

UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZAN
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y TURISMO
ESCUELA PROFRESIONAL CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



**“RELACION ENTRE LA COMUNICACIÓN Y LA
SATISFACCION LABORAL DE LOS TRABAJADORES DE
LA POLLERIA EL VIAJERO E.I.R.L. – PERIODO 2016”**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

BACHILLERE:

DANTE CONDEZO CALERO

**HUÁNUCO –PERÚ
2016**

DEDICATORIA

La presente investigación está dedicada a mis padres quien con su amor y comprensión supieron apoyarme incondicionalmente para culminar mis estudios y cumplir con mis metas personales y profesionales.

Dante Condezo Calero

AGRADECIMIENTOS

Quisiera utilizar estas primeras líneas para manifestar mis más sinceros agradecimientos a las personas y organización que han contribuido a que se realice la presente investigación.

A la Escuela Profesional Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional "Hermilio Valdizán", alma mater de mi formación profesional, a los profesores y compañeros que compartieron toda mi vida universitaria, momentos muy especiales que siempre se quedaran grabados en mi corazón y mente.

Al Mg. Leodigario Ramírez Picón por apoyo, esfuerzo y dedicación, quien con sus conocimientos, su experiencia, su paciencia y su motivación ha logrado que pueda terminar mi tesis.

Al Gerente de la Polleria El Viajero señor Juan Campos Espinoza por el apoyo y facilidades para poder recoger la información.

Y a todas aquellas personas que de una u otra manera, me brindaron su valioso apoyo, para el éxito de esta investigación.

El autor.

RESUMEN

Parece innegable que la comunicación tiene relación con la satisfacción laboral, sin embargo a menudo, las organizaciones piensan que la relación entre éstas, es un proceso sencillo y natural, esto hace que no se aborden de una forma global.

En efecto tanto la satisfacción como la comunicación presentan una aparente paradoja: por un lado, pareciera un proceso evidente y por otro, alberga una gran complejidad.

Ante esta situación, surge la inquietud de realizar un trabajo de investigación que permita ahondar en la relación de estos temas.

El presente trabajo está dirigido a determinar la relación entre LA COMUNICACIÓN Y LA SATISFACCION LABORAL DE LOS TRABAJADORES DE LA POLLERIA EL VIAJERO E.I.R.L, 2016.

Se realizó una investigación de campo de nivel descriptivo, por cuanto se describió la la comunicación y la satisfaccion laboral en la Polleria El Viajero E.I.R.L, 2016.

El diseño de la investigación es no experimental con su variante transeccional, como instrumento de recolección de datos se utilizó técnica encuesta en cuanto al instrumento el cuestionario. La muestra es poblacional que estuvo constituida por 33 trabajadores. Aplicando el instrumento se analizaron y se interpretaron los resultados.

Se procedió a la discusión de resultados con el marco teórico, los

antecedentes y las hipótesis.

Este trabajo es importante porque, permitirá conocer con mayor detalle la relación elación entre relacion entre la comunicación y la satisfaccion labora con la finalidad de recomendar al gerente para elaborar un plan de capacitación.

El autor.

SUMMARY

It seems undeniable that communication is related to job satisfaction, however often organizations think that the relationship between them is a simple and natural process, this causes are not addressed in a comprehensive manner.

Indeed both satisfaction and communication have an apparent paradox: on the one hand, it seems an obvious process and on the other, has a great complexity.

In this situation, the concern to do work of investigation to delve into the relationship of these issues arise.

This work is aimed at determining the relationship between communication and job satisfaction WORKERS POLLERIA TRAVELERS E.I.R.L, 2016.

field research descriptive level, as the communication and job satisfaction in the Polleria The Traveler E.I.R.L, described 2016 was performed.

The research design is not experimental with his transeccional variant, as an instrument of survey data collection technique was used as the instrument the questionnaire. The sample population that consisted of 33 workers. By applying the instrument they were analyzed and the results were interpreted.

We proceeded to the discussion of results with the theoretical framework, background and assumptions.

This work is important because it will reveal the relationship between relation relationship between communication and satisfaction works in order to recommend the manager to develop a training plan in greater detail.

The Author

ÍNDICE

Página

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO.....	III
RESUMEN.....	IV
SUMMARY... ..	VI
INTRODUCCIÓN.....	XI
CAPÍTULO I	
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	
1.1. Descripción del Problema.....	12
1.2. Formulación del Problema.....	17
1.3.1. Problema general.....	17
1.3.2. Problemas específicos.....	17
1.3. Objetivos de la investigación.....	18
1.3.1. Objetivo general.....	18
1.3.2. Objetivos específicos.....	18
1.4. Hipótesis y sistema de hipótesis.....	18
1.4.1. Hipótesis general.....	18
1.4.2. Hipótesis específicas.....	18
1.5. Variables e indicadores.....	19

1.5.1. De la hipótesis general.....	19
1.5.2. De las hipótesis específicas.....	19
1.6. Operacionalización de las variables.....	20
1.7. Justificación de la investigación.....	20
1.7.1 Justificación Práctica	21
1.7.2 Justificación metodológica	21
1.8. Viabilidad.....	22
1.9. Limitaciones.....	23
CAPÍTULO II	
MARCO TEÓRICO	
2.1. Antecedentes del problema.....	25
2.1.1 A nivel local.....	25
2.1.2. A nivel Nacional.....	26
2.1.3. A nivel Internacional.....	27
2.2. Bases teóricas.....	28
2.2.1. De la variable independiente.....	28
2.2.2. De la variable dependiente.....	34
2.3. Definiciones conceptuales.....	44
CAPÍTULO III	

MARCO METODOLÓGICO	
3.1. Nivel de la investigación.....	48
3.2. Tipos de investigación.....	48
3.3. Diseño y esquema de investigación.....	49
3.4. Métodos de investigación.....	51
3.4.1. Método principal.....	51
3.4.2. Método secundario.....	51
3.5. Población y muestra.....	52
3.5.1. Determinación de la población.....	52
3.6. La muestra.....	53
3.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	54
3.8. Técnicas de recojo de procesamiento de datos.....	54
CAPÍTULO IV	
RESULTADOS	
4.1. Resultados del trabajo de campo, presentados en cuadros y gráficos.....	55
4.2. Contrastación de los resultados obtenidos durante el trabajo de campo con los referentes bibliográficos de las bases teórica.....	70
4.3. Contrastación de los resultados obtenidos durante el trabajo de campo con antecedentes.....	72

4.4. Contrastación de la hipótesis general en base a los resultados obtenidos o a través de la prueba de hipótesis.....	74
CONCLUSIONES.....	75
SUGERENCIAS.....	77
BIBLIOGRAFÍA.....	78
ANEXOS.....	81

INTRODUCCION

La comunicación organizacional es de gran influencia dentro de todos los procesos que conciernen a la vida laboral de las empresas, de su correcto funcionamiento depende que el trabajador mantenga su esfuerzo dirigido hacia las metas que plantea la organización.

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.

Para realizar este trabajo se tuvo el apoyo del gerente de la Pollería El Viajero que se encuentra en la Av. Universitaria 3082, Cayhuayna – Huánuco.

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad dar a conocer la relación entre la comunicación y la satisfacción laboral de los trabajadores de la Pollería el Viajero E.I.R.L, 2016, con el fin de generar un diagnóstico que pueda servir para cambiar o mejorar de esta institución.

El trabajo de investigación está estructurado en IV capítulos que consignan los siguientes aspectos:

El capítulo I, trata sobre el problema de investigación; interpretación clara y precisa sobre el panorama: descripción del

problema, formulación del problema, objetivo de la investigación, hipótesis, variables (sistema de variables e indicadores), justificación, viabilidad y limitaciones.

En el capítulo II, se describe el marco teórico; aborda los antecedentes de la investigación, las bases teóricas y definición de términos básicos.

En el capítulo III, se describe el marco metodológico, aborda métodos que se han utilizado durante la materialización del trabajo de investigación, el nivel y el tipo de investigación, diseño de investigación, métodos, la población y la muestra (unidad de análisis), las técnicas e instrumentos utilizado para la recolección de datos, y finalmente se realizó el procesamiento y presentación de datos.

En el capítulo IV, la presentación de resultados obtenido durante el trabajo de campo, los mismos que fueron procesado, analizados e interpretados utilizando métodos, técnicas de la estadística descriptiva. Finalmente, la comprobación y/o contrastación de las hipótesis y la discusión de resultados con los antecedentes, con las teorías e hipótesis.

El Autor

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

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 presenta a continuación un cuerpo coordinado y coherente de términos en relación existente de ambas variables de estudio.

