ESCUELA DE POSGRADO

PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

Influencia de la comunicación organizacional en la motivación laboral de los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestra en Gestión del Talento Humano

AUTORA:

Sanchez Velasquez, Wendy Lucia (orcid.org/0000-0002-2833-899X)

ASESORA:

Dra. Alza Salvatierra, Vanessa Jocelyn (orcid.org/0000-0003-4781-8646)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Cultura y comportamiento organizacional

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

TRUJILLO - PERÚ

2022

Dedicatoria

A Dios, por ser el inspirador y darnos fuerza para continuar, a mi Madre Lorena que partió de este mundo dejándome enseñanzas valiosas, a mi Padre Henry porque a pesar de mi edad, continúa sosteniendo mi mano. A mis hermanas Jenny y Meysi por ser el soporte emocional en cada situación. Y sobre todo a mí, por no tirar la toalla y continuar cumpliendo mis sueños.

Agradecimiento

A Dios, a mis profesores en el transcurso de estos 18 meses, a la Institución que me abrió las puertas para realizar mi investigación y a cada colaborador que me regaló 5 minutos de su tiempo.

Índice de contenidos

Carátula i

Dedicatoria ii

Agradecimiento iii

Índice de contenidos iv

Índice de tablas v

Resumen vi

Abstract vii

I. INTRODUCCIÓN 1

II. MARCO TEÓRICO 5

III. METODOLOGÍA 14

3.1. Tipo y diseño de investigación 14

3.2. Variables, operacionalización 15

3.3. Población, muestra y muestreo 15

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos 16

3.5. Procedimientos 17

3.6. Métodos de análisis de datos 18

3.7. Aspectos éticos 18

IV. RESULTADOS 19

V. DISCUSIÓN 28

VI. CONCLUSIONES 34

VII. RECOMENDACIONES 35

REFERENCIAS 36

ANEXOS

Índice de tablas

Tabla 1 Análisis descriptivo de la comunicación organizacional en la motivación laboral 19
Tabla 2 Análisis descriptivo de la comunicación ascendente en la motivación laboral 20
Tabla 3 Análisis descriptivo de la comunicación descendente en la motivación laboral 21
Tabla 4 Análisis descriptivo de la comunicación horizontal en la motivación laboral 22
Tabla 5 Resultado de la prueba de normalidad de las variables 23
Tabla 6 Análisis inferencial entre la comunicación organizacional y la motivación laboral 24
Tabla 7 Análisis inferencial entre la comunicación ascendente y la motivación laboral 25
Tabla 8 Análisis inferencial entre la comunicación descendente y la motivación laboral 26
Tabla 9 Análisis inferencial entre la comunicación horizontal y la motivación laboral 27

Resumen

El presente estudio de investigación tuvo como objetivo determinar la influencia entre la comunicación organizacional y la motivación laboral en los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022; siendo una investigación por su finalidad aplicada de carácter causal de naturaleza cuantitativa y tipo transversal con diseño no experimental, en una población censal de 50 docentes, utilizando la técnica para recopilar información como la encuesta basado en dos cuestionarios para ambas variables de estudio. En los resultados se llegó a determinar la existencia de influencia significativa entre la comunicación organizacional y la motivación laboral en los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022 (Rho = ,631**; p=0.000 <0.01). Además, también se halló influencia significativa entre la comunicación ascendente (Rho =,646**; p=0.000 <0.01), la comunicación descendente (Rho =,542**; p=0.000 <0.01) y la comunicación horizontal (Rho = ,643**; p=0.000 <0.01) con respecto a la motivación laboral en los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022.

Palabras clave: comunicación, organizacional, docentes, motivación, laboral

Abstract

The objective of this research study was to determine the influence between organizational communication and work motivation in the collaborators of a company in the educational sector of Piura, 2022; being an investigation for its applied purpose of a causal nature of a quantitative nature and transversal type with a non-experimental design, in a census population of 50 teachers, using the technique to collect information such as the survey based on two questionnaires for both study variables. The results determined the existence of a significant influence between organizational communication and work motivation in the collaborators of a company in the educational sector of Piura, 2022 (Rho = .631**; p=0.000 <0.01). In addition, a significant influence was also found between upward communication (Rho =.646**; p=0.000 <0.01), downward communication (Rho =.542**; p=0.000 <0.01) and horizontal communication (Rho = ,643**; p=0.000 <0.01) with respect to work motivation in employees of a company in the educational sector of Piura, 2022.

Keywords: communication, organizational, teachers, motivation, labor

I. INTRODUCCIÓN

La comunicación organizacional viene siendo uno de los factores más relevantes respecto a la gestión empresarial y el logro del éxito, donde el adecuado control sobre la misma, conllevará a cuánto perdure la empresa en el mercado. Debido a que cuando los mensajes son bien expresados, de forma clara, en entornos de canales comunicativos correctos, podrán convertirse en acciones para quien reciben dicho mensaje, por el contrario, los mensajes poco claros, imprecisos o ambiguos podrían generar problemáticas en una empresa (Tamayo, 2020). Según el Observatorio de Comunicación Interna e Identidad Corporativa (OCIIC, 2014 citado en Yauri et al., 2019), señaló que los departamentos de recursos humanos (16%) y de comunicación (15%) son los más relevantes de acuerdo a los distintos beneficios que producen. No obstante, según Peter Drucker (s/f. citado en Formanchuk, 2018), el 60% de las problemáticas organizacionales son las consecuencias de malos sistemas de comunicación organizacional. Hoy, en muchas organizaciones, los empleados se niegan a dar sus opiniones e ideas sobre problemas organizacionales y existe un clima en éstas, que a menudo hace que los empleados sientan que sus opiniones no son dignas y que no son libres de expresar ideas (Manafzadeh et al., 2018). Al respecto, la consultora RMG & Asociados a través del Foro Internacional de Marketing, dio a conocer que el 69% de personas considera que las organizaciones no usan para su beneficio a la comunicación organizacional, pues o no hay sistemas específicos para ello o son limitadas las acciones (Valle, 2016). Asimismo, la Consultora de Marketing y Comunicación, refirió que solamente el 19% considera que las organizaciones tienen conciencia de cómo la comunicación es beneficiosa para su gestión, donde el resto de encuestados señaló que se enfocan en obtener resultados o carecen de herramientas para poner en práctica a la comunicación (Digitalist Hub, 2013). De acuerdo con Navas (2013 citado en Valle, 2016) señalo que más del 10% las organizaciones norteamericanas que se crean, tienden a fracasar todos los años, producto de inadecuadas gestiones administrativas o de comunicación. En tanto que, en España, las personas piensan que las organizaciones si promueven la comunicación interna, sin embargo, es el potencial de la comunicación para enfocarse en estrategias básicas (Digitalist Hub, 2013). En las naciones latinoamericanas, en su gran mayoría las organizaciones tienen serios problemas

de comunicación interna que conlleva a la generación de hechos conflictivos que impactan en el desempeño, la eficacia, la satisfacción, y el clima organizacional (Formanchuk, s/f. citado en Castillo, 2018). En ese sentido, en esta región del mundo el panorama es aún más preocupante, donde un grupo mayoritario de organizaciones aún prevalece un sistema de comunicación obsoleto o burocrático, donde las decisiones de las organizaciones son tomadas de manera unilateral y con un estilo de liderazgo autoritario; esto puede generar una serie de conflictos, un clima inadecuado, desacuerdos y disputas entre los miembros de la organización (Colmenares, 2018). Mientras que, en el Perú, la situación es similar a otros países de la región, dado que en su gran mayoría las organizaciones dejan de lado y restan relevancia a los procesos comunicativos que son esencial en pro del éxito (Castillo, 2018). Al respecto, el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2013 citado en Colmenares (2018), señaló que la comunicación organizacional en nuestro país es deficiente, especialmente cuando se mide en las instituciones del estado; considerando los problemas de gestión de la comunicación como la causa más influyente en que no se logran los objetivos de la institución y por el contrario es la principal causa de pérdidas de recursos como el tiempo y dinero. En un estudio realizado en la empresa Supera (2014 citado en Lazo & Rojas, 2019), en la que se consideró a 1500 colaboradores de Lima, Arequipa y Chiclayo, refirieron que la adecuada función comunicativa con los jefes directos viene siendo un factor desfavorable para los trabajadores (52%), aunque un 40% lo percibió como adecuado, y solamente el 8% lo perciben como estupendo. Asimismo, el reporte del Ministerio de la Producción (Gestión, 2017) puso en evidencia que en las organizaciones peruanas la rotación bordea el 10%, asociado a aspectos como las remuneraciones, la inseguridad, los reconocimientos por la productividad, entornos laborales inadecuados, siendo estos eventos un indicativo de problemáticas de comunicación entre colaboradores y jefes. De acuerdo con los sujetos que forman parte de la investigación, se ha observado que las áreas de donde parte la comunicación, es poco eficiente para la atención del alumno, y cuando se satura el trabajo, empieza la recarga de actividades y el poco compromiso para avanzar en éstas. Es decir que los canales de comunicación entre las áreas de trabajo llevan a tener un límite en el cual tiende a afectar el desempeño entre cada una de ellas, afectando al usuario que son los estudiantes y por ende a

las relaciones entre compañeros de área. De ahí la relevancia del estudio por dilucidar y reconocer la percepción que tienen las personas de acuerdo a la comunicación organizacional y como ello de alguna manera podría influir en su motivación laboral.

De cara a lo descrito de forma previa, corresponde plantear la formulación del problema: ¿De qué manera influye la comunicación organizacional en la motivación laboral de los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022?, entre los problemas específicos: ¿De qué manera influye la comunicación ascendente en la motivación laboral de los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022? ¿De qué manera influye la comunicación descendente en la motivación laboral de los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022? ¿De qué manera influye la comunicación horizontal en la motivación laboral de los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022?

Asimismo, en base a consideraciones que justifican la presente investigación, como criterio de la relevancia social, recae en que los análisis del estudio en general tiendan a beneficiar a todos los colaboradores de la institución al reconocer la situación actual y apreciación que tienen sus colaboradores sobre la comunicación y motivación laboral, de tal forma que en la práctica se beneficie el Director y directivos para proponer acciones inmediatas que generen cambios acordes a lo que necesitan los colaboradores de la misma. El criterio de la implicancia práctica, va de la mano con lo anterior señalado que, en la gestión práctica de acuerdo a los resultados del estudio, los encargados de gestionar y promover el recurso humano en la institución puedan desarrollar programas y acciones que beneficien a los colaboradores para un mayor desempeño y logro de metas. En cuanto a criterio del valor teórico, se pretende recolectar y analizar una serie de aportes teóricos que fundamenten a las variables de estudio y a partir de la misma se pueda fundamentar el comportamiento de los colaboradores en beneficio de la literatura científica. En tanto que el criterio de utilidad metodológica, esté sujeto a la contribución de análisis de estudio de las variables de acuerdo a técnicas e instrumentos confiables que conlleven al análisis objetivo según el método científico, siendo un aporte para futuros investigadores de la misma línea de estudio.

Cabe decir que el objetivo general es: Determinar la influencia entre la comunicación organizacional y la motivación laboral en los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022. Mientras que los específicos: Establecer la influencia entre la comunicación ascendente y la motivación laboral en los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022. Establecer la influencia entre la comunicación descendente y la motivación laboral en los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022. Establecer la influencia entre la comunicación horizontal y la motivación laboral en los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022.

En cuanto a la hipótesis general esta alude a: Influye significativamente la comunicación organizacional en la motivación laboral de los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022. Las hipótesis específicas aluden a: Influye significativamente la comunicación ascendente en la motivación laboral de los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022. Influye significativamente la comunicación descendente en la motivación laboral de los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022. Influye significativamente la comunicación horizontal en la motivación laboral de los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022.

II. MARCO TEÓRICO

Entre los estudios internacionales se halló en Cuba el artículo científico de Tamayo (2020) denominado, “Comunicación interna, clima organizacional y satisfacción laboral: una reflexión necesaria”, pretendió analizar la influencia que se da entre una serie de variables como la comunicación, el clima y la satisfacción laboral, de acuerdo a un estudio de diseño documental, de tipo descriptivo. El estudio identificó que el logro de una adecuada comunicación que genere satisfacción en los colaboradores se debe, por poseer claridades de los objetivos de la organización, dado que al carecerse de óptimas estructuras comunicativas o su planificación es ineficiente, produce dudas a aquellos objetivos que se pretenden alcanzar, afectando las relaciones laborales. Asimismo, la identificación y compromiso con la empresa está dado por sus sistemas comunicativos internos. En Irán, a Soltan (2019) en su artículo científico denominado, “La relación entre la inteligencia cultural y las habilidades de comunicación y la motivación laboral en los gerentes educativos de escuelas secundarias de Zahedan”, el cual tuvo como objetivo analizar las relaciones sobre la comunicación y la inteligencia cultural respecto a la motivación organizacional. En una investigación descriptiva – correlacional; de acuerdo a un estudio con una muestra de 196 administradores. Entre los hallazgos pudo confirmarse de la asociación que guardan las variables investigadas ($p=0.00<0.01$), por ello es importante promover la comunicación y la inteligencia cultural, dado que las mismas afectan positivamente a la motivación laboral. En Ecuador, el estudio de Yáñez & Yánez (2020) en su artículo científico, “La satisfacción laboral en la Universidad Metropolitana Sede Machala a través de la incidencia de la comunicación organizacional”, tuvo como propósito conocer los procesos comunicativos a fin de establecer los grados de satisfacción. De acuerdo a una metodología de método analítico de tipo descriptivo, en consideración a una población censal de 62 trabajadores tanto administrativos, docentes, y operarios a quienes pudieron aplicarse cuestionarios. Pudo conocerse de las incidencias comunicativas las mismas que impactan sobre los niveles de satisfacción de los trabajadores, siendo este hecho producto de una carencia de liderazgo y actitud por parte de los directivos asociados a la falta de claridad de los sistemas comunicativos. El nivel de confianza entre los colaboradores y los jefes es escaso, donde habita el miedo a no perder el trabajo o el puesto alcanzado, conllevando a

