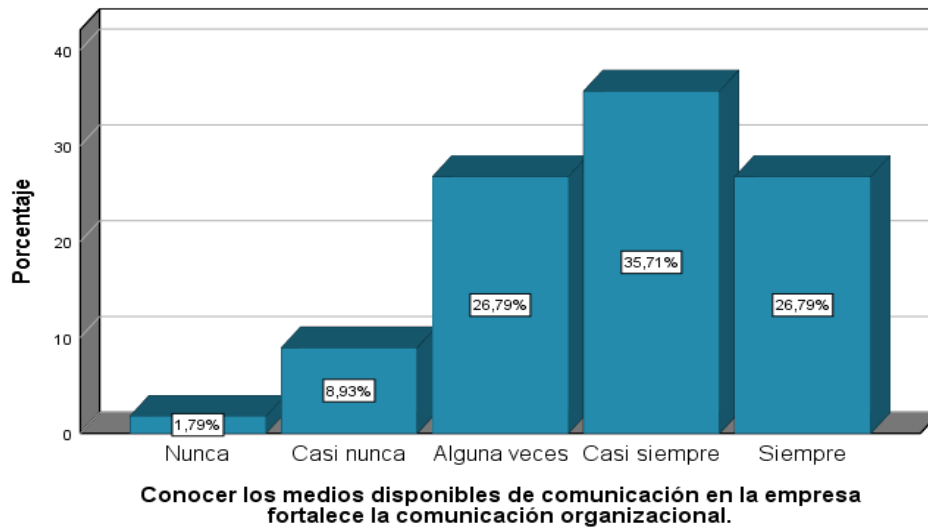
En el Ítem 15, de la variable Comunicación Organizacional, el 10,71% que los canales de comunicación mejoran la comunicación en la empresa, un 26,79% solamente algunas veces y casi siempre un 30,36% y finalmente siempre han indicado un 32,14%.

Existen redes de comunicación en la empresa.



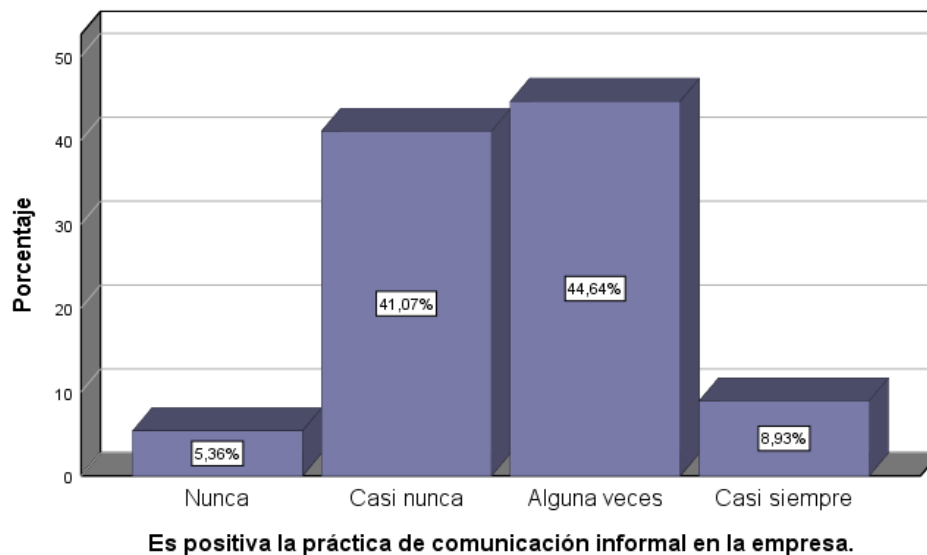
En el Ítem 16, de la variable Comunicación Organizacional, el 16,07% indican que existe redes de comunicación en la empresa, un 33,93% solamente algunas veces y casi siempre un 16,07% y finalmente siempre han indicado un 33,93%.

Conocer los medios disponibles de comunicación en la empresa fortalece la comunicación organizacional.



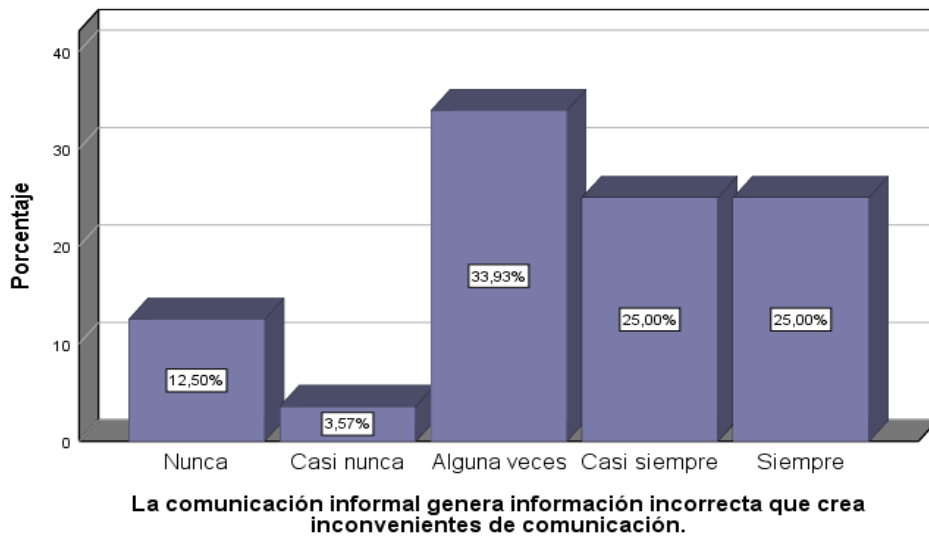
En el Ítem 17, de la variable Comunicación Organizacional, el 1,79% indican que nunca el conocer los medios disponibles de comunicación en la empresa fortalece la comunicación organizacional, un 8,93% casi nunca y algunas veces un 26,79% y casi siempre han indicado un 35,71% y finalmente siempre han indicado un 26,79%.