En la actualidad, la satisfacción laboral se ha convertido en un indicador clave de desempeño para muchas empresas líderes en Europa, sobre todo dentro del marco de los programas de la Gestión de la Calidad Total (Total Quality Management). Además, "las empresas que practican benchmarking están convencidas de

que es tan importante conocer y responder a las opiniones de sus empleados como lo es proteger y fomentar los intereses de los propios accionistas de la misma" (Martínez Caraballo, 2007,83). Por ello, incrementar la Satisfacción laboral de los trabajadores debería ser una misión de la organización (Friday y Friday, 2003; Crossman y Abou-Zaki, 2003)

Con esta premisa, en un trabajo presentado anteriormente (Perez Vilar Azzolini, 2011) se ha señalado la importancia de una efectiva y eficiente comunicación interpersonal junto con buenas relaciones en interpersonales como parte de la influencia de la cultura organizacional en la Satisfacción laboral. También en Perez Vilar, Azzolini (2011) se han presentado algunos estudios vinculados a la influencia del clima organizacional sobre la Satisfacción laboral. Particularmente cabe destacar que según Dolan, Schuler y Valle (1999) un clima que favorece la comunicación ha demostrado estar relacionado positivamente con la Satisfacción laboral; por ello, resulta relevante la revisión de los trabajos que estudian distintos aspectos de ambas variables.

Se han realizado diferentes estudios que involucran las dos variables de este trabajo de tesis, comunicación y satisfacción laboral. Las investigaciones recopiladas indican que existen elementos significativos que contribuyen u obstaculizar la satisfacción laborar de los colaboradores en una organización.

A nivel de Latinoamérica podemos observar de manera creciente la preocupación de las empresas por establecer parámetros en los que basarse al momento de mejorar la calidad de vida del trabajador dentro de la empresa por lo que la comunicación organizacional está inmersa en dicho estudio.

En América Latina, la estabilidad progresiva de intercambios de significación simbólica en la gestión de la comunicación organizacional ya no se limitan principalmente a los contextos de interacción cara a cara sino que se están desarrollando, de manera creciente, abierta y prolongada, diversas situaciones y argumentaciones de mediación perfiladas principalmente por las estructuras institucionales y los medios de comunicación masiva. La dualidad de estas convergencias es fundamental en la caracterización que J. B. Thompson (1998) conforma para tipificar a las sociedades modernas como modernas. (León, 2002, p 52)

En el ámbito internacional podemos encontrar muchos trabajos relacionados en el tema de comunicación y satisfacción Madrid (2008) elaboró un diagnóstico para determinar cuál es el flujo de la comunicación interna en puestos administrativos y operativos de una empresa guatemalteca fabricante de productos plásticos; para lo cual utilizó investigación descriptiva y encuestas. Encontró que dentro de la empresa no se cuenta con un proceso de comunicación interna establecido, a pesar de ello, los canales

de comunicación utilizados son los adecuados para el funcionamiento de sus puestos y el cumplimiento de las metas. Concluyó que la comunicación entre los puestos administrativos y operativos facilita el desempeño de labores y el cumplimiento de metas. Asimismo, que el flujo de la comunicación dentro del área administrativa y operativa es descendente, lo que facilita el establecimiento de tareas y el cumplimiento de las mismas.

En el ámbito nacional los trabajos relacionados fueron los siguientes;

Olivares 2005 este trabajo de investigación fue para determinar la Satisfacción Laboral del personal docente del Departamento Académico de Clínica Estomatológica de la Facultad de Estomatología Roberto Beltrán Neira de la Universidad Peruana Cayetano Heredia, tomando como grupo de estudio a 36 docentes (14 mujeres y 22 hombres) que se encontraban laborando en febrero del 2005. Se evaluó la Satisfacción Laboral mediante 4 factores y son los siguientes: por la Institución, por la Remuneración, por la Tensión Laboral y por las Condiciones laborales. Esto se realizó mediante una encuesta utilizando la escala de Likert.

Olivos 2014 en este trabajo de investigación los resultados más relevantes se establece que el tipo de comunicación interna que predomina es la informal, existiendo deficiencia en la comunicación

de funciones, políticas y protocolos de atención al cliente; y que la calidad de servicio es en sus tres dimensiones (calidad de resultados, calidad del entorno físico y calidad de interacción) corresponde a un nivel medio.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. Problema general

¿Qué relación existe entre la comunicación y la satisfacción laboral de los trabajadores de la Polleria el Viajero E.I.R.L, 2016?.

1.2.2. Problemas específicos

PE₁: ¿Cómo es la comunicación entre los empleados de la Polleria el Viajero E.I.R.L, 2016?

PE₂: ¿Cuál es el nivel de satisfacción laboral de los empleados de la Polleria el Viajero E.I.R.L, 2016?

1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1 Objetivo general

Establecer la relación existe entre la comunicación y la satisfacción laboral de los trabajadores de la Polleria el Viajero E.I.R.L. 2016.

1.3.2. Objetivos específicos

OE₁: Establecer el nivel de comunicación entre los empleados de la Polleria el Viajero E.I.R.L. 2016.

OE₂: Establecer el nivel de satisfacción laboral de los empleados de la Polleria el Viajero E.I.R.L.

1.4. HIPÓTESIS

1.4.1. Hipótesis general

La comunicación se relaciona con la satisfacción laboral de los trabajadores de la Polleria el Viajero E.I.R.L, 2016

1.4.2. Hipótesis específicos

Hi₁: La Comunicación influye en la satisfacción laboral de los empleados de la Polleria el Viajero.

Hi₂: Una mala comunicación de los empleados de la Polleria el Viajero conlleva a la insatisfacción laboral.

1.5. VARIABLES E INDICADORES

1.5.1. De la hipótesis general

HIPÓTESIS GENERAL	
La comunicación se relaciona con la satisfacción laboral de los trabajadores de la Polleria el Viajero E.I.R.L, 2016	
VARIABLE INDEPENDIENTE	VARIABLE DEPENDIENTE
Comunicación	Satisfacción laboral

1.5.2. De las hipótesis específicas

HIPÓTESIS ESPECÍFICOS	
Hi ₁ : La Comunicación influye en la satisfacción laboral de los empleados de la Polleria el Viajero.	
Variable independiente	Variable dependiente
Hi ₁ : La Comunicación influye los empleados de la Polleria el Viajero	Satisfacción laboral
Hi ₂ : Una mala comunicación de los empleados de la Polleria el Viajero conlleva a la insatisfacción laboral.	
Variable independiente	Variable dependiente
Hi ₂ : Mala comunicación en la organización	Satisfacción Laboral

1.6. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variable independiente (Vi=V1)	"COMUNICACIÓN"		
Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Técnicas e instrumentos
<p>La comunicación organizacional es el proceso mediante el cual las personas intercambian información en una organización. Algunas comunicaciones fluyen por la estructura organizacional formal y la informal; otras bajan o suben a lo largo de niveles jerárquicos, mientras algunas más se mueven en dirección lateral u horizontal.</p> <p>La comunicación organizacional, como la interpersonal, no es perfecta, sino que se transforma a lo largo del proceso. (Chiavenato I., 2010).</p>	<p>Proceso Información Estructura organizacional Comunicación interpersonal</p>	<p>Emisor Receptor Mensaje Decodificación Retroalimentación Comunicación Formal Comunicación Informal Canales de comunicación Interna Externa</p>	<p>TÉCNICA N° 1 Encuesta</p> <p>INSTRUMENT O N° 1 Cuestionario</p>

Variable dependiente (Vd=V2)	"SATISFACCIÓN LABORAL"		
Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Técnicas e instrumentos
<p>La satisfacción en el trabajo, concentrándose básicamente en los niveles de satisfacción e insatisfacción sobre la proyección actitudinal del positivismo y negativismo, defendiéndola como la actitud general de un Individuo hacia su trabajo. Indicando que existen factores importantes que conducen a la satisfacción en el puesto, que producen su efecto en el desempeño laboral.</p>	<p>Insatisfacción Actitud Factores Desempeño</p>	<p>Salida Lealtad Negligencia Positiva Negativa Trabajo desafiante Recompensas Condiciones de Trabajo Productividad Ausentismo Rotación</p>	<p>TÉCNICA N° 1 Encuesta INSTRUMENTO N° 1 Cuestionario</p>

1.7. JUSTIFICACIÓN DE LAS VARIABLES

El informe de la investigación contribuyó al desarrollo de la empresa anteriormente mencionado, permitiéndole que se mejore la comunicación una mejor satisfacción laboral. Se planteó los siguientes motivos para justificar que este estudio deba efectuarse.

1.7.1. Justificación Práctica

Esta investigación se realizó no solo para el beneficio de los trabajadores de la Pollería el Viajero, sino fundamentalmente quienes comparten con ellos y en consecuencia los clientes en general.

1.7.2. Justificación metodológica

Los métodos, procedimientos y técnicas e instrumentos empleados en la investigación, una vez demostrado su validez y confiabilidad podrán ser utilizados en otros trabajos de investigación.

1.7.3. Importancia

Inducir un cambio en hábitos, costumbres, conductas, actitudes, etc., que siempre se han realizado, de los cuales sus peligros y consecuencias no se perciben de inmediato y, que, además, el perceptor siente como una invasión a su privacidad, es una tarea muy compleja, puesto que el ser humano, una vez que ha desarrollado un estilo de vida, muestra renuencia al cambio.

Comunicar nos permite constatar que hemos sobrevivido y que estamos preparados para afrontar los nuevos retos que se nos presentan. Nos permite seguir presentes en el juego del mercado. Sin embargo, no „todo vale“ en la comunicación.