una inadecuada comunicación. Asimismo, la remuneración es inadecuada para los colaboradores, lo que les mantiene con falta de motivación, además se conoció que no existe un serio interés por parte de los directivos para mejorar la comunicación. Mientras que en estudios Nacionales, en Lima encontramos a Huamani & Tito (2020) en su investigación titulada, “La comunicación organizacional formal y la motivación orientada a la autodeterminación en docentes de instituciones educativas privadas del distrito de Los Olivos en el 2019”, en la que tuvo como propósito determinar las asociaciones de la motivación y la comunicación laboral en el personal docente, siendo un estudio correlacional, y se trabajó bajo un muestreo en 99 trabajadores docentes de tres instituciones de educación a los cuales se les administraron cuestionarios según los constructos investigados. De acuerdo con los resultados fue evidente la existencia de asociación sobre los constructos generales que se analizaron en el estudio (r= 0,519; p= 0.00<0.01). En Lima la investigación realizada por Piedra (2020) titulada, “Comunicación organizacional y la motivación laboral en el docente de la facultad de Ciencias de la comunicación de una universidad privada peruana”, tuvo como la perspectiva de establecer asociaciones entre la comunicación laboral y la motivación en los colaboradores de una sede universitaria. Siendo una investigación correlacional, con una muestra de 80 colaboradores implicando coordinadores y docentes a los cuales se les administraron dos cuestionarios. Pudo conocerse que efectivamente existió asociación en relación a las variables investigador a nivel general en el personal de una institución universitaria (Rho = .809; p= 0.00<0.01). De la misma manera se hallaron relaciones significantes entre los tipos de comunicación ascendente (Rho =,849**), comunicación descendente (Rho =,854**) y comunicación horizontal (Rho =,840**) sobre la motivación del personal de una institución universitaria (p = 0.00<0.01). En Apurímac, la investigación de Lloclla (2019) en el estudio titulado, “Comunicación organizacional y motivación laboral en los servidores de la Municipalidad Provincial de Andahuaylas, Apurímac, 2018”, se fundamentó en reconocer como se asocia la comunicación y la motivación en una investigación correlacional, en consideración a una muestra de 93 colaboradores de una entidad estatal de Andahuaylas, en la que se aplicaron dos cuestionarios. Los hallazgos evidenciaron que un 66% de trabajadores percibieron un nivel regular siendo del mismo nivel para la motivación, en esa medida pudo conocer que

efectivamente la comunicación organizacional y motivación laboral se relacionan (Rho = ,482**; p =0.00<0.01). En Trujillo, el estudio de Díaz (2019) denominado, “Comunicación efectiva y su relación con la motivación laboral en asesores telefónicos de la empresa Teleatento del Perú, 2019”, tuvo el propósito de analizar la asociación de comunicación y motivación organizacional de los trabajadores, siendo un estudio correlacional de muestra de 86 colaboradores y se usaron encuestas. El análisis afirmó asociaciones sobre los constructos de estudio (r = 0.41; p = 0.00<0.01). Asimismo, la motivación laboral también se relaciona con las dimensiones de Comunicación, como Comunicación ascendente (r = 0,361**), comunicación descendente (r = ,341**), comunicación horizontal (r = 0,309**) a un nivel 0.01. En Lima, Yomona (2018) en la investigación titulada, “La comunicación interna y su relación con la motivación laboral de los colaboradores administrativos de Nexus Group Restaurants SAC, Lima 2017”, buscó analizar las relaciones que suceden sobre la motivación y la comunicación en administrativos en un estudio correlacional con un muestreo en 197 profesionales del departamento de administración, a los cuales se les encuestó con dos cuestionarios. El análisis dio como resultado la existencia de asociación de los constructos generales investigados (r = 0,499; p = 0.009<0.01). Además, existió relación entre la comunicación informal (rs=0.406; p=0.039), comunicación formal (rs=0.406; p=0.039) en relación a los factores higiénicos de la motivación Laboral. A nivel regional, Ramirez (2021) en su tesis, “El engagement y su relación con la motivación del personal administrativo del Instituto Tecnológico “Almirante Miguel Grau” Piura, 2020”, tuvo como propósito conocer la asociación sobre la engagement y la motivación, según un estudio correlacional, de muestreo en 30 administrativos, a los que se les encuestó. Se conoció las correlaciones de las variables de la investigación a nivel general (Rho = ,618; p = 0.00<0.01). También existió asociación entre las dimensiones como vigor (Rho = ,438), dedicación (Rho = ,591) y absorción (Rho = 0,588) en relación a la motivación laboral en este personal de trabajo (p<.01). El estudio de Castillo (2021), titulado, “La comunicación organizacional planificada como mecanismo para fortalecer la cultura organizacional de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales y Educación de la Universidad Nacional de Piura, 2016”, tuvo el propósito de conocer la asociación de la cultura organizacional en

relación a la comunicación, de acuerdo a un estudio correlacional donde se analizó una muestra de 186 personas entre personal administrativo, docente y alumnos, y se aplicaron dos encuestas. Se pudo conocer que más del promedio de colaboradores perciben como nivel moderado a la cultura organizacional, así como la existencia de una comunicación organizacional planificada con grado moderado. Además, se llegó a demostrar que la comunicación organizacional y la cultura organizacional se relacionan ($p=0.00<0.01$). Morales (2021) en su investigación "Gestión de desempeño y motivación laboral en colaboradores de una Unidad de Gestión Educativa Local de la Región Piura, 2021", estudio la correlación entre motivación y gestión de desempeños, en una investigación correlacional, analizando a 150 colaboradores como muestreo a quienes se les aplicaron dos cuestionarios. Los resultados demostraron asociaciones ($Rho=.475$; $p<0,01$) entre la gestión de desempeño y motivación laboral. El estudio de Riofrio (2020) titulado, "Motivación laboral y compromiso organizacional en la Escuela Superior de Arte Pública Ignacio Merino, Piura", basado en la meta de analizar como el compromiso organizacional y la motivación se asocian, en relación a una investigación correlacional, con un muestreo en 35 trabajadores encuestados. Se demostró que las variables generales confirmaron que se relacionan ($Rho = .519$; $p = 0.00<0.01$). El estudio de Morejón (2019) denominado, "Estrategia de la Comunicación Interna para contribuir en el Desarrollo Organizacional de la Corporación Dole, 2018", tuvo como el objeto de desarrollar una estrategia comunicativa, en pro del desarrollo de la organización, en razón de una investigación propositiva, con muestreo de 204 empleados a los que se les administraron cuestionarios. Los hallazgos confirmaron que efectivamente la comunicación influye en el desarrollo organizacional ($p=0.00<0.01$), reafirmando que la comunicación impacta en la dirección organizacional, afectan el desempeño, y la actitud del trabajador. Asimismo, se halló que son poquísimos los colaboradores que reconocen los diversos tipos de comunicación que existen en la organización. Concluyendo que es relevante desarrollar estrategias comunicativas que impacten de forma positiva en los desarrollos organizacionales. Con respecto a la comunicación organizacional.

De acuerdo con las definiciones de la comunicación organizacional, según Benkhoff (1997 citado en Ade, 2020), es un proceso dinámico que funciona como la herramienta principal en pro de los éxitos o los fracasos en las empresas en relación con el entorno de tareas. Para Ansede (2010) es una estructura de mensajes conformados mediante símbolos verbales y signos no verbales los cuales se emiten de forma didáctica y de forma seriada a la interna de la empresa. Según Fontalvo et al. (2011) refiere a un procedimiento de transmisión y recepción de un mensaje que puede darse sobre dos o más personas en distintos medios. Por su lado, Guillén & Espinoza (2014) implica todo procedimiento reproductivo de intercambios de conceptos e ideas en la organización. Mientras que para Begoña (2014) implica una serie de mensajes emitidos en el contexto de una empresa de manera determinada de forma sistemática de tipo interno como externo. Por su parte, Valle (2015) se refiere a diversos intercambios de mensajes que se dan de manera interior como exterior de acuerdo a los diversos sistemas que maneja la institución. Mientras que Pedro (2015 citado en Huma & Hukam, 2018) es el proceso por el cual la información se transfiere a individuos y/u organizaciones de manera que su resultado podría generar una reacción comprensible. Según Manafzadeh, Mohammad (2018) es un tipo de intercambio de información que proporciona la base para la percepción y el sentimiento que surge entre dos o muchos más individuos, respecto a equipos de trabajo en las organizaciones, y es causante organizacional de redes para formar parte de éstas. De tal manera que la comunicación organizacional generalmente tiende a ser un proceso que trata de cumplirse de manera lineal y de doble vía la misma, que puede ser productiva al existir una satisfacción de lo que se emite y recepciona coherentemente entre las partes (Velásquez et al., 2018), donde ese intercambio de mensajes se transforma en acciones que pueden llegar a sostener el desarrollo de relaciones positivas entre los colaboradores (Papic, 2019) a fin de transmitir una identidad y empatizar entre sus integrantes conllevando a comportamientos deseados (Puertas et al., 2020) para sostener adecuados vínculos laborales (Dias, 2014) siendo uno fundamental el ámbito de la vida de las empresas (Segredo et al., 2017). Y a pesar que de la comunicación organizacional sea muy compleja y compuesta de distintos componentes, es esencial en la vida de las empresas (Tamayo & Correa, 2019), por ello los gerentes o jefes deben de optimizar las relaciones de los colaboradores

fortaleciendo el compromiso y por ende el rendimiento laboral (Baldissera, 2010). Para efectos del estudio se asume las dimensiones que propone Diez (2011), sobre la comunicación organizacional, la misma que puede ser descendente, ascendente y horizontal: Comunicación descendente: Se caracteriza por que se emite desde los altos directivos hacia sus trabajadores, en la que el propósito mismo es desarrollar una cultura de trabajo, y aminorar los informales canales que se suceden a través del rumor (Diez, 2011). Según Ansede (2010), mediante este tipo de comunicación, se dan los mensajes de actividades, mantenimientos y humanos, asociados a diversos elementos como las directrices, las metas, la disciplina, orden, preguntas, políticas organizacionales, motivación y evaluación. Sin embargo, al haber problemas de este tipo de comunicación, pueden darse fallos en la emisión de mensajes, variación en las estrategias, en incurrir en niveles de mercados, variación de las metas, entre otros. Asimismo, entre los errores puntuales de esta comunicación, pasan desde una mejor flexibilidad que motive a mejores interacciones sobre los mandos intermedios y el colaborador, hasta una continua comunicación oral y escrita a fin de dar a conocer a la empresa de acuerdo a la variación de metas, estrategias, entre otras que pudiesen reproducir (Diez, 2011). Comunicación ascendente: Se emite desde el colaborador y alcanza a los directivos a través de los mandos medios (Diez, 2011). Según Ansede (2010) este tipo de comunicación se constituye de acuerdo a mensajes que impactan en los directivos. De ahí que su adecuado manejo está dado cuando los directivos puedan darle un adecuado valor y relevancia a fin que los trabajadores se sientan importantes, por lo tanto es relevante poner una mayor atención a la emisión de sus opiniones, dado que son aquellos que están constantemente realizando las labores de la organización (Diez, 2011). **Comunicación horizontal:** Su relevancia se basa en promover un adecuado funcionamiento a través de una comunicación bidireccional, en relación a la interacción de los colaboradores en una misma área y entre ellas mismas (Diez, 2011). Además, es muy relevante en pro de desarrollar mejores relaciones sobre cada uno de los colaboradores y del equipo de trabajo en sí. Donde pudieran intercambiarse opiniones, conocimientos o ideas que promuevan la labor de cada trabajador a la interna de un mismo departamento. Teoría de Sistemas: En este modelo, se señala que la comunicación promueve al desarrolla máximo de eficacia en todos sus sistemas. Desde esta perspectiva se concibe a la

empresa en base a un colectivo de áreas que tienden a relacionarse y conforman unidades de metas en común. En su interna se caracteriza por 3 tipos: los denominados sistemas abiertos, se ve influencia por su entorno, donde los datos que ingresan con inputs, y las que salen de la organización se le denomina outputs. Además, la información sostiene un continuo feedback, además de un intercambio de materias entre los sistemas y su ambiente. El segundo tipo son los sistemas cerrados, que se asocian de forma parcial con su ambiente, donde reciben la información del mismo y devolviéndola, sin variar su composición. Finalmente, el tercer tipo son los sistemas aislados, los cuales carecen de interacción de su ambiente (Piedra, 2020). Según Fernández y Galguera (2008 citado en Piedra, 2020) el modelo de los sistemas en la que se considera a la empresa como un sistema conformado por una serie de aspectos que se interrelacionan en sí con fronteras y edificación. Se conforma de dos perspectivas, sobre el denominado sistema abierto y sistema cerrado. Este último refiere que las empresas se conservan de forma racional y se comprende la independencia del ambiente de trabajo, mientras que la perspectiva de los sistemas abierto, está basado en la búsqueda de transformaciones asociadas a su entorno.

Con relación a la motivación laboral**,** Mitchell (1982 citado en Herrera et al., 2018) define la motivación como una serie de procedimientos a nivel psicológico, los cuales son de interés y de acción persistente que orientan la conducta a una meta específica. En el ámbito laboral, la motivación implicaría el anhelo y la práctica de poner en desarrollo un alto nivel de esfuerzo en pro de lograr metas laborales, y como consecuencia de ello, la persona logre satisfacer sus necesidades (Robbins, 1993 citado en Herrera et al., 2018). Para Hellriegel y Slocum (2004 citados en Puma & Estrada, 2020) refieren que, en el contexto organizacional, tiende a concebirse a la motivación en relación a un grupo de esfuerzos que las personas desarrollan para sostenerlas y encaminarlas a un objetivo sólido. De acuerdo con Robbins (2006 citado en Alvarado, Quero, Bolívar, 2016), viene siendo la voluntad propia que tienen los individuos a fin de promover acciones de esfuerzos, con respecto a lograr los objetivos tanto individuales como organizacionales. Según Parrales et al. (2022) se trata de un impulso que le permite al colaborador

desarrollar y funcionar de manera eficaz sobre las acciones que lleva a cabo en su lugar de trabajo.

