



Autónoma
Universidad Autónoma del Perú

**FACULTAD DE CIENCIAS DE GESTIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS**

TESIS

**“COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y SATISFACCIÓN
LABORAL EN LA EMPRESA SALES LAND
INTERNACIONAL S.A. LIMA - 2017”**

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTOR

JOSÉ ANTONIO UCEDA LLANCO

ASESOR

ING. SEGUNDO ZOILO VASQUEZ RUIZ

LIMA, PERÚ, DICIEMBRE DE 2018

DEDICATORIA

Lo dedico a mis padres por ser mi motivo fundamental y mi fortaleza para no desistir, guía de mis pasos para lo que soy, por ellos y para ellos con todo el amor que les tengo.

AGRADECIMIENTOS

A Dios, en primer lugar, por todos los dones que me regala cada día, por haberme mantenido con salud y bajo su protección divina este tiempo de formación en la universidad, por ser mi fortaleza en tiempos de dificultad y mi soporte en momentos de debilidad.

A mis padres, por su esfuerzo, sacrificio y dedicación por otorgarme una buena educación, por estar siempre pendiente de mi formación y desarrollo académico y profesional.

A los docentes, por guiarme en la formación universitaria, sus consejos y aliento para ser buenos profesionales para beneficio de nuestra sociedad, y asimismo por su apoyo para el desarrollo de esta investigación.

A mis compañeros de clase con quienes comparto esta trayectoria de aprendizaje, conocimientos, buenos y malos momentos. Pero sobre todo porque compartimos el mismo objetivo de ser los mejores administradores.

RESUMEN

Al realizarse la investigación se tuvo que resolver la problemática de una deficiente comunicación organizacional y la deficiente satisfacción laboral en el trabajo por lo que se formuló el siguiente problema ¿Cuál es la relación entre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Salesland Internacional SA - Lima - 2017? En la justificación se determina que es pertinente ya se identifica que se debe mejorar la comunicación organizacional y la satisfacción laboral cumpliendo las expectativas trazadas. El instrumento usado en la presente investigación es el cuestionario, respecto a la variable comunicación organizacional tiene un cuestionario de 27 preguntas en base a la escala de Likert teniendo en cuenta las cuatro dimensiones del cuadro de operacionalización de variables en un nivel de confianza de ,949. Por otro lado, la variable satisfacción laboral tiene un cuestionario de 13 preguntas en base a la escala Likert teniendo en cuenta las 3 dimensiones del cuadro de operacionalización de variables, el instrumento tiene un nivel de confianza de ,872. En el contexto de la investigación, el diseño es correlacional este tipo de diseño va más allá de la descripción de conceptos, siendo su principal interés en examinar relaciones entre variables o sus resultados. La población está conformada por 40 colaboradores de la empresa Salesland Internacional S.A, los cuales son una muestra censal a quienes se aplicó el cuestionario. En la prueba de hipótesis el grado de significación de las variables es 0.00, la cual permitió aceptar la hipótesis alterna: Si existe correlación entre ambas variables, de tal manera que, a mayor comunicación organizacional, mayor será la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Salesland Internacional S.A Lima -2017.

Palabras clave: Comunicación organizacional, satisfacción laboral, coordinación, confianza, actitud, sentimientos

ABSTRACT

When the research was carried out, the problem of poor organizational communication and poor job satisfaction at work had to be resolved, so the following problem was formulated: What is the relationship between organizational communication and job satisfaction in the company's employees? Salesland Internacional SA - Lima - 2017? In the justification it is determined that it is already relevant that organizational communication should be improved and job satisfaction must meet the expectations set. The instrument used in the present investigation is the questionnaire, with respect to the organizational communication variable it has a questionnaire of 27 questions based on the likert scale taking into account the four dimensions of the table of operationalization of variables at a confidence level of 949. On the other hand, the labor satisfaction variable has a questionnaire of 13 questions based on the Likert scale taking into account the 3 dimensions of the variables operational table, the instrument has a confidence level of 872. In the context of research, design is correlational. This type of design goes beyond the description of concepts, being its main interest in examining relationships between variables or their results. The population consists of 40 employees of the company Salesland Internacional S.A, which are a census sample to which the questionnaire was applied. In the hypothesis test, the degree of significance of the variables is 0.00, which allowed accepting the alternate hypothesis: If there is a correlation between both variables, in such a way that, the greater the organizational communication, the greater the job satisfaction in the collaborators of the company Salesland Internacional SA Lima -2017.

Keywords: Communication organizations, labor satisfaction, coordination, confidence, attitude, feelings

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTOS

RESUMEN

ABSTRACT

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1.	Realidad problemática	2
1.3.	Justificación e importancia de la investigación.....	7
1.4.	Objetivos de la investigación: general y específicos	9
1.5.	Limitaciones de la investigación	10

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1	Antecedentes de estudio	12
2.2	Desarrollo de la temática correspondiente al tema investigado	18
2.2.1	Bases teóricas de la variable comunicación organizacional.....	18
2.2.2	Teorías de la comunicación organizacional	29
2.2.3	Bases teóricas de la variable satisfacción laboral.	33
2.2.4	Teorías de la satisfacción laboral.....	43
2.1	Definición conceptual de la terminología empleada	49

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

	Diseño de Investigación	52
3.2.	Población y muestra	53
3.3.	Hipótesis general y específico	54
3.4.	Variables – Operacionalización	55
3.6.	Descripción de los instrumentos utilizados	57
3.7.	Análisis estadístico e interpretación de los datos.....	60

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1.	Validación del instrumento.....	63
4.1.1	Análisis de fiabilidad	64
4.2.	Resultados descriptivos de las variables	65
4.3.	Resultados descriptivos de las dimensiones.....	67

4.1.2	Resultados descriptivos de las dimensiones con la variable satisfacción laboral.....	70
4.2	Resultados descriptivos de las variables relacionadas	73
4.3	Prueba de normalidad para la variable en estudio	74
4.4	Contrastación de hipótesis.....	76

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1	Discusión.....	82
5.2	Conclusiones.....	85
5.3	Recomendaciones.....	86

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANEXOS

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Operacionalización de la variable comunicación organizacional.....	56
Tabla 2	Operacionalización de la variable satisfacción laboral	56
Tabla 3	Resultados de la validación del cuestionario de comunicación organizacional	63
Tabla 4	Resultados de la validación del cuestionario de satisfacción laboral ...	63
Tabla 5	Resultados de la validación de resultados del cuestionario de comunicación organizacional.....	64
Tabla 6	Resultados de la validación de resultados del cuestionario de satisfacción laboral.....	64
Tabla 7	Análisis descriptivo de la variable comunicación organizacional.....	65
Tabla 8	Análisis descriptivo de la variable satisfacción laboral	66
Tabla 9	Análisis descriptivo de la dimensión: coordinación.	67
Tabla 10	Análisis descriptivo de la dimensión: contribución.	68
Tabla 11	Análisis descriptivo de la dimensión: confianza	69
Tabla 12	Análisis descriptivo de la dimensión: actitud.....	70
Tabla 13	Análisis descriptivo de la dimensión: motivación	71
Tabla 14	Análisis descriptivo de la dimensión :sentimientos.	72
Tabla 15	Análisis descriptivo de los resultados de la relación entre la comunicación y satisfacción laboral.....	73
Tabla 16	Dispersión de la correlación entre la comunicación organizacional y satisfacción laboral.....	74
Tabla 17	Descripción de las correlaciones entre las variables comunicación organizacional y satisfacción laboral	76
Tabla 18	Descripción de las correlaciones entre la coordinación y satisfacción laboral	78
Tabla 19	Descripción de las correlaciones entre la contribución y satisfacción laboral	79
Tabla 20	Descripción de las correlaciones entre la confianza y la satisfacción laboral	80

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Diseño de la investigación.....	¡Error! Marcador no definido.
Figura 2	Análisis descriptivo de la variable comunicación organizacional.	65
Figura 3	Análisis descriptivo de la variable satisfacción laboral.....	66
Figura 4	Análisis descriptivo de la dimensión coordinación	67
Figura 5	Análisis descriptivo de la dimensión contribución	68
Figura 6	Análisis descriptivo de la dimensión confianza	69
Figura 7	Análisis descriptivo de la dimensión actitud.....	70
Figura 8	Análisis descriptivo de la dimensión motivación.	71
Figura 9	Análisis descriptivo de la dimensión sentimientos.	72
Figura 10	Dispersión de la correlación entre la comunicación organizacional y satisfacción laboral.....	73
Figura 11	Gráfica de dispersión de correlación entre variables comunicación organizacional y satisfacción laboral.	75

INTRODUCCIÓN

Para sobrevivir en un mundo tan cambiante y competitivo en el que vivimos, el futuro de la comunicación organizacional debe ser primordial para todas las empresas, sobre todo si nos referimos a la alta dirección que deben incluir a sus colaboradores y deben ser motivados para el buen proceso del proceso ascendente de la compañía.

Los colaboradores son el recurso más importante de una empresa y es el principal capital humano que genera ingresos. En muchos países de Latinoamérica, lamentablemente existe un alto porcentaje de empresas que no le da la debida importancia en reflejar un nivel de satisfacción laboral como se espera, aun cuando se presenta un crecimiento de nivel económico, aumento de sueldos, los jefes tienden a cargar de trabajo a sus empleados en busca de un alto rendimiento productivo para las empresas y en menor tiempo de entrega, lo que ocasiona sentimientos negativos en el trabajador, como no tener libertad para desempeñarse naturalmente

La satisfacción laboral es un tema que se trata con suma importancia, al establecer el empoderamiento en el empleado, la empresa se asegura que éste se esfuerce y alcance un nivel óptimo en su productividad, de allí la necesidad de establecer programas y políticas enfocadas al mejoramiento del bienestar del colaborador.

En la presente investigación se formuló el siguiente problema: ¿Cuál es la relación entre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Salesland Internacional S.A. Lima- 2017? Y se formuló el siguiente objetivo determinar la relación entre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral en los colaboradores en los colaboradores de la empresa Salesland Internacional S.A. Lima - 2017.

La hipótesis alterna: Existe correlación entre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Salesland Internacional S.A. Lima – 2017.

El desarrollo integral de la investigación se secciona en cinco capítulos los cuales se detallan a continuación.

El capítulo I, se presenta el planteamiento del problema que abarca: realidad problemática, formulación del problema, justificación e importancia, objetivos de la investigación y limitaciones de la investigación.

El capítulo II, comprende el marco teórico que abarca: antecedentes de estudio, base teórica y científicas luego la definición conceptual de la terminología empleada.

El capítulo III, se describe el tipo y diseño de la investigación, la población y muestra, las hipótesis, la operacionalización de las variables, el método, los instrumentos de la investigación, la descripción del procesamiento y el análisis estadístico de los datos.

El capítulo IV se presenta los resultados que comprenden el procesamiento y el análisis y contrastes de hipótesis.

El capítulo V, tenemos la discusión de los resultados, conclusiones a las que se llegó el término de la investigación y las recomendaciones.

Y, por último, las referencias bibliográficas empleadas que complementan la investigación como también la recolección de datos y los anexos.

CAPÍTULO I
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Realidad problemática

Actualmente la comunicación y la satisfacción laboral comienzan a formar parte del motor de una organización. La importancia de ambas como eje de gestión para las organizaciones empieza a ser reconocida por los altos mandos como una forma de alcanzar mayor productividad y competitividad. En muchas organizaciones de diferentes países la comunicación y la satisfacción laboral son parte importante de una empresa, el jefe y empleado deben mantener una comunicación activa ya que si no existe buena comunicación puede llegar a influir en la satisfacción laboral. Por ello la presente investigación sobre el análisis de la relación existente entre la comunicación y la satisfacción laboral debe presentar a continuación un cuerpo coordinado y coherente de términos en relación existente de ambas variables de estudio.

Robbins y Judge (2013) definen: “Es un campo de estudio que investiga el efecto que tienen los individuos, los grupos y la estructura sobre el comportamiento dentro de las organizaciones, con el propósito de aplicar dicho conocimiento para mejorar la efectividad de las organizaciones” (p. 10).

Cabe recordar que los trabajadores que tuvieron la influencia del contexto de la segunda guerra mundial y la crisis del 29, tuvieron un trabajo esforzado acatando ordenes de sus jefes y sacrificando su vida personal, sin embargo con los años aparece una generación conformado por la globalización, quienes creen en un trabajo más flexible anhelando la satisfacción laboral, buscan el trabajo en equipo, reconocimientos, incentivos remunerativos el cual refleja el buen desempeño laboral, sin embargo serian capaz de dejar de lado, dichos incentivos, por tener más tiempo libre y conceder una importancia a la familia; con el tiempo llega la generación que creció en épocas de prosperidad, quienes creen en ellos mismos, seguros de sí y en lo que pueden ser capaces de lograr con su trabajo, buscan mayores incentivos para lograr la satisfacción laboral como el éxito económico, tener una vida cómoda y placentera. Como se observa, en el transcurso del tiempo los trabajadores están en una continua búsqueda de satisfacer sus

necesidades laborales, aspiran obtener resultados de su desempeño en su centro de trabajo, en muchas ocasiones, lo que el trabajador espera no coincide con lo que han obtenido realmente, reduciendo en gran escala el nivel de satisfacción laboral.

Las empresas en España, tienen una realidad en su gestión de la comunicación interna, los mensajes que se brindan en las empresas contienen muchas inexactitudes, cada colaborador la interpreta de la manera más variada y adecuada a su persona, no detallan lo que realmente quieren informar ocasionando que realicen sus labores con deficiencias además se afirma que el 60% de los problemas empresariales son consecuencia de una mala comunicación la cual influye en la mala toma de decisiones en los trabajadores.

Se manifiesta que en los países latinoamericanos la mayoría de las empresas padecen dificultades de comunicación organizacional interna similares, esto genera conflictos que afectan la eficiencia, la productividad, el clima laboral de la organización y la satisfacción laboral. Sucede que los colaboradores no creen en lo que les menciona la empresa, los jefes dudan de la honestidad y éticas de los colaboradores, tienen el pensamiento que cuanto menos conozca el empleado acerca de cómo va creciendo la empresa es más conveniente, caso contrario cuando a la empresa no anda bien, ahí sí se muestra la realidad en números y se pide que todos se identifiquen con la empresa para salir de mal momento en equipo, esto ocasiona a trabajadores que no creen en lo que se les dice, se les promete acerca de mejoras y las promesas no se cumplen. Los jefes en muchas ocasiones se guardan lo que piensan, de igual forma sucede con los colaboradores por temor a ser cuestionados no dicen lo que realmente quisieran. La falta de comunicación interna en las empresas ocasiona distintas versiones sobre lo realmente sucedido cuando ocurre un error en algún área, existen distintas versiones sobre lo sucedido y ningún miembro se ocupa de esclarecer los hechos.

La empresa considera que el colaborador tiene que cumplir solo lo que se le asigna sin considerar su opinión, en consecuencia, no se escucha a los

colaboradores, sus dudas, inquietudes y problemas. Los jefes consideran que comunicarse con sus colaboradores es una obligación, no busca conocerlos, piensa que lo importante es lo que se dice y no lo que la otra persona comprenda. En Ecuador la comunicación organizacional interna de una agencia publicitaria es ineficiente lo cual trae colaboradores poco informados o que no les llegue la información, esto produce conflictos internos entre los colaboradores de la empresa, cuando esto ocurre los colaboradores recurren a su jefe inmediato como intermediario, los gerentes no tienen conocimiento de lo sucedido y consideran que si existen conflictos son netamente laborales, sin embargo dichos conflictos ocasionan rumores ya que en este tipo de empresas de publicidad se trabaja muchas horas y se crean grupos entre los colaboradores, lo que ocasiona individualismo ya que cada trabajador piensa en su propio bienestar, descontento, desmotivación de trabajar en un ambiente hostil, colaboradores que exigen se les brinde incentivos para seguir laborando como consecuencia se presenta un alto índice de rotación.

Empresas en Chile presentan casos en donde los jefes se reúnen de manera espontánea solo cuando se presenta un problema en la empresa. Esto trae como consecuencia que los miembros no tomen conciencia que deben existir procesos para que se mantengan coordinados y así evitar cometer errores y malos entendidos entre colaboradores. Los jefes se centran en ellos mismos lo que impide el entendimiento entre todos los miembros ocasionando pérdida de tiempo.

A nivel nacional, la mayoría de las empresas no toman en cuenta la comunicación organizacional interna como un factor clave de éxito, se puede tener las mejores estrategias, pero si esta no llega a todos los miembros de la empresa para que tengan un mismo objetivo organizacional, no tendrá éxito. Existe un abandono en la satisfacción laboral y se tiene un mal concepto de ella desde la dimensión coordinación; ya que por lo general existe un ambiente hostil que afecta en los labores asignados dentro la empresa, luego en la dimensión contribución; se colige por parte de los supervisores a que influya una buena relación con sus colaboradores en brindarles reconocimientos, luego en la dimensión confianza; nos obedece en aplicar

una óptima relación entre colaboradores y jefes en relacionarse e interactuar. En muchas empresas no ves un área de comunicación corporativa, cuando en otros países esto tiene tanta importancia que hay vicepresidencias de comunicación.

En el contexto local, muchos de los trabajadores privados en lima metropolitana tienen un mayor número de horas trabajando, esto crea un ambiente deficiente teniendo niveles negativos en su satisfacción laboral, a su vez afecta la productividad, cabe mencionar que las condiciones adecuadas de trabajo y mayores ingresos económicos mejoran la satisfacción en dicho ambiente de trabajo.

Actualmente la satisfacción laboral y la comunicación organizacional son relevantes para la empresa, los miembros de la organización deben comprender que, si no existe una buena comunicación, éste puede influir en el nivel de satisfacción laboral.

Salesland Internacional S.A. se dedica a las ventas, concretamente, es una empresa de outsourcing comercial, es decir, se dedica a la externalización de los servicios comerciales. Ubicado en calle las camelias 280 San Isidro; se encuentra en constante búsqueda y como toda empresa, busca la excelencia y el perfeccionamiento del colaborador en su satisfacción laboral. Sin embargo, existe una deficiencia en la comunicación organizacional interna por que los colaboradores en muchas ocasiones no tienen la suficiente confianza para expresar lo que sienten, hay temor a decir lo que realmente desean y no informan de los problemas laborales que puedan existir en el día a día, cuando cometen algún error no lo dicen por miedo al reclamo de los jefes. Así mismo estos errores se cometen por la falta coordinación entre compañeros, ya que en muchas ocasiones asumen y suponen sin consultar a sus compañeros una tarea encomendada que se interrelaciona entre áreas, existe incoherencia entre lo que dicen y lo que hacen.

En otras situaciones, no están preparados para realizar lo encomendado, no se les brinda la información necesaria para realizar sus laborales, si se comete algún error no asumen la responsabilidad, no solucionan y se culpan entre ellos, se crea conflicto, rumores, individualismo; no existe contribución para ayudar a solucionar este ambiente hostil entre compañeros. Todos los conflictos se lo dicen al jefe inmediato, quien interviene como mediador, no son sinceros entre ellos y no se comunican directamente.

Como consecuencia de no realizar el trabajo correctamente, y no cumplir con lo establecido por los errores cometidos, trae colaboradores insatisfechos con los resultados obtenidos ya que el esfuerzo que requiere la dificultad de su desempeño laboral no se percibe en los resultados, se crean actitudes negativas como falta de compromiso organizacional, identificación, involucramiento en las actividades que realiza. Se genera la falta de motivación ya que no les brinda recompensas, no perciben apoyo de sus compañeros. Esto contribuye a no tener sentimientos positivos ya que perciben que su esfuerzo no es reconocido, crea frustración, no existe empatía entre compañeros.

Estas situaciones en el ambiente laboral no son favorables ya que el factor más importante para la empresa es el recurso humano, de tal manera que, al tener colaboradores insatisfechos, no se van a desempeñar correctamente, por ende, no es productivo para la empresa.

En base a lo expuesto anteriormente se ha establecido trabajar con la comunicación organizacional y la satisfacción laboral. Lo que además de perfeccionar la comunicación organizacional y la satisfacción laboral, ayudaría a optimizar la coordinación de sus funciones, incorporar a su cultura valores de trabajo en equipo, de tal manera que fortalezca los lazos de compañerismo, capacidad de afrontar cambios asegurando que sus colaboradores desarrollen capacidades y motivación requeridas con el fin de conseguir un alto nivel de productividad, que el desempeño y esfuerzo del colaborador concuerde con los resultados obtenidos.

El asunto obtener el máximo grado de eficiencia que tanto la laboriosidad y las ganas del colaborador coincidan con los resultados alcanzados. El análisis realizado de la problemática de estudio, permite formular los siguientes problemas de investigación.

1.2. Problema general y específico

Problema general

¿Cuál es la relación entre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Salesland Internacional Lima - 2017?

Problemas específicos

¿Cuál es la relación entre la coordinación y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Salesland Internacional Lima - 2017?

¿Cuál es la relación entre contribución y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Salesland Internacional Lima - 2017?

¿Cuál es la relación entre la confianza y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Salesland Internacional Lima - 2017?