Es positiva la práctica de comunicación informal en la empresa.



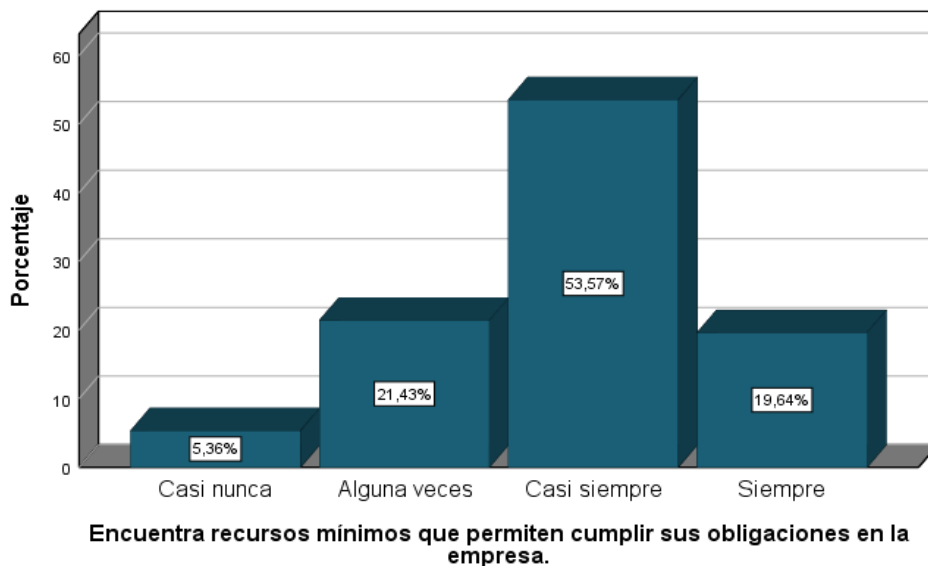
En el Ítem 18, de la variable Comunicación Organizacional, el 5,36% indican que la comunicación informal no es positiva para la empresa, un 41,07 % indicaron casi nunca y algunas veces un 44,65% y finalmente casi siempre han indicado un 8,93%.

La comunicación informal genera información incorrecta que crea inconvenientes de comunicación.



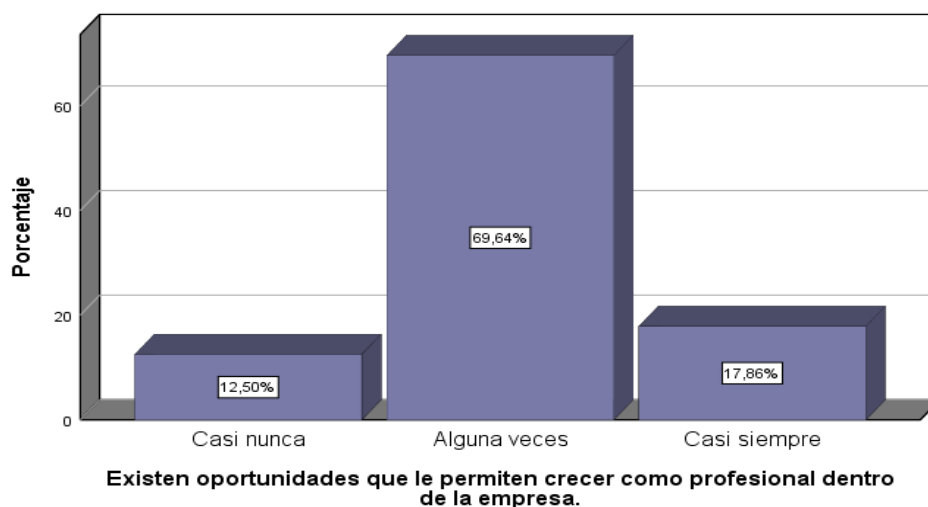
En el Ítem 19, de la variable Comunicación Organizacional, el 12,50% indica que la comunicación informal genera información incorrecta en la empresa, un 3,57% casi nunca, un 33,93% algunas veces y así mismo un 25,00% casi siempre y finalmente siempre han indicado un 25,00% también.

Encuentra recursos mínimos que permiten cumplir sus obligaciones en la empresa.