Cabe mencionar que de acuerdo a lo que perciba el colaborador en el ambiente de trabajo, existirá un grado de interacción sobre el contexto y el trabajador que puede motivarlo o no a realizar y alcanzar sus objetivos laborales (Quiroz et al., 2021), por ello es relevante que se deba entender que es aquello que motiva al colaborador, de tal manera que la organización asuma acciones particulares a fin de hace sentir satisfecho la labor del colaborador (Díaz et al., 2014). Con respecto a la Teoría de la Motivación de McClelland: En este modelo teórico se destacan 3 impulsos dominantes que forman parte de la motivación, sostenida por 3 tipos de necesidades: de logro, de poder y afiliación. Estos tres componentes vienen siendo un tipo de motivadores sociales dado que se relacionan con el rol de una persona en una sociedad, por lo que las motivaciones sociales que posea cada colaborador, determinará no solamente su intensidad, sino el grado de esfuerzo y desarrollo que pone en práctica el colaborador respecto a sus competencias (Prieto, 2007 citado en Benavides, 2017). La necesidad de Logro, se refiere a los impulsos que tiene la persona para alcanzar el éxito relacionándose con otras personas y fundada en un grupo de normativas que sigue para alcanzar el éxito. Es un impulso de las personas para superarse a sí misma, sobresalir en los obstáculos y lograr los retos impuestos (Davis y Newstrom, 1993, citados en Benavides, 2017). La necesidad de Poder, alude a los impulsos que poseen las personas en pro de impactar a otras personas y en las diversas situaciones a fin de generar cambios (McClelland, 1970 citados en Benavides, 2017). Estas personas que se orientan desde este tipo de necesidades tienden a asumir riesgos que por lo general tratan de impactar en la empresa a través de su activa participación, donde asume la posición de líder. Además, disfrutan de asumir los cargos para el desarrollo de proyectos, funciones y labores además de disfrutar al competir con los otros. Necesidad de afiliación, se enfoca en las tendencias que tienen las personas por interactuar con otras y desarrollar vínculos colaborativos y amistosos con los otros. Por lo que tienen un mejor desempeño al ser reconocidas por sus adecuadas actitudes y de cooperación (Benavides, 2017). Estas necesidades se darán en base al grado de prioridad que necesite la persona, por lo que se definirán con su forma e importancia de cómo se

relaciona con los demás, donde según Alles (2005 citado en Benavides, 2017) los individuos con altos niveles de necesidad de logro, optan por poseer mayores responsabilidades personales sobre los resultados, asimismo los individuos con necesidad de poder se basan en acciones de competitividad en pro de alcanzar el prestigio, las cuales se reafirman por la sociedad dado que vienen siendo conductas aceptables, mientras que los individuos con necesidad de pertenencia, están fundamentadas en relacionarse con otros colegas.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1 Tipo de investigación

El estudio implico un enfoque cuantitativo, orientado a medir, revisar, describir, experimentar, verificar y dar una explicación sobre ciertas problemáticas que son la meta de algunos estudios (Maldonando, 2018).

La investigación se orientó bajo el tipo de estudio aplicado, por el cual se analizaron una serie de variables con el objeto de analizarlos en la práctica sobre un fenómeno de estudio en particular (Sánchez et al., 2018).

3.1.2 Diseño de investigación

Se asumió el diseño no experimental con referencia a una investigación que no pretende ejercer de manera internacional alguna forma de manipulación (Hernández & Mendoza, 2018). El estudio fue transversal, porque el momento de recolección de información se desarrolló en un momento particular sin otros periodos de evaluación (Manterola et al., 2019). Además, se asumió una investigación causal, alude a análisis de hipótesis de forma reiterativa bajo exámenes empíricos que llegan a confirmación la asociación que se dan sobre un constructo independiente que se convierte a la causa, respecto a un constructo dependiente que se viene siendo el efecto (Pimienta, 2017).

El diseño tiende a simbolizarse de la siguiente forma:

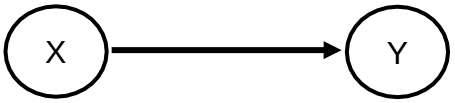

Figura 1. Diseño causal

Dónde:

X: Comunicación organizacional.

Y: Motivación laboral.

3.2. Variables, operacionalización

- **Variable independiente:** Comunicación organizacional.
- **Definición conceptual:** Es una estructura de mensajes conformados mediante símbolos verbales y signos no verbales los cuales se emiten de forma didáctica y de forma seriada a la interna de la empresa (Ansede, 2010).
- **Definición operacional:** Esta variable podrá analizarse en cuestión del Cuestionario de Comunicación Organizacional el cual se conforma de 15 ítems y de 3 dimensiones como, Comunicación ascendente, Comunicación descendente, Comunicación horizontal.
- **Escala de medición:** Ordinal.
- **Variable dependiente:** Motivación laboral.
- **Definición conceptual:** Viene siendo la voluntad propia que tienen los individuos a fin de promover acciones de esfuerzos, con respecto a lograr los objetivos tanto individuales como organizacionales (Robbins, 1993 citado en Herrera et al., 2018).
- **Definición operacional:** Este constructo se estudió en razón de la Escala Motivación–MLPA que contiene 15 ítems y 3 dimensiones: Motivación de logro, Motivación de poder y Motivación de afiliación.
- **Escala de medición:** Ordinal.

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1 Población: Puede comprenderse en base al conjunto de un todo de sujetos que forman parte de un entorno especifico y que contienen caracteres similares que son interesantes para su estudio (Millones et al., 2016). Al respecto, en el estudio se consideró una población censal la cual tiende a estudiarse a todos los elementos que conforman una población (Hernández & Carpio, 2019). En esa línea en el estudio la población censal fue de 50 docentes de una entidad educativa.

Unidad de análisis: Colaboradores de una entidad educativa.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica: En el estudio, pudo asumirse la técnica a la encuesta, el mismo que corresponde a instrumentos que recolectan una serie de datos en función de una serie de ítems con el propósito de medir un constructo de estudio (Sánchez et al., 2018).

Instrumento: Como instrumento se utilizó el cuestionario, que se conforma por un conglomerado de reactivos que se estructuran de forma específica y que pretenden estimar los datos de una variable que responde a una problemática particular (Pimienta, 2017).

Para la primera variable se utilizó el Cuestionario de Comunicación Organizacional, por Maritza Graciela Piedra Amaya de Flórez en 2020 en Lima, adaptado del Test de Portugal. Este tiene como objetivo medir los indicadores del comportamiento organizacional de los colaboradores de una empresa privada de Piura. Este instrumento se compone de 15 ítems y es conformado de 3 dimensiones, Comunicación ascendente (5 ítems), Comunicación descendente (5 ítems), Comunicación horizontal (5 ítems), siendo de escala ordinal y del tipo Likert: Nunca (1), Pocas veces (2), Ocasionalmente (3), Siempre (4) y los puntajes se obtienen mediante la suma aritmética de acuerdo a los aspectos siguientes: para la obtención de la escala global se hace una suma total de los ítems y se obtiene las siguientes categorías: bajo (15 - 34), medio (35 - 54), alto (55 - 75). Cabe decir que la sumatoria máxima del instrumento es de 75 y la mínima de 15. El instrumento fue validado a través del juicio de 3 expertos, y la consistencia interna de fiabilidad mediante el Alfa de Cronbach fue = ,975.

En cuanto a la segunda variable, se tomó en cuenta la Escala Motivación–MLPA de Steers y Braunstein (1976), de origen estadounidense, adaptado en 1996 en Lima, por el Dr. Luis Alberto Vicuña Peri. Este instrumento se constituye de 15 preguntas las cuales conforman tres dimensiones. Cabe enfatizar que este instrumento se fundamenta en el modelo teórico de McCleland. Así mismo la forma en como tiende a distribuirse este instrumento está reflejada en la constitución de

15 reactivos que conforman tres dimensiones como son: Logro (5 ítems), Poder (5 ítems), y Afiliación (5 ítems). En esa medida las normativas correctivas del instrumento se realizan utilizando una escala valorativa de Likert, y los puntajes se obtienen mediante la suma aritmética de acuerdo a los aspectos siguientes: para la obtención de la escala global se hace una suma total de los ítems y se obtiene las siguientes categorías: bajo (15 – 34), medio (35 – 54), y alto (55 – 75). Cabe decir que la sumatoria máxima del instrumento es de 75 y la mínima de 15. El instrumento fue validado a través del juicio de 3 expertos, y la consistencia interna de fiabilidad mediante el Alfa de Cronbach fue = ,982.

3.5. Procedimientos

La recolección de información partió de la observación de una población con un problema específico que viene afectando a un grupo de personas, que para este caso pertenecen a una entidad educativa. Asimismo, al identificarse la población de estudio, se empezó a analizar toda la información pertinente y actual sobre las variables de estudio, las mismas que se obtuvieron de revistas científicas, libros, información, investigaciones previas, etc., que dieron fundamento al cuerpo de estudio de la tesis. Por otro lado, identificada la población se tomó parte de la misma, considerando el aporte y permiso al director de la Institución a la que pertenece la población de estudio, por tal razón se emitió un documento de solicitud al mismo, en la que se detallaron los aspectos y solicitudes que pretende el estudio. Una vez admitida la solicitud, la investigadora, se comunicó telefónicamente con la población de estudio y brindó los alcances del estudio y vía correo electrónico se hizo llegar un documento de consentimiento informado en la que se detalló y solicitó la participación voluntaria, en la que estipulaba claramente que la persona tiene el libre albedrío de formar o no parte de dicha evaluación, caso contrario no habrá repercusiones algunas. Durante la evaluación de manera presencial, se les remitió los cuestionarios de estudio, y se les dieron las sugerencias oportunas, resolviendo a su vez alguna duda. Una vez concluida la evaluación, se les agradeció el valioso aporte, y la información se agendó en una base de datos.

3.6. Métodos de análisis de datos

El análisis partió del uso de la estadística descriptiva, mediante la cual ayudó a detallar cada uno de los resultados mediante la utilización de gráficos y tablas de forma resumida y simplificada para una mejor compresión (Rendón et al., 2016), asimismo, en la confirmación de las hipótesis se hizo uso de la estadística inferencial (Serna, 2019), que está sujeta al uso de una serie de técnicas de cuantificación (Toala & Mendoza, 2019). En el estudio se aplicó la prueba de normalidad de kolmogorov-smirnov (Castro, 2019) en la que se halló distribuciones distinta a la normal por lo se trabajó con la prueba no paramétrica ($p<0.05$) como fue la Rho de Spearman. Estos análisis se harán mediante el software estadístico SPSS versión 25, y de MS Excel 2019.

3.7. Aspectos éticos

En el presente estudio, se trabajó en todo su proceso a través de criterios que representaron mantener en todo momento a confidencialidad de los resultados y en reserva la imagen de quienes participaron en el mismo, además de respetar en todo momento la participación de los sujetos de estudio quienes fueron informados sobre los propósitos del estudio y que su participación estuvo basada en su total voluntad, respetando así su autonomía e integridad. En esa línea, en relación a los principios éticos la investigación consideró: i) Beneficencia, es decir que los resultados fueron de aporte y se respetó el bienestar de quienes participen. ii) No maleficencia, por la que el investigador garantizó que en todo momento se sostuve cabalmente la integridad de los sujetos de estudio. iii) Autonomía, que alude a que los sujetos de estudio participaron de manera voluntaria y iv) Justicia, en la que se ejerció el trato y respeto por igual a todos los sujetos que formaron parte de la investigación (Moreno & Carrillo, 2020).

IV. RESULTADOS

4.1 Resultados descriptivos

Tabla 1

Análisis descriptivo de la comunicación organizacional en la motivación laboral

			Motivación Laboral			
			Bajo	Medio	Alto	Total
Comunicación Organizacional	Bajo	F	0	3	0	3
		%	0.0%	15.8%	0.0%	6.0%
	Medio	F	2	15	18	35
		%	100.0%	78.9%	62.1%	70.0%
	Alto	F	0	1	11	12
		%	0.0%	5.3%	37.9%	24.0%
Total		F	2	19	29	50
		%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Nota: Encuestas aplicadas en los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022.

En la Tabla 1, se demostró un 70% de colaboradores percibió la comunicación organizacional en un nivel medio mientras que el 78.9% de los encuestados se ubicó en un nivel medio de motivación laboral. Mientras que, el 24% de los colaboradores apreciaron en un nivel alto la comunicación organizacional y un 37.9% se ubicó en un nivel alto de motivación laboral.

Tabla 2

Análisis descriptivo de la comunicación ascendente en la motivación laboral

			Motivación Laboral			
			Bajo	Medio	Alto	Total
Comunicación ascendente	Bajo	F	0	3	0	3
		%	0.0%	15.8%	0.0%	6.0%
	Medio	F	2	15	16	33
		%	100.0%	78.9%	55.2%	66.0%
	Alto	F	0	1	13	14
		%	0.0%	5.3%	44.8%	28.0%
Total		F	2	19	29	50
		%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Nota: Encuestas aplicadas en los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022.

En la Tabla 2, pudo conocerse que un 66% de colaboradores percibió la comunicación ascendente en un nivel medio, lo mismo para el 78.9% de los encuestados ubicado en un nivel medio de motivación laboral. Sumado a ello el 28% de los colaboradores apreciaron en un nivel alto la comunicación ascendente y un 44.8% se ubicó en un nivel alto de motivación laboral.