1.3. Justificación e importancia de la investigación

El desarrollo de la presente investigación nace a partir de la deficiente comunicación organizacional y la falta de satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Salesland Internacional S.A., es por ello que se estableció trabajar con la comunicación organizacional y la satisfacción laboral. Lo que además de perfeccionar la comunicación organizacional y la

satisfacción laboral, ayuda a optimizar la coordinación de sus funciones, incorporar a su cultura valores de trabajo en equipo, confianza, solidaridad, de tal manera que fortalece los lazos de compañerismo, capacidad de afrontar cambios asegurando que sus colaboradores desarrollen capacidades y motivación requeridas con el fin de conseguir un alto nivel de productividad, que el desempeño y esfuerzo del colaborador concuerde con los resultados obtenidos para que tengan un alto nivel de satisfacción laboral. Lo cual beneficia tanto a la empresa como al crecimiento personal. Esta investigación es un aporte para la sociedad y los colaboradores que se desempeñan en esta empresa.

Así mismo, la investigación se justifica ampliamente por los siguientes aspectos:

Justificación teórica

La presente investigación contribuye a explicar la teoría de las relaciones humanas respecto a comunicación organizacional y satisfacción laboral dentro de las empresas basadas en las teorías de Chiavenato (2009), como una propuesta teórica que puede ser utilizada en futuras investigaciones.

Justificación práctica

La presente investigación ayudó a determinar la relación entre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Salesland Internacional S.A. Lima - 2017. Este resultado permitió plantear planes o programas enfatizadas en mejorar las formas de comunicación y las relaciones laborales; mejorar la forma de comunicación de la organización para informar adecuadamente a los colaboradores sus acciones, proyectos y decisiones, esto les permite desempeñarse eficientemente, disminuyendo errores laborales; sin dejar de lado el sentir de cada trabajador, buscando su bienestar y satisfacción, adaptándose a cambios y así afrontar cualquier dificultad que se pueda presentar con una percepción diferente, en consecuencia generar cambios y sentimientos

positivos en cada colaborador, desempeñándose de una forma óptima y obteniendo los resultados que se proponga, entendiéndose estos aspectos como alternativas de solución producto de los resultados de la investigación.

Justificación metodológica

Se ofrece a la comunidad académica dos instrumentos que permiten recolectar datos, respecto a la variable comunicación organizacional es un cuestionario que consta 27 preguntas en base a la escala de Likert y para la variable satisfacción laboral tiene un cuestionario que consta de 13 preguntas en base a la escala de Likert, dichos instrumentos fueron sometidos a rígidos criterios de validez y aplicando el Alfa de Cronbach para la investigación.

1.4. Objetivos de la investigación: general y específicos

Objetivo general

Determinar la relación entre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Salesland Internacional. Lima – 2017

Objetivo específicos

Determinar la relación entre la coordinación y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Salesland Internacional S.A. Lima – 2017.

Determinar la relación entre la contribución y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Salesland Internacional S.A. Lima – 2017.

Determinar la relación entre la confianza y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Salesland Internacional S.A. Lima – 2017.

1.5. Limitaciones de la investigación

Limitaciones bibliográficas

La bibliografía es escasa, no se han encontrado muchos trabajos de investigaciones que analicen simultáneamente las dos variables. En especial, bibliografía referida de propuestas técnicas y económicas, para el área de recursos humanos.

Limitación teórica

Ausencia moderada de investigaciones relacionadas a las variables y al rubro de la empresa.

Limitación temporal.

El tiempo, factor que mide el desarrollo y avance de la investigación. La recolección de datos estuvo supeditada al apoyo de los colaboradores de la empresa Salesland Internacional S.A.

Limitación económica

El limitado financiamiento económico para adquisición de material bibliográfico y hemerográfico actualizado.

Por otro lado, también se puede mencionar como una limitación la falta de conocimientos sobre el correcto proceso de investigación y posterior desarrollo de la tesis.

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de estudio

Antecedentes Internacionales:

Vásquez (2015) en su tesis titulada: "Relación entre la comunicación y la satisfacción laboral de un grupo de trabajadores del área de bodega de Bofasa", desarrollado en la Universidad Rafael Landívar - Guatemala; para optar el título de Psicóloga Industrial/Organizacional, cuyo objetivo fue determinar la correlación existente entre comunicación y satisfacción laboral, desarrollada con un diseño descriptivo transversal en una muestra de 50 colaboradores. Llegó a las siguientes conclusiones:

- Se confirma el objetivo general de esta investigación, que era establecer la correlación que existía entre comunicación y satisfacción laboral. El resultado de esta correlación comprueba que existe una correlación entre las dos variables.
- Se puede ver que sí existe correlación estadísticamente significativa entre comunicación e identificación con la empresa ya que el valor calculado es de $r=0.875$.
- Se puede ver que el 75% de los empleados, consideran que debe de existir un buen canal de comunicación para poder transmitir la información hacia los colaboradores.
- Se confirma que sí existe correlación estadísticamente significativa entre las variables de comunicación y reconocimiento laboral ya que muestra un valor de $r=0.681$.
- Se confirma que la identificación hacia la empresa es un factor importante ya que tiene una relación estrecha con el desarrollo laboral de cada empleado.
- Se puede ver que según los resultados obtenidos sí existe correlación estadísticamente significativa entre las variables de estudio de comunicación y desarrollo laboral ya que se obtuvo un valor de $r=0.801$.
- Los factores que más relación poseen con la satisfacción laboral de los empleados son la comunicación, la identificación y el desarrollo laboral.
- A pesar de que existen factores que tienen más relación con el desempeño que pueden tener los colaboradores dentro de una organización. Es necesario tomar en cuenta que la satisfacción laboral reúne algunos de los factores, y como tal deberá ser trabajado, pues los resultados en conjunto de todos los factores, se traducen en la percepción que tiene el empleado de la empresa. (p. 53).

López (2016) en su tesis titulada: "Relación entre la satisfacción con la comunicación interna y el compromiso organizacional en un Instituto de Educación Superior de la ciudad de Guayaquil", desarrollado en la Universidad de Casa Grande, Guayaquil - Ecuador, para obtener el título de Ingeniero en gestión de recursos humanos, cuyo objetivo fue describir la relación entre la satisfacción con la comunicación interna y el compromiso organizacional, desarrollada con un diseño descriptivo transversal en una muestra de 156 colaboradores. Llegó a las siguientes conclusiones:

Se confirma que la variable de comunicación y compromiso se relacionan positivamente con la dimensión identificación organizacional entre los colaboradores, es decir, que a mayor comunicación y compromiso, existirá una mayor identificación organizacional. Cabe recalcar que existen otras variables que también influyen el crecimiento de la identificación, pero la comunicación y el compromiso cuentan con un aporte considerable.

Una de las conclusiones más relevantes es que los colaboradores del instituto de educación superior le dan una gran valoración a la relación con el supervisor directo y a la transparencia de la comunicación en cuanto a los temas emitidos por la organización, así como una apertura no solo de la organización hacia ellos sino también de las personas que la satisfacción con la comunicación interna y el compromiso organizacional 34 representa, es decir, de los directivos, lo que se evidenció a través de una baja frecuencia en sus niveles de comunicación con los colaboradores. (pp. 33-34).

Hernández (2014) en su tesis titulada: "Relación entre la comunicación organizacional y el grado de satisfacción laboral de los empleados del departamento de alimentos y bebidas Lidotel Hotel Boutique", Caracas" realizada en la Universidad departamental de los Andes Venezolanos - Venezuela, cuyo objetivo fue evaluar la correlación entre la comunicación organizacional y el grado de satisfacción laboral en sus empleados. El diseño de la investigación fue de tipo descriptiva y correlacional en una muestra de 26 colaboradores. Llegó a las siguientes conclusiones:

La comunicación entre la gerencia y los empleados del departamento de alimentos y bebidas de Lidotel Hotel Boutique Caracas no es la más efectiva para ofrecer un servicio de calidad. Puesto que, el auxiliar administrativo durante su proceso de pasantías administrativas; presencié diagnosticó y comprobó situaciones que interrumpen al trabajador mientras realiza su labor, igualmente afecta su grado de satisfacción laboral. Esto se debe a la existencia de una incorrecta atención y comunicación por parte de la gerencia.

En efecto el autor aplicó un diagnóstico a través de herramientas de recolección de datos (lista de cotejo y encuestas) las cuales confirmaron las

observaciones adquiridas por el mismo, durante el proceso de pasantías administrativas las cuales fueron realizadas en dicho departamento.

El diagnóstico se elaboró con la finalidad de que la gerencia resuelva dicha situación con relación a la comunicación formal, en consecuencia esta afecta directamente el clima organizacional del departamento de alimentos y bebidas de dicho hotel de tal manera que se consideren las opiniones y posiciones de los empleados, para así no ser afectado su grado de satisfacción laboral y productividad, con el propósito de brindar un servicio de calidad y de excelencia a los usuarios que asisten al Lidotel Hotel Boutique Caracas.

Por otra parte, al mejorar los niveles en materia de comunicación, la empresa generará una filosofía cultural de servicio, permitiendo un clima organizacional idóneo y armónico, por lo tanto aumentar la excelencia y mejora continua en los servicios.

Luego de los resultados obtenidos, el autor presentará recomendaciones, con la finalidad de colaborar con la orientación y solución del problema que se presenta actualmente con respecto a la comunicación organizacional y grado de satisfacción laboral del personal del departamento de alimentos y bebidas de Lidotel Hotel Boutique Caracas. (pp. 62-63).

Ramos y Granda (2013) en su tesis titulada: “Estudio del clima organizacional y la satisfacción laboral de los trabajadores que contribuya al desarrollo de la empresa agropecuaria Idrovo de la ciudad de Milagro” desarrollado en la Universidad estatal de Milagro unidad académica de ciencias administrativas y comerciales, Ecuador, para optar el título de ingeniero en contabilidad pública y auditoría, cuyo objetivo fue determinar el nivel de clima laboral y satisfacción laboral. El diseño de la investigación es de tipo descriptivo transversal y fue realizada en una muestra de 20 personas. El cual concluye lo siguiente.

Identificar los efectos que generan la falta de capacitación, de acuerdo a las funciones que ejercen los empleados en la empresa.

- La falta de capacitación del talento humano, provoca que continuamente se generen errores en la ejecución de funciones y tareas, llevando en ocasiones a conflictos laborales.

Reformular el nuevo plan de control, adoptando nuevas estrategias, para verificar el cumplimiento de las normas de trabajo establecidas en la institución.

- El nuevo plan de control adopta estrategias para verificar el trabajo realizado por el personal dentro de la Empresa para el crecimiento económico de Agropecuaria Idrovo.

Analizar el modelo de infraestructura que posee la empresa, con relación a las instalaciones son las más adecuadas de la entidad.

- En la infraestructura se detectó deteriorada por ende se debe realizar las mejoras que se consideren de importancia.

Investigar el plan de trabajo que tiene la institución, sobre las funciones que debe cumplir cada trabajador.

- Las funciones deben estar 100% basadas al manual de funciones y procedimientos q ya posee la Empresa. (p. 135).

Millán y Montero (2017) en su tesis titulada: “Clima organizacional y satisfacción laboral de los colaboradores de la empresa Oncorad de Chiclayo del 2016”, desarrollada en la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo - Perú, para optar el título en Administración de Empresas, cuyo objetivo fue determinar la relación existente entre dos o más categorías o variables. El diseño de la investigación es de tipo descriptivo transversal y fue realizada en una muestra de 37 personas. El clima organizacional y la satisfacción laboral por ser ambos factores fundamentales para la armonía institucional, al realizar el análisis de la clínica Oncorad se concluyen los siguientes resultados:

El clima organizacional y la satisfacción laboral por ser ambos factores fundamentales para la armonía institucional, al realizar el análisis de la clínica Oncorad se obtuvieron los siguientes resultados:

La variable clima organizacional sus dimensiones mayores valoradas fueron; involucramiento laboral con 4,049% y comunicación con 3,966% y las menos valoradas fueron; autorrealización con 3,851% y supervisión con 3,891%.

Así mismo para la variable de satisfacción laboral, entre las dimensiones más valoradas fueron significación de la tarea con 4,317% y condiciones de trabajo con 4,207% y las de menor valor para los colaboradores estimaron beneficios económicos con 4,042% y reconocimiento personal y/o social con 4,129%.

El análisis factorial confirmatorio de la variable satisfacción laboral mostró evidencia que existe una elevada aproximación entre el modelo teórico y los resultados obtenidos en la investigación.

El análisis factorial confirmatorio de la variable clima organizacional no evidenció dimensiones o factores de dicha variable, tomándolo como un constructo univariable.

Se concluye a partir de la evidencia encontrada en la presente investigación, que lo expuesto en el marco teórico es comprobada en la realidad de la empresa en estudio al hallar relación entre los dos constructos planteado: clima organizacional y satisfacción laboral.

Sin embargo, cuando se hace el análisis por dimensiones entre ambas variables (clima organizacional y satisfacción laboral) en el caso de la dimensión beneficios económicos de la variable satisfacción laboral, solo se encontró relación con la dimensión condiciones laborales de la variable clima organizacional. (pp. 67-68).

Miranda y Pastor (2015) en su tesis: “Comunicación organizacional y clima social en los trabajadores de una municipalidad del departamento de Lambayeque – 2015”, desarrollado en la Universidad Señor de Sipán Chiclayo - Perú, para optar el título de licenciado en psicología; cuyo objetivo fue Identificar la relación entre comunicación organizacional y el clima social en los trabajadores de una municipalidad del departamento de Lambayeque, 2015, aplicada en una muestra de 152 colaboradores con un diseño de investigación descriptivo-correlaciona, concluye lo siguiente:

Esta investigación surgió para determinar la relación entre comunicación organizacional y el clima social en los trabajadores de una municipalidad del Departamento de Lambayeque, 2015. Llegando a las siguientes conclusiones:

En cuanto a la comunicación organizacional, se encontró mayor predominio en el nivel medio, así mismo se evidencia menor prevalencia en el nivel alto.

Con respecto al clima social se evidencia menor prevalencia en el nivel deficitario, seguido del nivel promedio, por último se aprecia mayor predominio en el nivel bueno.

Existe relación positiva altamente significativa entre las escalas descendente, ascendente y horizontal con las áreas relaciones, Autorrealización y estabilidad.

No existe relación entre la escala diagonal con las áreas relaciones, Autorrealización y estabilidad. (p. 112).

Olivos (2014) en su tesis : “La comunicación interna y la percepción de la calidad de servicio por los socios de la cooperativa de ahorro y crédito parroquia San Lorenzo del distrito de Trujillo”, desarrollada en la Universidad Privada Antenor Orrego en Trujillo – Perú, para optar el título profesional de licenciado en ciencias de la comunicación cuyo objetivo fue: “Determinar el nivel de relación que existe entre la comunicación interna y la percepción de la calidad de servicio por los socios de la cooperativa de ahorro y crédito Parroquia San Lorenzo”; desarrollada con una muestra de 67 trabajadores con un diseño de investigación descriptiva , del distrito de Trujillo, concluye lo siguiente:

Las necesidades de comunicación identificadas están relacionadas con el uso efectivo de las tecnologías de comunicación institucionales, así mismo, con el empleo efectivo de canales de comunicación formales, a partir de los cuales se garantizará el logro de resultados institucionales.

La comunicación interna dentro de la “Cooperativa de ahorro y crédito parroquia San Lorenzo” no satisface en los trabajadores las posibilidades de establecer comunicaciones efectivas y oportunas al interno de la cooperativa, lo que redundará en una deficiente calidad de servicio al cliente. Con lo cual, se evidencia la relación significativa entre la comunicación interna y la percepción de la calidad de servicio por los socios de la Cooperativa De Ahorro y Crédito San Lorenzo del Distrito de Trujillo.

La percepción de la calidad del servicio que poseen los socios de la cooperativa de ahorro y crédito parroquia san Lorenzo está referida a tres dimensiones: calidad de interacción, calidad del entorno físico y calidad de resultados. Para el caso de la calidad de interacción, esta se manifiesta en la ausencia de la amabilidad, desempeño del servicio, capacidad de respuesta e información completa. Respecto a la calidad del entorno físico, esta se expresa en necesidad de contar con infraestructura moderna, modernidad de equipos y experiencia gratificante. Y la calidad de los resultados, que tiene que ver con expectativas sobre el tiempo de espera traducido en rapidez en la entrega del servicio, la confiabilidad y la satisfacción del cliente., lo cual no satisface a los socios de la cooperativa.

Dada las características institucionales de la cooperativa de ahorro y crédito parroquia San Lorenzo, el endomarketing puede constituirse en una estrategia efectiva para dinamizar los procesos y acciones que promuevan y fortalezcan la comunicación interna, puesto que su utilización garantiza la fidelización de los trabajadores.

La cooperativa de ahorro y crédito parroquia San Lorenzo necesita un modelo de comunicación interna de 360°, bajo un enfoque estratégico integral que permita optimizar capacidades personales e institucionales. (p. 75).

Roca (2012) en su tesis: “Relación entre la comunicación interna y la cultura organizacional de la Facultad de Ciencias de Educación de la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga. Ayacucho, periodo 2009 - II”, desarrollado en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos Lima - Perú previo a la obtención del grado de magíster en educación con mención en gestión de la educación, teniendo como objetivo general “Analizar la relación entre la comunicación interna y la cultura organizacional de la facultad de educación de la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga. Ayacucho, periodo 2009.ii” con el diseño de investigación de corte transversal y diseño descriptivo, desarrollada con una muestra de 340 docentes y estudiantes, concluye lo siguiente:

El 59% de docentes y 61.7% de estudiantes señalan que la comunicación interna en la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga es ineficaz.

El 58% docentes y 67.5% de estudiantes señalan que la cultura organizacional de la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga es desfavorable.

Al 95% de confianza, existe una relación significativa entre la comunicación interna y la cultura organizacional según los docentes ($r = .494$; $p = 1.4 \times 10^{-8}$) y estudiantes ($r = 0.444$; $p = 1.6 \times 10^{-14}$) de la Facultad de Educación de la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga Ayacucho.

Al 95% de confianza, las dimensiones de la comunicación interna se relacionan significativamente con la cultura organizacional según los docentes de la Facultad de Educación de la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga Ayacucho: comunicación esencial ($r = 0,2193$; $p = 0.00192$), operativa ($r = 0.613$; $p = 9.1 \times 10^{-15}$), estratégica ($r = 0.478$; $p = 5.2 \times 10^{-8}$), valorativa ($r = 0.328$; $p = 0.00051$), motivacional ($r = 0.423$; $p = 3.1 \times 10^{-6}$), comunicación para el aprendizaje ($r = 0.349$; $p = 0.00019$) y comunicación inteligente ($r = 0.538$; $p = 1.8 \times 10^{-10}$).

Al 95% de confianza, las dimensiones de la comunicación interna se relacionan significativamente con la cultura organizacional según los 129 estudiantes de la Facultad de Educación de la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga Ayacucho: comunicación esencial ($r = 0.459$; $p = 1.1 \times 10^{-15}$), operativa ($r = 0.227$; $p = 3.9 \times 10^{-11}$), estratégica ($r = 0.327$; $p = 7.9 \times 10^{-8}$), valorativa ($r = 0.186$; $p = 0.00342$), motivacional ($r = 0.355$; $p = 4 \times 10^{-9}$), comunicación para el aprendizaje ($r = 0,140$; $p = 0.02863$) y comunicación inteligente ($r = 0.289$; $p = 2.9 \times 10^{-6}$). (pp. 128-129).

2.2 Desarrollo de la temática correspondiente al tema investigado

2.2.1 Bases teóricas de la variable comunicación organizacional

Se presentan las bases teóricas científicas como sustento de la presente investigación, sobre las estrategias de marketing mix, cabe mencionar que las teorías presentadas, son de autores reconocidos y de prestigio en el ámbito de marketing.

2.2.1.1 Definiciones de comunicación organizacional

Koontz, Weihrich y Cannice (2012) definen:

La comunicación es esencial para todas las fases del proceso gerencial por dos motivos: primero, integra las funciones gerenciales (p. ej., los objetivos de planeación establecidos se comunican para poder diseñar la estructura organizacional apropiada; la comunicación es esencial en la selección, evaluación y capacitación de gerentes para diseñar las funciones en esta estructura; también

el liderazgo efectivo y la generación de un ambiente motivador dependen de la comunicación y más aún, es mediante ella que se determina si los sucesos y el desempeño se conforman a los planes) Así, la comunicación posibilita la administración.

El segundo propósito del sistema de comunicación es enlazar a la empresa con el ambiente externo, donde están muchos de los solicitantes (p. ej., recuérdese siempre que los clientes, motivo de la existencia de virtualmente todos los negocios, están fuera de la compañía; por medio del sistema de comunicación se identifican las necesidades de los clientes y este conocimiento permite a la empresa proporcionar productos y servicios y obtener un beneficio; también mediante un sistema de comunicación efectivo la organización se entera de la competencia y de otras amenazas potenciales y factores restrictivos). (p. 29).