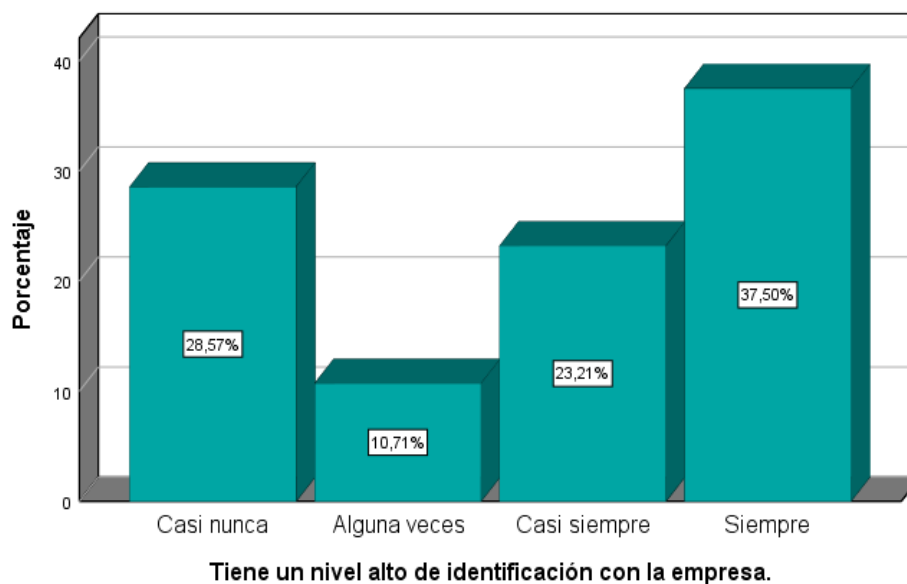
En el Ítem 20, de la variable Satisfacción Laboral, el 5,36 % indica que casi nunca encuentra recursos mínimos en la empresa, un 21,43% solo algunas veces, un 53,57% casi siempre y finalmente un 19,64% siempre.

Existen oportunidades que le permiten crecer como profesional dentro de la empresa.



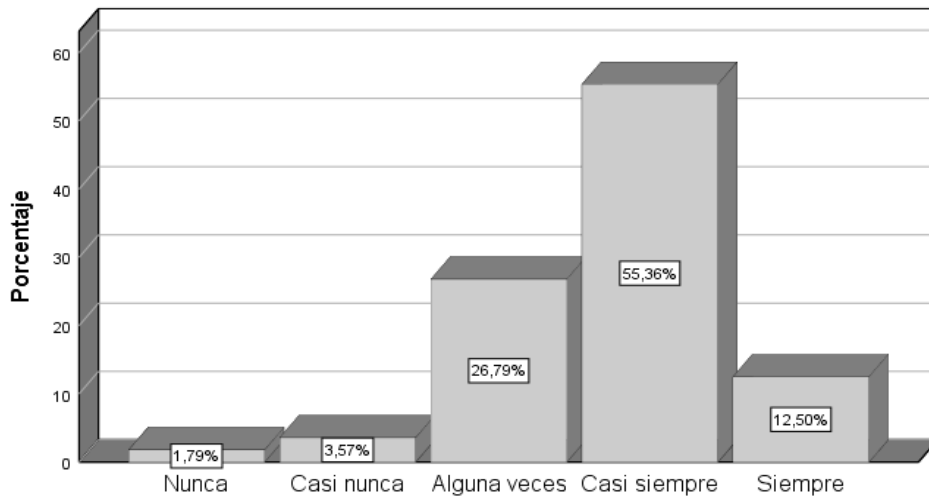
En el Ítem 21, de la variable Satisfacción Laboral, el 12,50 % indica que casi nunca encuentra oportunidad para crecer profesionalmente en la empresa, un 69,64% solo algunas veces, un 17,86% casi siempre.

Tiene un nivel alto de identificación con la empresa.



En el Ítem 22, de la variable Satisfacción Laboral, el 28,57 % indica que no tener casi nunca identificación con la empresa, un 10,71% solo algunas veces, un 23,21% casi siempre y siempre un 37,50%

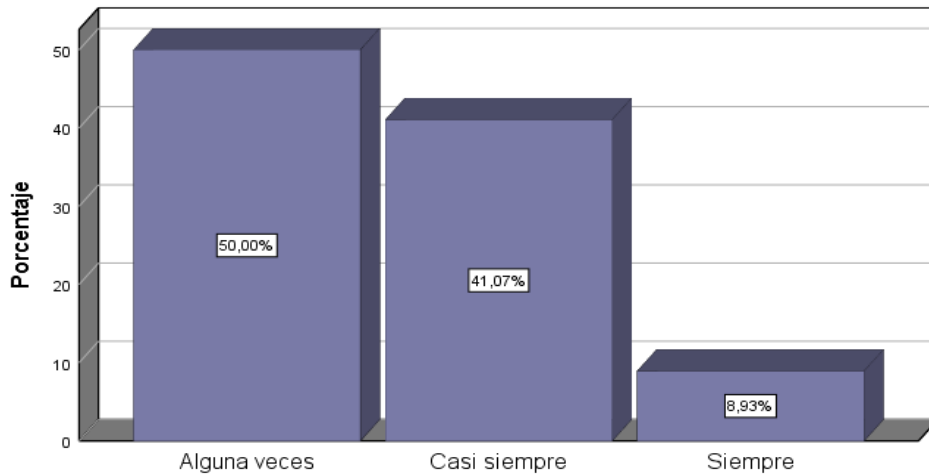
Se considera un personal valioso dentro de la empresa.



Se considera un personal valioso dentro de la empresa.