Tabla 3

Análisis descriptivo de la comunicación descendente en la motivación laboral

			Motivación Laboral			
			Bajo	Medio	Alto	Total
Comunicación descendente	Bajo	F	0	5	0	5
		%	0.0%	26.3%	0.0%	10.0%
	Medio	F	2	13	18	33
		%	100.0%	68.4%	62.1%	66.0%
	Alto	F	0	1	11	12
		%	0.0%	5.3%	37.9%	24.0%
Total		F	2	19	29	50
		%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Nota: Encuestas aplicadas en los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022.

En la Tabla 3, se estimó que un 66% de colaboradores percibió la comunicación descendente en un nivel medio, lo mismo para el 68.4% de los encuestados ubicado en un nivel medio de motivación laboral. Además, un el 24% de los colaboradores apreciaron en un nivel alto la comunicación descendente y un 37.9% se ubicó en un nivel alto de motivación laboral.

Tabla 4

Análisis descriptivo de la comunicación horizontal en la motivación laboral

			Motivación Laboral			
			Bajo	Medio	Alto	Total
Comunicación horizontal	Bajo	F	2	4	0	6
		%	100.0%	21.1%	0.0%	12.0%
	Medio	F	0	14	18	32
		%	0.0%	73.7%	62.1%	64.0%
	Alto	F	0	1	11	12
		%	0.0%	5.3%	37.9%	24.0%
Total		F	2	19	29	50
		%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Nota: Encuestas aplicadas en los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022.

En la Tabla 4, pudo conocerse que un 64% de colaboradores percibió la comunicación horizontal en un nivel medio, lo mismo para el 73.7% de la muestra de sujetos ubicados en un nivel medio de motivación laboral. Asimismo, el 24% de los colaboradores apreciaron en un nivel alto la comunicación horizontal y un 37.9% se ubicó en un nivel alto de motivación laboral.

4.2. Prueba de normalidad

Tabla 5

Resultado de la prueba de normalidad de las variables

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov[a]		
	Estadístico	Gl	Sig.
Comunicación Organizacional	0.128	50	0.040
Comunicación ascendente	0.155	50	0.004
Comunicación descendente	0.147	50	0.009
Comunicación horizontal	0.199	50	0.000
Motivación Laboral	0.139	50	0.017

En la Tabla 5, se observa que los valores de significancia de las variables de estudio implicaron estar por debajo del valor de 0.05, lo que da como resultado que la distribución del puntaje de las variables analizados corresponde a una distribución distinta a la normal, y es en ese sentido que se optó por aplicar la prueba no paramétrica Rho de Spearman.

4.3. Contrastación de Hipótesis

Prueba de hipótesis general

Influye significativamente la comunicación organizacional en la motivación laboral de los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022.

Tabla 6

Análisis inferencial entre la comunicación organizacional y la motivación laboral

Correlaciones

			Comunicación Organizacional	Motivación Laboral
Rho de Spearman	Comunicación Organizacional	Coeficiente de correlación	1.000	,631**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	50	50
	Motivación Laboral	Coeficiente de correlación	,631**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	50	50

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

Nota: Encuestas aplicadas en los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022.

En la Tabla 6, el resultado correlativo de Rho de Spearman arrojo un ,631** resultando ser una correlación alta, donde se obtuvo un grado de significancia = 0.000, es decir fue un valor inferior al 0,01; donde dichos resultados conllevaron a sostener que efectivamente hay una influencia significativa de la comunicación organizacional en la motivación laboral en los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022.

Prueba de hipótesis 1

Influye significativamente la comunicación ascendente en la motivación laboral de los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022.

Tabla 7

Análisis inferencial entre la comunicación ascendente y la motivación laboral

Correlaciones

			Comunicación ascendente	Motivación Laboral
Rho de Spearman	Comunicación ascendente	Coeficiente de correlación	1.000	,646**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	50	50
	Motivación Laboral	Coeficiente de correlación	,646**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	50	50

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

Nota: Encuestas aplicadas en los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022.

En la Tabla 7, el resultado correlativo de Rho de Spearman arrojo un ,646** resultando ser una correlación alta, donde se obtuvo un grado de significancia = 0.000, es decir fue un valor inferior al 0,01; donde dichos resultados conllevaron a sostener que efectivamente hay una influencia significativa de la comunicación ascendente sobre la motivación laboral en los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022.

Prueba de hipótesis 2

Influye significativamente la comunicación descendente en la motivación laboral de los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022.

Tabla 8

Análisis inferencial entre la comunicación descendente y la motivación laboral

Correlaciones

			Comunicación descendente	Motivación Laboral
Rho de Spearman	Comunicación descendente	Coeficiente de correlación	1.000	,542**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	50	50
	Motivación Laboral	Coeficiente de correlación	,542**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	50	50

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

Nota: Encuestas aplicadas en los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022.

En la Tabla 8 el resultado correlativo de Rho de Spearman arrojo un ,542** resultando ser una correlación moderada, donde se obtuvo un grado de significancia = 0.000, es decir fue un valor inferior al 0,01; donde dichos resultados conllevaron a sostener que efectivamente hay una influencia significativa de la comunicación descendente sobre la motivación laboral en los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022.

Prueba de hipótesis 3

Influye significativamente la comunicación horizontal en la motivación laboral de los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022.

Tabla 9

Análisis inferencial entre la comunicación horizontal y la motivación laboral

Correlaciones

			Comunicación horizontal	Motivación Laboral
Rho de Spearman	Comunicación horizontal	Coeficiente de correlación	1.000	,643**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	50	50
	Motivación Laboral	Coeficiente de correlación	,643**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	50	50

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

Nota: Encuestas aplicadas en los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022.

En la Tabla 9, el resultado correlativo de Rho de Spearman arrojo un ,643** resultando ser una correlación alta, donde se obtuvo un grado de significancia = 0.000, es decir fue un valor inferior al 0,01; donde dichos resultados conllevaron a sostener que efectivamente hay una influencia de la comunicación horizontal sobre la motivación laboral en los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022.

V. DISCUSIÓN

La presente investigación denominada: Influencia de la comunicación organizacional en la motivación laboral de los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022, se basa en analizar la comunicación organizacional, la misma que viene siendo según Ansede (2010) una estructura de mensajes conformados mediante símbolos verbales y signos no verbales los cuales se emiten de forma didáctica y de forma seriada a la interna de la empresa. De la misma manera para Benkhoff (1997 citado en Ade, 2020), es un proceso dinámico que funciona como la herramienta principal en pro de los éxitos o los fracasos en las empresas en relación con el entorno de tareas. Mientras que la segunda variable de estudio es la motivación laboral según Robbins (2006 citado en Alvarado, Quero, Bolívar, 2016), viene siendo la voluntad propia que tienen los individuos a fin de promover acciones de esfuerzos, con respecto a lograr los objetivos tanto individuales como organizacionales. Asimismo, para Parrales et al. (2022) se trata de un impulso que le permite al colaborador desarrollar y funcionar de manera eficaz sobre las acciones que lleva a cabo en su lugar de trabajo.

En tal sentido la hipótesis general del estudio implicó, influye significativamente la comunicación organizacional en la motivación laboral de los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022. Al respecto el análisis descriptivo detalló que el 70% de colaboradores percibió la comunicación organizacional en un nivel medio mientras que el 78.9% de los encuestados se ubicó en un nivel medio de motivación laboral. Mientras que, el 24% de los colaboradores apreciaron en un nivel alto la comunicación organizacional y un 37.9% se ubicó en un nivel alto de motivación laboral.

En respuesta a la hipótesis, la estadística inferencial pudo determinar que efectivamente hubo existencia de influencia significativa de la comunicación organizacional sobre la motivación laboral en los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022, con un valor de Rho = ,631** implicando ser una correlación alta y directa con un p valor igual 0.000 siendo de una influencia significativa al nivel de 0.01. Lo cual reveló que a mejores sistemas de comunicación organizacional que desarrolle la institución existiría una influencia

importante que afecta la motivación laboral de los colaboradores de la institución para el logro de los objetivos y metas de la organización.

Los resultados se asociaron al estudio de Yomona (2018) quien estableció la existencia de asociación entre la comunicación Interna y la motivación laboral (r = 0,499; p = 0.009<0.01), asimismo la investigación de Huamani & Tito (2020) determinó relación significativa entre la comunicación organizacional y la motivación (r= 0,519; p= 0.00<0.01). Además, el estudio de Piedra (2020) también halló relación entre la comunicación organizacional y la motivación laboral (Rho = .809; p= 0.00<0.01), además de Díaz (2019) donde la comunicación efectiva se asoció a la motivación laboral (r = 0.41; p = 0.00<0.01). De la misma manera Lloclla (2019) en sus hallazgos evidenció que un 66% de trabajadores percibieron un nivel regular de motivación, y determinó que efectivamente la comunicación organizacional y motivación laboral se relacionan (Rho = ,482**; p =0.00<0.01).

Cabe decir que en muchas organizaciones, los empleados se niegan a dar sus opiniones e ideas sobre problemas organizacionales y existe un clima en éstas, que a menudo hace que los empleados sientan que sus opiniones no son dignas y que no son libres de expresar ideas (Manafzadeh et al., 2018). De ahí que se dice que el 60% de las problemáticas organizacionales son las consecuencias de malos sistemas de comunicación organizacional (Peter Drucker, s/f. citado en Formanchuk, 2018). La importancia de mejorar este proceso comunicativa recae según Morejón (2019) que la comunicación impacta en la dirección organizacional, afectando el desempeño, y la actitud del trabajador, (Tamayo, 2020) motivando a tener una conducta que se conduce al logro de objetivos. Y a pesar que de la comunicación organizacional sea un muy compleja y compuesta de distintos componentes, es esencial en la vida de las empresas (Tamayo & Correa, 2019); dado que cuando los mensajes son bien expresados, de forma clara, en entornos de canales comunicativos correctos, los mismos serán importantes en la promoción de comportamientos motivados que se convertirán en acciones importantes en el desempeño laboral y la consecución de metas. Siendo relevante entonces desarrollar estrategias comunicativas que impacten de forma positiva en los desarrollos organizacionales (Morejón, 2019), de ahí que los directivos deben de optimizar las relación de los colaboradores fortaleciendo el compromiso y por ende

el rendimiento laboral (Baldissera, 2010) evitando la pérdida de recursos para la organización tanto a nivel económico como del recurso humano.

De acuerdo a la hipótesis específica 1, influye significativamente la comunicación ascendente en la motivación laboral en los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022. El análisis descriptivo detalló que el 66% de colaboradores percibió la comunicación ascendente en un nivel medio, lo mismo para el 78.9% de los encuestados ubicado en un nivel medio de motivación laboral. Sumado a ello el 28% de los colaboradores apreciaron en un nivel alto la comunicación ascendente y un 44.8% se ubicó en un nivel alto de motivación laboral.

Asimismo, el análisis inferencial pudo establecer y confirmar la existencia de influencia significativa de la comunicación ascendente sobre la motivación laboral en los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022, de acuerdo con un valor de correlación de Rho =,646** implicando ser una correlación alta y directa sumado a un p valor igual 0.000, siendo una influencia significativa al nivel de 0,01. Por lo que se entiende que al gestionarse adecuadamente los conductos comunicativos de los mandos inferiores en base a la labor de los mandos medios para que llegue la información a los mandos superiores de forma adecuada ello afecta de forma importante los niveles de motivación laboral percibidos por los colaboradores de la institución.

A nivel teórico la comunicación ascendente se refiere a la emisión de información que se da desde el colaborador y alcanza a los directivos a través de los mandos medios (Diez, 2011).

Los resultados guardan relación con la investigación de Piedra (2020) quien halló relación significativa entre la comunicación ascendente (Rho =,849**), la motivación del personal ($p = 0.00<0.01$); así como también con el estudio de Díaz (2019) quien también confirmó asociación entre la comunicación ascendente y la motivación laboral ($r = 0,361$; $p = 0.00<0.01$).

De acuerdo con la consultora RMG & Asociados a través del Foro Internacional de Marketing, dio a conocer que el 69% de personas considera que las organizaciones

no usan para su beneficio a la comunicación organizacional, pues o no hay sistemas específicos para ello o son limitadas las acciones (Valle, 2016). En esa medida, para Yáñez & Yánez (2020) cuando un sistema de comunicación es obsoleto o burocrático, y las decisiones de las organizaciones son tomadas de manera unilateral y con un estilo de liderazgo autoritario; esto puede generar una serie de conflictos, un clima inadecuado, desacuerdos y disputas entre los miembros de la organización (Colmenares, 2018). Por ello es importante que el nivel de confianza entre los colaboradores y los jefes sea el adecuado, a fin de evitar el temor a la comunicación y la falta de motivación laboral, dado que de acuerdo con el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2013 citado en Colmenares, 2018), cuando existen problemas de comunicación, la misma es causa suficiente para que no se logran los objetivos de la institución, de ahí la importancia de gestionar adecuadamente los canales comunicativos entre el personal y sus directivos.

Mientras tanto la hipótesis específica 2, influye significativamente la comunicación descendente en la motivación laboral en los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura - 2022. Los análisis dieron a conocer que un 66% de colaboradores percibió la comunicación descendente en un nivel medio, lo mismo para el 68.4% de los encuestados ubicado en un nivel medio de motivación laboral. Además, un el 24% de los colaboradores apreciaron en un nivel alto la comunicación descendente y un 37.9% se ubicó en un nivel alto de motivación laboral.

Mientras que el análisis inferencial estableció que efectivamente hubo influencia significativa de la comunicación descendente sobre la motivación laboral en los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022 donde se obtuvo un valor de correlación de Rho igual a ,542** siendo una correlación moderada y directiva con un p valor igual 0.000 existiendo una influencia significativa al nivel de 0.01. De tal manera que estos resultados dieron a conocer que a los colaboradores al percibir que la comunicación descendente es adecuada y la información de los superiores o jefes es clara y concisa el colaborador se siente capacitado para informarse debidamente y ello afectaría positivamente los niveles de motivación laboral entre los trabajadores de la institución.