Ansede (2010) señala: “La comunicación organizacional se estructura por medio de mensajes. Una cadena comunicativa, cualquiera que sea su longitud, se articula mediante una serie de eslabones: los mensajes que se producen entre dos sujetos” (p. 3).

La comunicación crea una retroalimentación, porque les aclara a los individuos lo que deben hacer, que tan bien lo están haciendo y como podrían mejorar su rendimiento a la vez estimula la motivación.

La comunicación organizacional es el conjunto de labores realizadas por cualquier organización, para el inicio y mantenimientos de mejores relaciones entre sus miembros, en base del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados, para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales.

2.2.1.2 Proceso de la comunicación organizacional

Robbins y Judge (2013) definen: “Muchas de las interacciones de una comunicación que se llevan a cabo en una organización tienen la función de permitir la expresión de sentimientos y la satisfacción de necesidades sociales” (p. 337).

Chiavenato (2009) define:

Toda organización actúa en un entorno determinado y su existencia y supervivencia dependen de la manera en que se relaciona con ese medio. El sistema abierto posee fronteras sumamente permeables que le permiten un intercambio constante de recursos, energía e información con su entorno, del cual recibe los insumos (entradas u *inputs*) que necesita para supervivencia y sus operaciones y en el cual coloca los resultados de sus operaciones (salidas u *outputs*) en forma de productos o servicios. (p. 37).

2.2.1.3 Comunicaciones con el personal.

Koontz et al. (2012) definen:

Otra característica de los gerentes es la capacidad de comunicarse mediante reportes escritos, cartas, discursos y discusiones, la comunicación exige claridad, pero sobre todo empatía que es la capacidad de comprender los sentimientos de otra persona y hacer frente a los aspectos emocionales de la comunicación.

Las habilidades de comunicación son importantes en la comunicación intragrupal efectiva, es decir, la comunicación con personas de la misma unidad organizacional; sin embargo, conforme se asciende en la organización la comunicación intergrupala se vuelve cada vez más importante, es decir aquella que se realiza no solo con otros departamentos. Sino también con grupos fuera de la empresa; clientes, proveedores, gobiernos, comunidad en general y accionistas de la empresa. (p. 303).

Chiavenato (2009) define:

La aptitud cognitiva presenta básicamente cuatro dimensiones:

- La comprensión verbal es la capacidad para comprender y utilizar en forma eficaz el lenguaje escrito y hablado.
- La habilidad cuantitativa es la capacidad para resolver todo tipo de problemas con rapidez y precisión (sumas, restas, multiplicaciones y divisiones), así como para aplicar reglas matemáticas.
- La capacidad de raciocinio consiste en pensar en forma inductiva y deductiva para encontrar soluciones a problemas nuevos. Para resolver un problema de raciocinio se necesita inventar una solución o sentar las bases para ello, y no hacer cálculos.
- La visualización espacial es la capacidad para detectar con precisión la disposición espacial de los objetos en relación con el propio cuerpo. Refleja la capacidad para imaginar cómo luciría un objeto si su posición fuese alterada. La visualización espacial está relacionada con el éxito en las carreras de ingeniería, ciencias físicas y artes. (pp. 192-193).

Uno de los factores de éxito de las organizaciones es el contar con una estrategia de comunicación de los aspectos estratégicos como la misión, objetivos, estrategias y nuevos proyectos, ya que dan la claridad y rumbo a las personas que laboran en la empresa.

Toda la organización cuenta con un sistema de comunicación, sea este formal o informal. En las empresas muy pequeñas o de bajo nivel tecnológico, la comunicación puede ser informal y estar sometida en intervenciones gerenciales muy variables.

2.2.1.4 Características de la variable Comunicación Organizacional.

Chiavenato (2011) define:

Las personas no viven aislados y tampoco son autosuficientes, sino que se relacionan continuamente con otras o con su ambiente por medio de la comunicación. Esta se define como la transferencia de información o de significado de una persona a otras. Dicho de otra forma, es el proceso por el cual se transite información y significados de una persona a otra. Así mismo es la manera de relacionarse con otras personas a través de ideas, hechos y valores. La comunicación es el proceso que une a las personas para compartir sentimientos y conocimientos y que comprende transacciones entre ellas. (p. 50).

Guzmán (2012) señala que:

En la comunicación, todos los elementos son importantes, si alguno faltara, el proceso quedaría incompleto y la comunicación no se realizaría; en realidad, cuando este proceso se completa sin problema, el ser humano se encuentra en una situación comunicativa, y cuando se produce una situación comunicativa, es porque algo se ha transmitido. (p. 14).

Para que exista el proceso de comunicación y se realice con éxito tienen que estar presentes todos los elementos ya que son fundamentales, solo así el ser humano se puede comunicar; debe tener conocimiento de lo que quiere expresar, es decir los mensajes, el cual, según este autor menciona es el primer elemento de la comunicación.

Una vez que el mensaje sea enviado, éste como consecuencia tendrá una reacción, en el cual se harán presentes el resto de los elementos de la comunicación como el emisor, receptor, código, canal, y los procesos subsecuentes.

Emisor y receptor

Guzmán (2012) define: “Una condición de cualquier situación comunicativa, es que deben existir dos partes interviniendo, una parte es la que transmite el mensaje que se denomina emisor, y otra, a quien se le transmite, es decir, el receptor” (p. 15).

Algo fundamental para un proceso de comunicación, es que existan dos partes involucradas, una quien exprese el mensaje, la cual se califica como emisor y la otra es quien recibe el mensaje, esto es, el receptor. En otras palabras, el emisor es quien genera la comunicación, como el caso del ser humano, cuando crea un mensaje y lo transmite.

El emisor crea un mensaje único, de acuerdo a su forma de ser, influye su cultura y la sociedad en la que se ha desarrollado. De tal manera que el emisor debe poseer la capacidad de comunicación para poder crear el mensaje de manera correcta, con lo cual sea transmitido y comprendido de forma sencilla por el receptor y así pueda lograr una contestación. Estos criterios a tener en cuenta radican en expresarse correctamente; es decir reflexionar detenidamente acerca de lo que se quiere manifestar, así como también emplear distintas señales, símbolos, signos. El ser humano se comunica por medio del lenguaje la mayoría de veces; el lenguaje es un sistema de símbolos arbitrarios y convencionales.

Por otra parte, podríamos destacar la importancia del emisor cuando piensa lo que desea expresar, utilizando un lenguaje acertado y adoptando una actitud oportuna para la particularidad del momento y del receptor. Cuando se realiza la acción de pensar y reflexionar nuestro mensaje, esto

ayuda a resumir y hacer más precisa que el receptor comprenda el mensaje tal cual el emisor ha deseado expresar.

La capacidad de pensar permitirá manipular y realizar las siguientes operaciones básicas de la comunicación: seleccionar, abstraer, intercomunicar, almacenar o memorizar, subdividir, recordar, recombinar, reconocer, sintetizar, cuestionar, y aplicar los materiales de información que se poseen.

Código

El código se compone de signos que tienen normas de uso, las cuales son interpretados y entendidos por el ser humano, cuando esto sucede de manera efectiva se realiza la comunicación con éxito.

El emisor utiliza el código mediante signos para poder crear su mensaje, el cual debe ser reconocido por el receptor para que sea comprendido. En el proceso de comunicación el código más utilizado es la lengua escrita o también la oral, sin embargo, hay otros códigos que no requieren palabras.

Mensaje.

Guzmán (2012) sostiene: “El mensaje es la información total que el emisor ha codificado para transmitir por medio del habla, gestos, escrituras, pintura, movimientos corporales, señales de humo o banderas, etc. Y que será captada por el receptor” (p. 17).

Es importante tener un vocabulario amplio ya que éste permite expresar en el mensaje una mayor cantidad de ideas. Para crear el mensaje de forma exitosa, es determinante entender los siguientes factores.

Contenido

El contenido del mensaje se compone por la creación de información del emisor, es lo que pretende y desea transmitir. Sucede que cuando el emisor no sabe lo que quiere informar y expresa mensajes sin coherencia, se tendrá como resultado una comunicación sin sentido y por lo tanto sin éxito.

Tratamiento

El tratamiento es la manera de manifestar el mensaje, es decir; el cómo expresamos la información que deseamos. El emisor debe adoptar distintos criterios respecto al código y el contenido del mensaje; pues así, menciona el autor, que se pueden expandir las opciones de expresiones, afirmaciones, elección personal relativa a datos, profundidad; ya que esto otorga que el mensaje se exprese de distintas formas, aunque éste sea el mismo. Cabe resaltar que, el hecho de usar el código más favorecedor y así mismo tener un mensaje cautivador, si se tiene un tratamiento inadecuado, no se logrará una comunicación exitosa. Así también, el presente autor sostiene que el tratamiento supone dos factores:

La personalidad del emisor; decir sus atributos psíquicos heredados y características adquiridas como un ser único, en el tratamiento adoptado se evidencia la personalidad que posee el transmisor.

El emisor debe tener en cuenta los rasgos tanto objetivos y subjetivos del receptor, de tal forma escoger un código pensando en éste, para que así pueda captar e interpretar el mensaje de comunicación de forma sencilla, dicha información debe ser contundente para captar la atención del receptor basado en sus necesidades.

Canal

Es importante elegir el canal que favorece la llegada con éxito de los mensajes enviados, es decir, el canal es el medio por donde se difunde la información. El autor menciona que, según la estructura formal de los canales,

éstas se pueden dividir en naturales y artificiales. El canal natural hace referencia al ser humano quien lo posee de manera natural relacionándose con todo lo que le rodea; tal como lo menciona el autor mediante los cinco sentidos del ser humano: oído, gusto, tacto, olfato y vista. Por otro lado, los canales artificiales, hace referencia a los medios que ha generado a lo largo del tiempo el ser humano para enviar la información; se pueden mencionar entre estos al telégrafo, altavoces, radio, televisión, teléfono, internet, entre otros. Cabe destacar la importancia de elegir el canal o medio que favorezca la llegada de los mensajes hacia el receptor para que tenga una reacción en los cinco sentidos.

Codificación

La codificación se lleva a cabo cuando se trasmite la información entre el emisor y receptor, dicha información es transformada en símbolos, solo así logramos que se realice la comunicación, la cual tiene como propósito a la codificación. El autor afirma la importancia de la correspondencia entre emisor y receptor, los cuales tienen que crear un mismo significado, en donde se interprete de la misma forma las palabras y los gestos. Una de las equivocaciones que podemos cometer al momento de comunicarnos son los malos entendidos, dicho de otro modo, lo que para una persona puede significar la expresión “quedarse hasta tarde trabajando”, otra lo puede interpretar como “temprano”, dependiendo lo que para esa persona signifique la palabra “tarde”, es relativo la interpretación que cada uno pueda tener, así mismo cabe mencionar que depende mucho del contexto en que se desarrolle, pudiendo desatar distintas reacciones en el receptor, emociones como sorpresas, enojo, ira, desconcierto; etc.

Decodificación

La decodificación se realiza cuando el receptor percibe y después interpreta el mensaje enviado por el emisor, convirtiéndola en información destacada.

En el proceso de la decodificación se toma en cuenta la experiencia del receptor, pudiendo ser símbolos y gestos que se usan, el cambio a través del tiempo del significado. Se tendrá una comunicación exitosa si existe una correspondencia eficiente entre la decodificación y el mensaje que se emite

Ruido

El ruido es aquello que altera la comunicación. Pudiendo ser determinantes internos o externos. Al mencionar lo interno, hace referencia a la distracción del receptor y no prestar atención; por otro lado, lo externo se refiere a la alteración del mensaje producido por sonidos presentes en el ambiente, entre ellos a la música, lluvia, truenos, etc. El ruido puede estar presente en cualquier proceso del acto comunicativo, sin embargo, es más común en la codificación o decodificación. Tiene la particularidad de impedir entender el mensaje en la comunicación, por ello, es fundamental prestar atención a los factores que generen el ruido y buscar la manera de eliminarlos para así conseguir un proceso comunicativo eficiente.

2.2.1.5 Tipos de Comunicación Organizacional

La comunicación descendente

Esta comunicación hace referencia a mensajes de mandatos, órdenes, preguntas, política organizativa, motivación y evaluación.

Ansede (2010) define:

Cuando decidimos esta denominación nos referimos a las distintas redes y grupos que componen el factor humano dentro de la organización y las distintas formas de comunicación dentro de cada uno de ellos:

- Comunicación descendente, ascendente y horizontal dentro de las redes formales.
- Los gravapines dentro de las redes informales.
- La comunicación radial y entrelazante en los grupos. (p. 7).

La comunicación ascendente.

La comunicación ascendente está formada por los mensajes que brindan los colaboradores a los miembros superiores de la organización. Se evidencia en mensajes de asesoramiento, dudas, consultas de tareas del día a día, sugerencias, opiniones, reuniones y hasta quejas.

La comunicación horizontal.

Este tipo de comunicación se lleva a cabo cuando se transmiten mensajes entre colaboradores que poseen el mismo nivel jerárquico en la organización.

Es importante la comunicación horizontal para lograr los objetivos de la organización, existen tres funciones de vital importancia:

La coordinación de tareas.

La coordinación de tareas se puede evidenciar cuando los líderes de cada área realizan reuniones cada cierto tiempo para decidir cómo mejorarán cada una de sus áreas para lograr los objetivos en común que tiene la empresa.

El intercambio de información.

Esta función hace referencia a intercambiar información o datos de cada área diferente, esto con el fin de lograr las metas y objetivos en común.

Resolución de conflictos.

La resolución de conflictos es de vital importancia, ya que al conseguir esto, estamos creando un clima organizacional agradable entre todos los miembros de la empresa.

Se puede resaltar las reuniones que realiza cada área para resolver algún problema personal entre los miembros y esto dificulte el realizar las tareas laborales del día a día.

Redes informales.

Las redes informales en una organización se presentan de manera natural en las interrelaciones del día a día entre los miembros de la organización.

Este tipo de comunicación presenta ciertas características

Ansede (2010) define:

Debido a que los *grapevine* no siguen los canales de difusión estandarizados y tienen un poder de transmisión más personal, el mensaje se mueve a la velocidad deseada por los comunicantes. Esta modalidad informativa es la más veloz para difundir mensajes entre miembros de una organización. (p. 12).

Los *grapevine* son mensajes que se difunden con rapidez ya que se dicen de forma más cercana y personal entre los miembros de la organización, dando la libertad de expresarse con facilidad.

Los *grapevine* son exactos; sin embargo, éstos pueden distorsionar la información cuando se tiene un contexto de ansiedad y mucha expectativa para los que se vean afectados con la información. Así también, se puede utilizar para propagar rumores falsos creando falta de credibilidad en su difusión.

En ciertos niveles jerárquicos utilizan esta perversión comunicativa para obtener sus objetivos. Al margen de los criterios éticos desde los que se puede condenar el fomento de la desinformación, su utilización también es condenable por razones técnicas, ya que en muchas ocasiones los objetivos

que persigue el emisor no se logran debido a la complejidad que tiene la transmisión comunicativa pero además, los fallos detectados en su ejecución tienen un efecto boomerang para el emisor, ya que cuestionan seriamente su futura credibilidad.

Los grapevine contienen mucha información. Es una realidad constatada que la comunicación informal es un hecho inherente a la vida de cualquier organización, por lo tanto, debemos aprovechar sus ventajas y conocer sus limitaciones. Los grapevine ofrecen una red óptima para difundir ciertos mensajes difíciles de transmitir a través de las redes formales. Otra ventaja de la comunicación informal viene determinada por el enorme feedback que proporciona a los superiores en relación con los sentimientos de sus subordinados. Asimismo, se ha descubierto su utilidad como facilitadores de las relaciones humanas, debido a su especial adecuación para la canalización de mensajes de contenido altamente emocional. Hay que tener en cuenta que si las limitaciones de las redes formales impidieran la emisión de este tipo de mensajes, se fomentaría la hostilidad entre los miembros de la organización. Tiene un sentido muy distinto expresar una crítica, por ejemplo, a la hora del café, que en una situación oficial de jefe-subordinado.

2.2.2 Teorías de la comunicación organizacional

Teoría de administración de recursos humanos

Chiavenato (2011) define:

El ciclo motivacional empieza con el surgimiento de una necesidad, una fuerza dinámica y persistente que origina el comportamiento. Cada vez que surge una necesidad, esta rompe el estado de equilibrio del organismo y produce un estado de tensión, insatisfacción, incomodidad y desequilibrio. Ese estado lleva al individuo a un comportamiento o acción capaz de aliviar la tensión o de liberarlo de la incomodidad y del desequilibrio. (p. 42).

La comunicación es una actividad administrativa que tiene dos propósitos fundamentales tales como, brindar información y las explicaciones

necesarias para que los miembros puedan desempeñar de forma eficiente sus labores.

Los propósitos antes señalados son de vital importancia para crear un clima de solidaridad y mejorar el desempeño en las labores, además la teoría de las relaciones humanas hace referencia al comportamiento grupal de los miembros y no al individual. Por lo tanto, se analiza a la comunicación como un fenómeno social.

Características de la comunicación organizacional según la teoría de las relaciones humanas:

- Considera la importancia de la dimensión humana en la comunicación.
- Las prácticas de relaciones humanas favorecen la expresión de los sentimientos.
- El objetivo es facilitar las comunicaciones.
- Hay un reconocimiento de la importancia de la comunicación informal como factor de cooperación a todos los niveles.
- La comunicación no es sólo funcional, sino también relacional.

Teoría postindustrial

Este enfoque posindustrial resalta la importancia de las organizaciones para crear métodos y formas que faciliten la comunicación. El ejecutivo debe adaptarse a los cambios, debe ser un comunicador que estimule la interacción entre los miembros de manera positiva. El éxito de las empresas se logra cuando existe una comunicación total con los miembros e informal.

Chiavenato (2011) define:

La cultura organizacional predominante se orientaba al pasado y a la conservación de tradiciones y valores. Se consideraba a las personas recursos de producción junto con otros recursos organizacionales, como maquinas, equipos y capital, de acuerdo con los tres factores tradicionales de producción: tierra, capital y trabajo por

esa concepción, la administración de personas solía denominarse relaciones industriales. (p. 7).

Teorías Contemporáneas

Robbins (2011) define:

Los administradores logran que las cosas se lleven a cabo por conducto de otras personas, toman decisiones, asignan recursos y dirigen las actividades de otros para poder alcanzar metas. Los administradores desarrollan su trabajo en una organización. Esta es una actividad social, coordinada de manera consiente, compuesta por dos o más personas y que funciona sobre base relativamente continua para alcanzar una meta común o una serie de objetivos. (p. 3).

La función administrativa tiene como reto que la comunicación se convierta en la trasmisión del conocimiento en la organización. La comunicación es la función básica de la organización, la comunicación busca facilitar el intercambio de conocimientos ya no solo en el espacio físico de la organización sino también en una realidad virtual, el ciberespacio. La tecnología busca la conectividad en las organizaciones para mejorar la comunicación.

Comunicación organizacional al principio del Siglo XXI

Ansede (2010) define:

El espectacular desarrollo de las nuevas tecnologías de la comunicación social está provocando cambios muy rápidos y profundos en unos valores y unas concepciones ideológicas del individuo. El avance en el conocimiento de los hechos comunicativos ha generado una nueva paradoja, pues cuanto más se profundiza en ellos, más se evidencian las limitaciones que conlleva su dominio. G. Gamaleri (1981) ha sintetizado perfectamente el fenómeno al sugerir que los efectos de la sociedad de la comunicación están siendo más veloces que su control. (p. 2).

El uso de las nuevas tecnologías generó que las organizaciones se adaptaran a la nueva realidad, buscando nuevas formas de comunicación organizacional para lograr facilitar los procesos interactivos.

Dimensión coordinación

Ansede (2010) afirma: “La coordinación de tareas se puede evidenciar cuando los líderes de cada área realizan reuniones cada cierto tiempo para decidir cómo mejorarán cada una de sus áreas para lograr los objetivos en común que tiene la empresa” (p. 10).

Indicadores de coordinación

Integración:

Ansede (2010) define: “El intercambio de información. Cuando mencionamos esta función, nos referimos al intercambio de datos propios de departamentos distintos, llevado a cabo para conseguir metas comunes” (p. 10)

Participación:

Ansede (2010) define:

Resolución de conflictos. Se trata de una actividad de suma importancia, pues su objetivo es generar un clima favorable en el que las relaciones humanas funcionen de manera óptima. Una manifestación de esta función son las reuniones Celebradas por los responsables de distintos departamentos de la empresa para solventar las diferencias personales que puedan surgir en el transcurso de su quehacer laboral. (p. 10).

Dimensión contribución

Chiavenato (2011) define:

Entre los grupos de interés y la organización existe una fuerte relación de reciprocidad, es decir, la organización espera que los grupos de interés hagan aportaciones y les otorga incentivos y recompensas para motivarlos a que aporten más. Por otra parte, los grupos de interés hacen aportaciones y a cambio de ello esperan obtener incentivos y recompensas. (p. 27).