En el Ítem 23, de la variable Satisfacción Laboral, el 1,79 % indica que nunca es considerado como personal valioso para la empresa, un 3,57% casi nunca, un 26,79% solo algunas veces y casi siempre un 55,36% y siempre un 12,50%

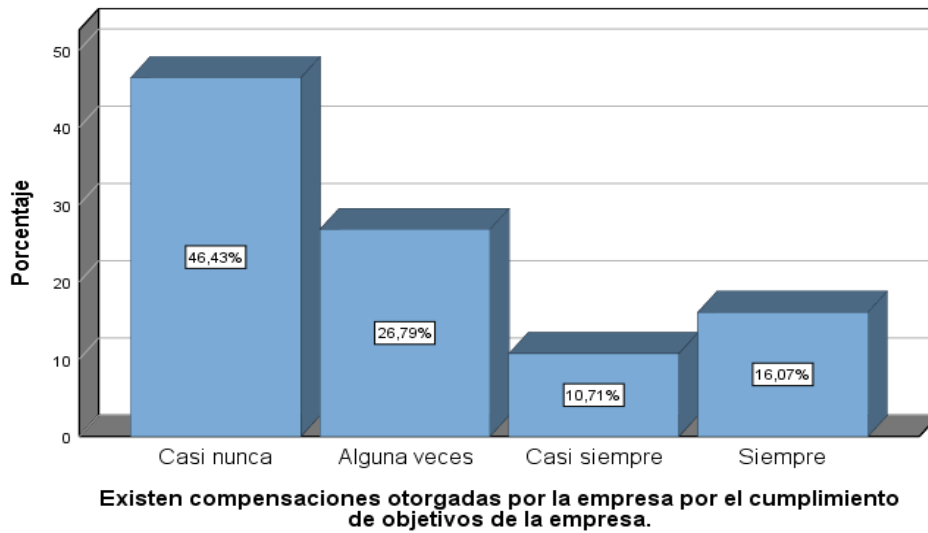
Encuentra motivados a los trabajadores de la empresa para cumplir los objetivos de la organización.



Encuentra motivados a los trabajadores de la empresa para cumplir los objetivos de la organización.

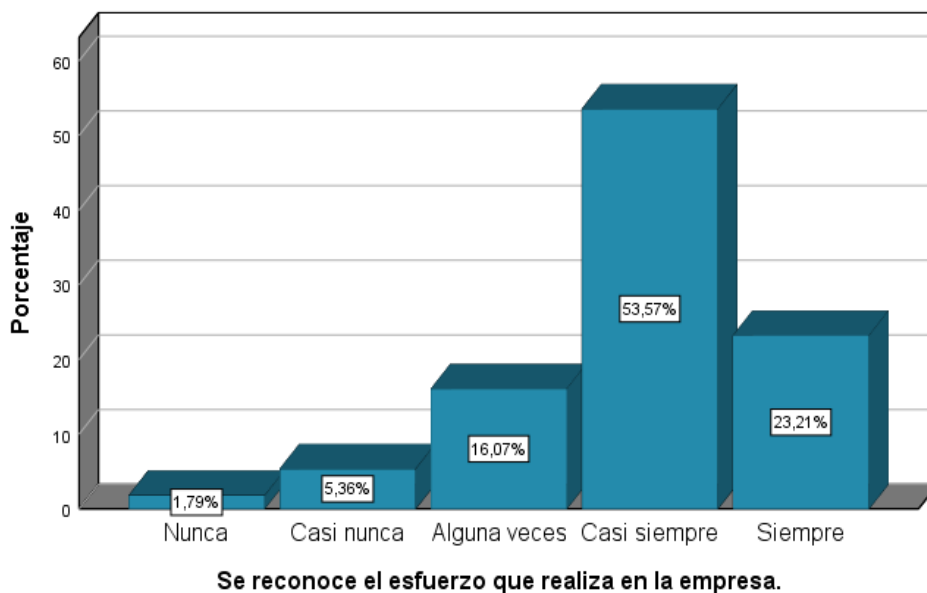
En el Ítem 24, de la variable Satisfacción Laboral, el 50,00 % indica que se encuentra motivado en la empresa, un 41,07% casi siempre, y un 8,93% siempre.

Existen compensaciones otorgadas por la empresa por el cumplimiento de objetivos de la empresa.



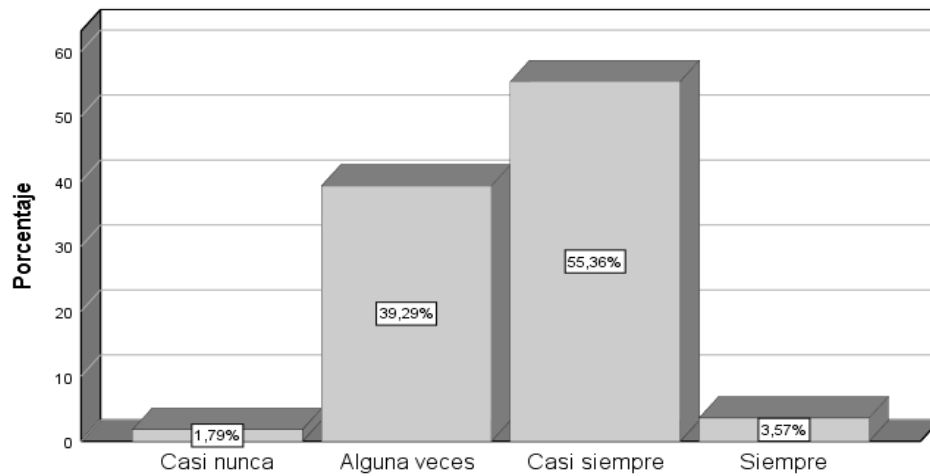
En el Ítem 25, de la variable Satisfacción Laboral, el 46,43 % indica que casi nunca existen compensaciones otorgadas por la empresa, un 26,79% solo algunas veces, un 10,71% casi siempre y siempre un 16,07%.

Se reconoce el esfuerzo que realiza en la empresa.