Teóricamente la comunicación descendente se caracteriza por que se emite desde los altos directivos hacia sus trabajadores, en la que el propósito mismo es desarrollar una cultura de trabajo, y aminorar los informales canales que se suceden a través del rumor (Diez, 2011).

Los resultados se asociaron al estudio de Piedra (2020) quien halló relación significativa entre la comunicación descendente (Rho =,854**) y la motivación del personal (p = 0.00<0.01). De la misma manera la investigación de Díaz (2019) determinación relación significativa entre la comunicación descendente y la motivación laboral (r = 0,341; p = 0.00<0.01).

En ese sentido, de acuerdo con Tamayo (2020) el logro de una adecuada comunicación que genere satisfacción en los colaboradores está sujeto en la claridad de los objetivos de la organización, dado que al carecerse de óptimas estructuras comunicativas o su planificación es ineficiente, produce dudas a aquellos objetivos que se pretenden alcanzar, afectando las relaciones laborales. Lo cual también habla de cómo según Morales (2021) la gestión de desempeño esta direccionada para promover la motivación laboral (Rho=.475; p<0,01) de tal manera que ese intercambio de mensajes se transforme en acciones que pueden llegar a sostener el desarrollo de relaciones positivas entre los colaboradores (Papic, 2019) a fin de transmitir una identidad y empatizar entre sus integrantes conllevando a comportamientos deseados (Puertas et al., 2020) como es el logro de las metas organizacionales y ambientes laboral desafiantes, que promuevan el crecimiento profesional la interacción comunicativa.

Finalmente, la hipótesis específica 3, influye significativamente la comunicación horizontal en la motivación laboral de los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022. Los hallazgos descriptivos demostraron que el 64% de colaboradores percibió la comunicación horizontal en un nivel medio, lo mismo para el 73.7% de la muestra de sujetos ubicados en un nivel medio de motivación laboral. Asimismo, el 24% de los colaboradores apreciaron en un nivel alto la comunicación horizontal y un 37.9% se ubicó en un nivel alto de motivación laboral.

Esta correspondencia se confirmó mediante la estadística inferencial en la que se destacó y confirmó de la existencia de influencia significativa entre la comunicación horizontal y la motivación laboral en los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022, donde el valor de correlación de Rho fue igual ,643** demostrando ser una correlación alta y directa sumado a un p valor igual 0.000 demostrando una influencia al nivel de 0,01. Siendo resultados que dan a conocer que al existir una mejor relación de emisión de mensajes que se comunican entre colaboradores de una misma área o nivel de trabajo genera una afección positiva para que en los mismos la motivación laboral se genera y conlleve a que se sientan lo suficientemente informados para trabajar en relación al logro de objetivos en la institución.

Cabe mencionar que la comunicación horizontal teóricamente se basa en promover un adecuado funcionamiento a través de una comunicación bidireccional, en relación a la interacción de los colaboradores en una misma área y entre ellas mismas (Diez, 2011).

Al respecto los resultados se relacionaron con las investigación de Díaz (2019) quien llegó a establecer que la comunicación horizontal se relacionó con la motivación laboral ($r = 0,309$; $p = 0.00<0.01$); también el estudio de Piedra (2020) halló relación significativa entre la comunicación horizontal (Rho =,840**) y la motivación del personal ($p = 0.00<0.01$). Y es que los problemas de comunicación en su interna conlleva a la generación de hechos conflictivos que impactan en el desempeño, la eficacia, la satisfacción, y el clima organizacional (Formanchuk, s/f. citado en Castillo, 2018). Por ello es importante reconocer según Yáñez & Yánez (2020) las incidencias comunicativas las mismas que impactan sobre los niveles de satisfacción de los trabajadores, en la que tiene un papel determinante el liderazgo y actitud por parte de los directivos asociados a la claridad de los sistemas comunicativos. Siendo que cuando se cumple lo anterior existirá una mayor identificación y compromiso con la empresa (Tamayo, 2020), por lo que a mejores sistemas de comunicación, mejores son el estado motivacional del personal de trabajo.

VI. CONCLUSIONES

1. Se determinó la existencia de influencia significativa de la comunicación organizacional sobre la motivación laboral en los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022 (Rho = ,631**; p=0.000 <0.01), dando a conocer que la eficacia de los sistemas comunicativos que posee la organización y la manera clara en que la empresa se esfuerza en que la información llegue a sus colaboradores en todas sus áreas, será vital para que se sientan lo suficientemente motivados, al tener claridad de aquello que está sucediendo o lo que necesitan realizar con urgencia.

2. Se estableció influencia significativa de la comunicación ascendente sobre la motivación laboral en los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022 (Rho =,646**; p=0.000 <0.01), siendo importante que la organización posea un sistema y flujo de comunicación lo más claro posible por parte de sus colaboradores para que puedan emitir un mensaje claro a sus directivos, siendo esta claridad de emisión un aspecto influenciador en la motivación de los colaboradores.

3. Se estableció influencia significativa de la comunicación descendente sobre la motivación laboral en los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022 (Rho =,542**; p=0.000 <0.01), por lo que la manera como son los sistemas o modos en que dirigen la información los directivos, jefes o lideres será importante porque justamente el grado de comunicación dará apertura al colaborador para realizar sus labores y si la misma es reconocida y retroalimentada adecuadamente, motivará al colaborador para comprometerse con sus superiores.

4. Se estableció influencia significativa de la comunicación horizontal sobre la motivación laboral en los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022 (Rho = ,643**; p=0.000 <0.01), lo que implica que al afianzar sistemas comunicativos integradores, que eviten el rumor, aumentará la confianza y la comprensión de funciones para motivar a todos los colaboradores a resolver los problemas del día a día en la organización.

VII. RECOMENDACIONES

1. Se sugiere a los docentes de la Institución, un mayor compromiso individual con sus tareas y su desarrollo, ya que éstos tienden a buscar un servicio educativo de calidad y compromiso.

2. Se recomienda a los docentes que el proceso se realice a través de reuniones con directivos y jefes de cada área en donde se les explique de manera detallada sus principales funciones para una mejora de la comunicación. Debido a que, estos cambios pueden ser las causas de la motivación laboral ineficiente, por lo que se espera que la Institución tenga un plan de trabajo constituido y sea ejecutado de manera significativa, para poder lograr los cambios positivos en todos sus colaboradores.

3. A los directivos se les recomienda trabajar con los docentes como mediadores de información entre dirección y personal mismo, antes, durante y después de la ejecución de nuevas estrategias, con la finalidad de que todos se sientan seguros y confíen en que sus intervenciones sean para propiciar un flujo informativo tanto descendente como ascendente.

4. A los futuros investigadores se menciona que la información que esta investigación ha tenido como resultado, no sea suficiente para poder crear un sistema de cambios, sin embargo, contiene información inicial necesaria, para poder desarrollar un plan de habilidades y estrategias que puedan hacer que los colaboradores se sientan cada día motivados en sus lugares de trabajo.

REFERENCIAS

Ade, A. (2020). Organizational Communication, Organizational Learning, and Attitude toward Change: Mediating Effect of Organizational Commitment of Public Sector Employees. *Calitatea: Acces La Success*, *21*(178), 15–19. https://www.proquest.com/docview/2442967469/DF8696832FE945BCPQ/4?accountid=37408

Ansede, P. (2010). *La comunicación en las organizaciones en la sociedad del conocimiento*. España: Editorial Ideas Propias.

Baldissera, R. (2010). Comunicación organizacional: dimensiones, tensiones e interdependencias. *Comunicación: Estudios Venezolanos de Comunicación*, *152*, 5–10. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5874889

Begoña, C. (2014). Presente de la comunicación organizacional en la PYME española. *Revista Razón y Palabra*, *86*, 1–20. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5184264

Benavides, O. (2017). Motivación laboral de los egresados del Programa de Administración de Empresas de la Universidad de Nariño. *Tendencias*, *18*(1), 41–54. https://doi.org/10.22267/RTEND.171801.63

Castillo, K. (2018). Comunicación organizacional y satisfacción laboral en la Empresa Sour Comunicaciones S.A.C. Lima – 2016 [Tesis de licenciatura]. In *Universidad Autónoma del Perú*. https://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/20.500.13067/438

Castillo, M. (2021). La comunicación organizacional planificada como mecanismo para fortalecer la cultura organizacional de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales y Educación de la Universidad Nacional de Piura, 2016 [Tesis de maestría]. In *Universidad Nacional de Piura*. https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/2808546

Castro, M. (2019). Biostatistics applied in clinical research: basic concepts. *Revista Médica Clínica Las Condes*, *30*(1), 50–65. https://doi.org/10.1016/j.rmclc.2018.12.002

Colmenares, C. (2018). Comunicación organizacional según percepción de las estudiantes de la institución educativa del establecimiento penitenciario mujeres comunes Chorrillos - 2018 [Tesis de maestría]. In *Universidad César Vallejo*. https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/21132

Dias, R. (2014). La comunicación organizacional y las demandas de la tecnología y la internacionalización. *Revista Razón y Palabra*, *88*, 1–15. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5197741

Díaz, C. (2019). Comunicación efectiva y su relación con la motivación laboral en asesores telefónicos de la empresa Teleatento del Perú,2019 [Tesis de maestría]. In *Universidad Cesar Vallejo*. https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/2937665

Díaz, J., Díaz, M., & Moreales, S. (2014). Motivación laboral en trabajadores de empresas formales de la ciudad de Bogotá. *Revista Iberoamericana de Psicología: Ciencia y Tecnología*, *7*(1), 59–78. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4905118

Diez, S. (2011). *Técnicas de comunicación. La comunicación en la empresa* (1era ed.). Colombia: Editorial: Ediciones de la U.

Digitalist Hub. (2013, June 18). *Sólo el 19% de las empresas valoran la comunicación interna*. https://digitalisthub.com/solo-el-19-de-las-empresas-valoran-la-comunicacion-interna/

Fontalvo, T., Quejada, R., & Puello, J. (2011). La comunicación organizacional como agente dinamizador de la mejora contínua en los sistemas de gestión. *Revista Encuentros*, *9*(2), 147–160. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4050131

Formanchuk. (2018). *60% de los problemas en una empresa son por mala comunicación*. https://formanchuk.com/mala-comunicacion/

Guillén, G., & Espinoza, S. (2014). En busca del desenredos de la comunicación organizacional. *Revista Razón y Palabra*, *84*, 1–29.

https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5194288

Hernández, C., & Carpio, N. (2019). Introducción a los tipos de muestreo. *ALERTA Revista Científica Del Instituto Nacional de Salud*, *2*(1), 75–79. https://doi.org/10.5377/alerta.v2i1.7535

Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A.

Herrera, L., Fonnegra, P., & Huartdo, L. (2018). Factores que determinan la Motivación Laboral en empleados del Sector Público del municipio de Medellín y municipio de La Estrella | Semantic Scholar. *Revista CIES Escolme*, *8*(1), 23–42. https://www.semanticscholar.org/paper/Factores-que-determinan-la-Motivación-Laboral-en-de-Lopera-Osorio/cecc5a8098b5dc3fe253fad2a6bfe1539c7d34ff

Huamani, J., & Tito, M. (2020). La comunicación organizacional formal y la motivación orientada a la autodeterminación en docentes de instituciones educativas privadas del distrito de Los Olivos en el 2019 [Tesis de maestría]. In *Universidad Privada del Norte*. https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/24284

Huma, H., & Hukam, M. (2018). The Impact of Organizational Communication on Organizational Performance. *Journal of Research in Social Sciences*, *6*(2), 140–151. https://www.proquest.com/docview/2413012009/DF8696832FE945BCPQ/6?accountid=37408

La Gestión. (2017, January 30). *Informalidad laboral en Perú llega al 70% pero en empresas formales alcanza el 25% | ECONOMIA | GESTIÓN*. Economía. https://gestion.pe/economia/informalidad-laboral-peru-llega-70-empresas-formales-alcanza-25-127614-noticia/

Lazo, H., & Rojas, B. (2019). Percepción de la comunicación organizacional interna de los trabajadores de la DIRESA – Junín y la Red de Salud Valle del Mantaro

[Tesis de licenciatura]. In *Universidad Nacional del Centro del Perú*. https://repositorio.uncp.edu.pe/handle/20.500.12894/5571

Lloclla, V. (2019). Comunicación organizacional y motivación laboral en los servidores de la Municipalidad Provincial de Andahuaylas, Apurímac, 2018 [Tesis de maestría]. In *Universidad César Vallejo*. https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/3045765

Maldonando, J. (2018). *Metodología de la Investigación Social*. Bogotá: Ediciones de la U.

Manafzadeh, M., Ghaderi, E., Moradi, R., Amirhasani, P., & Taheri, S. (2018). Assessment of Effective Organizational Communication on Organizational Silence and Organizational Citizenship Behavior. *Journal of Ecophysiology and Occupational Health*, *18*(1&2), 24–30. https://doi.org/10.18311/JEOH/2018/21372

Manterola, C., Quiroz, G., Salazar, P., & García, N. (2019). Methodology of study designs most frequently used in clinical research. *Revista Médica Clínica Las Condes*, *30*(1), 36–49. https://doi.org/10.1016/j.rmclc.2018.11.005

Millones, R., Barreno, E., Vásquez, F., & Castillo, C. (2016). Estadística aplicada a la ingeniería y los negocios. In *Universidad de Lima*. Universidad de Lima. Fondo Editorial. http://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/10730

Morales, J. (2021). Gestión de desempeño y motivación laboral en colaboradores de una Unidad de Gestión Educativa Local de la Región Piura, 2021 [Tesis de maestría]. In *Universidad César Vallejo*. https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/3090329

Morejón, S. (2019). Estrategia de la Comunicación Interna para contribuir en el Desarrollo Organizacional de la Corporación Dole, 2018 [Tesis de maestría]. In *Universidad César Vallejo*. https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/2943743

Moreno, D., & Carrillo, J. (2020). *Normas APA 7.ª edición Guía de citación y*

referenciación. Segunda versión revisada y ampliada 2020. (7ma ed.). Universidad Central. https://doi.org/10.1037/0000165-000

Papic, K. (2019). Los tipos de comunicación organizacional interna en establecimientos educacionales municipalizados en Chile. *Cuadernos de Investigación Educativa*, *10*(1), 63–83. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6973304

Parrales, J., Villao, J., & Pisco, G. (2022). Motivación Laboral como Herramienta Eficaz para el Mejor Desarrollo de las Organizaciones. *Dominio de Las Ciencias*, *8*(1). https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8383369

Piedra, M. (2020). Comunicación organizacional y la motivación laboral en el docente de la facultad de ciencias de la comunicación de una universidad privada peruana [Tesis de maestría]. In *Universidad Ricardo Palma*. https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/3094833

Pimienta, J. (2017). *Metodología de la Investigación* (3era ed.). México: Pearson.