Indicadores de contribución

Intercambio de contribución:

Ansede (2010) menciona: “Se trata de una comunicación de enorme incidencia en el logro de los objetivos de la empresa, cumpliendo tres importantes funciones” (p. 10).

Contribución:

Guzmán (2012) afirma: “Los primeros modelos de la comunicación, consideran la comunicación sistémica como un sistema de transferencia de información de un emisor hacia un receptor a partir de un código común, y se apoya en varios principios fundamentales” (p. 17).

Dimensión confianza:

Ansede (2010) afirma:

La falta de confianza personal, es un problema que se evidencia cuando los superiores jerárquicos no tienen confianza en los colaboradores para informar lo que sucede en la organización. La información se ve obstruida ya que no se informa a todos los miembros de los acontecimientos en la organización, ya sean buenos o malos. (p. 8).

2.2.3 Bases teóricas de la variable satisfacción laboral.

Definición.

Robbins y Judge (2013) definen:

El término satisfacción en el trabajo como una sensación positiva sobre el trabajo propio, que surge de la evaluación de sus características. Una persona con alta satisfacción en el trabajo tiene sentimientos positivos acerca de éste, en tanto que otra insatisfecha los tiene negativos. Cuando la gente habla de las actitudes de los empleados, es frecuente que se refieran a su satisfacción en el empleo. En realidad, los dos conceptos son intercambiables. (p. 79).

Ansede (2010) afirma:

El marketing interno constituye un giro sustancial respecto a los supuestos tradicionales de la dirección y gestión del personal, ya que a partir de éste se facilita el desarrollo de una estructura organizacional flexible, dado que "se utilizan las capacidades y talentos personales de los empleados, se establecen las relaciones de conexión adecuadas y se promueven la iniciativa personal, la comunicación, la creatividad y el cumplimiento de las tareas asignadas". Ello facilita el desarrollo de una organización personalizada, que conduce a una dirección participativa. (p. 22).

Chiavenato (2009) define:

A medida que nuevos miembros ingresan en la organización, deben incorporarse a sus funciones por medio de la socialización organizacional, que consiste en la interacción entre el sistema social y los miembros de nuevo ingreso. La socialización implica cierta pérdida de individualidad. Es un conjunto de procesos por medio de los cuales un nuevo miembro aprende el sistema de valores, las reglas y las normas de comportamiento requeridos por la organización para adaptarse correctamente a ella. Este aprendizaje específico es el precio de ser miembro de la organización. (p. 137).

Se puede describir como aquella sensación que una persona experimenta al lograr el equilibrio ante una o varias necesidades, se da como producto de diversas interacciones entre el usuario, los trabajadores prestadores del servicio y el medio, es decir, es lo que la persona desea del trabajo y lo que logra de él.

Los colaboradores que tienen niveles altos de satisfacción laboral se expresan de manera positiva de la organización a la cual pertenecen, son solidarios y siempre buscan ser competitivos en las funciones que realizan. Incluso, los colaboradores satisfechos realizan sus labores esforzándose en lograr los objetivos de la empresa y los suyos, son eficientes y aportan mucho más de sus propias expectativas; actúan por propio placer y no por obligación, sienten entusiasmo al desempeñarse.

Cabe mencionar que, las investigaciones a través del tiempo demuestran que, la satisfacción laboral influye en el comportamiento organizacional socialmente responsable por medio de la sensación de justicia. Esto se evidencia en los colaboradores al percibir confianza en su empleador,

cuando éste le brinda una remuneración justa por la labor que desempeñan, políticas o procedimientos organizacionales que evidencien justicia e igualdad para todos los miembros.

Cuando estas acciones se realizan, los niveles de satisfacción laboral incrementan de manera significativa, la confianza en el empleador aumenta y el comportamiento organizacional se adopta de manera natural, va más allá de normas y deberes que cumplir.

Satisfacción en el trabajo y satisfacción del cliente:

Los colaboradores que tienen contacto frecuente con los clientes, como es el caso de organizaciones que prestan servicios; presentan una relación en sus niveles de satisfacción laboral con la satisfacción de sus clientes. La fidelización de clientes depende en muchas ocasiones del trato brindado; el colaborador satisfecho laboralmente se muestra amable, entusiasmado y responsable por hacer sentir bien al cliente, cuando un colaborador está satisfecho es menos probable que renuncie a la empresa, por tal motivo los clientes encuentran caras conocidas que los hacen sentir en familia con un servicio excepcional. Estas características hacen que el cliente se sienta satisfecho; cuando un cliente es reacio, rudo e imponente influye de manera negativa en la satisfacción de los colaboradores.

La satisfacción en el trabajo y el ausentismo:

Los colaboradores que perciben insatisfacción laboral es muy probable que abandonen su empleo; así mismo, existen otros factores que influyen en la relación.

Un estudio realizado en las oficinas de Sears en Chicago y Nueva York se disponía a medir la forma en que la satisfacción lleva directamente a la asistencia al trabajo cuando el efecto de otros factores es mínimo.

La política de la empresa no permitía que los trabajadores se ausentaran sin motivos justificables y asumiendo un castigo de por medio. Un 2 de abril en Chicago ocurrió una tormenta, lo cual permitió comparar la asistencia a las oficinas en esta ciudad con la asistencia en las oficinas de Nueva York, en donde el día tenía un clima maravilloso. Los trabajadores de la ciudad de Chicago tuvieron una excusa para no asistir a sus labores ese día ya que la tormenta había obstaculizado el transporte y los trabajadores podían ausentarse sin tener como consecuencia algún castigo.

En este estudio se comparó la asistencia de los colaboradores en ambas ciudades: en Nueva York se esperaba que los trabajadores asistieran a laborar, y en Chicago en donde tenían la libertad de elegir si asistir o no sin tener algún castigo. Entonces se planteó, si la satisfacción conduce a la asistencia, en ausencia de factores externos, los trabajadores satisfechos tenían que haber asistido a trabajar en Chicago, mientras que los trabajadores con poca satisfacción se quedarían en casa.

Esta investigación comprobó que en Nueva York el ausentismo tanto en trabajadores satisfechos e insatisfechos fue alta. Sin embargo, en Chicago los trabajadores con satisfacción elevada presentaron asistencias altas a comparación de los trabajadores con niveles bajos de satisfacción. En este estudio de muestra que la satisfacción se correlaciona de modo negativo con el ausentismo.

La satisfacción en el trabajo y la rotación de empleados:

Existen otros factores que inciden en la decisión de renunciar al puesto que desempeñamos diariamente; los cuales pueden ser las condiciones en el mercado laboral, expectativas de mejoras en otros trabajos y el tiempo que se tiene laborando en una misma organización.

Los hechos prueban que entre la relación de la satisfacción y la rotación laboral existe un indicador fundamental, el cual es el nivel de desempeño del colaborador.

Es cotidiano que las organizaciones realicen actividades importantes para retener a sus colaboradores con altos niveles de desempeño; como incremento de salarios, reconocimientos, situaciones para aprender y ascender, estima, valoración, entre otros.

Ocurre lo contrario con aquellos colaboradores cuyo nivel de desempeño es bajo; la organización no realiza ningún esfuerzo para que sigan formando parte de la empresa, por el contrario, llegan al punto de crear leves presiones para incentivar la renuncia definitiva.

Se evidencia que la satisfacción laboral influye de manera significativa en la permanencia de los colaboradores con desempeño mínimo que en los que tienen alto desempeño; dejando de lado el nivel de satisfacción laboral es evidente y más probable que los colaboradores con alto desempeño perduren en la organización por las recompensas que reciben siendo estas razones vitales para permanecer a lo largo de tiempo.

Características de la variable satisfacción laboral

Actitudes hacia el trabajo

Robbins y Judge (2009) define:

El término satisfacción en el trabajo se define como una sensación positiva sobre el trabajo propio, que surge de la evaluación de sus características. Una persona con alta satisfacción en el trabajo tiene sentimientos positivos acerca de éste, en tanto que otra insatisfecha los tiene negativos. Cuando la gente habla de las actitudes de los empleados, es frecuente que se refieran a su satisfacción en el empleo. En realidad, los dos conceptos son intercambiables. Debido a la gran importancia que los investigadores del CO han dado a la satisfacción en el trabajo. (p. 79).

Involucramiento en el trabajo

El involucramiento en el trabajo está muy enlazado con la satisfacción laboral. Se evidencia al medir el grado en que un colaborador se identifica psicológicamente con sus labores y contempla los logros alcanzados a favor

de la persona, consideran importante las funciones que realizan. Cuando una organización brinda a sus colaboradores confianza para ser autónomos, valoración e importancia significativa de sus funciones trae como consecuencia altos niveles de involucramiento y disminuye los niveles de ausentismo y tasas de renuncia. Se realizó un estudio en donde los gerentes de enfermería en Singapur en donde se puede resaltar que los verdaderos líderes otorgan autonomía de decisión a sus colaboradores haciéndoles parte de las decisiones importantes en la organización, demostrándoles que la labor que realizan es un factor vital y brindando autonomía para realizar sus funciones.

Compromiso organizacional

El compromiso organizacional es el grado de identificación que tiene un colaborador con la organización, se siente parte de ella y de las metas que ésta tiene.

Tanto involucramiento como compromiso organizacional miden el grado de identificación, la primera es la identificación con un trabajo específico; mientras que el compromiso organizacional es la identificación del colaborador con la organización a la que pertenece.

Robbins y Judge (2009) refiere:

Carga emocional hacia la organización y la creencia en sus valores. Por ejemplo, un empleado de Petco tal vez tenga un compromiso afectivo con la compañía debido a su involucramiento con los animales.

Compromiso para continuar valor económico que se percibe por permanecer en una organización comparado con el de dejarla. Una trabajadora quizá se comprometa con su empleador porque éste le paga bien y ella siente que su familia se vería perjudicada si renunciara.

Compromiso normativo Obligación de permanecer con la organización por razones morales o éticas. Por ejemplo, un empleado que encabeza con fervor una iniciativa nueva tal vez permanezca en la empresa porque sienta que “la dejaría mal parada” si se fuera. (p. 80).

Cabe resaltar que la relación entre el compromiso y el rendimiento organizacional es sólida en los colaboradores que recién se incorporan a la organización, mientras que en los colaboradores que tienen es más tiempo y experiencia, dicha relación está debilitada. Análogo al involucramiento en el trabajo, existe relación negativa entre el compromiso organizacional, rotación y ausentismo.

En general, parece que la relación del compromiso afectivo con resultados organizacionales tales como el desempeño y la rotación son más fuerte que con las otras dos dimensiones del compromiso.

Un estudio encontró que el compromiso afectivo era un índice de pronóstico significativo de varios eventos (percepción de las características de la tarea, satisfacción con la carrera, intentos de salir de la empresa) en el 72 por ciento de los casos, en comparación con sólo el 36 por ciento del compromiso normativo y el 7 por ciento del de continuación.

Los débiles resultados hacia el compromiso para continuar tienen sentido si en realidad no hay ningún compromiso fuerte. En vez de ser una filiación (compromiso afectivo) u obligación (compromiso normativo) para un empleador, el compromiso de continuación describe a un empleado que está “atado” a un empleador tan sólo porque no hay nada mejor disponible.

Identificación del empleado:

La identificación es un tema que abarca la satisfacción, entusiasmo e involucramiento del colaborador con la labor que desempeña. Es decir, un colaborador que tiene acceso a todo tipo de recursos para desempeñarse en la organización, en donde se le brinde situaciones de conocer nuevas aptitudes, un colaborador que siente que su labor desempeñada es valorada y significativa, donde las relaciones con sus compañeros y los miembros de la

organización sea placentera y agradable; será un colaborador que se sentirá identificado con su organización.

El alto nivel de identificación de un colaborador se evidencia en la pasión que siente por su trabajo; es decir en las ganas que le pone a su labor y el vínculo estrecho que desarrolla con su organización; cabe mencionar que los colaboradores que no sienten identificación, solo asisten a laborar para cumplir con su deber, pero no brindan importancia a la labor que desempeñan, ni crean ningún sentimiento hacia lo que realizan.

Existe un estudio en donde se evidencia mayor producción, utilidades altas y escasa rotación como resultado de tener colaboradores con niveles altos de satisfacción de sus clientes; dicho estudio se realizó en 8000 negocios pertenecientes a 36 compañías.

Así también, la identificación laboral es de vital interés en las organizaciones ya que son minoría los colaboradores que sienten un alto nivel de identificación con su labor.

Percepción del apoyo organizacional

La percepción del apoyo organizacional es el nivel de confianza que evidencia cada colaborador en su empleador cuando éste considera importante la labor que desempeña, demostrándolo en la preocupación de su bienestar al presentarse dificultades en los colaboradores ya sea en el ámbito laboral o personal.

Un colaborador percibirá confianza y apoyo en su organización cuando al realizar acciones justas se les brinde una recompensa justa, cuando un colaborador tenga autonomía en la toma de decisiones en su día a día, cuando sus superiores les brinden apoyo. Así mismo un alto nivel de percepción de apoyo organizacional tendrá altos niveles de comportamientos positivos y óptimo desempeño laboral.

Consecuencias de la insatisfacción laboral

Los colaboradores de una organización sienten entusiasmo por la labor que desempeñan y así también pueden sentirse inconformes y disgustados; dichos sentimientos de los colaboradores traen las siguientes consecuencias:

Salida. Conducta realizada cuando un colaborador se marcha de la organización en busca de una oportunidad mejor.

Voz. Busca de manera positiva mejorar las condiciones laborales con opiniones constructivas y diálogos para llegar a acuerdos con los superiores para que todos salgan beneficiados.

Lealtad. Tiene optimismo de que las condiciones laborales cambien para bien, brinda apoyo ante opiniones negativas y confía en los actos que realiza su organización para el bienestar laboral.

Negligencia. Tolerar que las condiciones laborales empeoren. Incremento del ausentismo, irresponsabilidad, impuntualidad, equivocaciones. Las conductas de salida y negligencia conforman las variables del desempeño y productividad laboral, ausentismo y rotación.

Este tipo implica comportamientos de voz y lealtad de los colaboradores en forma constructiva, aceptando lamentables situaciones pero con el optimismo que mejoren las condiciones de trabajo y éstas sean satisfactorias.

Este modelo antes mencionado nos hace comprender escenarios de los colaboradores que forman parte de sindicatos, cuando la insatisfacción se hace presente también la se incrementa la rotación. Estos colaboradores manifiestan su disgusto mediante huelgas y buscar llegar a acuerdos. En esta situación la voz ayuda a los miembros del sindicato a seguir en sus puestos sintiendo que actúan para mejorar las malas condiciones laborales.

Cabe resaltar que esta estructura ayuda a mostrar las consecuencias de la insatisfacción laboral sin embargo nos muestra un escenario muy amplio.

Los gerentes pueden crear empleados satisfechos

Existen cuatro factores que desarrollan los niveles altos de satisfacción en los colaboradores con su trabajo; los cuales son:

Labor que plantee retos mentales

Existen características que incentivan los retos mentales como tener situaciones para emplear nuestras habilidades y aptitudes, un trabajo con funciones variadas, en donde se pueda ser autónomo al momento de desempeñarse, así mismo la posibilidad de retroalimentación para poder mejorar su desempeño; los colaboradores prefieren éstas características al momento de tener un empleo.

Recompensas equitativas

La satisfacción en los colaboradores se puede incentivar mediante salarios que cumplan sus expectativas dependiendo de la demanda de su puesto, el desempeño y dentro de los estándares del mercado laboral, buscan percibir dicho salario como algo justo.

Condiciones apropiadas de trabajo

Los colaboradores prefieren un ambiente laboral que les brinde comodidad, instalaciones modernas con seguridad al momento de realizar su trabajo para no correr riesgos o accidentes, con equipos y herramientas convenientes. Un ambiente laboral con estas características permite al colaborador desempeñarse de manera eficiente. Así mismo la mayoría de los colaboradores prefieren un lugar de trabajo que se encuentre relativamente cerca a su domicilio por comodidad y ahorro de tiempo para trasladarse.

Compañeros colaboradores

El trabajo satisface la necesidad de interacción social. La satisfacción laboral incrementa cuando en una organización se conforma por compañeros amigables y solidarios; así mismo, cuando el jefe inmediato muestra tolerancia, estima, interés personal; brinda reconocimiento por el buen desempeño, toma en cuenta las sugerencias de sus colaboradores.

2.2.4 Teorías de la satisfacción laboral

Guzmán (2012) afirma:

La acción de organizar, se hace necesaria a medida que deben coordinarse los esfuerzos de más personas; se deben establecer canales para entenderse entre sí y comprometerse en un complejo de diversas tareas. “La organización, expresada como un conjunto de relaciones y comportamientos formalizados entre dos personas que buscan conseguir algo en común determina el comportamiento esperado, añadiendo otras importantes relaciones. (p. 31).

En la parte inferior de la pirámide se encuentran las necesidades prioritarias y básicas de todo ser humano y en la superior las que tienen menos prioridad. Las necesidades de déficit están en la parte baja las cuales son las fisiológicas, seguridad, necesidades de amor y las de pertenencia; y las de desarrollo en la parte superior de la pirámide, es decir las de auto actualización y de trascendencia, Al satisfacer las necesidades de un nivel. La persona busca en las necesidades del siguiente nivel lograr su satisfacción. El ser humano no está conforme con lo que tiene y siempre quiere más ya que está en su naturaleza.

Necesidades fisiológicas

Estas necesidades son básicas e innatas del ser humano como el hambre, sueño, cansancio, deseo sexual, etc.; son necesidades prioritarias para la supervivencia del ser humano la alimentación, calmar la sed, una temperatura apta, dormir, eliminar los desechos del cuerpo, un domicilio,

vestimenta; así mismo están las necesidades de otro tipo como el sexo, la maternidad o actividades complejas.

Necesidades de seguridad

Las necesidades de seguridad, al igual que las fisiológicas, se relacionan con la supervivencia del ser humano. Mediante ésta necesidad el ser humano busca protegerse cualquier situación que represente peligro para él. La persona busca seguridad, una vida lejos de complicaciones, poder manejar situaciones complejas, tener estabilidad, preservar una propiedad, un trabajo. Cuando estas necesidades son cubiertas se crea la satisfacción del individuo, caso contrario se relaciona con el miedo de las personas a perder el control de su vida, incertidumbre a lo que sucederá.

Necesidades sociales

Las necesidades sociales están relacionadas con la vida social del individuo, la interacción con otras personas, ser miembro de algún grupo, la familia, amigos, compañeros de trabajo. El individuo busca dar y recibir amor, compañía, afecto, participación para ser aceptado al entorno. Estas necesidades buscan también la compañía. Se evidencia en establecer amistades, comunicarse, pertenecer a una comunidad.

Necesidades de reconocimiento o estima

También conocidas como necesidades del ego o autoestima, están relacionadas con la autoevaluación y la autoestima de la persona. En esta escala de la pirámide se necesita más que ser miembro de un grupo, aquí es inevitable percibir reconocimiento de los demás, respeto, prestigio, estatus, poder, etc.; Al cubrir estas necesidades produce en el individuo sentimientos de amor propio, confianza, valor, capacidad. Por otro lado, pueden generar frustración al sentirse inferior. En otras palabras, las necesidades de estima parte de sentirse valorado, apreciado, destacar en el grupo al cual pertenecemos.

Necesidades de auto superación o de autorrealización

También conocidas como necesidades de autorrealización o auto actualización. Están relacionadas con el deseo de cada individuo de lograr la autorrealización al desarrollar su máximo potencial y talento. El individuo busca ser mejor cada día, aprender y lograr progresar, dejar huella. Se evidencia ello en la autonomía, independencia y autocontrol.

Teoría vi factorial de Herzberg

La teoría motivación e higiene se basa en la relación que tiene una persona con su trabajo y qué espera lograr de ello.

Se estudiaron todas aquellas situaciones que les causaban satisfacción e insatisfacción en el trabajo.

Por el análisis de las contestaciones, Herzberg llegó a la conclusión de que las respuestas que la gente daba cuando se sentía mal. Factores intrínsecos, como logros, reconocimiento y responsabilidad, se relacionaron con la satisfacción con el puesto.

Los datos sugieran que lo opuesto de la satisfacción no es insatisfacción, como se creía en la forma tradicional. La eliminación de las características insatisfactorias de un puesto no necesariamente hace que el puesto sea satisfactorio. Los factores que llevan a la satisfacción con el puesto se les separa y son diferentes a los que conducen a la insatisfacción con el puesto.

Factores higiénicos

La insatisfacción en el cargo depende del ambiente, de la supervisión, de los colegas y del contexto general del cargo: Estos son los llamados factores higiénicos. La presencia de estos factores permite que la persona no se sienta insatisfecha en su trabajo, pero no implica que generaran la motivación necesaria para la consecución de los objetivos. Ejemplos de estos

factores son: Las condiciones de trabajo, la supervisión recibida, el salario, etc.

Factores motivacionales

La satisfacción en el cargo es función del contenido o de las actividades desafiantes y estimulantes del cargo: Estos son los llamados factores motivadores. Se describe como la energía que da el impulso necesario para conducir a las personas a depositar sus fuerzas en la organización con el objeto de alcanzar los resultados.