1.8. VIABILIDAD

Los factores que permitieron para la materialización de este trabajo de investigación se detallan a continuación:

1.8.1. Aspecto económico

Para la materialización del presente trabajo de investigación han sido autofinanciados con el aporte de los investigadores.

1.8.2. Aspectos bibliográficos

Se han encontrado varias publicaciones de autores que hablan en sus ediciones sobre fundamentos de la comunicación organizacional y satisfacción laboral.

1.8.4. Aspecto de accesibilidad

Se contó con el permiso del Gerente de los trabajadores de la Polleria el Viajero E.I.R.L., para realizar la investigación, la misma que ha sido visto como una oportunidad y aporte valiosos para seguir creciendo empresarialmente.

1.8.5. Aspecto legal

Se contó con el respaldo de la Ley Universitaria, Ley 30220 Capítulo V de los Estudios y Grados (Artículos 44 y 45), reglamento de grados y títulos de la UNHEVAL y de la facultad Ciencias Administrativas y turismo

1.9 LIMITACIONES

Todo trabajo requiere encontrar sustento y referencias para su mejor desarrollo; sin embargo, en la elaboración del presente trabajo de investigación se tuvo las siguientes dificultades:

1.9.1. Metodológico

En la investigación debo considerar el escaso manejo científico que tuve sobre la metodología de la investigación que debe seguirse para materializarlo.

1.9.2. Tecnológico

En el trabajo tuve desconocimiento en el manejo de software de estadística como SPS que sirve para la comprobación de hipótesis.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

El presente trabajo de investigación ha sido tratado en diferentes contextos, tiempos y sobre todo con diversos fines, estos sirven como un marco referencial los cuales refuerzan el sustento de un nuevo trabajo.

Este comentario no es ajeno al presente trabajo, ya se realizaron investigaciones previas con semejanza parcial al presente trabajo. Para señalarlos es conveniente demarcarlos por niveles:

2.1.1. Nivel local

CÓRDOVA SALAZAR, Yaquelina, “EL CLIMA ORGANIZACIONAL Y SU INCIDENCIA EN EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS TRABAJADORES DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE PILLCO MARCA- 2013”. Tesis para optar el título profesional de licenciado en administración, el tesista arribó a las siguientes conclusiones:

- Existe inconformidad por parte de los trabajadores en cuanto al clima organizacional existente en la Municipalidad Distrital de Pillco Marca.
- El desempeño laboral de los trabajadores se ve afectado en gran parte por la aplicación del liderazgo

autocrático, ya que impide la aportación de nuevas ideas y los cohibe en cierto modo a dar un valor agregado a su trabajo diario.

- Existe desmotivación en los trabajadores por la falta de reconocimiento a su labor por parte de los directivos.
- El sistema de comunicación que se aplica actualmente en la institución son formales y se mantiene el estilo jerarquizado lo que impide fortalecer los lazos entre directivos y trabajadores.
- No fomentar trabajo en equipo ocasiona una falta de compañerismo y participación en las actividades empresariales, lo que incide finalmente en la falta de compromiso organizacional.

2.1.2. Nivel nacional

Luz María del Rosario Vargas Pardo, " INFLUENCIA DE LA SATISFACCIÓN LABORAL EN EL CLIMA ORGANIZACIONAL EN LA I.E. "SARA ANTONIETA BULLÓN" – LAMBAYEQUE", Tesis para optar el título de Licenciada en administración de empresas, la tesista arribó a las siguientes conclusiones:

- Al medir el clima organizacional de la I.E. "Sara A. Bullón" de Lambayeque, se concluyó que más de $\frac{3}{4}$ del personal

encuestado describe el clima de su organización como un sistema consultivo; que, aunque es un clima aceptable, puede ser mejorado y llegar a ser un clima de participación en grupo, con mayor comunicación, dinamismo, etc. Por último, y como conclusión general, la influencia de la satisfacción laboral en el clima organizacional de la I.E. "Sara A. Bullón" se da de forma positiva ($r = 0.452$), pero en un pequeño porcentaje (20.39%), por lo que debe tenerse en cuenta otros factores que afectarían al correcto desarrollo del clima organizacional de la institución mencionada anteriormente.

- Es una opción necesaria y pertinente en toda Institución Educativa, aquella que logre vincular el trabajo docente, clima escolar acogedor y la participación de todos los miembros de la comunidad educativa; por ello me permito sugerir que: Para aumentar la satisfacción laboral en los trabajadores de la I.E. se debiera agilizar los trámites de la construcción de la infraestructura escolar ya que este es el principal factor de la desorganización de la gestión educativa.

2.1.3. Nivel internacional

Valeria Alexandra Núñez Solís, “LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN LABORAL DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS DEL MINISTERIO DE EDUCACIÓN ZONA 3 DE LA CIUDAD DE AMBATO”, Tesis para optar el Título de Psicólogo Industrial, la tesista arribó a las siguientes conclusiones:

- ✓ La Comunicación Organizacional sí tiene relación directa con la Satisfacción Laboral de los Servidores Públicos del Ministerio de Educación, Zona 3 de la ciudad de Ambato.
- ✓ Se requiere reforzar los elementos de la comunicación organizacional en los Servidores Públicos Administrativos del Ministerio de Educación, Zona 3 de la ciudad de Ambato.
- ✓ Por medio del cuestionario aplicado, se determinó que existe un bajo nivel de satisfacción laboral, proporcionando así un parámetro para el trabajo posterior, para los Servidores Públicos del Ministerio de Educación, Zona 3 de la ciudad de Ambato.
- ✓ Con los resultados anteriores, se estableció que se requiere crear un instrumento que fortalezca la

comunicación organizacional y elevar los niveles de satisfacción laboral en los Servidores Públicos del Ministerio de Educación, Zona 3 de la ciudad de Ambato.

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. De la variable independiente

LA COMUNICACIÓN

Para definir qué es la comunicación partiremos que la palabra proviene de la voz latina "comunicare" quiere decir, poner o puesto en común (Flores de Gortari, 1998, p. 24)

De la misma manera, Antonio Pasquali en su obra "Comunicación y cultura de masas", ha realizado investigaciones sobre el tema, de donde se desprende que "La comunicación aparece en el instante mismo en que la estructura social comienza a configurarse, justo como su esencial ingrediente estructural y que donde no hay comunicación no puede formarse ninguna estructura social" (1978, p.24). Para Pasquali el término comunicación debe reservarse a la interrelación humana, al intercambio de mensajes entre hombres, sean cuales fueren los aparatos intermediarios utilizados para facilitar la interrelación a distancia. De esta forma, el autor define la comunicación

como “La relación comunitaria humana consistente en la emisión- receptor de mensajes entre interlocutores en estado de total reciprocidad, siendo por ello un factor esencial de convivencia y un elemento determinante de las formas que asume la sociabilidad del hombre”. Tal y como puede apreciarse, el acto comunicativo de una persona a otra construye una parte esencial de la vida social y de la convivencia entre los seres humanos, la cual abarca de alguna manera todas las esferas de la interacciones humanas. Es este sentido se puede ver que la comunicación representa todo el intercambio de información y la transmisión de significados. Siendo ésta de vital importancia porque permite expresar las necesidades humanas, así como las emociones, sentimientos y expectativas de los individuos con todo esto se puede decir que por medio de la comunicación el ser humano es capaz de expresar y representar prácticamente todos los aspectos de la experiencia.

Comunicación organizacional

Para Rodríguez Mancilla (2006), la comunicación organizacional es básica para la producción, innovación y mantenimiento de las empresas. La comunicación corporativa cumple con las funciones de informar, organizar

y comunicar al personal. Para este autor, el término de comunicación organizacional se divide en tres:

- La comunicación es algo que se da de forma natural en una empresa. Debido a que es de los procesos más importantes para una persona, es imprescindible para una sociedad o una empresa. Desde este punto de vista se puede entender la comunicación organizacional como el grupo de mensajes que intercambian los trabajadores dentro de una empresa.
- Toma en cuenta el término como una disciplina que busca el cómo se da el fenómeno de la comunicación entre los trabajadores dentro de la organización.
- Puede ser desde el punto de vista de las técnicas que se utilizan para agilizar o permitir los mensajes dentro de los miembros de la empresa, entre la organización y su medio o cómo influyen las actitudes y conductas en los públicos internos.

Según Cervera Fantoni (2008) la comunicación interna es la promotora de la transparencia en la organización, por ello no solo es un medio de información, sino también de comunicación. Por medio de ella se puede comunicar información de la empresa, pero también construir identidad, motivar a los trabajadores, reflexionar sobre la empresa

como entidad, publicar los resultados individuales o grupales de la empresa, entre muchas otras funciones.

Fernández Collazo (2007), afirma que la comunicación informal puede ser más eficiente que la formal en estados de crisis o cuando hay problemas dentro de la empresa.

Siendo así de vital importancia porque permite expresar las necesidades humanas, así como las emociones, sentimientos y expectativas de los individuos; es decir, por medio de la comunicación el ser humano es capaz de expresar y representar prácticamente todos los aspectos de la experiencia.