Puertas, R., Yaguache, J., & Altamirano, V. (2020). Nuevas tendencias en la comunicación organizacional. *Fonseca, Journal of Communication*, *20*, 7–11. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7447759

Puma, M., & Estrada, E. (2020). La motivación laboral y el compromiso organizacional. *Ciencia y Desarrollo*, *23*(3), 45–53. https://doi.org/10.21503/CYD.V23I3.2141

Quiroz, Lady, Zambrano, S., & Franco, J. (2021). Liderazgo y motivación laboral: caso gobierno autónomo descentralizado del cantón Chone. *Polo Del Conocimiento: Revista Científico - Profesional*, *6*(4), 183–198. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7927000

Ramirez, C. (2021). El engagement y su relación con la motivación del personal administrativo del Instituto Tecnológico “Almirante Miguel Grau” Piura, 2020 [Tesis de maestría]. In *Universidad César Vallejo*. https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/2989051

Rendón, M., Villasís, M., & Miranda, M. (2016). Descriptive statistics: description and representation of variables. *Revista Alergia de Mexico*, *63*(4), 397–407. https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755026009.pdf

Riofrio, J. (2020). Motivación laboral y compromiso organizacional en la Escuela Superior de Arte Pública Ignacio Merino, Piura [Tesis de maestría]. In *Universidad César Vallejo*. https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/2970028

Sánchez, H., Romero, C., & Mejía, K. (2018). *Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística*. Lima: Universidad Ricardo Palma.

Segredo, A., García, A., & López, P. (2017). Comunicación organizacional como dimensión necesaria para medir el clima en las organizaciones en salud pública. *Horizonte Sanitario*, *16*(1), 28–37. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5815639

Serna, M. (2019). How to improve sampling in medium-sized studies using designs with mixed methods? Contributions from the field of elite studies. *Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, *0*(43), 187–210. https://doi.org/10.5944/empiria.43.2019.24305

Soltan, A. (2019). La relación entre la inteligencia cultural y las habilidades de comunicación y la motivación laboral en los gerentes educativos de escuelas secundarias de Zahedan. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, *6*, 1–13. https://dilemascontemporaneoseducacionpoliticayvalores.com/index.php/dilemas/article/view/1381

Tamayo, C., & Correa, M. (2019). Estilos de la comunicación organizacional en la Universidad Estatal de Milagro, para el personal administrativo de la universidad. *RECIMUNDO: Revista Científica de La Investigación y El Conocimiento*, *3*(3), 121–144. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7066909

Tamayo, S. (2020). Comunicación interna, clima organizacional y satisfacción

laboral: una reflexión necesaria. *Folletos Gerenciales*, *24*(3). https://folletosgerenciales.mes.gob.cu/index.php/folletosgerenciales/article/view/255

Toala, G., & Mendoza, A. (2019). Importancia de la enseñanza de la metodología de la investigación científica en las ciencias administrativas. *Revista Dominio de Las Ciencias*, *5*(2), 56–70. https://doi.org/10.23857/dom.cien.pocaip.2019.5.2.abril.56-43

Valle, C. (2016). Auditoría de la comunicación interna y el clima organizacional en una empresa industrial de Lima. In *Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)*. Tesis de licenciatura.

Valle, M. (2015). La Investigación en Comunicación Organizacional en Antioquia - Colombia. *Revista Luciérnaga - Comunicación*, *7*(13), 55–65. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5529487

Velásquez, C., Valbuena, M., & Moreira, C. (2018). La comunicación como instrumento para el desarrollo organizacional de las empresas. *Mundo Recursivo: Revista Cientifica*, *1*(2), 21–41. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8474582

Yáñez, J., & Yánez, M. (2020). La satisfacción laboral en la Universidad Metropolitana Sede Machala a través de la incidencia de la comunicación organizacional. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, *3*(1). https://remca.umet.edu.ec/index.php/REMCA/article/view/242

Yauri, L., Dayely, H., Benavides, R., & Mayví, B. (2019). Percepción de la comunicación organizacional interna de los trabajadores de la DIRESA-Junín y la Red de Salud Valle del Mantaro [Universidad Nacional del Centro del Perú]. In *Universidad Nacional del Centro del Perú*. https://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12894/5571/T010_70020662_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Yomona, E. (2018). La comunicación interna y su relación con la motivación laboral de los colaboradores administrativos de Nexus Group Restaurants SAC, Lima

2017 [Tesis de maestría]. In *Universidad de San Martín de Porres*. https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/2855121

ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

TÍTULO: Influencia de la comunicación organizacional en la motivación laboral de los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022 Sánchez Velasquez, Wendy Lucia

VARIABLE DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA
Comunicación organizacional	Es el entramado de mensajes formados por símbolos verbales y signos no verbales que se transmiten diádicamente y de manera seriada dentro del marco de la organización (Ansede, 2010).	El Cuestionario de Comunicación Organizacional, se mide de manera individual y colectiva a sujetos en situación laboral activa, presenta 15 ítems de evaluación de respuesta múltiple con 5 opciones para marcar, las cuales se distribuyen en 3 dimensiones: Comunicación ascendente, Comunicación descendente, Comunicación horizontal (Piedra, 2020)	Comunicación ascendente	- Atención de sus superiores - Sugerencias de jefes - Discusión de problemas - Retroalimentación.	1, 2, 3, 4, 5	**Intervalo:** (1) Nunca (2) Pocas veces (3) Ocasionalmente (4) Siempre
			Comunicación descendente	- Confianza con sus superiores - Nivel de información - Efectividad comunicativa - Claridad en la comunicación con sus superiores - Información oportuna de tus jefes.	6, 7, 8, 9, 10	
			Comunicación horizontal	- Comunicación respetuosa entre compañeros - Disposición en el trabajo en equipo - Acuerdos entre compañeros - Apertura comunicativa - Reserva comunicativa.	11, 12, 13, 14, 15	

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

TITULO: Influencia de la comunicación organizacional en la motivación laboral de los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022

Sánchez Velasquez, Wendy Lucia

VARIABLE DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA
Motivación laboral	Es el deseo de llevar a cabo altos niveles de esfuerzo para conseguir objetivos organizacionales y lograr, al mismo tiempo, que dicho esfuerzo satisfaga ciertas necesidades individuales (Robbins, 1993 citado en Herrera et al., 2018).	El Escala Motivación–MLPA, se mide de manera individual y colectiva a sujetos en situación laboral activa, presenta 15 ítems de evaluación de respuesta múltiple con 5 opciones para marcar, las cuales se distribuyen en 3 dimensiones: Motivación de logro, Motivación de poder, Motivación de afiliación (Vicuña, 1996)	Motivación de logro	- Alcanza metas realistas - Planifica por anticipado - Ejecuta tareas difíciles.	1, 4, 7, 10, 13	**Intervalo:** (1) Totalmente en desacuerdo (2) Desacuerdo (3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (4) De acuerdo (5) Totalmente de acuerdo
			Motivación de poder	- Adquiere poder y la autoridad. - Existencia de dominio – sumisión - Genera sentimientos de poder y habilidad en sus subordinados.	2, 5, 8, 11, 14	
			Motivación de afiliación	- Entabla relaciones amicales. - Tiende a pensar acerca de la calidad de sus relaciones personales - No da prioridad a las tareas que se le asignan.	3, 6, 9, 12, 15	

ANEXO 2: MATRIZ DE CONSISTENCIA

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: **Influencia de la comunicación organizacional en la motivación laboral de los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022**

Sánchez Velásquez, Wendy Lucia

<table>
<tr><th>PROBLEMA</th><th>OBJETIVOS</th><th>HIPÓTESIS</th><th colspan="5">VARIABLES E INDICADORES</th></tr>
<tr><td rowspan="4">Problema general:
¿De qué manera influye la comunicación organizacional y la motivación laboral en los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022?

Problemas específicos:
1. ¿De qué manera influye la comunicación ascendente y la motivación laboral en los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022?</td><td rowspan="4">Objetivo general:
Determinar la influencia de la comunicación organizacional en la motivación laboral de los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022.

Objetivos específicos:
1. Establecer la influencia entre la comunicación ascendente en la motivación laboral de los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022.

2. Establecer la influencia entre la comunicación descendente en la</td><td rowspan="4">Hipótesis general:

Influye significativamente la comunicación organizacional en la motivación laboral de los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022.</td><td colspan="5">Variable independiente: Comunicación organizacional.</td></tr>
<tr><td>Dimensiones</td><td>Indicadores</td><td>Ítems</td><td>Escala</td><td>Nivel y rango</td></tr>
<tr><td>Comunicación ascendente</td><td>- Atención de sus superiores
- Sugerencias de jefes
- Discusión de problemas
- Retroalimentación.</td><td>1, 2, 3, 4, 5</td><td rowspan="3">Intervalo:

1: Nunca
2: Pocas vece
3: Ocasionalmente
4: Siempre:</td><td rowspan="3">Alto
Medio
Bajo</td></tr>
<tr><td>Comunicación descendente</td><td>- Confianza con sus superiores
- Nivel de información
- Efectividad comunicativa
- Claridad en la comunicación con sus superiores
- Información oportuna de tus jefes.</td><td>6, 7, 8, 9, 10</td></tr>
<tr><td>Comunicación horizontal</td><td>- Comunicación respetuosa entre compañeros
- Disposición en el trabajo en equipo
- Acuerdos entre compañeros
- Apertura comunicativa
- Reserva comunicativa.</td><td>11, 12, 13, 14, 15</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td rowspan="5">2. ¿De qué manera influye la comunicación descendente y la motivación laboral en los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022?

3. ¿De qué manera influye la comunicación horizontal y la motivación laboral en los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022?</td><td rowspan="5">motivación laboral de los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022.

3. Establecer la influencia entre la comunicación horizontal en la motivación laboral de los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022.</td><td rowspan="5"></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td colspan="5">Variable independiente: Motivación laboral</td></tr>
<tr><td>Dimensiones</td><td>Indicadores</td><td>Ítems</td><td>Escala</td><td>Nivel y rango</td></tr>
<tr><td>Motivación de logro</td><td>- Alcanza metas realistas
- Planifica por anticipado
Ejecuta tareas difíciles.</td><td>1, 4, 7, 10, 13</td><td rowspan="3">Intervalo:
1: Totalmente en desacuerdo
2: En desacuerdo
3: Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4: De acuerdo
5: Totalmente de acuerdo</td><td rowspan="3">Alto
Medio
Bajo</td></tr>
<tr><td>Motivación de poder</td><td>- Adquiere poder y la autoridad.
- Existencia de dominio – sumisión
- Genera sentimientos de poder y habilidad en sus subordinados.</td><td>2, 5, 8, 11, 14</td></tr>
<tr><td>Motivación de afiliación</td><td>- Entabla relaciones amicales.
- Tiende a pensar acerca de la calidad de sus relaciones personales
- No da prioridad a las tareas que se le asignan.</td><td>3, 6, 9, 12, 15</td></tr>
<tr><td colspan="2">TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN</td><td>POBLACIÓN Y MUESTRA</td><td colspan="3">INSTRUMENTOS</td><td colspan="2">MÉTODO DE ANÁLISIS</td></tr>
<tr><td colspan="2">Enfoque: Cuantitativo

Tipo: Aplicada.

Diseño: No experimental</td><td>Población censal:
50 docentes

Muestra: 50 docentes</td><td colspan="3">Variable:
Comunicación organizacional
Motivación laboral

Técnica: Encuesta
Instrumento: Cuestionario

Autoría del instrumento 1: Piedra (2020)
. Adaptado al contexto peruano.

Autoría del instrumento 2: (Vicuña, 1996).
Adaptado al contexto peruano.</td><td colspan="2">Estadística descriptiva

Estadística inferencial</td></tr>
</table>

ANEXO 3: INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Ficha técnica

Nombre	Cuestionario de Comunicación Organizacional
Autor/a	Maritza Graciela Piedra Amaya de Flórez
Año de edición	2020
Adaptación	Sánchez Velasquez, Wendy Lucia
Año	2022
Ámbito de aplicación	Colaboradores de una empresa del sector educativo
Administración	Individual y colectiva.
Duración	15 minutos aproximadamente.
Objetivo	Medir los indicadores del comportamiento organizacional de los colaboradores
Validez	El instrumento fue validado a través de juicio de 3 expertos.
Confiabilidad	Para encontrar su confiabilidad se recurrió al método de Alfa de Cronbach, cuyo resultado fue ,975; indicándonos que el instrumento cuenta con una buena consistencia interna, lo que permitió aplicarlo a las unidades de análisis.
Aspectos a evaluar	El cuestionario está constituido por 15 ítems distribuido en 3 dimensiones que a continuación se detallan: D1. Comunicación ascendente (5 ítems) D2. Comunicación descendente (5 ítems) D3. Comunicación horizontal (5 ítems)
Calificación	Nunca :(1 puntos) Pocas veces :(2 puntos) Ocasionalmente :(3 puntos) Siempre :(4 puntos)
Categorías generales	Alto :(55 - 75) Medio :(35 - 54) Bajo :(15 - 34)

Cuestionario sobre la Comunicación Organizacional

N°	ítems	Nunca	Pocas veces	Ocasionalmente	Siempre
1	¿Cuándo se comunica con su jefe le presta atención?				
2	¿Los comentarios o sugerencias que le hace a sus superiores son tomados en cuenta?				
3	¿Puede comunicarse con sus supervisores abiertamente para discutir problemas del trabajo?				
4	¿Puede Usted hablar con sus superiores y despejar dudas sobre la retroalimentación que recibieron?				
5	¿Tiene confianza con su jefe para poder hablar de sus problemas personales?				
6	¿Sus superiores le hacen sentir la suficiente confianza y libertad para discutir problemas sobre su trabajo?				
7	¿Recibe la información necesaria para poder realizar eficazmente su trabajo?				
8	¿Su jefe se comunica con Ud., de una forma efectiva y fácil de entender?				
9	¿Las instrucciones que recibe de su jefe son claras?				
10	¿Su jefe le proporciona de manera oportuna la información?				
11	¿Se utiliza un lenguaje coloquial y respetuoso cuando se comunican entre compañeros?				
12	¿Hay disposición para comunicar los detalles para la solución de tareas y problemas en el equipo de trabajo?				
13	¿Se ponen de acuerdo para la solución de tareas y problemas?				
14	¿Cree que la comunicación entre sus compañeros del mismo nivel se realiza de manera abierta?				
15	¿Cree que se oculta cierta información entre compañeros del mismo nivel?				