Ejemplos: El grado de responsabilidad, el reconocimiento, la posibilidad de progreso, etc. Herzberg caracterizó a los factores que crean la insatisfacción con el puesto como factores de higiene. Cuando estos factores son adecuados, la gente no estará insatisfecha; sin embargo, tampoco estará satisfecha.

Para motivar a las personas en sus puestos, Herzberg sugirió la enfatización de motivadores, aquellos factores que aumentan la satisfacción con el puesto.

En la vida de la organización la falta de cobertura de los factores higiénicos provocará la insatisfacción de sus miembros, impidiendo al mismo permanecer en un estado de motivación debido a su preocupación por satisfacer necesidades de este tipo.

Una vez satisfechas en forma mínima las necesidades higiénicas esto evitará que los miembros de la organización padezcan un estado de insatisfacción, pero no será suficiente para provocar una actitud motivante. Respecto de esta teoría suele producirse una confusión semántica, ya que muchas personas consideran que lo opuesto a satisfacción es insatisfacción y viceversa. Sin embargo lo opuesto a satisfacción es ausencia de satisfacción y del mismo modo, lo opuesto a insatisfacción es ausencia de insatisfacción.

A los efectos de lograr satisfacción en el trabajo, el autor de esta teoría propone el enriquecimiento de las tareas (Job enrichment), que consiste en convertir a estas en un desafío a través del incremento de la responsabilidad y de los objetivos.

Teoría de las tres necesidades de McClellan

La teoría de McClelland redujo a tres estas necesidades: necesidad de pertenencia o afiliación, necesidad de realización o logro y necesidad de poder o control.

Necesidad de logro

Impulso de sobresalir, de luchar por tener éxito. Esta clasificación agrupa a aquellas personas que anteponen en su accionar el éxito en sí mismo a los premios, buscan situaciones en las cuales puedan asumir responsabilidades y les disgusta el logro de méritos por azar.

Necesidad de poder

Necesidad de que otros realicen una conducta que sin su indicación no habrían observado. Las personas que la poseen disfrutan de la investidura de "jefe", tratan de influir en los demás y se preocupan más por lograr influencia que por su propio rendimiento.

Necesidad de afiliación

Deseo de establecer relaciones interpersonales. Quienes la poseen prefieren situaciones de cooperación a las de competencia, destacándose las primeras por un alto grado de colaboración.

Dimensión: Actitud

Robbins y Judge (2009) explica que:

Una persona tiene miles de actitudes, pero el comportamiento organizacional reclama nuestra atención para un número muy limitado de aquellas que se relacionan con el trabajo, las cuales son evaluaciones positivas o negativas que los empleados tienen acerca de ciertos aspectos de su ambiente de trabajo. (p. 9)

Indicadores de actitud

Compromiso organizacional

Robbins y Judge (2009) sostiene: “El compromiso organizacional es el grado en que un empleado se identifica con una organización en particular y las metas de ésta, y desea mantener su relación con ella” (p. 79).

Involucramiento

Robbins y Judge (2009) define:

Mide el grado en que una persona se identifica psicológicamente con su empleo y considera el nivel de su desempeño percibido como benéfico para ella. Los empleados con un nivel alto de involucramiento en el trabajo se identifican con la clase de labor que realizan y realmente les importa. (p. 79).

Identificación

Robbins y Judge (2009) define:

Se define como el involucramiento, satisfacción y entusiasmo de un individuo con el trabajo que realiza. Los empleados con mucha identificación sienten pasión por su trabajo y una conexión profunda con su empresa; los empleados sin identificación aportan tiempo, pero no energía o atención en su trabajo. (p. 81).

Dimensión: Motivación

Ivancevich, Konopaske y Matteson (2006) definen: “Teoría de la motivación según la cual los empleados tienen más probabilidades de estar motivados cuando perciben que sus esfuerzos generarán un buen desempeño, y, en última instancia, las recompensas y los resultados deseados” (p. 149).

Dimensión: Sentimientos

Real Academia Española (2014) sostiene que: “Estado afectivo del ánimo” (p. 82).

Empatía

Real Academia Española (2014) sostiene que: “Capacidad de identificarse con alguien y compartir sus sentimientos” (p. 84).

2.1 Definición conceptual de la terminología empleada

Grapevine

Ansede (2010) menciona que: “Comunicación que fluye de forma espontánea en el curso de las interacciones cotidianas de su personal, recibe el nombre de informal” (p. 12).

Déficit

Real Academia Española (2017) sostiene que: “En el ámbito económico, con el sentido de diferencia negativa entre ingresos y gastos; fuera de este ámbito, significa insuficiencia o escasez” (p. 82).

Concomitante

Real Academia Española (2017) sostiene que: “Aparece o actúa conjuntamente con otra cosa” (p. 86).

Intrínseco

Real Academia Española (2017) define como: “Íntimo, esencial” (p. 75).

El adjetivo intrínseco es propio de la naturaleza de una cosa.

Entramado

Real Academia Española (2014) sostiene que: “Conjunto de ideas, sentimientos, opiniones, etc. que se entrecruzan en un texto” (p. 78).

CAPÍTULO III
MARCO METODOLÓGICO

3.1. Tipo y diseño de investigación

Tipo de Investigación

La presente investigación es de tipo descriptivo porque se busca analizar, describir y explicar los fenómenos que ocurren al interactuar las variables de estudio, por otro lado, es de corte transversal, porque se recolectan datos en un momento único.

Hernández, Fernández y Baptista (2010) definen:

Los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede. (p. 151).

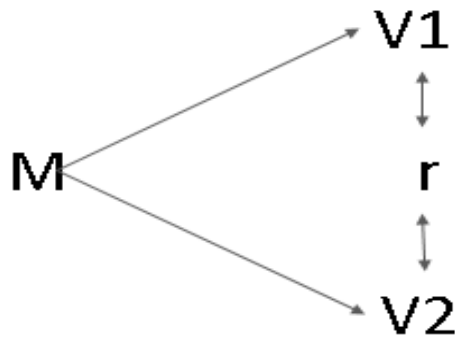
Diseño de Investigación

La presente investigación es de diseño descriptiva correlacional porque su finalidad es conocer la relación de la variable comunicación organizacional y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Salesland Internacional S.A. Lima - 2017

Hernández et al. (2010) define:

Este tipo de investigación tiene como propósito conocer la relación o el grado de asociación entre conceptos, variables o categorías en un contexto en particular. El estudio correlacional busca conocer el grado de la relación de una o más variables midiendo cada una para cuantificarla y analizar la asociación. Estas correlaciones se plantean en hipótesis para después ser sometidas a pruebas (p. 81).

Bernal (2010) define: “La investigación correlacional tiene como propósito mostrar o examinar la relación entre variables o resultados de variables, examina relaciones entre variables o sus resultados. Pero en ningún momento explica causas o consecuencias” (p. 122).



- N = Muestra
- V1 = Comunicación organizacional
- V2 = Satisfacción laboral
- r = Relación entre variables

3.2. Población y muestra

Población

Para el presente estudio la población está conformado por 40 colaboradores de la empresa Salesland Internacional S.A en el distrito de San Isidro.

Bernal (2010) define: “para definir una adecuada población es fundamental utilizar términos como: elementos o individuos a los cuales hace referencia la investigación con características parecidas, unidades de muestreo, alcance y tiempo” (p. 160).

Muestra

La muestra considerada para la presente investigación es no probabilística de tipo censal; es decir, está conformada por el total de la población que asciende a 40 colaboradores. Se ha considerado la muestra censal ya que la población de la empresa no era muy grande y fue factible

aplicar el cuestionario a todos los colaboradores de la empresa Salesland Internacional S.A.

Bernal (2010) define:

La muestra es una parte de la población de quien se obtiene la información para medir y observar las variables objeto de estudio, si la población es pequeña se considera el total, para el estudio y esta se denomina muestreo censal. (p. 161).

3.3. Hipótesis general y específico

Hipótesis general

H1. Existe relación significativa entre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Salesland Internacional S.A. Lima - 2017.

Ho. No existe relación significativa entre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Salesland Internacional S.A. Lima - 2017.

Hipótesis específico

H1: Existe relación significativa entre la coordinación y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Salesland Internacional S.A. Lima - 2017

H2: Existe relación significativa entre la contribución y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Salesland Internacional S.A. Lima – 2017.

H3. Existe relación significativa entre la confianza y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Salesland Internacional SA. Lima – 2017.

3.4. Variables – Operacionalización

Variable 1: Comunicación organizacional

Ansede (2010) señala:

La 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 de sus miembros, que están estrechamente relacionado con la comunicación. (p. 3).

Variable 2: Satisfacción laboral

Robbins y Judge (2009) sostiene:

La satisfacción laboral es una sensación positiva sobre el trabajo propio, que surge de la evaluación de sus características. Una persona con alta satisfacción en el trabajo tiene sentimientos positivos acerca de éste, en tanto que otra insatisfecha los tiene negativos. (p. 79).

Cuadro de operacionalización de las variables

Tabla 1

Operacionalización de la variable comunicación organizacional

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición y valores	Niveles y rangos
Coordinación	Integración	Del 1 al 27	1=Nunca	Alto 1179,88 - 191
	Participación		2=Casi nunca	
	Autorrealización			
Contribución	Solución	Del 1 al 27	3=A veces	Medio 161,24 – 179, 87
Confianza	Valores		4=Casi Siempre	
	Sugerencia		5=Siempre	Bajo 143 – 161,23
Veracidad				

Tabla 2

Operacionalización de la variable satisfacción laboral

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición y valores	Niveles y rangos
Actitud	Compromiso organizacional	Del 27 al 40	1=Nunca	Alto 177,24 - 196
	Involucramiento		2=Casi nunca	
Motivación	Recompensa	Del 27 al 40	3=A veces	Medio 143,48 – 177,23
	Interrelación		4=Casi Siempre	
Sentimientos	Empatía	Del 27 al 40	5=Siempre	Bajo 117 – 143,47
	Realización laboral			

3.5. Métodos y técnicas de investigación

Este estudio se usa la metodología cuantitativa ya que la información se estudió se usó el método cuantitativo ya que los datos recolectados se analizaron y comprobaron a través de pruebas estadísticas, y también se hizo

uso de porcentajes y rangos. Los datos numéricos se obtuvieron de la aplicación de cuestionarios.

Hernández, Fernández y Baptista (2010) sostiene: “El método cuantitativo utiliza la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías” (p. 4).

Se usaron las siguientes técnicas en esta investigación:

Observación: se observó la población y el desenvolvimiento de la misma, se tomó nota de los hechos observados para su posterior análisis.

Cuestionario: permitió obtener datos numéricos de la población en interés. El cuestionario no tenía nombre que permitiera la identificación de las personas, ya que eso no era un dato relevante para la investigación.

3.6. Descripción de los instrumentos utilizados

El instrumento utilizado para el propósito de esta tesis es el cuestionario, en base a la escala de Likert modificado, respecto a la variable comunicación organizacional tiene un cuestionario de 27 preguntas en base a la escala de Likert modificado, teniendo en cuenta las cuatro dimensiones del cuadro de operacionalización de variables. Por otro lado, la variable satisfacción laboral tiene un cuestionario de 13 preguntas en base a la escala de Likert, teniendo en cuenta las tres dimensiones del cuadro de operacionalización de variables, el objetivo principal fue obtener información del nivel de comunicación organizacional y satisfacción laboral.

Instrumento I: Comunicación organizacional

Ficha técnica

Ficha	: cuestionario de comunicación organizacional
Autor	: José Uceda Llanco
País	: Perú
Aplicación	: colaboradores Salesland Internacional S.A
Duración	: Aproximadamente 10 minutos
Materiales	: Hoja de aplicación y lapicero

Descripción de la prueba: El cuestionario es un instrumento que sirve para medir cuatro dimensiones de la comunicación dentro de una organización como son: coordinación, información, contribución y confianza. Consta de 27 ítems, de los cuales 6 son para la dimensión coordinación, 7 ítems para la dimensión contribución y 15 ítems para la dimensión confianza. Para la escala de respuestas se utilizó la escala tipo Likert con 5 opciones, y la calificación máxima que se puede obtener del instrumento es 65.

Normas de aplicación

La aplicación se dio de forma individual, donde la persona evaluada debe marcar con 5 posibles respuestas a cada oración, recalando la confidencialidad de los resultados serán confidenciales. Teniendo en cuenta los siguientes criterios:

Siempre	5
Casi siempre	4
A veces	3
Casi nunca	2
Nunca	1

Normas de calificación:

Para calificar los resultados, solo se debe sumar los totales por área y así mismo un total general del instrumento, luego se ubica en la tabla de baremos para determinar el nivel de comunicación organizacional y de sus dimensiones.

Instrumento II: Satisfacción laboral

Ficha técnica

Nombre : cuestionario de satisfacción laboral

Autor : José Uceda Llanco

Procedencia : Perú

Administración (aplicación de la encuesta): Individual y colectiva Duración:

Aproximadamente 10 minutos

Aplicación : colaboradores Salesland Internacional S.A

Materiales : Hoja de aplicación y lapicero

Descripción de la prueba: El cuestionario es un instrumento que sirve para medir tres dimensiones de la satisfacción laboral dentro de una organización como son: actitud, motivación y sentimientos. Consta de 13 ítems, de los cuales 5 son para la dimensión actitud, 4 ítems para la dimensión motivación. Para la escala de respuestas se utilizó la escala tipo Likert con 4 opciones, y la calificación máxima que se puede obtener del instrumento es 60.

Normas de aplicación

La aplicación se dio de forma individual, donde la persona evaluada debe marcar con 5 posibles respuestas a cada oración, recalando la confidencialidad de los resultados serán confidenciales. Teniendo en cuenta los siguientes criterios:

Siempre	5
Casi siempre	4
A veces	3
Casi nunca	2
Nunca	1

Normas de calificación

Para calificar los resultados, solo se debe sumar los totales por área y así mismo un total general del instrumento, luego se ubica en la tabla de baremos para determinar el nivel de comunicación organizacional y de sus dimensiones.

3.7. Análisis estadístico e interpretación de los datos

Los datos se analizaron mediante un programa estadístico informático empleado en las ciencias sociales y en las empresas de investigación de mercados, este es el SPSS en la versión 22. La información que se obtuvo fue procesada con el fin de generar resultados que luego fueron analizados y tabulados.

El análisis propuesto siguió los siguientes pasos:

Para la organización de los datos a recoger, se implementó bases de datos de las variables en estudios los cuales fueron sometidos a un análisis estadístico en el Programa SPSS, para obtener las correlaciones.

Para evaluar el comportamiento de los datos recogidos y comprobar potenciales problemas en ellos, se procedió a la elaboración del análisis exploratorio de datos (EDA - exploratory data análisis). Con este análisis se verificó que algunos supuestos importantes (valores extremos, valores perdidos, descriptivas iniciales, etc.) se cumplen.

Para el análisis descriptivo de las variables, se obtuvieron puntajes y se organizó su presentación en medias, varianzas, desviación típica, máximos, mínimos, además de su distribución, confiabilidad.

Para el análisis de los resultados se desarrolló la interpretación de los valores estadísticos y se estableció los niveles de asociación, además de la contratación de las hipótesis.

Se presentó tablas y figuras por variable.

Se reflexionó y se discutió sobre los resultados, por variable y dimensiones.

Se elaboró conclusiones y recomendaciones sobre los resultados.

CAPÍTULO IV
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS
RESULTADOS

4.1. Validación del instrumento

Validez del instrumento de la variable comunicación organizacional

La validez del instrumento consiste en que fue evaluado y validado mediante los exhaustivos criterios de jueces que son expertos en el tema de investigación. Lo resultado son los siguientes.

Tabla 3

Resultados de la validación del cuestionario de comunicación organizacional

Validador	Resultado aplicabilidad
Ing. Segundo Zoilo Vásquez	Aplicable
Lic. Ademar Vargas Díaz	Aplicable
Dr. Luis Marcelo Quispe	Aplicable

Nota: Se obtuvo de los certificados de validez de los instrumentos.

Validez de los instrumentos de la variable satisfacción laboral

La validez del instrumento consiste en que fue evaluado y validado mediante los exhaustivos criterios de jueces que son expertos en el tema de investigación. Lo resultados son los siguientes.

Tabla 4

Resultados de la validación del cuestionario de satisfacción laboral

Validador	Resultado aplicabilidad
Ing. Segundo Zoilo Vásquez	Aplicable
Lic. Ademar Vargas Díaz	Aplicable
Dr. Luis Marcelo Quispe	Aplicable

Nota: Se obtuvo de los certificados de validez de los instrumentos.

4.1.1 Análisis de fiabilidad

Fiabilidad del instrumento comunicación organizacional

Para determinar la confiabilidad del instrumento gestión de la relación con el cliente, se utilizó la prueba Alfa de Cronbach en vista que el cuestionario tiene escala likert.

Tabla 5

Resultados de la validación de resultados del cuestionario de comunicación organizacional

Alfa de Cronbach	N de elementos
,949	27

Conforme se puede apreciar el valor Alfa de Cronbach es de 0.949 mayor a 0.75, lo cual indica que el instrumento presenta la confiabilidad y por lo tanto es aplicable en la investigación.

Fiabilidad del instrumento satisfacción laboral

Para determinar la confiabilidad del instrumento de la variable fidelización, se utilizó la prueba Alfa de Cronbach en vista que el cuestionario tiene escala Likert.

Tabla 6

Resultados de la validación de resultados del cuestionario de satisfacción laboral

Alfa de Cronbach	N de elementos
,872	13

Conforme se puede apreciar el valor Alfa de Cronbach es de 0.872 mayor a 0.75, lo cual indica que el instrumento presenta una fuerte confiabilidad y por lo tanto es aplicable en la investigación.

Para determinar la confiabilidad del instrumento de la variable fidelización, se utilizó la prueba Alfa de Cronbach en vista que el cuestionario tiene escala Likert.

4.2. Resultados descriptivos de las variables

Resultados descriptivos de la variable comunicación organizacional

Tabla 7

Análisis descriptivo de la variable Comunicación Organizacional

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	4	10,0
	Medio	32	80,0
	Alto	4	10,0
	Total	40	100,0

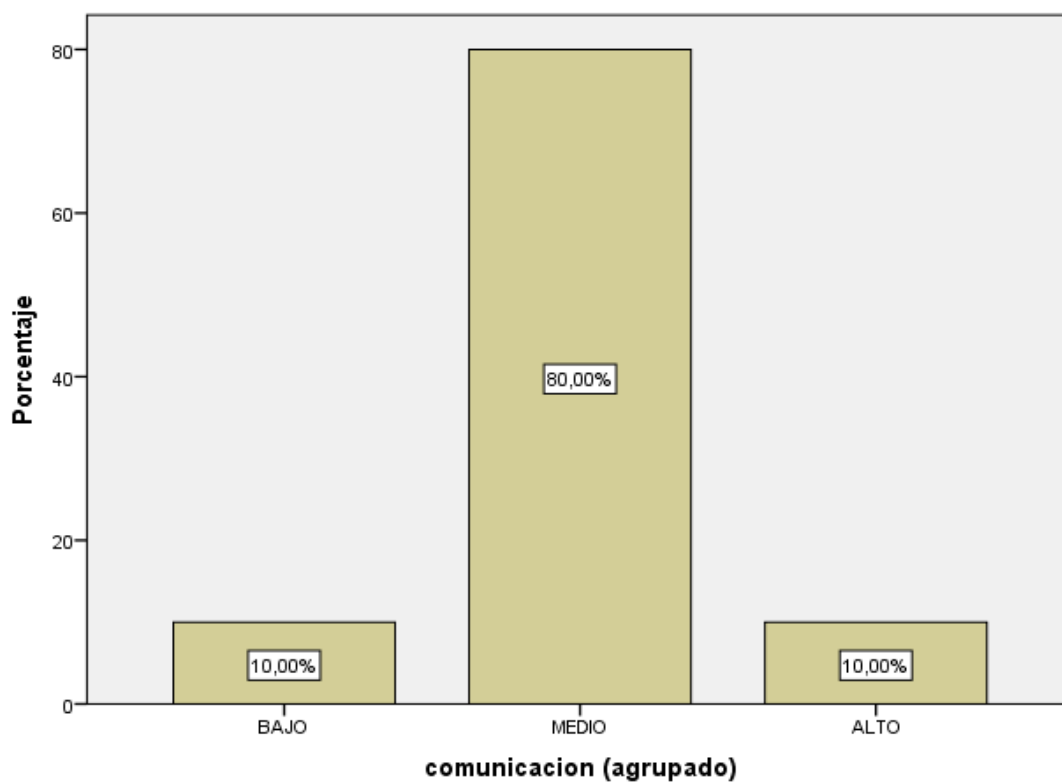


Figura 1. Análisis descriptivo de la variable comunicación organizacional.

Interpretación: De la figura 2, se aprecia que el 80% de los colaboradores encuestados consideran a la comunicación organizacional como medio, el 10% de los colaboradores encuestados lo consideran alto, y 10% de los colaboradores encuestados consideran que la comunicación organizacional es baja.