En el Ítem 26, de la variable Satisfacción Laboral, el 1,79 % indica que no se reconocen el esfuerzo realizado por el trabajador de la empresa, un 5,36% casi nunca, un 16,07% solo algunas veces y casi siempre un 53,57% y finalmente indicaron como siempre un 23,21%

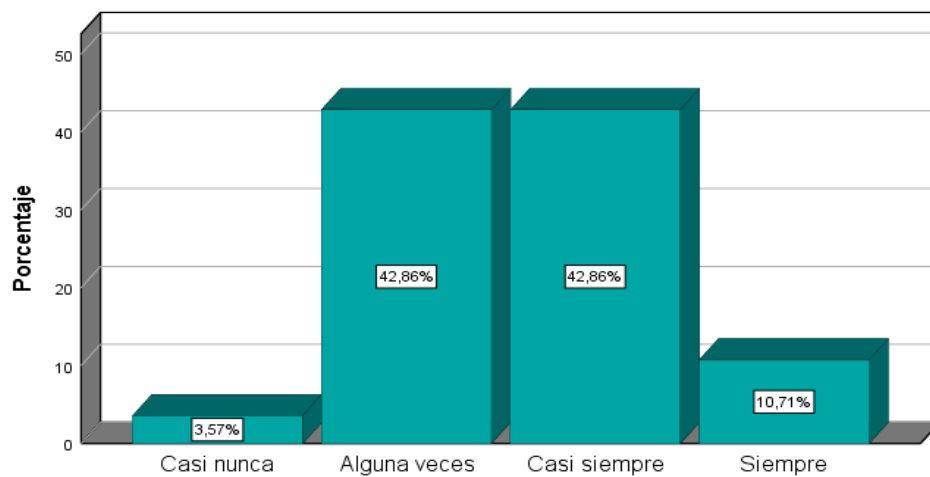
Se genera la práctica de la justicia por parte de los directivos al reconocer el desempeño del trabajador.



Se genera la práctica de la justicia por parte de los directivos al reconocer el desempeño del trabajador.

En el Ítem 27 de la variable Satisfacción Laboral, el 1,79% indica que casi nunca se genera la práctica de la justicia en la empresa, un 39,29% solo algunas veces, un 55,36% casi siempre y siempre un 3,57%.

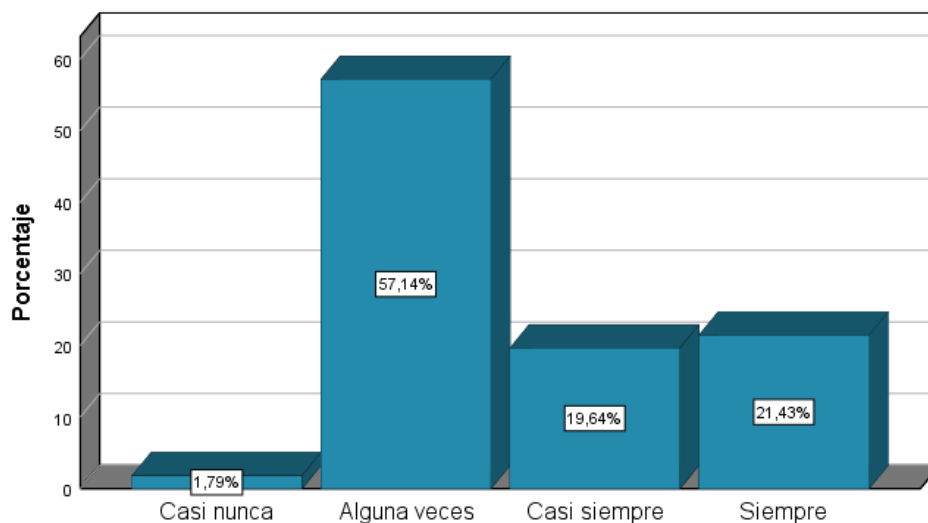
Tiene autonomía en sus funciones como trabajador.



Tiene autonomía en sus funciones como trabajador.

En el Ítem 28 de la variable Satisfacción Laboral, el 3,57% indica casi nunca sentir autonomía en la empresa, un 42,86% solo algunas veces, un 42,86% casi siempre y siempre un 10,71%.

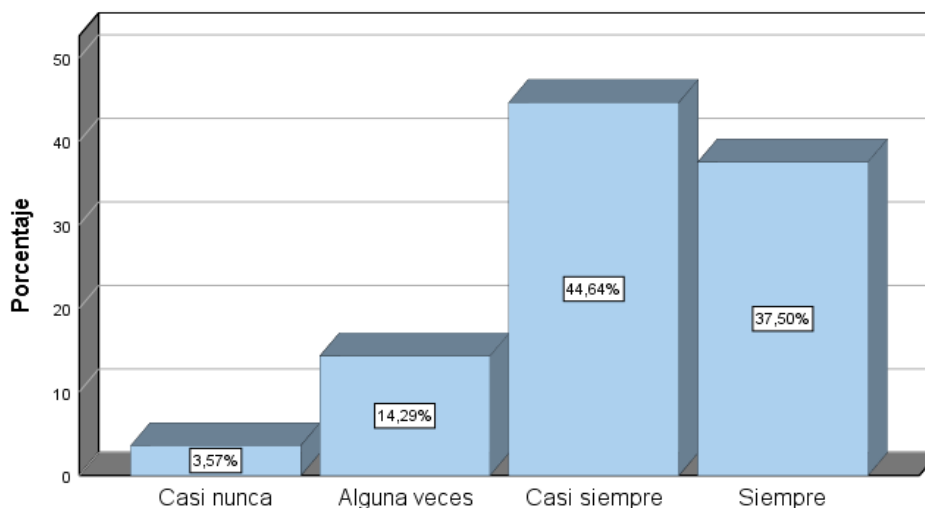
Cree que es importante su opinión para la empresa.