El objetivo de la comunicación

Koontz y Weihrich (2004) en su sentido más amplio, el objetivo de la comunicación en una empresa es suscitar un cambio, mover a la acción para el bien de la compañía. La comunicación es esencial para el funcionamiento interno de las empresas porque integra las funciones administrativas.

En particular, se necesita comunicación para:

- ✓ Fijar y difundir las metas de la empresa.
- ✓ Trazar los planes para conseguirlas.
- ✓ Organizar los recursos humanos y de otro tipo de la manera más eficaz y eficiente.
- ✓ Elegir, desarrollar y evaluar a los miembros de la

organización.

- ✓ Dirigir, orientar, motivar y crear un ambiente en el que las personas quieran dar su aportación.
- ✓ Controlar el desempeño.

Modelos de comunicación

Existen diferentes modelos de comunicación o tipos de organigramas por los cuales fluye la comunicación, los más comunes y los más utilizados son los siguientes: -

Direccional y bidireccional

Direccional como su nombre lo dice se refiere al tipo de comunicación en donde el emisor conserva la autoridad y no hay "feedback" o respuesta de parte del receptor.

Por otro lado, en la bidireccional hay más flujo de información, y el intercambio es igualitario, el receptor puede responder al emisor del mensaje.

Martínez Posadas (1990) resume la comunicación bidireccional en ocho pasos:

- La elaboración de la idea que el emisor quiere enviar, si el primer paso no tiene suficiente importancia todos los demás no se desarrollan como deben.
- Como segundo paso el autor propone el convertir la idea, codificarla para poder transmitir el mensaje, en este paso el emisor decide bajo qué medio va a transmitir el

mensaje.

- La transmisión del mensaje es el siguiente paso en donde el mensaje ya está fabricado para el receptor.
- El cuarto paso es la recepción del mensaje, en este paso el interés es del receptor ya que él decide si recibe el mensaje. Si el receptor no cumple con su cargo de recibir el mensaje, éste pierde importancia.
- Después de recibir el mensaje, el receptor debe decodificarlo para poder entenderlo, el comunicador debió hacer el mensaje claro para que el receptor pueda entenderlo.
- La aceptación es el sexto paso en donde el receptor ya sabe sobre el mensaje pero está en sus manos aceptarlo o rechazarlo.
- Como séptimo paso, se determina el uso de la información por parte del receptor.

Tipos de comunicación

Castro (2007), enfocó los tipos de comunicación como esenciales, pues la expresión del rostro anuncia si la persona percibe lo que se está expresando, si hay sorpresa, alegría, tristeza, desacuerdo o acuerdo, con lo que se está presentando.

En la comunicación oral, el tono de voz debe ser claro, a una velocidad aceptable, es decir, ni muy rápida, ni muy lenta, aunque algunas veces el cambio de ritmo le da a la conversación un estilo más interesante. Recomienda utilizar un tono de voz firme, confiado y modulado.

Toda persona que habla una lengua se escucha a sí mismo, así que un mensaje puede ser variado, adaptado o corregido durante la comunicación. La forma de expresión permite prolongar el mensaje, hacer pausas y cambiar de tono de voz de acuerdo al tipo de conversación.

Según Arthur Schermerhorn (2010), la comunicación vertical está dentro del ámbito empresarial, se denomina esta comunicación una forma de comunicar, a aquella que fluye ascendente o descendentemente entre empleados y jefes.

Esta comunicación permite regular y controlar la conducta de los subordinados en aspectos tales como:

- Instrucciones y planificación de las tareas.
- Información relativa a procedimientos, prácticas, políticas.
- Valoración del rendimiento de los empleados.

Los canales de comunicación empleados para la misma son:

- Teléfono
- Reuniones

- Correo electrónico
- Manuales, guías.

Los canales más eficaces para transmitir información son las reuniones y el teléfono. Permite condensar una gran cantidad de información en un breve espacio de tiempo.

El mismo autor dice que la dirección que toma esta comunicación vertical es entre las diferentes posiciones de la jerarquía empresarial, es decir de empleados a superiores y viceversa. Lo positivo de esta comunicación es que se pasa información con la cual se sabe qué está ocurriendo en los diferentes estratos de la organización.

John Schermerhorn (2010) explica que existen dos estilos más sobre la comunicación vertical los cuales son:

- Descendente: Este tipo de comunicación es la utilizada por los mandos superiores, la dirección, con el fin de mantener informados a los empleados. Con ella se controla la conducta de los subordinados al igual que se utiliza para regular el sistema de funcionamiento. Se trata de una información de poder. Su efectividad depende de lo extensa que sea la jerarquía de la empresa, así en empresas de gran tamaño puede llegar a tener menos efectividad debido al distanciamiento y esto puede llevar

a una distorsión de la información. En este caso se deberá recurrir a algún tipo de solución para evitarlo.

- **Ascendente:** La comunicación ascendente es complementaria a la descendente, consistente en que los subordinados informen a la dirección. Lamentablemente la comunicación ascendente suele ser bastante insuficiente y suele ser poco valorada por la jerarquía, pero no debemos olvidar que para los empleados de la organización es necesaria y positiva, a parte que puede llegar a ser muy útil para que los directivos sepan qué es lo que está ocurriendo.

Para Robbins y Coulter (2005) existen tres tipos de comunicación interpersonal:

- **Comunicación oral:** Este es el principal medio para transmitir mensajes. Las ventajas de la comunicación oral son la velocidad y la retroalimentación. Si el receptor no está seguro del mensaje, el emisor lo detecta por la realimentación inmediata y puede corregirse. La principal desventaja de la comunicación oral aflora en las organizaciones cuando el mensaje debe pasar a través de varias personas.
- **Comunicación escrita:** Entre ellos se encuentra los

correos electrónicos, memorandos, cartas, noticias publicadas en boletín entre otros. Se utiliza este sistema, ya que es tangible y verificable debido a que se lleva un registro. Los mensajes escritos también tienen su desventaja debido a que se puede consumir demasiado tiempo en la redacción y transmisión de éste.

- * Comunicación no verbal: Ninguna exposición de la comunicación estaría completa sin detenerse en la comunicación no verbal, ya que abarca los movimientos del cuerpo, la entonación o énfasis que le damos a las palabras, las expresiones faciales y las distancias físicas entre el emisor y receptor.

Barreras de comunicación

La comunicación no solo consiste en enviar mensajes y esperar que los receptores lo decodifiquen, se debe hacer un esfuerzo por que le llegue al receptor y éste tenga el ánimo de entenderlo. Existen tres tipos de barreras que obstaculizan la comunicación:

- Barreras físicas: Son todas las interferencias en el entorno donde se da la comunicación. Estos pueden ser ruidos distractores o perturbaciones que distraen, dependiendo del canal utilizado pueden ser ruidos

mecánicos o magnéticos, en caso de ruidos tecnológicos.

- **Barreras semánticas:** Como se sabe, la semántica es la ciencia que estudia el significado, por lo tanto cada persona puede interpretar señas o signos a su manera. Esta barrera es de problemas de actitud, según Ramos (2009) la barrera causa ruido al deformar el contenido dependiendo de las circunstancias del receptor.
- **Barreras psicológica:** Son las interferencias creadas por las emociones, malos hábitos de escuchar y valores humanos. También se les llama barreras personales y pueden derivarse de diferencias de nivel socioeconómico, experiencias o educación.
- **Barreras fisiológicas:** Son todas las limitaciones orgánicas que tienen los emisores o receptores, como por ejemplo problemas en el oído o de habla. Hay otras barreras dentro de la comunicación como administrativas, sociológicas o culturales, pero todas se resumen en no poder llevar el mensaje correctamente al receptor.
- **Barreras culturales:** Se refiere a las limitaciones y diferencias de culturas que tienen los interlocutores. Dependen del idioma, tradiciones, experiencias vividas, diferencia de conocimiento, entre otras. También tiene importancia el significado simbólico para cada persona,

ya que algo puede tener suma importancia, mientras que otra persona no le tome mucha importancia. Este tipo de barrera también va ligado mucho con las barreras semánticas, dependiendo de qué significan los símbolos para cada interlocutor, ésta va a ser la importancia o el entendimiento que le dé.

Comunicación interna en la empresa

Muñiz, (2008) quien señala que la comunicación interna es la que está dirigida por los empleados y nace como respuesta a las nuevas necesidades de las compañías de motivar al equipo humano y retener a los mejores en un entorno empresarial donde el cambio es cada vez más rápido. Agrega que es un error pensar que la comunicación interna es un lujo y exclusivo de organizaciones grandes. Es por ello, que la comunicación interna se ha convertido en uno de los grandes retos profesionales del siglo XXI, donde son pocas las entidades que desarrollan una adecuada política de comunicación interna que contribuye a implantar los cambios y a lograr los objetivos corporativos y estratégicos de las organizaciones.