Resultados descriptivos de la variable satisfacción laboral

Tabla 8

Análisis descriptivo de la variable satisfacción laboral

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	5	12,5
	Medio	29	72,5
	Alto	6	15,0
	Total	40	100,0

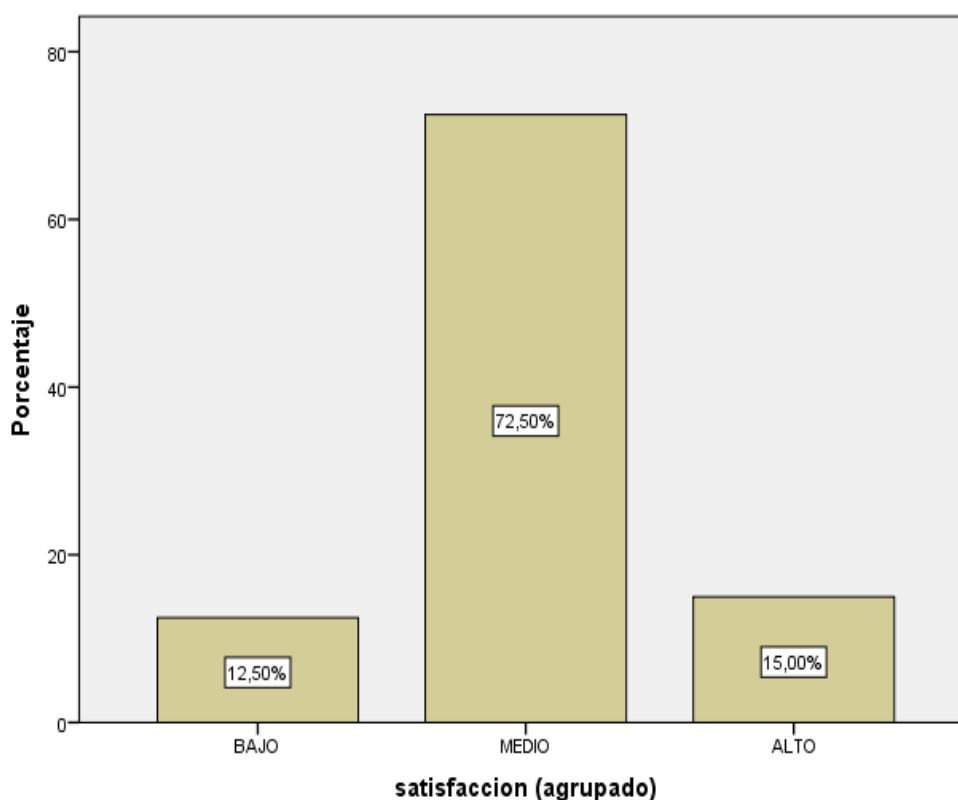


Figura 2. Análisis descriptivo de la variable satisfacción laboral.

Interpretación: De la figura 3, se aprecia que el 72.5% de los colaboradores encuestados consideran a la satisfacción laboral como medio, el 15% de los colaboradores encuestados lo consideran alto, y 12.5% de los colaboradores encuestados consideran que la satisfacción laboral es baja.

4.3. Resultados descriptivos de las dimensiones

Tabla 9

Análisis descriptivo de la dimensión coordinación

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	6	67,5
	Medio	7	17,5
	Alto	27	15,0
	Total	40	100,0

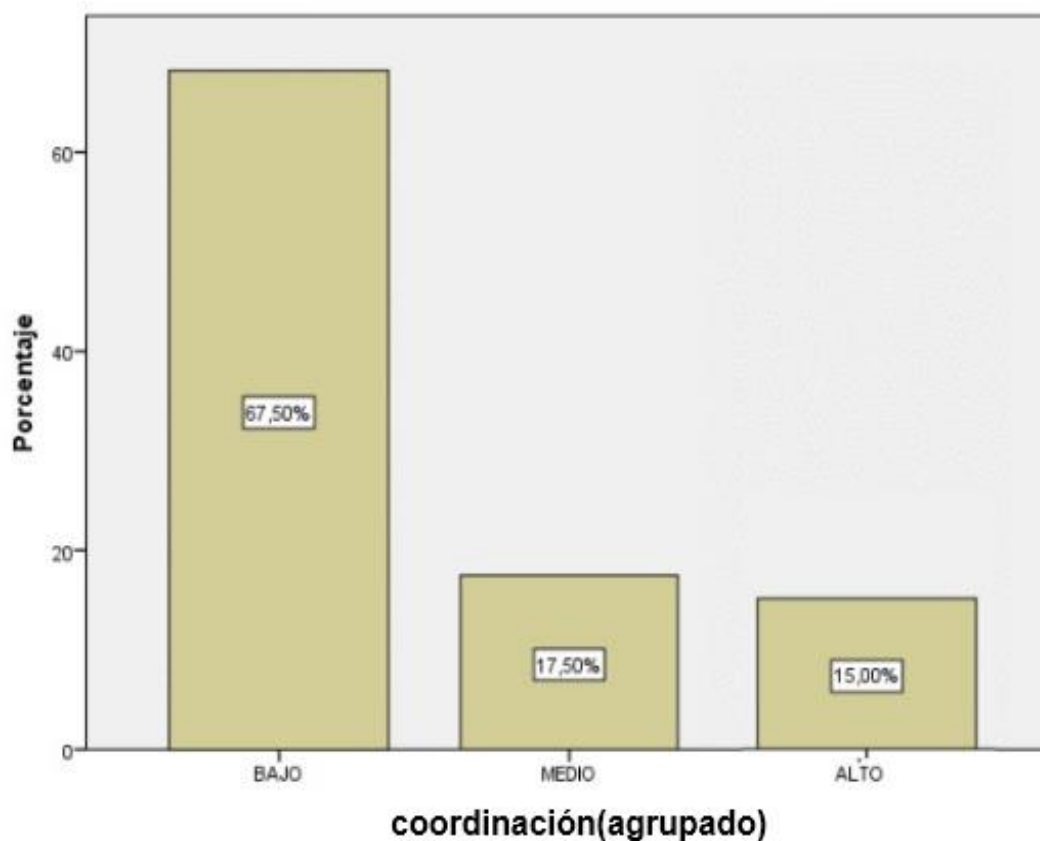


Figura 3. Análisis descriptivo de la dimensión coordinación.

Interpretación: De la figura 4, se aprecia que el 67.5% de los colaboradores encuestados consideran a la dimensión coordinación como bajo, el 17.5% de los colaboradores encuestados lo consideran medio, y 15% de los colaboradores encuestados consideran que la dimensión coordinación es alto.

Tabla 10

Análisis descriptivo de la dimensión contribución

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	4	10,0
	Medio	31	77,5
	Alto	5	12,5
	Total	40	100,0

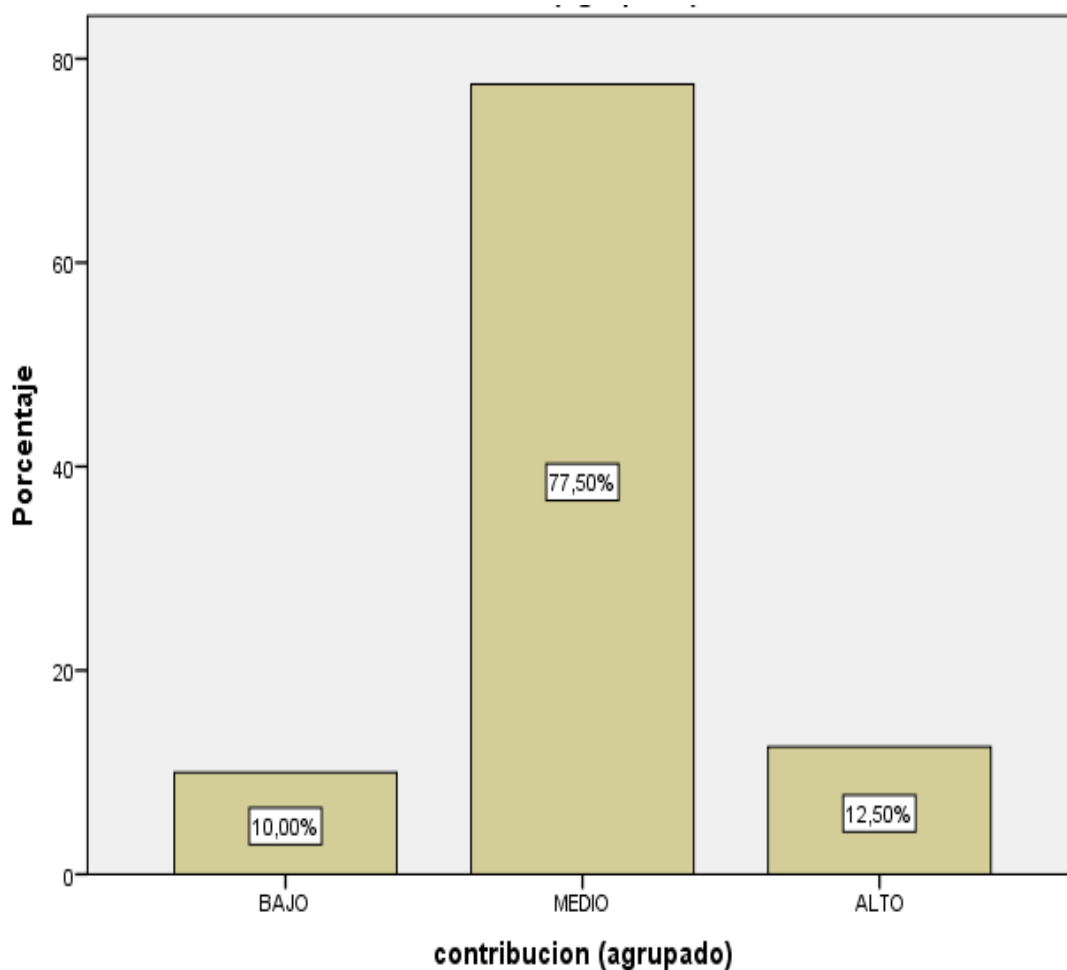


Figura 4. Análisis descriptivo de la dimensión contribución.

Interpretación: De la figura 5, se aprecia que el 77.5% de los colaboradores encuestados consideran a la dimensión contribución como medio, el 12.5% de los colaboradores encuestados lo consideran alto, y 10% de los colaboradores encuestados consideran que la dimensión contribución es bajo.

Tabla 11

Análisis descriptivo de la dimensión: confianza

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	7	17,5
	Medio	28	70,0
	Alto	5	12,5
	Total	40	100,0

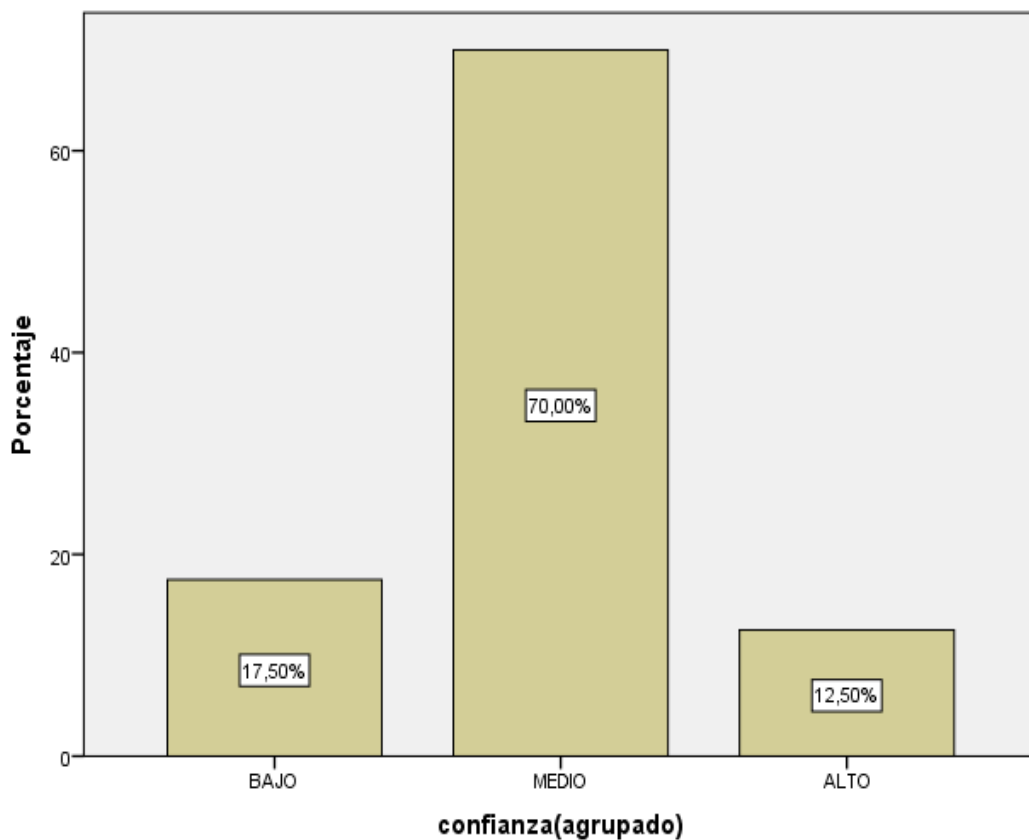


Figura 5. Análisis descriptivo de la dimensión confianza.

Interpretación: De la figura 6, se aprecia que el 70% de los colaboradores encuestados consideran a la dimensión confianza como medio, el 12.5% de los colaboradores encuestados lo consideran alto, y 17.5% de los colaboradores encuestados consideran que la dimensión confianza es bajo

4.1.2 Resultados descriptivos de las dimensiones con la variable satisfacción laboral

Tabla 12

Análisis descriptivo de la dimensión actitud

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	4	10,0
	Medio	29	72,5
	Alto	7	17,5
	Total	40	100,0

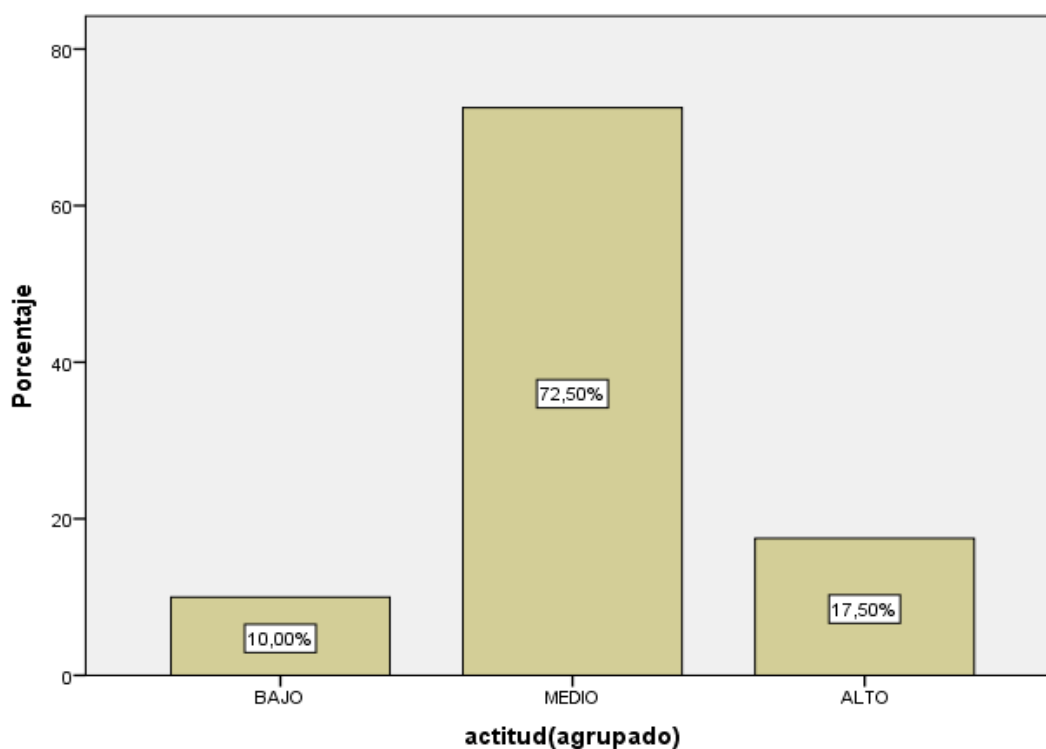


Figura 6. Análisis descriptivo de la dimensión actitud.

Interpretación. De la figura 7, se aprecia que el 72.5% de los colaboradores encuestados consideran a la dimensión actitud como medio, el 17.5% de los colaboradores encuestados lo consideran alto, y 10% de los colaboradores encuestados consideran que la dimensión actitud es bajo.

Tabla 13

Análisis descriptivo de la dimensión motivación

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	6	15,0
	Medio	7	17,5
	Alto	27	67,5
	Total	40	100,0

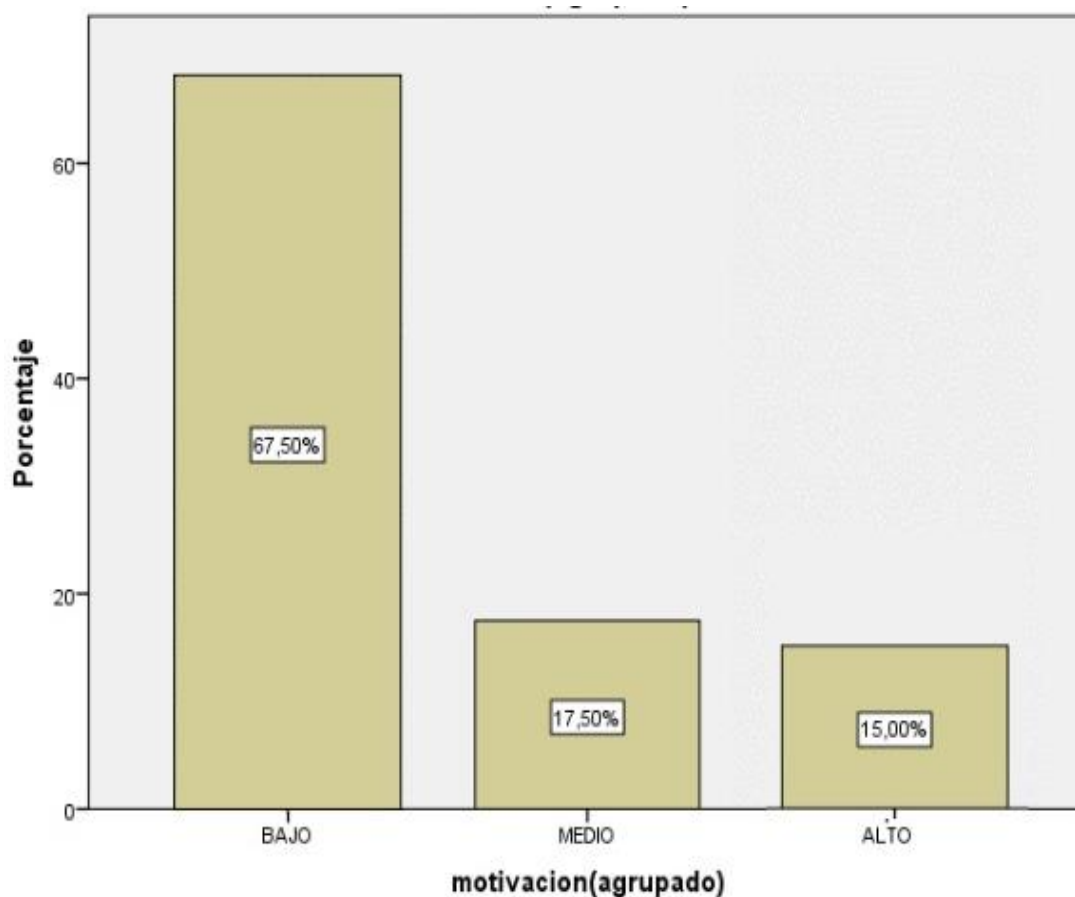


Figura 7. Análisis descriptivo de la dimensión motivación.

Interpretación. De la figura 8, se aprecia que el 17.5% de los colaboradores encuestados consideran a la dimensión motivación como medio, el 15% de los colaboradores encuestados lo consideran alto, y 67.5% de los colaboradores encuestados consideran que la dimensión motivación es bajo.