Ficha técnica

Nombre	Escala Motivación–MLPA
Autor/a	R.Steers y D. Braunstein
Año de edición	1976
Adaptación	Sánchez Velasquez, Wendy Lucia
Año	2022
Ámbito de aplicación	Colaboradores de una empresa del sector educativo
Administración	Individual y colectiva.
Duración	15 minutos aproximadamente.
Objetivo	Estimar los niveles de motivación
Validez	El instrumento fue validado a través de juicio de 3 expertos.
Confiabilidad	Para encontrar su confiabilidad se recurrió al método de Alfa de Cronbach, cuyo resultado fue ,982; indicándonos que el instrumento cuenta con una buena consistencia interna, lo que permitió aplicarlo a las unidades de análisis.
Aspectos a evaluar	El cuestionario está constituido por 15 ítems distribuido en 3 dimensiones que a continuación se detallan: D1. Motivación de logro (5 ítems) D2. Motivación de poder (5 ítems) D3. Motivación de afiliación (5 ítems)
Calificación	Totalmente en desacuerdo :(1 puntos) En desacuerdo :(2 puntos) Ni de acuerdo ni en desacuerdo :(3 puntos) De acuerdo :(4 puntos) Totalmente de acuerdo :(5 puntos)
Categorías generales	Alto :(55 - 75) Medio :(35 - 54) Bajo :(15 - 34)

Escala De Motivación – MLPA (Logro, Poder Y Afiliación)

Fecha:_____ Edad:_____Tiempo de servicio:_____

Instrucciones: Para cada una de las siguientes declaraciones, dibuje un aspa (“X”) en el número que describa mejor la forma en que usted se siente. Considere sus respuestas en el contexto de su puesto actual o de su experiencia en trabajos pasados.

N°	ítems	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	Trato fuertemente de mejorar mi desempeño anterior en el trabajo.					
2	Me gusta competir y ganar.					
3	A menudo encuentro que hablo con las personas a mí alrededor, acerca de asuntos que no se relacionan con el trabajo.					
4	Me gustan los retos difíciles.					
5	Me gusta llevar el mando.					
6	Me gusta agradar a otros.					
7	Deseo saber cómo voy progresando al terminar las tareas.					
8	Me enfrento a las personas que hacen cosas con las que estoy en desacuerdo.					
9	Tiendo a construir relaciones cercanas con mis compañeros de trabajo.					
10	Me gusta fijarme y alcanzar metas realistas.					
11	Me gusta influir en otras personas para que hagan lo que deseo.					
12	Me gusta pertenecer a grupos y organizaciones.					
13	Me agrada la satisfacción de terminar una tarea difícil.					

14	Con frecuencia trabajo para obtener más control sobre los acontecimientos a mí alrededor.					
15	Me gusta más trabajar con otras personas que solo.					

ANEXO 4: VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Validez Juicio de expertos o Validación por jueces

TÍTULO DE LA TESIS: Influencia de la comunicación organizacional en la motivación laboral de los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura - 2022

VARIABLE	DIMENSIONES	ITEMS	OPCIONES				CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACION Y RECOMENDACION
			Nunca	Pocas veces	Ocasionalmente	Siempre	Relacion entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítems		Relación entreel ítems y la opción de respuesta		
							Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
Comunicación Organizacional: Es un proceso dinámico que funciona como la herramienta principal en pro de los éxitos o los fracasos en las empresas en relación con el entorno de tareas Benkhoff (1997 citado en Ade, 2020)	**Comunicación ascendente**	1- ¿Cuándo se comunica con su jefe le presta atención?					X		X		X		X		
		2- ¿Los comentarios o sugerencias que le hace a sus superiores son tomados en cuenta?					X		X		X		X		
		3- ¿Puede comunicarse con sus supervisores abiertamente para discutir problemas del trabajo?					X		X		X		X		
		4- ¿Puede Usted hablar con sus superiores y despejar dudas sobre la retroalimentación que recibieron?					X		X		X		X		
		5- ¿Tiene confianza con su jefe para poder hablar de sus problemas personales?					X		X		X		X		
	Comunicación descendente	6- ¿Sus superiores le hacen sentir la suficiente confianza y libertad para discutir problemas sobre su trabajo?					X		X		X		X		
		7- ¿Recibe la información necesaria para poder realizar eficazmente su trabajo?					X		X		X		X		
		8- ¿Su jefe se comunica con Ud., de una forma efectiva y fácil de entender?					X		X		X		X		
		9- ¿Las instrucciones que recibe de su jefe son claras?					X		X		X		X		

		10- ¿Su jefe le proporciona de manera oportuna la información?					X		X		X		X				
	Comunicación horizontal	11- ¿Se utiliza un lenguaje coloquial y respetuoso cuando se comunican entre compañeros?					X		X		X		X				
		12- ¿Hay disposición para comunicar los detalles para la solución de tareas y problemas en el equipo de trabajo?					X		X		X		X				
		13- ¿Se ponen de acuerdo para la solución de tareas y problemas?					X		X		X		X				
		14- ¿Cree que la comunicación entre sus compañeros del mismo nivel se realiza de manera abierta?					X		X		X		X				
		15- ¿Cree que se oculta cierta información entre compañeros del mismo nivel?					X		X		X		X				

FIRMA DEL EVALUADOR

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario de Comunicación Organizacional.

OBJETIVO: Determina la capacidad del individuo a la hora de comunicarse con sus compañeros, estableciendo niveles.

DIRIGIDO A: Trabajadores de una entidad del sector educativo.

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: Blanca Yvette Iglesias Silva

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: Magíster en Gestión del Talento Humano

VALORACIÓN:

Muy Alto	Alto	Medio	Bajo	Muy Bajo
X				

(La valoración va a criterio del investigador esta valoración es solo un ejemplo)

FIRMA DEL EVALUADOR

TÍTULO DE LA TESIS: Influencia de la comunicación organizacional en la motivación laboral de los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura - 2022

VARIABLE	DIMENSIONES	ITEMS	OPCIONES					CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIÓN Y RECOMENDACIÓN
			Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítems		Relación entre el ítems y la opción derespuesta		
								Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
MOTIVACIÓN LABORAL La motivación implicaría el anhelo y la práctica de poner en desarrollo un alto nivel de esfuerzo en pro de lograr metas laborales, y como consecuencia de ello, la persona logre satisfacer sus necesidades (Robbins, 1993 citado en Herrera et al., 2018).	MOTIVACIÓN DE LOGRO	1- Trato fuertemente de mejorar mi desempeño anterior en el trabajo.						X		X		X		X		
		2- Me gusta competir y ganar.						X		X		X		X		
		3- A menudo encuentro que hablo con las personas a mí alrededor, acerca de asuntos que no se relacionan con el trabajo.						X		X		X		X		
		4- Me gustan los retos difíciles.						X		X		X		X		
		5- Me gusta llevar el mando.						X		X		X		X		
	MOTIVACIÓN DE PODER	6- Me gusta agradar a otros.						X		X		X		X		
		7- Deseo saber cómo voy progresando al terminar las tareas.						X		X		X		X		
		8- Me enfrento a las personas que hacen cosas con las que estoy en desacuerdo.						X		X		X		X		
		9- Tiendo a construir relaciones cercanas con mis compañeros de trabajo.						X		X		X		X		

		10- Me gusta fijarme y alcanzar metas realistas.						X		X		X		X			
	MOTIVACION DE AFILIACION	11- Me gusta influir en otras personas para que hagan lo que deseo.						X		X		X		X			
		12- Me gusta pertenecer a grupos y organizaciones.						X		X		X		X			
		13- Me agrada la satisfacción de terminar una tarea difícil.						X		X		X		X			
		14- Con frecuencia trabajo para obtener más control sobre los acontecimientos a mí alrededor.						X		X		X		X			
		15- Me gusta más trabajar con otras personas que solo.						X		X		X		X			

FIRMA DEL EVALUADOR

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario de Comunicación Organizacional.

OBJETIVO: Determina la capacidad del individuo a la hora de comunicarse con sus compañeros, estableciendo niveles.

DIRIGIDO A: Trabajadores de una entidad del sector educativo.

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: Blanca Yvette Iglesias Silva

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: Magíster en Gestión del Talento Humano

VALORACIÓN:

Muy Alto	Alto	Medio	Bajo	Muy Bajo
X				

(La valoración va a criterio del investigador esta valoración es solo un ejemplo)

FIRMA DEL EVALUADOR

Validez Juicio de expertos o Validación por jueces

TÍTULO DE LA TESIS: Influencia de la comunicación organizacional en la motivación laboral de los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura - 2022

VARIABLE	DIMENSIONES	ITEMS	OPCIONES				CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACION Y RECOMENDACION
			Nunca	Pocas veces	Ocasionalmente	Siempre	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítems		Relación entreel ítems y la opción de respuesta		
							Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
Comunicación Organizacional: Es un proceso dinámico que funciona como la herramienta principal en pro de los éxitos o los fracasos en las empresas en relación con el entorno de tareas Benkhoff (1997 citado en Ade, 2020)	**Comunicación ascendente**	1- ¿Cuándo se comunica con su jefe le presta atención?					X		X		X		X		
		2- ¿Los comentarios o sugerencias que le hace a sus superiores son tomados en cuenta?					X		X		X		X		
		3- ¿Puede comunicarse con sus supervisores abiertamente para discutir problemas del trabajo?					X		X		X		X		
		4- ¿Puede Usted hablar con sus superiores y despejar dudas sobre la retroalimentación que recibieron?					X		X		X		X		
		5- ¿Tiene confianza con su jefe para poder hablar de sus problemas personales?					X		X		X		X		
	Comunicación descendente	6- ¿Sus superiores le hacen sentir la suficiente confianza y libertad para discutir problemas sobre su trabajo?					X		X		X		X		
		7- ¿Recibe la información necesaria para poder realizar eficazmente su trabajo?					X		X		X		X		
		8- ¿Su jefe se comunica con Ud., de una forma efectiva y fácil de entender?					X		X		X		X		
		9- ¿Las instrucciones que recibe de su jefe son claras?					X		X		X		X		
		10- ¿Su jefe le proporciona de manera oportuna la información?					X		X		X		X		

	Comunicación horizontal	11- ¿Se utiliza un lenguaje coloquial y respetuoso cuando se comunican entre compañeros?					X		X		X		X			
		12- ¿Hay disposición para comunicar los detalles para la solución de tareas y problemas en el equipo de trabajo?					X		X		X		X			
		13- ¿Se ponen de acuerdo para la solución de tareas y problemas?					X		X		X		X			
		14- ¿Cree que la comunicación entre sus compañeros del mismo nivel se realiza de manera abierta?					X		X		X		X			
		15- ¿Cree que se oculta cierta información entre compañeros del mismo nivel?					X		X		X		X			

FIRMA DEL EVALUADOR

N°33988

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario de Comunicación Organizacional.

OBJETIVO: Determina la capacidad del individuo a la hora de comunicarse con sus compañeros, estableciendo niveles.

DIRIGIDO A: Trabajadores de una entidad del sector educativo.

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: Pino Galvan José Jordan Francesco

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: Magister / Lic. en Administración

VALORACIÓN:

Muy Alto	Alto	Medio	Bajo	Muy Bajo
X				

(La valoración va a criterio del investigador esta valoración es solo un ejemplo)

TÍTULO DE LA TESIS: Influencia de la comunicación organizacional en la motivación laboral de los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura - 2022

VARIABLE	DIMENSIONES	ITEMS	OPCIONES					CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIÓN Y RECOMENDACIÓN
			Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítems		Relación entre el ítems y la opción derespuesta		
								Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
MOTIVACIÓN LABORAL La motivación implicaría el anhelo y la práctica de poner en desarrollo un alto nivel de esfuerzo en pro de lograr metas laborales, y como consecuencia de ello, la persona logre satisfacer sus necesidades (Robbins, 1993 citado en Herrera et al., 2018).	MOTIVACIÓN DE LOGRO	1- Trato fuertemente de mejorar mi desempeño anterior en el trabajo.						X		X		X		X		
		2- Me gusta competir y ganar.						X		X		X		X		
		3- A menudo encuentro que hablo con las personas a mí alrededor, acerca de asuntos que no se relacionan con el trabajo.						X		X		X		X		
		4- Me gustan los retos difíciles.						X		X		X		X		
		5- Me gusta llevar el mando.						X		X		X		X		
	MOTIVACIÓN DE PODER	6- Me gusta agradar a otros.						X		X		X		X		
		7- Deseo saber cómo voy progresando al terminar las tareas.						X		X		X		X		
		8- Me enfrento a las personas que hacen cosas con las que estoy en desacuerdo.						X		X		X		X		
		9- Tiendo a construir relaciones cercanas con mis compañeros de trabajo.						X		X		X		X		

		10- Me gusta fijarme y alcanzar metas realistas.						X		X		X		X		
	MOTIVACION DE AFILIACION	11- Me gusta influir en otras personas para que hagan lo que deseo.						X		X		X		X		
		12- Me gusta pertenecer a grupos y organizaciones.						X		X		X		X		
		13- Me agrada la satisfacción de terminar una tarea difícil.						X		X		X		X		
		14- Con frecuencia trabajo para obtener más control sobre los acontecimientos a mí alrededor.						X		X		X		X		
		15- Me gusta más trabajar con otras personas que solo.						X		X		X		X		

FIRMA DEL EVALUADOR

N°33988

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario de Comunicación Organizacional.