Posteriormente, menciona que para aumentar la eficacia del equipo humano, quienes son los verdaderos creadores de

los resultados, los empleados deben sentirse a gusto y como parte de la organización; esto se logra únicamente si los empleados están informados, conocen las diferentes áreas de la compañía, la misión, visión, filosofía, valores, estrategias, etc; de esta forma, los empleados estarán dispuestos a dar todo de sí mismos para alcanzar las metas. No se debe olvidar que la comunicación interna ayuda a reducir la incertidumbre y prevenir los rumores que son un elemento de alto peligro para las organizaciones.

Funciones de puesto e identificación laboral

Dentro de dicha investigación se utilizó los factores de funciones de puesto e identificación laboral para poder relacionarlos con la comunicación en una organización.

1.2 **Satisfacción laboral**

Elizabeth Quintana (2009) explica que la satisfacción laboral es como un estado emocional positivo o agradable de la percepción subjetiva de las experiencias laborales del sujeto. Ivancevich (2012) definen la satisfacción laboral como una respuesta afectiva o emocional hacia varias facetas del trabajo del individuo. También se define como una respuesta, como resultado de cubrir una serie de necesidades, las cuales varían de una persona a otra. Para

que la persona pueda probar la satisfacción laboral se necesita estimulación intrínseca, esto se logra a través de los incentivos ya sean monetarios o no monetarios.

El modelo planteado por Herzberg señala que la satisfacción laboral sólo puede venir generada por los factores intrínsecos (a los que llamó "factores motivadores") mientras que la insatisfacción laboral sería generada por los factores extrínsecos (a los que llamó "factores higiénicos"). La diferencia entre factores higiénicos externos de la satisfacción laboral es relevante para conocer cuáles son los motivos que determinan y orientan el comportamiento del empleado dentro de la organización.

Algunos de los factores extrínsecos se explican a continuación:

- **Salario:** Es la cantidad de signos monetarios percibidos por el colaborador, tomando en cuenta cualquier gratificación, percepción, habilitación o cualquier otra cantidad que sea entregada a cambio de la labor ordinaria ejecutada.
- **Seguridad en el trabajo:** sensación de seguridad que siente el trabajador en su puesto.
- **Condiciones de trabajo:** Referida al horario, espacio, iluminación, ventilación, limpieza de ruidos, etc.

- Estatus: expresa la posición o prestigio sociolaboral de una persona dentro del grupo de trabajadores, que prestan sus servicios en la organización.
- Supervisión: se refiere al estilo de liderazgo, a la competencia o incompetencia, parcialidad o imparcialidad de supervisión respecto a sus subordinados.
- Relaciones interpersonales: los vínculos de trabajo y afectivos que se establecen entre los trabajadores, sus compañeros de trabajo, sus supervisores y sus subordinados en caso de tenerlos.
- Políticas empresariales y administrativas: conjunto de premisas organizacionales y administrativas que rigen la forma de actuar, proceder de los miembros de la empresa y la manera como los trabajadores la perciben.
- Vida personal: situación en las cuales algún aspecto del trabajo afecta la vida personal del trabajador.

Sin embargo, Herzberg (1959) considera esos factores extrínsecos muy limitados en su capacidad de influir poderosamente en el comportamiento de los empleados.

Del mismo modo, explica una serie de condiciones intrínsecas del puesto, que existe y funcionan para constituir fuertes niveles de motivación que pueden originar un buen

desempeño. Esta serie se llama los satisfactores o motivadores:

- Reconocimiento: cualquier acto de gratitud dado al colaborador, por la realización o ejecución de una labor exitosa.
- Logro: actitud expresada por el trabajador que implica la culminación exitosa de una tarea, la solución de algún problema y el conocimiento de los resultados de su propio trabajo. (Herzberg 1959 citado por Shultz).
- Crecimiento: las posibilidades que el individuo tiene de superarse, crecer dentro de la empresa adquiriendo nuevas habilidades y perspectivas profesionales.
- Ascenso: la existencia de un cambio de posición de la jerarquía laboral.
- Responsabilidad: capacidad de los trabajadores de responder, en forma individual o colectiva por las actividades inherentes a su cargo y las consecuencias derivadas de la ejecución de dichas actividades.
- Trabajo en sí: satisfacción que experimenta el trabajador por su trabajo, bien sea este creativo o mecánico, fácil o complicado.

La satisfacción en el trabajo, depende del papel que ésta posea sobre la conducta es decir, la satisfacción puede

concebirse como un producto o resultado del desempeño o también como una disposición que activa a la persona a trabajar.

Como se puede ver anteriormente, la comunicación y la satisfacción laboral son factores importantes en una organización y para el colaborador la satisfacción laboral es indispensable para poder realizar sus funciones en cualquier organización de una forma eficiente. A la vez debe existir una buena base respecto de la comunicación ya que si no se generan diálogos adecuados y específicos pueden existir confusiones, y esto puede implicar problemas dentro de los colaboradores como dentro de la misma organización de forma global. Por ello, se presenta dicho estudio para poder relacionar la comunicación respecto de la satisfacción laboral que puedan sentir los colaboradores de dicha empresa.

Identificación con la empresa

Cuando un trabajador se identifica con la empresa, se involucrará en los proyectos posibles de la empresa y siempre que pueda aportará todo cuanto esté a su alcance, enfocando hacia la misión y visión de la empresa, logrando con todo ello una mejora en la calidad, la productividad y el rendimiento del trabajador.

Pero cuando se produce una alienación con respecto a la empresa, se logra justamente el efecto contrario, decae la actividad positiva del trabajador y se puede ver cómo caen en picado la productividad y la implicación, con su consecuente impacto en los clientes y los resultados, traduciéndose en una mala imagen de la empresa que afecta a todos los campos objetivo, y lógicamente un mal servicio o producto.

Según Zalesnik y Bornard (2005), para que un empleado se sienta identificado con la empresa en donde labora debe existir la participación de varios factores que los induzcan a esto, estos pueden ser como: solidaridad, aprehensión, buena comunicación, entre otros, ya que no en todas las organizaciones existe este compromiso por parte de sus colaboradores, es importante reconocer cuál es el elemento o los elementos que le dan este valor agregado a la organización, para lograr mejorar la eficiencia y productividad de cada uno de los colaboradores.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

El marco metodológico del presente trabajo de investigación se clasificó de la siguiente manera:

3.1. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

El nivel del presente trabajo de investigación fue Descriptivo/Correlacional, porque nos permitió describir, especificar propiedades, características, como también la asociación de variables.

3.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de investigación se enmarcó dentro de los siguientes tipos de investigación.

3.2.1. Por su finalidad: el presente trabajo de investigación fue Básica, porque a través de manejo de diferentes teorías se conoce en forma detallada la relación que existe entre el la comunicación y satisfacción laboral de los trabajadores de la "Pollería el Viajero".

- 3.2.2. Por su alcance temporal: el presente trabajo de investigación fue sincrónica, porque se realizó el estudio de las 2 variables en un periodo de tiempo corto (6 meses).
- 3.2.3. Por su profundidad: el presente trabajo de investigación fue Descriptivo, porque se describió las relaciones entre el la comunicación y satisfacción laboral de los trabajadores de la Pollería el Viajero.
- 3.2.4. Por su carácter: el presente trabajo de investigación fue mixta, porque en el tipo de investigación cualitativa se interpretaran los datos para comprender el problema materia de estudio; en el tipo de investigación cuantitativa los datos recogidos durante el trabajo de campo se procesan utilizando métodos estadísticos y los resultados son presentados en porcentajes y gráficos.
- 3.2.5. Por su marco: el presente trabajo de investigación fue de campo, porque para el recojo de datos del tesista me constituí a la Pollería el Viajero.

3.2.6. Por su fuente: el presente trabajo de investigación fue mixta, porque se recoge datos de la misma empresa materia de estudio (fuentes primarias) y se utiliza datos de otras investigaciones para complementar el presente trabajo de investigación (fuentes secundarias).

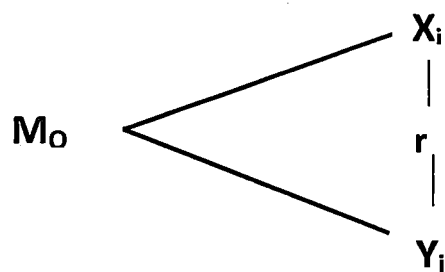
3.2.7. Por su objeto sobre el cual se trabaja: el presente trabajo de investigación fue disciplinar, porque estuvo compuesto por el la comunicación y la satisfacción laboral, ya que ambas son disciplinas de las Ciencias Administrativas.

3.3. DISEÑO Y ESQUEMA DE INVESTIGACIÓN

Según HERNANDEZ SAMPIERE, Roberto; FERNANDEZ COLLADO, Carlos; BAPTISTA LUCIO, Pilar. Metodología de la Investigación (1997. 108) y otros, al respecto de los diseños de investigación manifiestan:

“Con el propósito de responder a las preguntas de investigación y someter a prueba las hipótesis formuladas, se selecciona un diseño específico de investigación. Los diseños pueden ser experimentales: (experimento puro, pre experimental y cuasi experimentales), o no experimentales (transeccionales y longitudinales)”.