Cree que es importante su opinión para la empresa.

En el Ítem 29 de la variable Satisfacción Laboral, el 3,57% indica casi nunca consideran la opinión del trabajador en la empresa, un 57,14% solo algunas veces, un 19,64% casi siempre y siempre un 21,43%.

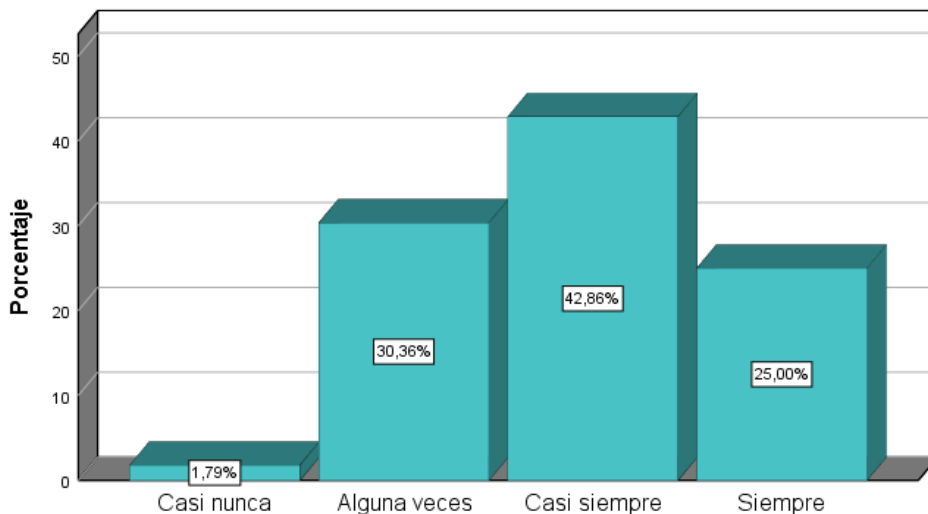
Se considera un trabajador competente.



Se considera un trabajador competente.

En el Ítem 30 de la variable Satisfacción Laboral, el 3,57% indica ser casi nunca un trabajador competente en la empresa, un 14,29% solo algunas veces, un 44,64% casi siempre y siempre un 37,50%.

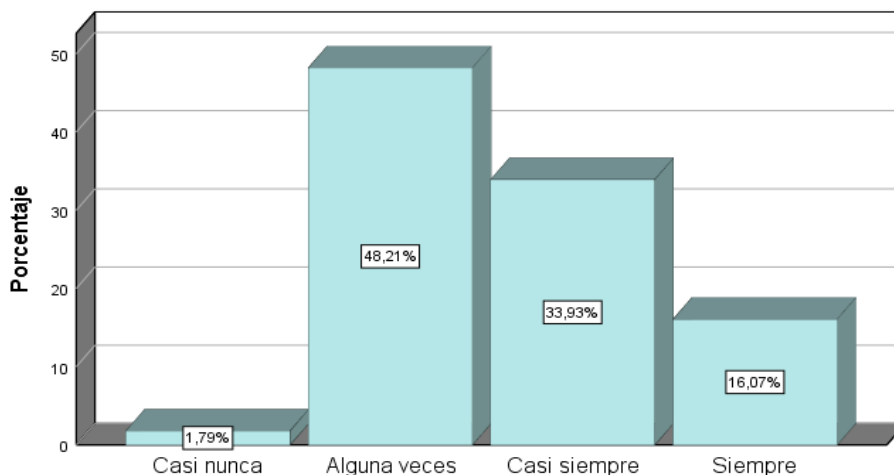
Ante un inconveniente que usted presenta la empresa brinda a su persona el apoyo necesario.



Ante un inconveniente que usted presenta la empresa brinda a su persona el apoyo necesario.

En el Ítem 31 de la variable Satisfacción Laboral, el 1,79 % indica que casi nunca la empresa brinda apoyo al trabajador, un 30,36% solo algunas veces, un 42,86% casi siempre y siempre un 25,00%.

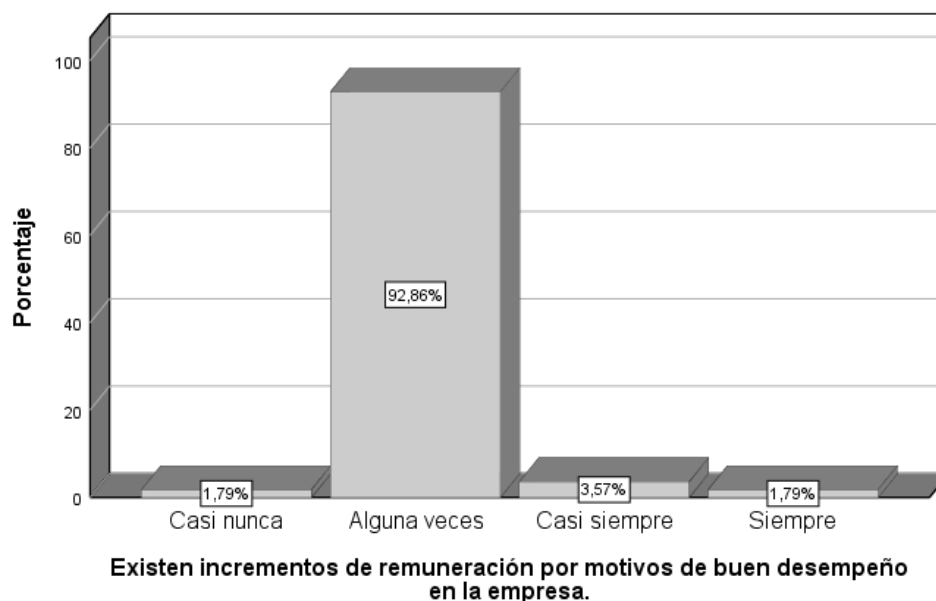
Los directivos estimulan la práctica de los valores de la organización como el respeto, solidaridad, etc