OBJETIVO: Determina la capacidad del individuo a la hora de comunicarse con sus compañeros, estableciendo niveles.

DIRIGIDO A: Trabajadores de una entidad del sector educativo.

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: Pino Galvan José Jordan Francesco

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: Magíster / Lic. en Administración

VALORACIÓN:

Muy Alto	Alto	Medio	Bajo	Muy Bajo
X				

(La valoración va a criterio del investigador esta valoración es solo un ejemplo)

Validez Juicio de expertos o Validación por jueces

TÍTULO DE LA TESIS: Influencia de la comunicación organizacional en la motivación laboral de los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura - 2022

VARIABLE	DIMENSIONES	ITEMS	OPCIONES				CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACION Y RECOMENDACION
			Nunca	Pocas veces	Ocasionalmente	Siempre	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el items		Relación entreel items y la opción de respuesta		
							Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
Comunicación Organizacional: Es un proceso dinámico que funciona como la herramienta principal en pro de los éxitos o los fracasos en las empresas en relación con el entorno de tareas Benkhoff (1997 citado en Ade, 2020)	**Comunicación ascendente**	1- ¿Cuándo se comunica con su jefe le presta atención?					X		X		X		X		
		2- ¿Los comentarios o sugerencias que le hace a sus superiores son tomados en cuenta?					X		X		X		X		
		3- ¿Puede comunicarse con sus supervisores abiertamente para discutir problemas del trabajo?					X		X		X		X		
		4- ¿Puede Usted hablar con sus superiores y despejar dudas sobre la retroalimentación que recibieron?					X		X		X		X		
		5- ¿Tiene confianza con su jefe para poder hablar de sus problemas personales?					X		X		X		X		
	Comunicación descendente	6- ¿Sus superiores le hacen sentir la suficiente confianza y libertad para discutir problemas sobre su trabajo?					X		X		X		X		
		7- ¿Recibe la información necesaria para poder realizar eficazmente su trabajo?					X		X		X		X		
		8- ¿Su jefe se comunica con Ud., de una forma efectiva y fácil de entender?					X		X		X		X		
		9- ¿Las instrucciones que recibe de su jefe son claras?					X		X		X		X		

		10- ¿Su jefe le proporciona de manera oportuna la información?					X		X		X		X			
	Comunicación horizontal	11- ¿Se utiliza un lenguaje coloquial y respetuoso cuando se comunican entre compañeros?					X		X		X		X			
		12- ¿Hay disposición para comunicar los detalles para la solución de tareas y problemas en el equipo de trabajo?					X		X		X		X			
		13- ¿Se ponen de acuerdo para la solución de tareas y problemas?					X		X		X		X			
		14- ¿Cree que la comunicación entre sus compañeros del mismo nivel se realiza de manera abierta?					X		X		X		X			
		15- ¿Cree que se oculta cierta información entre compañeros del mismo nivel?					X		X		X		X			

FIRMA DEL EVALUADOR

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario de Comunicación Organizacional.

OBJETIVO: Determina la capacidad del individuo a la hora de comunicarse con sus compañeros, estableciendo niveles.

DIRIGIDO A: Trabajadores de una entidad del sector educativo.

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: Esmerita Cherres Madrid

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: Doctorado en Educación / Maestría en Administración de la Educación

VALORACIÓN:

Muy Alto	Alto	Medio	Bajo	Muy Bajo
X				

(La valoración va a criterio del investigador esta valoración es solo un ejemplo)

FIRMA DEL EVALUADOR

TÍTULO DE LA TESIS: Influencia de la comunicación organizacional en la motivación laboral de los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura - 2022

VARIABLE	DIMENSIONES	ITEMS	OPCIONES					CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIÓN Y RECOMENDACIÓN
			Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el items		Relación entre el ítems y la opción derespuesta		
								Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
MOTIVACIÓN LABORAL La motivación implicaría el anhelo y la práctica de poner en desarrollo un alto nivel de esfuerzo en pro de lograr metas laborales, y como consecuencia de ello, la persona logre satisfacer sus necesidades (Robbins, 1993 citado en Herrera et al., 2018).	MOTIVACIÓN DE LOGRO	1- Trato fuertemente de mejorar mi desempeño anterior en el trabajo.						X		X		X		X		
		2- Me gusta competir y ganar.						X		X		X		X		
		3- A menudo encuentro que hablo con las personas a mí alrededor, acerca de asuntos que no se relacionan con el trabajo.						X		X		X		X		
		4- Me gustan los retos difíciles.						X		X		X		X		
		5- Me gusta llevar el mando.						X		X		X		X		
	MOTIVACIÓN DE PODER	6- Me gusta agradar a otros.						X		X		X		X		
		7- Deseo saber cómo voy progresando al terminar las tareas.						X		X		X		X		
		8- Me enfrento a las personas que hacen cosas con las que estoy en desacuerdo.						X		X		X		X		
		9- Tiendo a construir relaciones cercanas con mis compañeros de trabajo.						X		X		X		X		

		10- Me gusta fijarme y alcanzar metas realistas.						X		X		X		X			
	MOTIVACION DE AFILIACION	11- Me gusta influir en otras personas para que hagan lo que deseo.						X		X		X		X			
		12- Me gusta pertenecer a grupos y organizaciones.						X		X		X		X			
		13- Me agrada la satisfacción de terminar una tarea difícil.						X		X		X		X			
		14- Con frecuencia trabajo para obtener más control sobre los acontecimientos a mí alrededor.						X		X		X		X			
		15- Me gusta más trabajar con otras personas que solo.						X		X		X		X			

FIRMA DEL EVALUADOR

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario de Comunicación Organizacional.

OBJETIVO: Determina la capacidad del individuo a la hora de comunicarse con sus compañeros, estableciendo niveles.

DIRIGIDO A: Trabajadores de una entidad del sector educativo.

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: Esmerita Cherres Madrid

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: Doctorado en Educación / Maestría en Administración de la Educación

VALORACIÓN:

Muy Alto	Alto	Medio	Bajo	Muy Bajo
X				

(La valoración va a criterio del investigador esta valoración es solo un ejemplo)

FIRMA DEL EVALUADOR

Confiabilidad instrumento 1

Estadísticas de total de elemento

Ítems	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
it1	45.32	104.018	0.865	0.973
it2	45.50	105.602	0.832	0.973
it3	45.50	106.051	0.872	0.973
it4	45.42	104.616	0.703	0.976
it5	45.48	104.949	0.782	0.974
it6	45.48	104.091	0.810	0.974
it7	45.32	100.426	0.884	0.973
it8	45.44	98.496	0.887	0.973
it9	45.52	103.357	0.841	0.973
it10	45.68	102.508	0.912	0.972
it11	45.48	102.132	0.903	0.972
it12	45.64	105.704	0.865	0.973
it13	45.60	105.020	0.888	0.973
it14	45.76	106.758	0.813	0.974
it15	45.50	104.010	0.847	0.973

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.975	15

Confiabilidad instrumento 2

Estadísticas de total de elemento

Ítems	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
it1	51.06	167.649	0.922	0.980
it2	51.10	169.398	0.918	0.980
it3	51.02	172.142	0.909	0.980
it4	50.96	170.039	0.932	0.980
it5	51.32	171.242	0.859	0.981
it6	51.16	174.831	0.872	0.981
it7	51.00	166.449	0.932	0.979
it8	51.32	173.732	0.795	0.981
it9	51.04	170.366	0.893	0.980
it10	51.06	166.792	0.906	0.980
it11	51.02	165.857	0.933	0.979
it12	51.34	172.760	0.781	0.982
it13	51.28	166.002	0.895	0.980
it14	51.46	172.294	0.844	0.981
it15	51.34	172.964	0.773	0.982

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.982	15

ANEXO 5: AUTORIZACIÓN DE APLICACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS

"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

Piura, 10 de Junio de 2022

Estimado: Dr. Jhony Sosa Risco
Director de la Institución Educativa Teniente Miguel Cortes del Castillo - Piura

Me dirijo a usted para saludarlo(a) cordialmente y hacerle de su conocimiento que requiero de su autorización para poder aplicar instrumentos que permitan la obtención de datos y llevar a cabo la investigación titulada: **"Influencia de la comunicación organizacional en la motivación laboral de los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022"** para obtener el grado de Magister en Gestión del Talento Humano.

Así mismo comentarle que la investigación es confidencial y al culmino de la Investigación me comprometo a entregar un ejemplar a su Despacho.

Me despido sin no antes agradecerle de antemano por su gentil atención.

Atentamente,

Lic. Wendy Lucía Sánchez Velásquez
DNI: 72564065

Mg. Johny Fernando Sosa Risco
DIRECTOR DE LA I.E.
Director de la I.E. teniente Miguel Cortés del Castillo

ANEXO 6: CONSENTIMIENTO INFORMADO

Institución:	Universidad César Vallejo – Filial Piura.
Investigadora:	Sánchez Velásquez, Wendy Lucia.
Título:	«Influencia de la comunicación organizacional en la motivación laboral de los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022».

Estimado Sr.(a): A través del presente documento se le solicita la participación voluntaria para la investigación «Influencia de la comunicación organizacional en la motivación laboral de los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022».

Fines del Estudio: Este es un estudio desarrollado por una investigadora de la Universidad Cesar Vallejo. Con el fin de determinar la influencia entre la comunicación organización y la motivación laboral en los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022.

Procedimientos: Si usted acepta participar del estudio, la investigadora podrá tener acceso a la información que se recolectará mediante la aplicación de dos cuestionarios, donde se considerarán algunos datos de acuerdo a las respectivas variables de estudio.

Riesgos: No se prevén riesgos por participar en este estudio.

Costos e incentivos: Usted no deberá pagar nada por su participación en el estudio. Igualmente, no recibirá ningún incentivo económico ni de otra índole.

Confidencialidad: La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Si los resultados de este estudio son publicados, no se mostrará ninguna información que permita la identificación de las personas que participaron. Los archivos no serán mostrados a ninguna persona ajena al estudio sin su consentimiento.

Derechos del participante: La participación es voluntaria. Usted tiene el derecho de retirar su consentimiento para la participación en cualquier momento, sin perjuicio alguno. Si tiene alguna duda adicional, por favor pregunte al personal del estudio, comunicándose con Sánchez Velásquez, Wendy Lucia.

CONSENTIMIENTO

Voluntariamente doy mi consentimiento para ser partícipe en este estudio, comprendo en que consiste mi participación en la investigación, también entiendo que puedo decidir no participar y que puedo retirarme del estudio en cualquier momento sin prejuicio alguno.

Participante de estudio	Investigadora:
Nombre:	Sánchez Velásquez, Wendy Lucia

ANEXO 7:

BASE DE DATOS: COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

ID	it1	it2	it3	it4	it5	it6	it7	it8	it9	it10	it11	it12	it13	it14	it15
1	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
2	4	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	4
3	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5
4	4	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	3	3	3	5	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2
7	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
9	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
10	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4
11	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
13	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3
14	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5
15	5	4	4	5	3	5	5	5	4	4	5	4	4	3	4
16	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4
17	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
18	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3
19	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
20	4	4	4	3	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
21	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
22	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2
23	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2
24	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2

25	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4
26	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3
27	3	2	3	3	3	4	4	2	2	2	3	3	3	2	3
28	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3
29	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3
30	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
32	3	3	3	5	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2
33	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4
34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
35	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
36	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4
37	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3
38	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
39	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
40	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3
41	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5
42	5	4	4	5	3	5	5	5	4	4	5	4	4	3	4
43	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4
44	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
45	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3
46	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
47	4	4	4	3	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
48	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
49	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2
50	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2

BASE DE DATOS: MOTIVACIÓN LABORAL

ID	it1	it2	it3	it4	it5	it6	it7	it8	it9	it10	it11	it12	it13	it14	it15
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	4	4	2	2	2
7	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4
8	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	2
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
10	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4
11	5	4	5	5	4	4	5	3	5	5	5	4	5	4	3
12	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3
13	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5
14	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5
15	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
16	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5
17	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4
18	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	3	3	4
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2
20	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4
21	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2
22	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3
23	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2
24	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2
25	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3

26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
27	3	2	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2
28	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3
29	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
32	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	4	4	2	2	2
33	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4
34	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	2
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
36	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4
37	5	4	5	5	4	4	5	3	5	5	5	4	5	4	3
38	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3
39	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3
40	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5
41	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5
42	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
43	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5
44	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4
45	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	3	3	4
46	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2
47	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4
48	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2
49	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3
50	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, ALZA SALVATIERRA VANESSA JOCELYN, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, asesor de Tesis titulada: "Influencia de la comunicación organizacional en la motivación laboral de los colaboradores de una empresa del sector educativo de Piura, 2022", cuyo autor es SANCHEZ VELASQUEZ WENDY LUCIA, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

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

TRUJILLO, 16 de Agosto del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	**Firma**
ALZA SALVATIERRA VANESSA JOCELYN **DNI:** 19081715 **ORCID** 0000-0003-4781-8646	Firmado digitalmente por: VALZASA el 16-08-2022 12:46:38

Código documento Trilce: TRI - 0416908

INVESTIGA UCV