Tomando como referencia la tipología planteada líneas arriba; se puede manifestar que el presente trabajo de investigación se desarrolló dentro del diseño no experimental con su variante descriptivo/correlacional, porque se estudió la relación existente entre la comunicación y la satisfacción laboral de la empresa Restauran el Viajero; el esquema se indica a continuación:



Dónde:

M_0 : Muestra.

X_i : Comunicación.

Y_i : Satisfacción Laboral.

r : Relación.

3.4. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Referente al método de investigación, según Roberto Ávila Acosta.

Introducción a la Metodología de la Investigación, 2000: pag. 43.

Define de la siguiente manera:

Entendemos como método al camino o procedimiento que se sigue mediante un conjunto sistemático de operaciones y reglas

prefijadas para alcanzar un resultado propuesto. El método es el orden que se sigue en las ciencias para hallar la verdad y enseñar la manera de alcanzar un objetivo, también es un determinado procedimiento para ordenar una actividad. Considerando la forma como se trata el fenómeno o hecho (natural o experimentalmente) y el rigor en el control y manipulación de las variables de estudio.

Entendido de esta manera los métodos de investigación, se puede precisar que los métodos que se utilizó durante la materialización del presente trabajo de investigación son los siguientes:

3.4.1. Método Principal

Como método principal que se empleó durante la materialización del presente trabajo de investigación es el Método Científico que es entendido como un conjunto de procedimientos que permite materializar investigaciones experimentales y que constan de las siguientes partes (planteamiento del problema, construcción de modelo teórico, deducción de consecuencias y prueba de hipótesis); en este sentido se utilizó el método científico con la finalidad de manipular la variable independiente y posteriormente conocer su relación sobre la variable dependiente.

3.4.2. Métodos Secundarios

Los métodos secundarios o auxiliares que se utilizaron durante el desarrollo del presente trabajo de investigación se detallan a continuación:

- a) Método Descriptivo.- este método se utilizó durante el desarrollo del presente trabajo de investigación. Con la finalidad de precisar y describir detalladamente las características y comportamientos esenciales en cuanto se refiere a los cambios que puede generarse en el restaurante el viajero.
- b) Método Analítico.- la naturaleza de este método es estudiar el objeto de investigación fraccionando en sus partes o componentes; es así que el referido método permite dividir la variable independiente y la variable dependiente en sus respectivas dimensiones e indicadores, que posteriormente nos permitió operacionalizar el problema, diseñar y elaborar los instrumentos de recolección de datos y finalmente formular las respectivas conclusiones.
- c) Método Sintético.- es contraposición al método anterior la naturaleza de este método es estudiar el objeto de investigación en forma global, integral y sinérgica.

3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.5.1. Determinación de la Población

El presente trabajo de investigación estuvo conformado por 33 trabajadores de la Pollería el Viajero, se detallan en el siguiente Cuadro:

CUADRO # 01

“Pollería el Viajero E.I.R.L”

PERSONAL	NUMERO
Mozos	6
Azafatas	6
Cocinero	2
Ayudante de	2
Maestro Hornero	2
Ayudante de	2
Parrillero	2
Ayudante de	2
Limpieza	2
Cajeras	4
Seguridad	2
Supervisor	1
TOTAL	33

Fuente : Propia.
Elaboración: El tesista

3.6. MUESTRA

La muestra del presente trabajo de Investigación se caracterizó por ser no probabilístico, en razón de que se escogió como unidad de análisis a la empresa Pollería el Viajero”, por conveniencia del investigador y la viabilidad consignada, que se detallan a continuación:

CUADRO # 02

TRABAJADORES DE LA EMPRESA "POLLERÍA EL VIAJERO – 2016.

PERSONAL	VARONES	DAMAS
Mozos	6	
Azafatas		6
Cocinero	2	
Ayudante de	2	
Maestro Hornero	2	
Ayudante de	2	
Parrillero	2	
Ayudante de	2	
Limpieza		2
Cajeras		4
Seguridad	2	
Supervisor	1	
TOTAL	21	12

Fuente : Propia.
Elaboración: El tesista

3.7. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.-

Las técnicas e instrumentos que se utilizaron durante el trabajo de campo con la finalidad de recoger datos relacionados con el presente trabajo de investigación, se detalla a continuación:

TÉCNICAS	INSTRUMENTOS	APLICACIÓN / USO
Encuesta	Cuestionario	Trabajadores de la empresa

3.8. TÉCNICAS DE RECOJO PROCESAMIENTO Y PRESENTACIÓN DE DATOS

3.8.1. Procesamiento de datos.- Los datos recolectados durante el

trabajo de campo, fue procesado utilizando los métodos y técnicas de la Estadística Descriptiva como es la tabla de distribución de frecuencia y los estadígrafos (mediana, moda y desviación estándar).

3.8.2. Presentación de datos.-La presentación de los datos procesados del presente trabajo de investigación han sido presentado en cuadros y gráficos estadísticos (como los gráficos de barras o gráfico circular).

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. RESULTADOS DEL TRABAJO DE CAMPO, PRESENTADOS EN CUADROS, TABLAS Y GRÁFICOS.

Durante el trabajo de campo se aplicó los cuestionarios, que fueron aplicados a los 33 trabajadores, elaborados y validados oportunamente y como resultado de este trabajo se obtuvo un conjunto de datos relacionados con la variable independiente y dependiente, las mismas que fueron procesados a través de los cuadros estadísticos, que permitieron convertir los datos en información, así como su respectivo análisis e interpretación, obteniendo los siguientes datos:

ANÁLISIS DE LA ENCUESTA A COLABORADORES

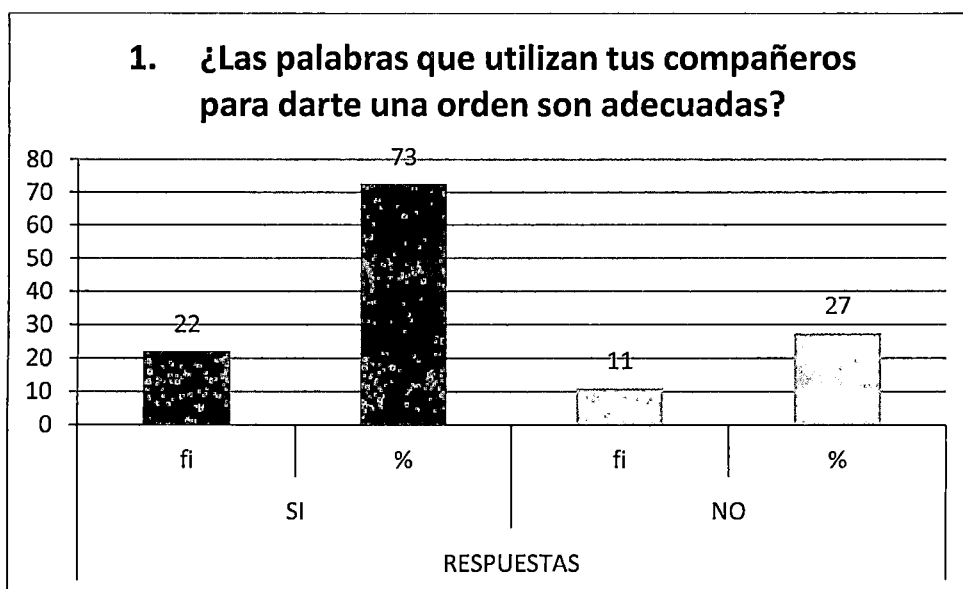
CUADRO N° 01

Resultados obtenidos de la pregunta N° 01.

PREGUNTA	RESPUESTAS			
	SI		NO	
	fi	%	fi	%
1. ¿Las palabras que utilizan tus compañeros para darte una orden son adecuadas?	22	72,60	11	27,40

Fuente : Cuestionario
Elaboración : El tesista

GRÁFICO N° 01



Fuente : Cuestionario
Elaboración : El tesista

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Los trabajadores encuestados, 22 colaboradores de la empresa, representa el 73% consideran adecuada la utilización de palabras para dar una orden, mientras que el 27% manifiestan que no existe.

Deduzco que los colaboradores de la empresa Pollería el Viajero de utilizan palabras adecuadas para que se cumpla una orden.

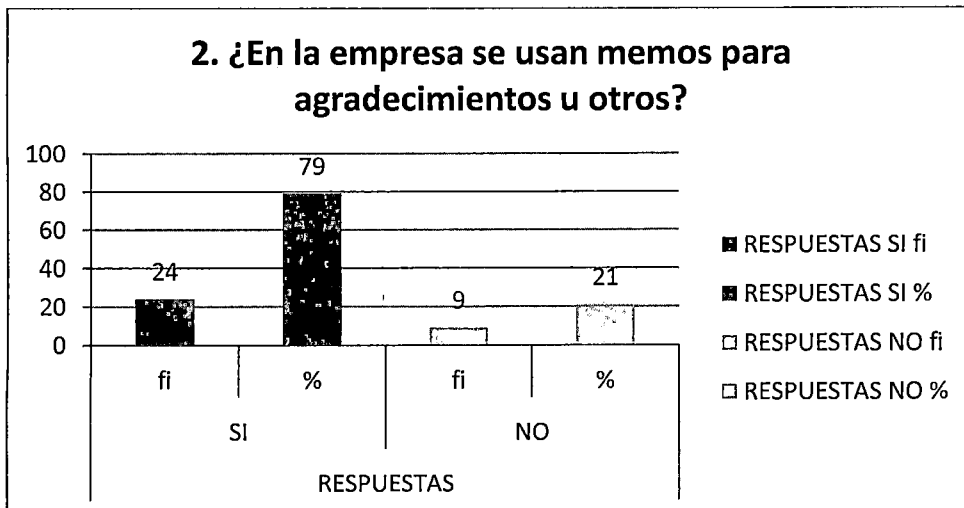
CUADRO N° 02

Resultados obtenidos de la pregunta N° 02.