Los directivos estimulan la práctica de los valores de la organización como el respeto, solidaridad, etc

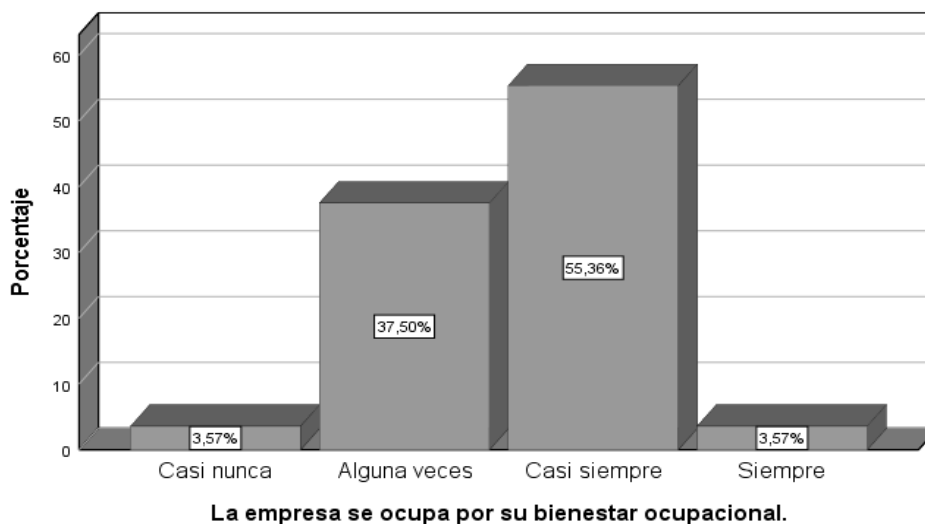
En el Ítem 32 de la variable Satisfacción Laboral, el 1,79 % indica que casi nunca los directivos estimulan la práctica de los valores en la empresa, un 46,21 % solo algunas veces, un 33,93 % casi siempre y siempre un 16,07 %.

Existen incrementos de remuneración por motivos de buen desempeño en la empresa.



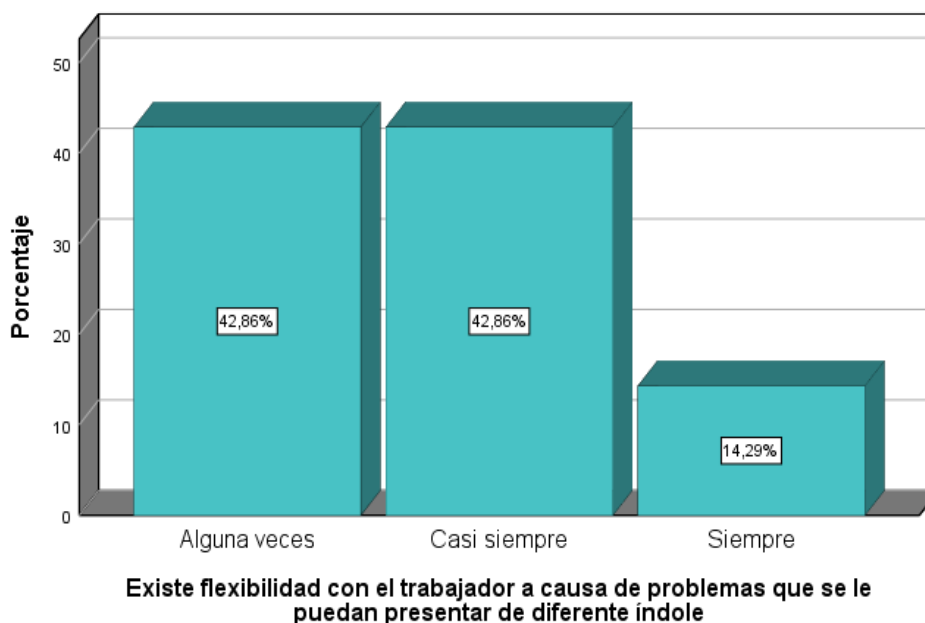
En el Ítem 33 de la variable Satisfacción Laboral, el 1,79 % indica que casi nunca existen incrementos de remuneración en la empresa, un 92,86% solo algunas veces, un 3,57 % casi siempre y siempre un 1,79 %.

La empresa se ocupa por su bienestar ocupacional.