Tabla 14

Análisis descriptivo de la dimensión sentimientos

	Frecuencia	Porcentaje
Válido		
Bajo	6	15,0
Medio	30	75,0
Alto	4	10,0
Total	40	100,0

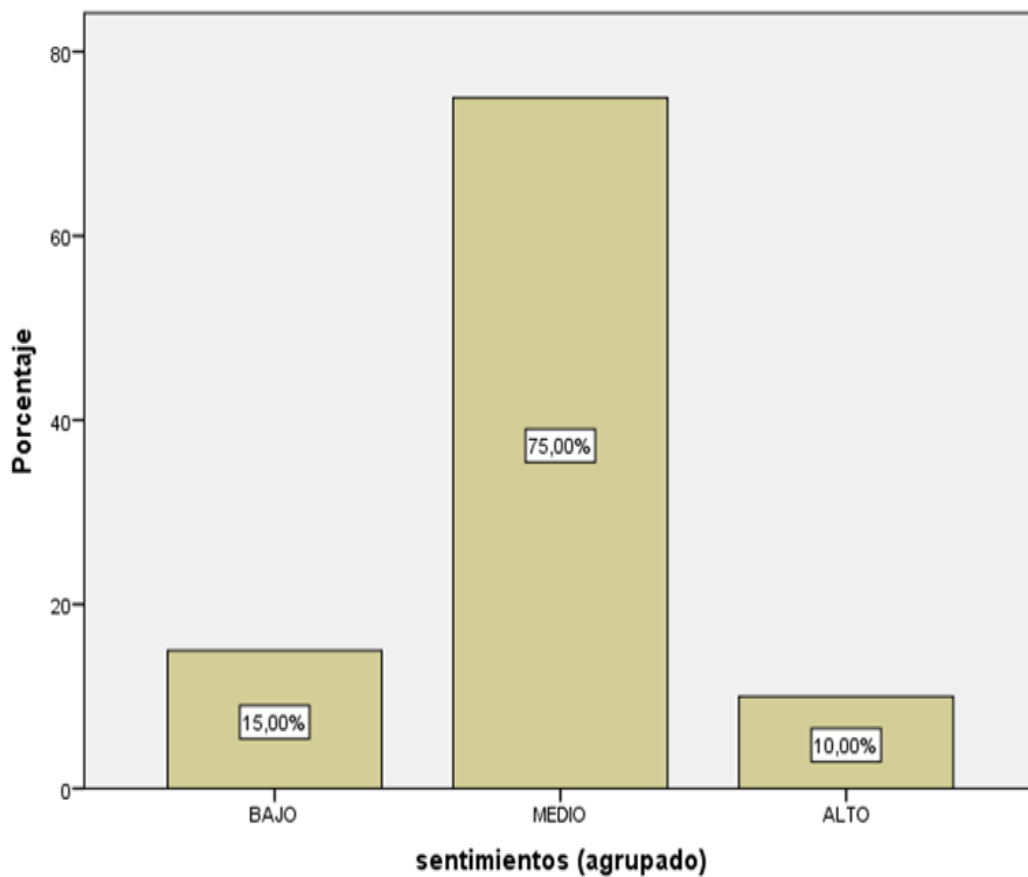


Figura 8. Análisis descriptivo de la dimensión sentimientos.

Interpretación: De la figura 9, se puede apreciar que el mayor porcentaje de los encuestados indican que la relación entre la dimensión sentimientos y la variable satisfacción laboral medio, lo cual está representada con el 75% del total de la dimensión sentimientos, el 10% consideran muy alto la relación de los sentimientos expresados en la comunicación organizacional y el 15% considera que dicha influencia es bajo.

4.2 Resultados descriptivos de las variables relacionadas

Tabla 15

Resultados de la relación entre la comunicación y satisfacción laboral

		comunicación (agrupado)			Total	
		Bajo	Medio	Alto		
satisfacción	Bajo	Recuento	4	1	0	5
		% del total	10,0%	2,5%	0,0%	12,5%
	Medio	Recuento	0	27	2	29
		% del total	0,0%	67,5%	5,0%	72,5%
	Alto	Recuento	0	4	2	6
		% del total	0,0%	10,0%	5,0%	15,0%
Total	Recuento	4	32	4	40	
	% del total	10,0%	80,0%	10,0%	100,0%	

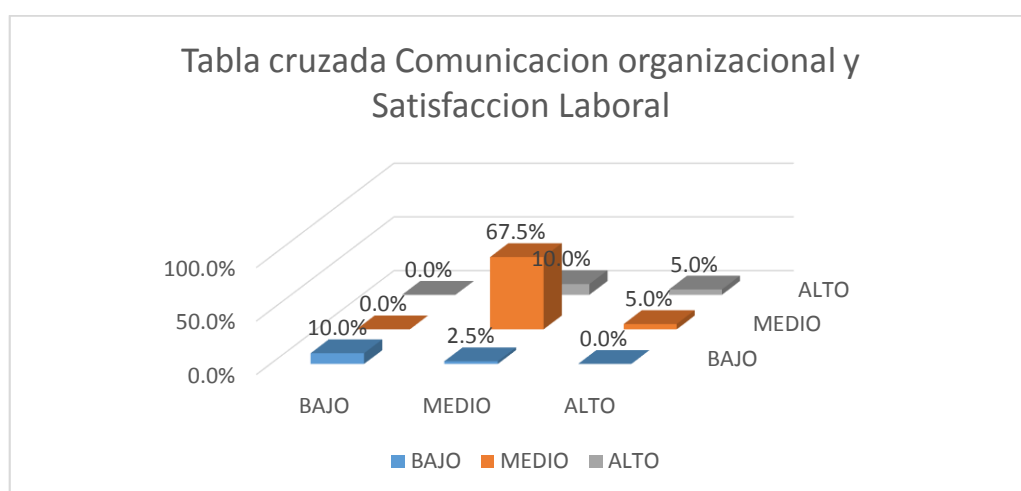


Figura 9. Dispersión de la correlación entre la comunicación organizacional y satisfacción laboral.

Interpretación: En la tabla 15 y figura 10 muestran la descripción referente a las variables comunicación organización y satisfacción laboral, donde se observa que 10% de los encuestados perciben bajo la relación entre dichas variables. Así mismo, 67,5% de los encuestados refieren que esta relación es media, mientras que 10% de los encuestados afirman que esta relación es muy alta; esta tendencia muestra que existe relación directa entre las variables, lo cual se verificara con la respectiva prueba de hipótesis.

4.3 Prueba de normalidad para la variable en estudio

H₀: La distribución de la variable satisfacción laboral no difiere de la distribución normal

H_a: La distribución de la variable satisfacción laboral difiere de la distribución normal

Tabla 16

Dispersión de la correlación entre la comunicación organizacional y satisfacción laboral

		comunicación n (agrupado)	satisfacción (agrupado)
N		40	40
Parámetros normales ^{a, b}	Media	,200	,203
	Desviación estándar	,453	,530
Máximas diferencias extremas	Absoluta	,400	,369
	Positivo	,400	,369
	Negativo	-,400	-,356
Estadístico de prueba		,400	,369
Sig. asintótica (bilateral)		,000 ^c	,000 ^c

Nota: a. La distribución de prueba es normal.

b. Se calcula a partir de datos.

c. Corrección de significación de Lilliefors.

Interpretación: En la tabla 16 presenta los resultados de la prueba de normalidad de Kolmogórov - Smirnov se observa que el p valor es menor a 0.05; dicho resultado permite determinar el rechazo de la hipótesis nula, por lo tanto, la prueba estadística a usarse debe ser no paramétrica, para el caso se aplicó la prueba de Rho de Spearman.

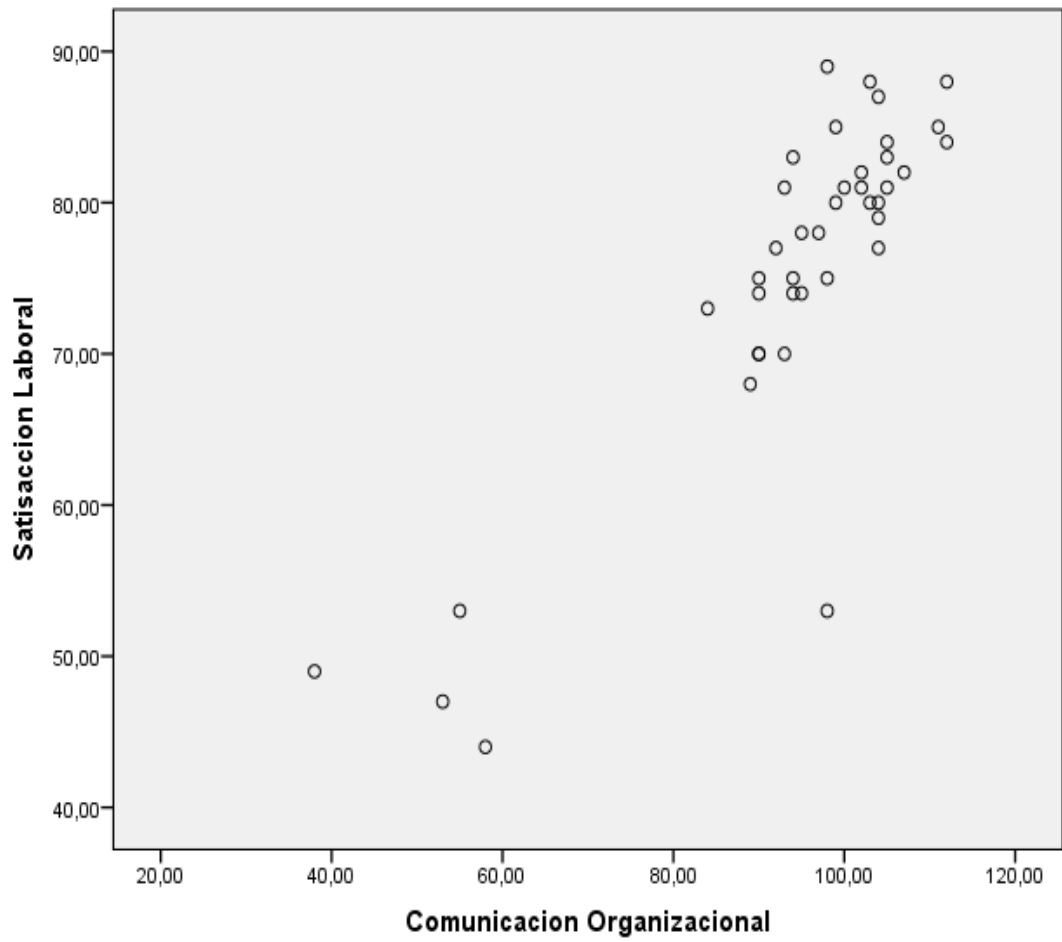


Figura 10. Gráfica de dispersión de correlación entre variables comunicación organizacional y satisfacción laboral.

4.4 Contratación de hipótesis

Contraste de la hipótesis general

H_a: Existe una relación significativa entre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Salesland Internacional S.A. Lima 2017.

H₀: No existe una relación significativa entre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Salesland internacional S.A. Lima 2017.

Tabla 17

Descripción de las correlaciones entre las variables comunicación organizacional y satisfacción laboral

		Comunicación Organizacional	Satisfacción Laboral
Comunicación Organizacional	Coefficiente de correlación	1,000	,791**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	40	40
Satisfacción Laboral	Coefficiente de correlación	,791**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	40	40

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

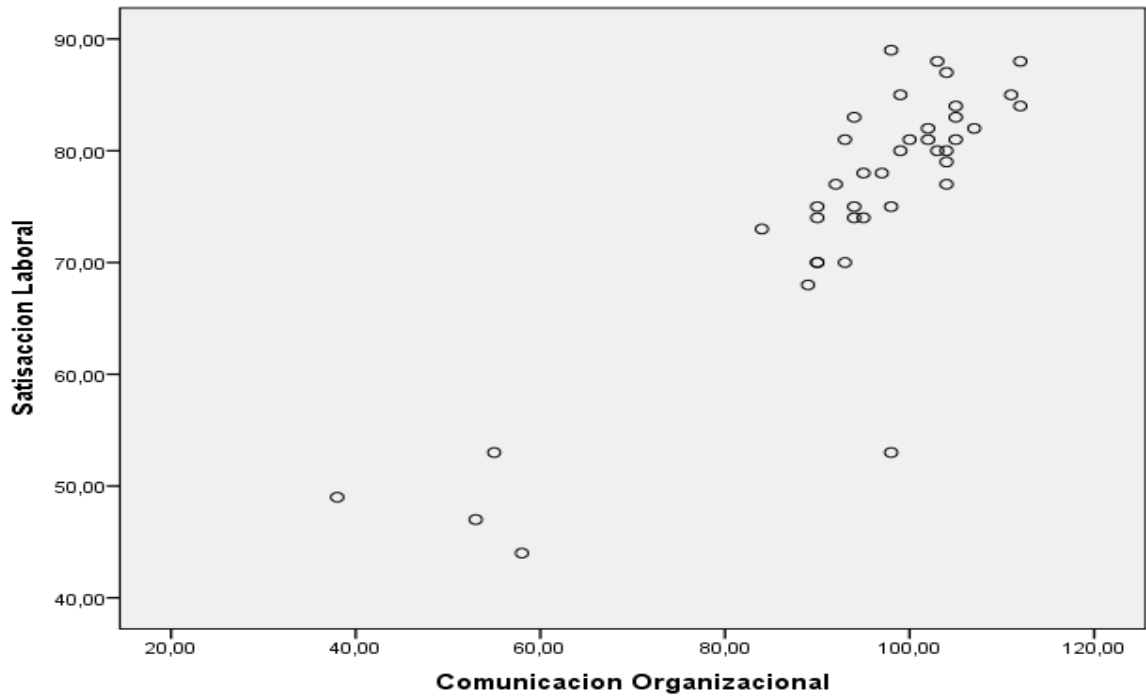


Figura 12. Gráfica de dispersión de correlación entre variables comunicación organizacional y satisfacción laboral.

Interpretación: En la tabla 18, se puede observar los resultados de correlación entre las variables, una R de Pearson que asciende a 0,791, con un nivel de significancia $p=0,000$ que es menor al 0,05 lo cual significa que existe una correlación positiva muy fuerte entre las variables, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, determinando que existe una correlación positiva considerable entre las variables comunicación organizacional y satisfacción laboral en la empresa Salesland Internacional S.A. Lima - 2017.

Contraste de la hipótesis específico

H₁: Existe relación significativa entre la coordinación y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Salesland Internacional S.A. Lima – 2017

H₀: No existe relación significativa entre la coordinación y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Salesland Internacional S.A. Lima - 2017

Tabla 18

Descripción de las correlaciones entre la coordinación y satisfacción laboral

		Coordinación	Satisfacción Laboral
Coordinación	Coefficiente de correlación	1,000	,795**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	40	40
Satisfacción Laboral	Coefficiente de correlación	,795**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	40	40

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

Interpretación: En la tabla 19, se puede observar los resultados de correlación entre las variables, una R Pearson que asciende a 0,795, con un nivel de significancia $p=0,000$ que es menor al 0,05 lo cual significa que existe una correlación positiva muy fuerte entre las variables, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, determinando que existe una correlación positiva considerable entre las variables Comunicación Organizacional y Satisfacción Laboral S.A. - 2017.

H₀: No existe relación significativa entre la contribución y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Salesland Internacional S.A Lima - 2017

H₁: Existe relación significativa entre la contribución y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Salesland Internacional S.A Lima - 2017

Tabla 19

Descripción de las correlaciones entre la contribución y satisfacción laboral

		Contribución	Satisfacción Laboral
Contribución	Coefficiente de correlación	1,000	,672**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	40	40
Satisfacción Laboral	Coefficiente de correlación	,672**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	40	40

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

Interpretación: En la tabla 20, se puede observar los resultados de correlación entre las variables, una R Pearson que asciende a 0,672, con un nivel de significancia $p=0,000$ que es menor al 0,05 lo cual significa que existe una correlación positiva muy fuerte entre las variables, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, determinando que existe una correlación positiva considerable entre las variables Comunicación Organizacional y Satisfacción Laboral S.A. Lima - 2017.

H₀: No existe relación significativa entre confianza y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Salesland Internacional S.A. Lima 2017

H_a: Existe relación significativa entre la confianza y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa. Salesland Internacional S.A. Lima 2017

Tabla 20

Descripción de las correlaciones entre la confianza y la satisfacción laboral

		<i>Confianza</i>	<i>Satisfacción</i>
Confianza	Coeficiente de correlación	1,000	,672**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	40	40
Satisfacción Laboral	Coeficiente de correlación	,672**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	40	40

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

Interpretación: En la tabla 21, se puede observar los resultados de correlación entre las variables, una R Pearson que asciende a 0,672, con un nivel de significancia $p=0,000$ que es menor al 0,05 lo cual significa que existe una correlación positiva muy fuerte entre las variables, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, determinando que existe una correlación positiva considerable entre las variables Comunicación Organizacional y Satisfacción Laboral S.A. Lima - 2017

CAPÍTULO V
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Discusión

Según las teorías sobre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral respaldan como base para realizar el presente trabajo de investigación, la teoría de satisfacción laboral cumple el rol que reluce para promover el desarrollo de una adecuada comunicación organizacional en la empresa Salesland Internacional S.A, además se relaciona con otros factores como, por ejemplo, condiciones de trabajo, la moral alta y oportunidad de ascenso.

Según las pruebas del análisis de confiabilidad aplicadas con los instrumentos de investigación establecieron que tuvieron un elevado nivel de confianza, la fiabilidad del instrumento de la variable comunicación organizacional tiene un valor alfa de Cronbach igual a 0.949, así mismo también el instrumento de la variable satisfacción laboral obtuvo el valor alfa de Cronbach igual a 0.872 mayor a 0.75, puesto que señala que ambos instrumentos son confiables de lo cual permite seguir con el desarrollo de la investigación.

De acuerdo a los hallazgos encontrados, aceptamos la hipótesis alterna general y rechazamos la hipótesis nula, la alterna determina que existe relación significativa entre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral de los colaboradores de la empresa Salesland Internacional S.A. Lima – 2017.

Los resultados guardan relación con lo que sostiene Vásquez (2015) en su tesis titulada: "La correlación entre la comunicación y la satisfacción laboral del grupo de colaboradores del área de bodega de Bofasa S.A." Analizada en la Universidad Rafael Landívar, en Guatemala, se determina la relación que existe entre comunicación organizacional y la satisfacción laboral del área de bodega de Bofasa, desarrollada con un diseño descriptivo transversal en una muestra de 50 colaboradores. Llegó a las siguientes conclusiones: Si existe correlación estadísticamente significativa entre comunicación e identificación con la empresa ya que el valor calculado de $r = 0.875$. El 75% de los

colaboradores tienen en cuenta que existe un óptimo canal de comunicación para poder enviar la información hacia los trabajadores. Se afirma que si existe correlación estadísticamente significativa nula entre las variables de comunicación y reconocimiento laboral ya que tiene una relación estrecha con el desarrollo laboral de puede cada colaborador. Se puede observar que según las encuestas obtenidos si existe correlación estadísticamente significativa entre las variables de estudio de comunicación y desarrollo laboral ya que se obtuvo un valor $r = 0.801$. Los factores que más relación poseen con la satisfacción laboral de los colaboradores son la comunicación; la identificación y el desarrollo laboral.

En cuanto al primera dimensión de la investigación, se encontró una correlación de R de Pearson 0.681, se aprecia un nivel de correlación positivo alto, que si existe relación estadística alto a nivel 0.05, con lo cual se rechaza la hipótesis nula, es decir, coordinar entre compañeros de trabajo si se relaciona significativamente con la coordinación y la satisfacción laboral en la empresa Salesland Internacional S.A. Lima – 2017

Como también Roca (2012) en su tesis titulada: “Relación entre la comunicación interna y la cultura organizacional de la Facultad de Ciencias de Educación de la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga. Ayacucho, periodo 2009-ii.” Desarrollado en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos en Lima - Perú, desarrollada con una muestra de 340 entre docente y estudiantes de la Facultad con un diseño de investigación descriptivo - correlacional, cuyo objetivo es Analizar la relación entre la comunicación interna y la cultura organizacional de la Facultad de Educación de la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga. Ayacucho, periodo 2009-II, concluye lo siguiente:

El 59% de docentes y 61.7% de estudiantes señalan que la comunicación interna en la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga es ineficaz.

El 58% docentes y 67.5% de estudiantes señalan que la cultura organizacional de la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga es desfavorable.

Al 95% de confianza, existe una relación significativa entre la comunicación interna y la cultura organizacional según los docentes ($r = .494$; $p = 1.4 \times 10^{-8}$) y estudiantes ($r = 0.444$; $p = 1.6 \times 10^{-14}$) de la Facultad de Educación de la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga Ayacucho.

En cuanto a la investigación, se encontró una correlación de R Pearson 0.897, se aprecia un nivel de correlación positivo muy alto, un p-valor de 0.000, con lo cual se rechaza la hipótesis nula, es decir, coordinar entre compañeros de trabajo si se relaciona significativamente con la satisfacción laboral en la empresa Salesland Internacional S.A. Lima - 2017

En cuanto al segunda dimensión de la investigación este resultado se relaciona con lo citado por Hernández (2014), comprobó que el hecho de no coordinar y ponerse de acuerdo entre compañeros antes de iniciar sus tareas, crea contextos que dificultan al colaborador en cuanto realice sus actividades, esto influye en su nivel de satisfacción laboral, en la investigación denominada "La correlación entre la comunicación organizacional y el nivel de desempeño laboral de los empleados del departamento de logística del Lidotel Hotel Caracas no es la más favorable ya que presenta un coeficiente de correlación R de Pearson que tiene el valor de 0,667 con un nivel de significancia de $p=0,000$ que es mayor al parámetro teórico de 0.05 lo que afirma que la organización se relaciona significativamente la contribución con la satisfacción laboral.