PREGUNTA	RESPUESTAS			
	SI		NO	
	fi	%	fi	%
2. ¿En la empresa se usan memos para agradecimientos u otros?	24	79	9	21

Fuente : Cuestionario
Elaboración : El tesista

GRÁFICO N° 02



Fuente : Cuestionario
Elaboración : El tesista

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Los trabajadores encuestados, 24 colaboradores de la empresa, 79% manifiestan no se aplica memos para agradecimientos, mientras que el 21% considera que sí aplica.

Se deduce que no se aplica un documento formal para agradecimientos con los colaboradores de la empresa.

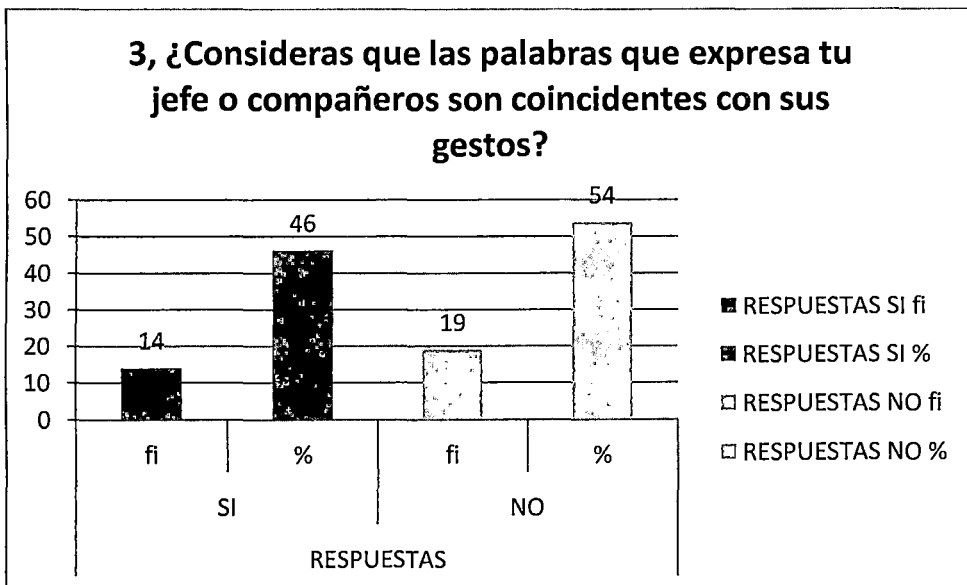
CUADRO N° 03

Resultados obtenidos de la pregunta N° 03.

PREGUNTA	RESPUESTAS			
	SI		NO	
	fi	%	fi	%
3. ¿Consideras que las palabras que expresa tu jefe o compañeros son coincidentes con sus gestos?	14	46	19	54

Fuente : Cuestionario
Elaboración : El tesista

GRÁFICO N° 03



Fuente : Cuestionario
Elaboración : El tesista

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En el gráfico 11 colaboradores, representa el 54% considera que no son coincidentes sus gestos que expresa su jefe o compañero, mientras que el 46% manifiesta que si coinciden.

Interpretación

Los 11 colaboradores declaran que no todos los trabajadores de la empresa Pollería el viajero expresa igual movimiento del cuerpo que intenten representar una acción de jefe o compañero.

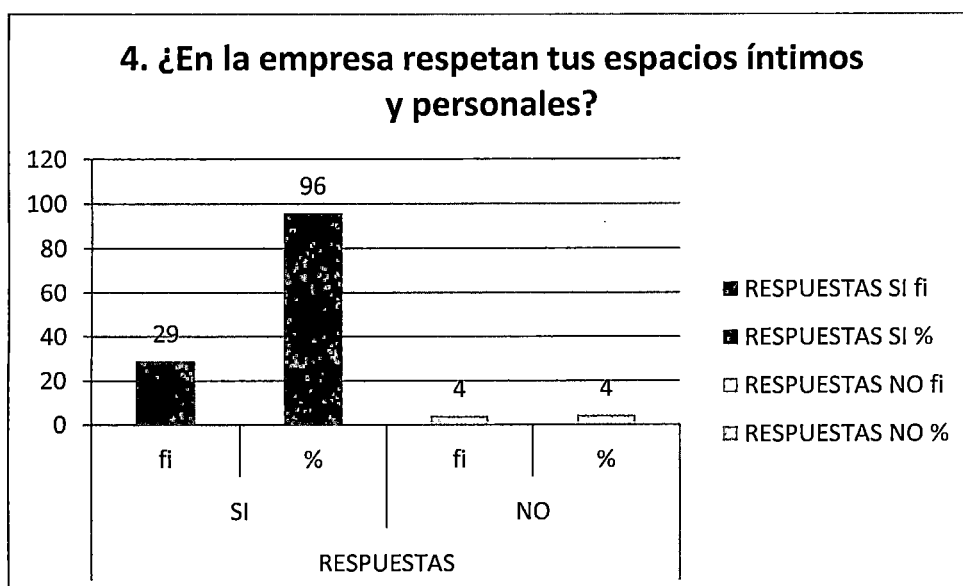
CUADRO N° 04

Resultados obtenidos de la pregunta N° 04.

PREGUNTA	RESPUESTAS			
	SI		NO	
	fi	%	fi	%
4. ¿En la empresa respetan tus espacios íntimos y personales?	29	96	4	4

Fuente : Cuestionario
Elaboración : El tesista

GRÁFICO N° 04



Fuente : Cuestionario
Elaboración : El tesista

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Los 29 colaboradores encuestados, representa el 96% declara que si respeta sus espacios íntimos y personales, mientras que el 4% en la Pollería el Viajero empresa no respeta.

Se declara que los trabajadores, si respeta los espacios íntimos y personales dentro de la Pollería el Viajero.

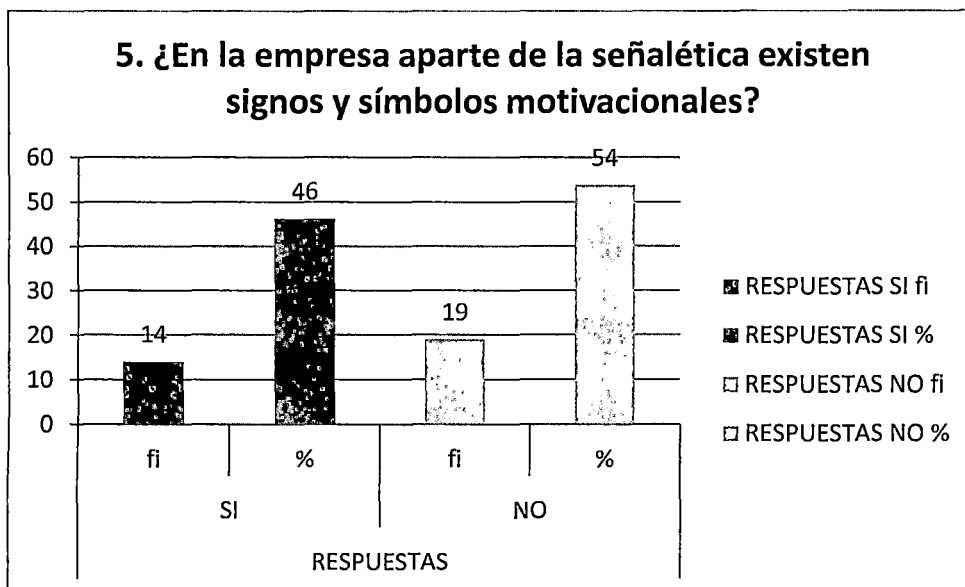
CUADRO N° 05

Resultados obtenidos de la pregunta N° 05.

PREGUNTA	RESPUESTAS			
	SI		NO	
	fi	%	fi	%
1. ¿En la empresa aparte de la señalética existen signos y símbolos motivacionales?	14	46	19	54

Fuente : Cuestionario
Elaboración : El tesista

GRÁFICO N° 05



Fuente : Cuestionario
Elaboración : El tesista

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En el gráfico, 19 colaboradores de la empresa representa el 54% quienes afirman no utilizar signos y símbolos motivacionales, 14 trabajadores que es el 46 % señalan que sí utilizan signos y símbolos motivacionales.

La empresa no está captando la atención de sus trabajadores, en virtud de que no existe afectividad en el desarrollo de las emociones, sentimientos y motivación para el cumplimiento de su labor en la empresa.