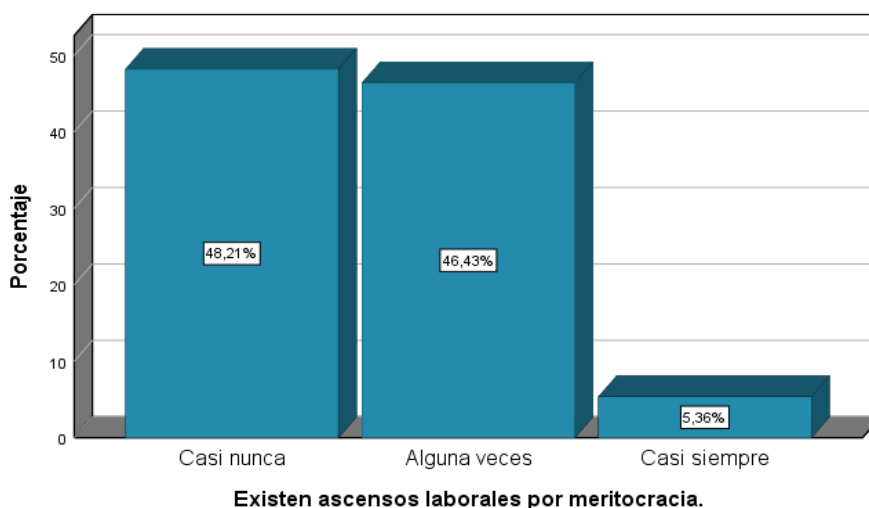
En el Ítem 34 de la variable Satisfacción Laboral, el 3,57 % indica que casi nunca la empresa se ocupa del bienestar del trabajador, un 37,50% solo algunas veces, un 55,36 % casi siempre y siempre un 3,57 %.

Existe flexibilidad con el trabajador a causa de problemas que se le puedan presentar de diferente indole



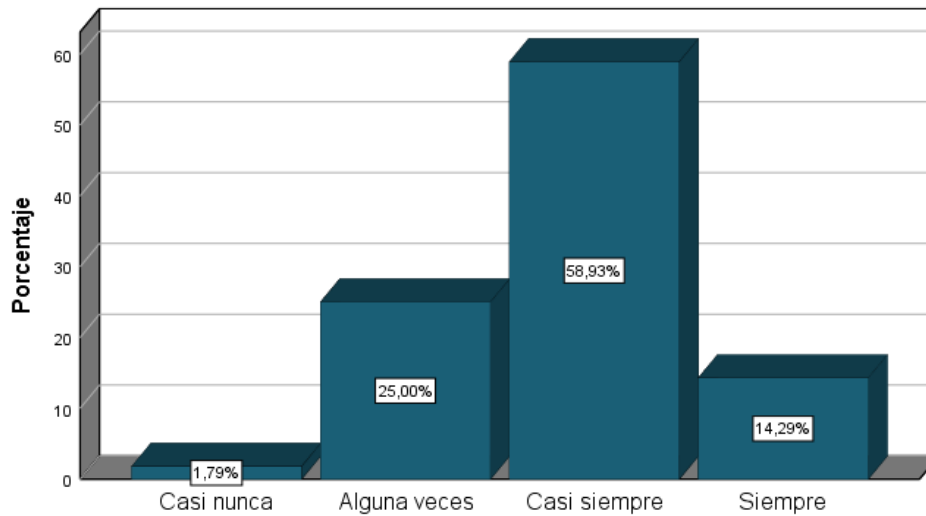
En el Ítem 35, de la variable Satisfacción Laboral, el 42,86 % indica que solo algunas veces encuentra flexibilidad por la empresa con el trabajador a causa de problemas que se le presentan, así mismo el mismo el 46,86% indico casi siempre, y un 14,29% dijeron siempre.

Existen ascensos laborales por meritocracia.



En el Ítem 36, de la variable Satisfacción Laboral, el 48,21 % indica que solo que casi nunca existen ascensos en la empresa, así mismo el mismo el 46,43% indico solo algunas veces, y un 5,36% dijeron casi siempre.

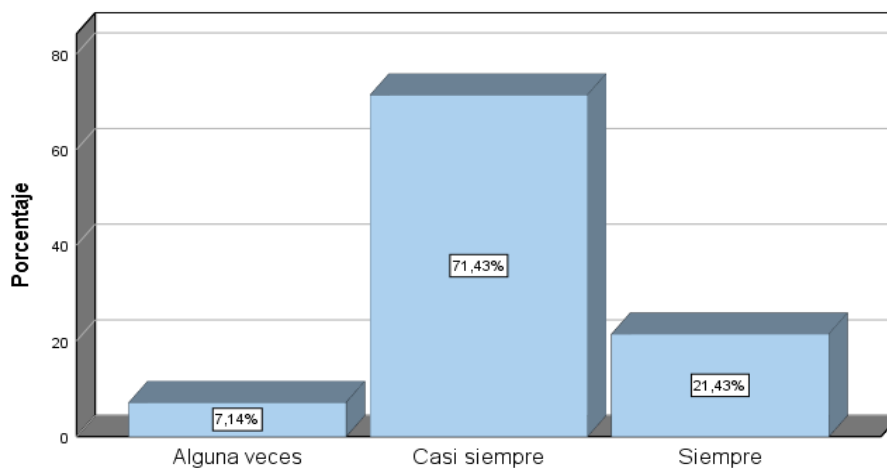
Respetan la opinión vertida por sus compañeros por parte de los jefes.



Respetan la opinión vertida por sus compañeros por parte de los jefes.

En el Ítem 37 de la variable Satisfacción Laboral, el 1,79 % indica que casi nunca las empresas respetan la opinión del trabajador un 25,00% solo algunas veces, un 58,93 % casi siempre y siempre un 14,29 %.

Reclamar está permitido cuando se considera que una decisión es injusta de los directivos de la empresa.



Reclamar está permitido cuando se considera que una decisión es injusta de los directivos de la empresa.

En el Ítem 38 de la variable Satisfacción Laboral, el 7,14 % indica que solo algunas veces es permitido reclamar considerando que una decisión tomada en la empresa es injusta, un- 71,43% indicaron solo algunas veces, y un 21,43 % indicaron como siempre.