En cuanto a la tercera dimensión se encontró una correlación de R Pearson 0.891, se aprecia un nivel de correlación positivo muy alto, un p-valor de 0.000, con lo cual se rechaza la hipótesis nula, es decir, la confianza que le brinda la organización a los trabajadores si se relaciona significativamente con la satisfacción laboral en la empresa Salesland Internacional S.A. Lima - 2017.

5.2 Conclusiones.

Con un coeficiente de correlación entre las variables, $R = 0,681$ y un $p=0,000$ menor al nivel $\alpha=0,05$ se concluye: Existe una correlación positiva considerable entre las variables comunicación organizacional y satisfacción laboral de los colaboradores de la empresa Salesland Internacional S.A Lima-2017.

Con un coeficiente de correlación entre la dimensión coordinación y la variable satisfacción laboral, R de Pearson = $0,891$ y $p=0,000$ menor al nivel $\alpha =0,05$ se concluye: Existe una correlación positiva entre la dimensión coordinación y la variable satisfacción laboral de la empresa Salesland Internacional S.A Lima-2017.

Con un coeficiente de correlación entre la dimensión contribución y la variable motivación laboral, R de Pearson = $0,667$ y $p=0,000$ menor al nivel $\alpha=0,05$ se concluye: Existe una correlación alta entre la dimensión contribución y satisfacción laboral de los colaboradores de la empresa Salesland Internacional S.A Lima-2017.

Con un coeficiente de correlación entre la dimensión confianza y la variable satisfacción laboral, R de Pearson = $0,580$ y $p=0,000$ menor al nivel $\alpha=0,05$ se concluye: Existe una correlación moderada alta entre la dimensión confianza y satisfacción laboral de los colaboradores de la empresa Salesland Internacional S.A Lima-2017.

5.3 Recomendaciones

Las recomendaciones en base a las conclusiones, son las siguientes:

En relación al objetivo general, el cual pide “Determinar la correlación entre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Salesland Internacional S.A. Lima – 2017”, se recomienda implementar un plan de comunicación organizacional para así lograr la buena relación entre los miembros e integración, a su vez esto ayudará a mejorar la satisfacción laboral para el buen desempeño y lograr los objetivos personales y laborales.

En relación al primer objetivo específico, se requirió “Determinar la correlación entre la coordinación y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Salesland Internacional S.A. Lima – 2017 ”, se recomienda realizar reuniones semanales entre los compañeros de trabajo para coordinar la realización de las labores pendientes en la semana, así como también consultar las dudas en lo encomendado para evitar errores laborales, así mismo en dichas reuniones mantener informados a los miembros de los acontecimientos de la empresa sean buenos o malos de tal manera estimular la participación de los colaboradores en la toma de decisiones y se sientan parte importante de la empresa, motivados e integrados.

En relación al segundo objetivo específico, el cual se solicitó “Determinar la relación entre la contribución y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Salesland Internacional S.A. Lima – 2017.”, se recomienda realizar eventos recreativos entre los miembros de la empresa, para desarrollar la interacción e intercambio de vivencias entre compañeros, de tal manera que se fomenten en ellos sentimientos positivos de solidaridad, apoyo y trabajo en equipo, ya que las largas horas de trabajo y la rutina diaria pueden causar colaboradores insatisfechos.

Para finalizar en relación al tercer objetivo se propuso “Determinar la relación entre la confianza y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Salesland Internacional S.A. Lima – 2017”, se recomienda realizar capacitaciones sobre formas efectivas de comunicación de tal manera mejorar el desenvolvimiento de los colaboradores para expresar sus opiniones, utilizar las palabras adecuadas en momento oportuno, crear seguridad en cada uno; de esta forma se busca que cada colaborador tenga sentimientos positivos entre compañeros y hacia la empresa, desempeñarse en un ambiente agradable y sin temor a expresarse permitirá lograr los objetivos propios y en común con la empresa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Libros

Ansede, P. (2010). *Comunicación en las organizaciones en la sociedad del conocimiento*. Recuperado de <http://www.xente.mundor.com/ansede/comunica.pdf>

Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. Recuperado de <http://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>

Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento organizacional*. Recuperado de https://www.slideshare.net/j_rojas00/chiavenato-comportamiento

Chiavenato, I. (2011). *Administración de recursos humanos*. Recuperado de https://www.academia.edu/29724210/Chiavenato._Administracion_de_Reursos_Humanos_subrayado

Guzmán, V. (2012). *Comunicación organizacional*. Recuperado de http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/derecho_y_ciencias_sociales/Comunicacion_organizacional.pdf

Ivancevich, J., Konopaske, R. y Matteson, M. (2006). *Comportamiento organizacional*. Recuperado de <https://es.scribd.com/doc/179525042/Comportamiento-Organizacional-7a-Ed-1>

Koontz, H., Weihrich, H. y Cannice, M. (2012). *Administración una perspectiva global y empresarial* (14^a. ed.). México: Mc Graw Hill.

Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la real lengua española* (24^a edición). Madrid, España: Espasa.

Real Academia Española (2017). *Diccionario de la lengua española*. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=XbTu91V>

Robbins, S. y Judge, T. (2009). *Comportamiento organizacional*. Recuperado de https://psiqueunah.files.wordpress.com/2014/09/comportamiento-organizacional-13a-ed-_nodrm.pdf

Robbins, S. (2011). *Comportamiento organizacional*. Recuperado de <https://es.slideshare.net/sanamuro/comportamiento-organizacional-robbins-stephen-p7ma-edicin>

Robbins, S. y Judge, T. (2013). *Comportamiento Organizacional*. Recuperado de https://www.academia.edu/22612520/Comportamiento_Organizacional_13_edici%C3%B3n_-Stephen_P._Robbins

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación*. Recuperado de <https://www.icmujeres.gob.mx/wp-content/uploads/2020/05/Sampieri.Met.Inv.pdf>

Tesis

Hernández, J. (2014). *Relación entre la comunicación organizacional y el grado de satisfacción laboral de los empleados del departamento de alimentos y bebidas. Lidotel Hotel Boutique Caracas* (Tesis de pregrado). Recuperado de <https://docplayer.es/6119368-Relacion-entre-la-comunicacion-organizacional-y-el-grado-de-satisfaccion-laboral-de-los-empleados-del-departamento-de-alimentos-y-bebidas.html>

López, H. (2016). *Relación entre la satisfacción con la comunicación interna y el compromiso organizacional en un instituto de educación superior de la ciudad de Guayaquil* (Tesis de pregrado). Recuperado de <http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/1054/1/Tesis1224LOPr.pdf>

Millán, J. y Montero, M. (2017). *Clima organizacional y satisfacción laboral de los colaboradores de la empresa Oncorad de Chiclayo del 2016* (Tesis de

pregrado). Recuperado de http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/822/1/TL_MillanLobatonJannet_MonteroCajusaolMarilyn.pdf

Miranda, F. y Pastor, P. (2015). *Comunicación organizacional y clima social en los trabajadores de una municipalidad del departamento de Lambayeque – 2015* (Tesis de pregrado). Recuperado de <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/827/MIRANDA%20CUBAS,%20FRANCISCO%20HUMBERTO%20y%20PASTOR%20NANFU%20D1AY,%20PAOLA%20DEL%20MILAGRO.pdf;jsessionid=F7F196574BAB4E38D02041CD9E0262FC?sequence=1>

Olivos, L. (2014). *La comunicación interna y la percepción de la calidad de servicio por los socios de la cooperativa de ahorro y crédito parroquia san Lorenzo del distrito de Trujillo* (Tesis de pregrado). Recuperado de http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/366/1/COMUNICACION_INTERNA_PERCEPCION_OLIVOS_LUIS.pdf

Ramos, K. y Granda, H. (2013). *Estudio del clima organizacional y la satisfacción laboral de los trabajadores que contribuya al desarrollo de la empresa agropecuaria Idrovo de la ciudad de milagro, año 2013* (Tesis de pregrado). Recuperado de <http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/289/3/Estudio%20del%20clima%20organizacional%20y%20la%20satisfacci%C3%B3n%20laboral%20de%20los%20trabajadores%20que%20contribuya%20al%20desarrollo%20de%20la%20empresa%20agropecuaria%20Idrovo%20de%20la%20ciudad%20de%20Milagro%2C%20a%20C3%B1o%202013..pdf>

Roca, S. (2012). *Relación entre la comunicación interna y la cultura organizacional de la Facultad de Ciencias de Educación de la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga. Ayacucho, periodo 2009-II* (Tesis de pregrado). Recuperado de http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/1689/roca_gs.pdf;jsessionid=79F6811711864DE9C1445E514E4A7AD5?sequence=1

Vásquez, J. (2015). *Relación entre la comunicación y la satisfacción laboral de un grupo de trabajadores del área de bodega de Bofasa* (Tesis de pregrado). Recuperado de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2015/05/43/Vasquez-Jeimy.pdf>

ANEXOS

ANEXO N° 1 - INFORME DE SOFTWARE ANTIPLAGIO

Feedback Studio - Mozilla Firefox
https://ev.turnitin.com/app/carta/es/?u=1074155014&lang=es&cs=1&o=1039247364

feedback studio | informe final uceda | /0 | 43 de 62

Resumen de coincidencias

26 %

Ítem	Descripción	Porcentaje
1	Entregado a Universidad... Trabajo del estudiante	19 %
2	Entregado a Universidad... Trabajo del estudiante	7 %

Autónoma
Universidad Autónoma del Perú

FACULTAD DE CIENCIAS DE GESTIÓN
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

TESIS
"COMUNICACION ORGANIZACIONAL Y SATISFACCION LABORAL EN LA EMPRESA SALES LAND INTERNACIONAL S.A LIMA - 2017"

PARA OBTENER EL TITULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACION

AUTOR:
JOSE ANTONIO UCEDA LLANCO

ASESOR:
ING. SEGUNDO ZOILO VASQUEZ RUIZ

Página: 1 de 116 | Número de palabras: 20111 | Text-only Report | High Resolution | Activado

08:46 p.m. 22/11/2018

**ANEXO N° 2 CONSTANCIA EMITIDA POR LA INSTITUCIÓN QUE
ACREDITE LA REALIZACIÓN DEL ESTUDIO IN SITU**



Lima ,21 de Noviembre del

2017

Señores:

UNIVERSIDAD AUTONOMA DEL PERU

Presente. –

De nuestra consideración:

Por medio de la presente hago constar que se ha otorgado permiso al Sr. JOSE ANTONIO UCEDA LLANCO, identificado con DNI N° 47475295, a realizar la aplicación del desarrollo de la investigación de la tesis sobre “COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y SATISFACCION LABORAL EN LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA SAESLAND INTERNACIONAL S.A. LIMA - 2017”.

Estas actividades la realizo en nuestra sede central, sito en Calle Las camelias N° 280 San isidro, Lima- Perú.

El Sr. Uceda ha contado con todos los elementos necesarios para el análisis de una muestra poblacional, identificación de factores y aplicaciones necesarias para el desarrollo de su investigación.

Atentamente

ANEXO N° 03**INSTRUMENTO SOBRE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y SATISFACCIÓN LABORAL**

INTRODUCCIÓN: A continuación, le presentamos varias proposiciones, le solicitamos que frente a ello exprese su opinión personal considerando que no existen respuestas correctas ni incorrectas marcando con una (X) la que mejor exprese su punto de vista, de acuerdo al siguiente código.

1. Totalmente en desacuerdo	2. En desacuerdo	3. Parcialmente de acuerdo	4. De acuerdo	5. Totalmente de acuerdo
-----------------------------	------------------	----------------------------	---------------	--------------------------

PARTE I: COMUNICACION ORGANIZACIONAL

Nº	ÍTEMS	Puntajes				
		1	2	3	4	5
Coordinacion						
1	Se le informa de los logros obtenidos por la empresa.	1	2	3	4	5
2	Se le informa si la empresa presenta algún problema	1	2	3	4	5
3	Se fomenta la participación de los colaboradores	1	2	3	4	5
4	Se consulta a los compañeros cuando existen dudas en los encomendados.	1	2	3	4	5
5	Se fomenta la participación de los colaboradores en las decisiones	1	2	3	4	5
6	Se consulta a los jefes cuando existen dudas en lo encomendado.	1	2	3	4	5
Contribucion						
7	Cuando existen conflictos se plantean soluciones para solventar las diferencias entre los colaboradores.	1	2	3	4	5
8	Contribuye a la solución de errores y de problemas laborales mediante la comunicación.	1	2	3	4	5
9	Se fomenta la moral, la actitud positiva e integración de los miembros de la empresa	1	2	3	4	5
10	Existe respeto y tolerancia hacia los comentarios de los miembros de la empresa.	1	2	3	4	5
11	Se le brinda atención cuando se comunica con sus compañeros.	1	2	3	4	5
12	Se fomenta la moral, actitud positiva e integración de los miembros de la empresa.	1	2	3	4	5
Confianza						

13	Tiene libertad y seguridad para hablar con su jefe de los problemas laborales.	1	2	3	4	5
14	Los comentarios, estados de opinión hacia sus jefes son tomados en cuenta.	1	2	3	4	5
15	Se siente un factor clave en la organización.	1	2	3	4	5
16	Si comete algún error laboral le informa al jefe inmediato.	1	2	3	4	5
17	El trato por parte de la autoridad es el adecuado.	1	2	3	4	5
18	Recibe el apoyo necesario por parte de su superior.	1	2	3	4	5
19	Tiene libertad y seguridad para hablar con su jefe de los problemas laborales.	1	2	3	4	5
20	Los comentarios, estados de opinión hacia sus jefes son tomados en cuenta.	1	2	3	4	5
21	Se siente un factor clave en la organización.	1	2	3	4	5
22	Si comete algún error laboral le informa al jefe inmediato	1	2	3	4	5
23	El trato por parte de las autoridades es la adecuado	1	2	3	4	5
24	Recibe el apoyo necesario por parte de su superior.	1	2	3	4	5
25	Existe respeto y tolerancia hacia los comentarios de los miembros de la empresa.	1	2	3	4	5
26	Se le brinda atención cuando se comunica con sus compañeros	1	2	3	4	5
27	Tiene libertad y seguridad para hablar con su jefe de los problemas laborales.	1	2	3	4	5

Nº	Dimensiones/ ítems	Puntajes				
		1	2	3	4	5
Actitud						
1	Tiene disposición para realizar un esfuerzo importante en beneficio de la organización.	1	2	3	4	5
2	Desea permanecer en la organización a largo plazo.	1	2	3	4	5
3	Las responsabilidades y funciones que realiza realmente son significantes.	1	2	3	4	5
4	Siente entusiasmo hacia las labores que realiza.	1	2	3	4	5
5	La interacción con los colegas y superiores es gratificante.	1	2	3	4	5
Motivacion						
6	Se realiza reconocimientos en público a colaboradores destacados.	1	2	3	4	5
7	Se realiza eventos recreativos para los miembros de la empresa.	1	2	3	4	5
8	Las diferentes relaciones interpersonales son cordiales entre los miembros de la empresa.	1	2	3	4	5
9	El grupo con el que trabajo, funciona como un equipo bien integrado.	1	2	3	4	5
Sentimientos						
10	Considera que la empresa le brinda oportunidades de aprender aptitudes nuevas.	1	2	3	4	5
11	Siente que esforzándose laboralmente tiene la posibilidad de progresar en la empresa.	1	2	3	4	5
12	Los jefes conocen y/o comprenden los problemas de los trabajadores.	1	2	3	4	5
13	Al cometer algún error laboral los jefes comprenden la situación.	1	2	3	4	5

Validación del instrumento

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Mg/Lic./Ing.: DR. LIS MARCELO QUISPE

DNI: 40612463

Especialidad del validador: Temático Metodológico Estadístico

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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


Firma del Experto Informante.

Validación del instrumento

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Mg/Lic./Ing.: DR. LIS MARCELO QUISPE

DNI: 40612463

Especialidad del validador: Temático Metodológico Estadístico

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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


Firma del Experto Informante.

Validación del instrumento

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Mg/Lic./Ing.: _____

DNI: 4.5476251 _____

Especialidad del validador: Temático Metodológico Estadístico

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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


Firma del Experto Informante.

Validación del instrumento

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Mg/Lic./Ing.: _____

DNI: 4.5476251 _____

Especialidad del validador: Temático Metodológico Estadístico

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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


Firma del Experto Informante.

Validación del instrumento

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HOY SUFICIENTE

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Mg/Lic./Ing.: VASQUEZ RUIZ SEBASTIAN 2014

DNI: 795848

Especialidad del validador: Temático [] Metodológico [] Estadístico []

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

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

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

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


Firma del Experto Informante.

Validación del instrumento

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HOY SUFICIENTE

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Mg/Lic./Ing.: VASQUEZ RUIZ SEBASTIAN 2014

DNI: 795848

Especialidad del validador: Temático [] Metodológico [] Estadístico []

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

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

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

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


Firma del Experto Informante.

Matriz de consistência

Título: COMUNICACION ORGANIZACIONAL Y SATISFACCION LABORAL EN LA EMPRESA SALES LAND INTERNACIONAL S.A LIMA-2017

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables e indicadores			
<p>Problema General:</p> <p>¿Cuál es la relación entre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Salesland Internacional S.A Lima – 2017?</p> <p>Problemas Específicos:</p> <p>¿Cuál es la relación entre la coordinación y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Salesland Internacional S.A Lima - 2017?</p> <p>¿Cuál es la relación entre la contribución y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Salesland Internacional S.A Lima - 2017?</p> <p>¿Cuál es la relación la relación entre la confianza y la satisfacción laboral</p>	<p>Objetivo general:</p> <p>Determinar la relación entre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Salesland Internacional S.A Lima - 2017.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>Determinar la relación entre la coordinación y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Salesland Internacional S.A Lima - 2017.</p> <p>Determinar la relación entre la contribución y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Salesland Internacional S.A Lima – 2017.</p> <p>Determinar la relación entre la confianza y la</p>	<p>Hipótesis general:</p> <p>Ha: Existe relación significativa entre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Salesland Internacional S.A Lima -2017</p> <p>Hipótesis específicas:</p> <p>Ha: Existe relación significativa entre la coordinación y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Salesland Internacional S.A Lima - 2017</p> <p>Ha: Existe relación significativa entre la contribución y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Salesland Internacional S.A Lima -2017</p> <p>Ha: Existe relación significativa entre la confianza y la satisfacción laboral en los colaboradores</p>	Variable 1: Comunicación Organizacional			
			Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Niveles y rangos
			COORDINACION	Integración Participación Autorrealización	27 ítems de Comunicación Organizacional Escala Likert	Baja 143 – 161.23 Moderada 161.24 – 179.87 Alta 179.88 - 191
			CONTRIBUCION	Solución		
			CONFIANZA	Valores Sugerencia veracidad		
			Variable 2: Satisfacción Laboral			
			Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Niveles y rangos

en los colaboradores de la empresa Salesland Internacional S.A – lima 2017?	satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Salesland Internacional S.A Lima - 2017.	de la empresa Salesland Internacional S.A Lima - 2017	ACTITUD MOTIVACION SENTIMIENTOS	Comunicación Organizacional Involucramiento Identificación Recompensa Interrelación Realización laboral Empatía	13 ítems de Satisfacción Laboral Escala Likert	Baja 117 – 143.47 Moderada 143.48 – 177.23 Alta 177.24– 196
Nivel - diseño de investigación	Población y muestra	Técnicas e instrumentos		Estadística a utilizar		
Nivel: la investigación, es de tipo cuantitativo Diseño: investigación descriptiva- correlacional con corte transversal El diseño de la investigación es no experimental. Método: la investigación, es de tipo cuantitativo	Población: los 40 colaboradores de la empresa Salesland Internacional S.A Tipo de muestreo: No probabilístico Tamaño de muestra: 40 colaboradores de la empresa Salesland Internacional S.A	Variable 1: Comunicación Organizacional Técnicas: La encuesta Instrumentos: cuestionario Autor: Uceda Llanco , José Año: 2017 Monitoreo: Ámbito de Aplicación: Forma de Administración:		DESCRIPTIVA: Mediante el presente trabajo de investigación se usará el método de la observación y la fuente secundaria a través de la recolección de información de libros, libros electrónicos, tesis, etc. El instrumento que se aplicará es el cuestionario y la técnica que se va a usar es la encuesta para la muestra de 40 colaboradores de la empresa Salesland Internacional S.A La interpretación y análisis de datos de la investigación se va a usar el programa informático Excel para procesar y tabular los datos del cuestionario para convertirlos en gráficos de medición con el fin de correlacional las variables de estudio. INFERENCIAL: El tipo de la investigación es correlacional descriptiva ya que las variables de Comunicación Organizacional y Satisfacción Laboral se relacionan complementándose entre sí, para describir los hechos tal y como se demuestran en su contexto natural en base al objeto del estudio.		
		Variable 2: Satisfacción Laboral Técnicas: La encuesta Instrumentos: cuestionario Autor: Uceda Llanco , Jose Año: 2017 Monitoreo: Ámbito de Aplicación: Forma de Administración:				