CUADRO N° 06

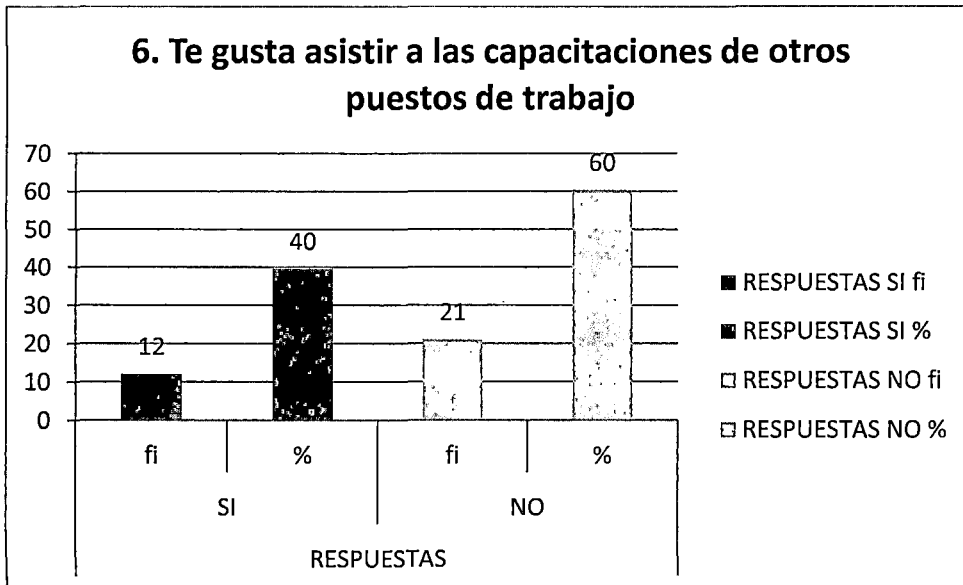
Resultados obtenidos de la pregunta N° 06.

PREGUNTA	RESPUESTAS			
	SI		NO	
	fi	%	fi	%
6. ¿Te gusta asistir a las capacitaciones de otros puestos de trabajo?.	12	40	21	60

Fuente : Cuestionario

Elaboración : El tesista

GRÁFICO N° 06



Fuente : Cuestionario

Elaboración : El tesista

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Los colaboradores encuestados, el 60% afirma que no asisten a las capacitaciones de otros puestos de trabajo, sin embargo, el 40% manifiesta que si asiste.

Los 21 trabajadores declaran que no asisten a las capacitaciones para adquirir nuevos conocimientos para un buen desarrollo laboral.

CUADRO N° 07

Resultados obtenidos de la pregunta N° 07.

PREGUNTA	RESPUESTAS			
	SI		NO	
	fi	%	fi	%
7. ¿Estas investigando formas nuevas de desarrollar tu labor?	27	89	6	11

Fuente : Cuestionario

Elaboración : El tesista

GRÁFICO N° 07



Fuente : Cuestionario

Elaboración : El tesista

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 89% de los colaboradores de la Pollería el Viajero investiga formas nuevas para desarrollar su labor, mientras que el 11% manifiesta que no explora.

Deducimos que los colaboradores del restaurante el Viajero, indaga una amplia estructura de conocimientos para desarrollar su labor.

CUADRO N° 08

Resultados obtenidos de la pregunta N° 08.

PREGUNTA	RESPUESTAS			
	SI		NO	
	fi	%	fi	%
8. ¿Te sientes muy satisfecho cumpliendo tu labor asignado en la empresa?	22	73	11	27

Fuente : Cuestionario
Elaboración : El tesista

GRÁFICO N° 08



Fuente : Cuestionario
Elaboración : El tesista

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Se establece que el 73% de los colaboradores, están satisfechos en su labor asignado, mientras que 27% se sienten insatisfechos por su cumplimiento.

Deducimos que la mayor parte de colaboradores de la Pollería el Viajero están satisfechos por su labor realizada.

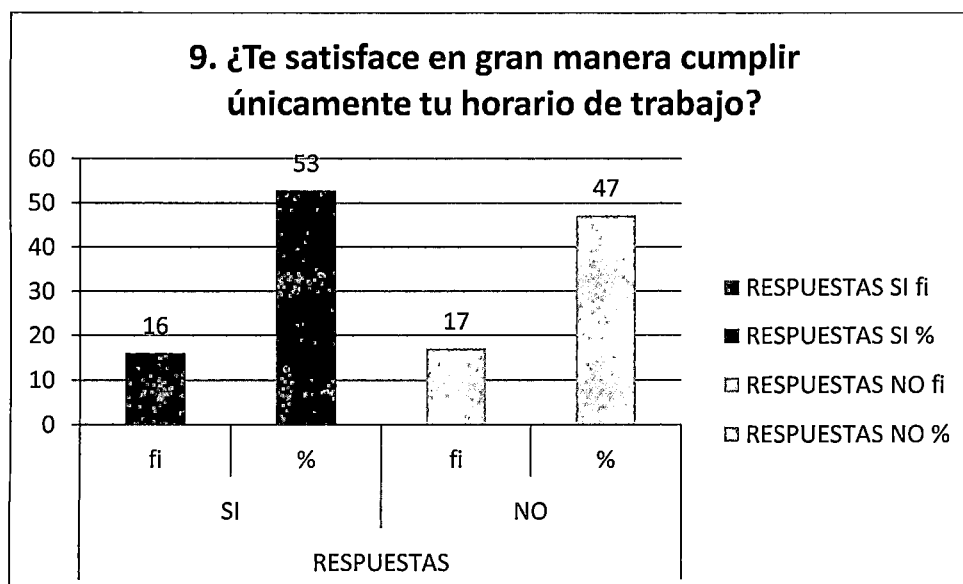
CUADRO N° 09

Resultados obtenidos de la pregunta N° 09.

PREGUNTA	RESPUESTAS			
	SI		NO	
	fi	%	fi	%
9. ¿Te satisface en gran manera cumplir únicamente tu horario de trabajo?	16	53	17	47

Fuente : Cuestionario
Elaboración : El tesista

GRÁFICO N° 09



Fuente : Cuestionario
Elaboración : El tesista

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Se deduce que el 53% de los colaboradores de la empresa están conformes con su horario de trabajo, mientras que el 47% manifiestan, no estar satisfechos con el cumplimiento del horario de trabajo.

Se deduce que los colaboradores de la Pollería el Viajero se encuentran motivados por trabajar horas extras por requerimientos de la empresa.

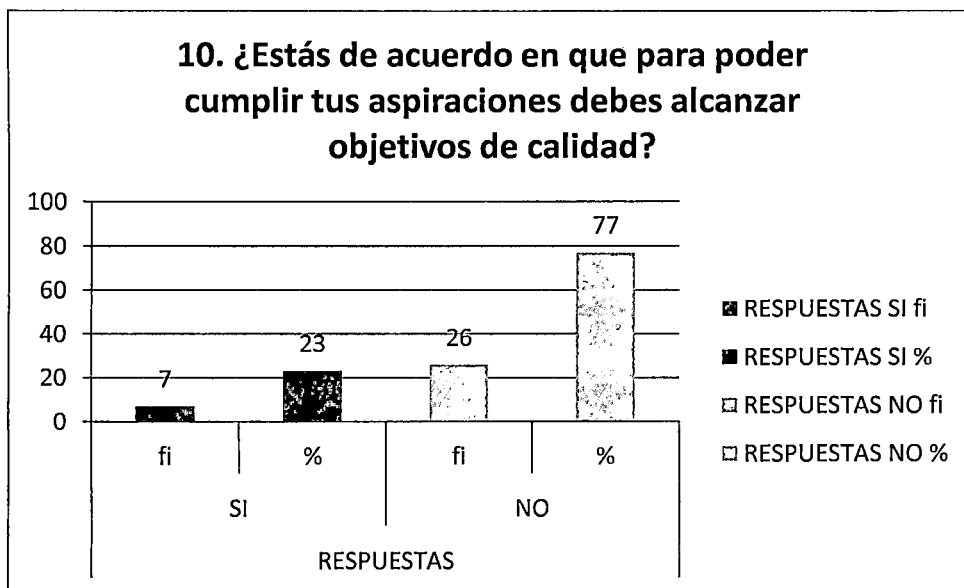
CUADRO N° 10

Resultados obtenidos de la pregunta N° 10.

PREGUNTA	RESPUESTAS			
	SI		NO	
	fi	%	fi	%
10. ¿Estás de acuerdo en que para poder cumplir tus aspiraciones debes alcanzar objetivos de calidad?	7	23	26	77

Fuente : Cuestionario
Elaboración : El tesista

GRÁFICO N° 10



Fuente : Cuestionario
Elaboración : El tesista

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Los trabajadores encuestados de la Pollería el Viajero, el 77% afirman que no están de acuerdo en cumplir sus aspiraciones para alcanzar objetivos de calidad, mientras que el 23%, afirma que si desean cumplir con sus objetivos.

Deducimos que los 26 colaboradores no desean alcanzar objetivos de calidad, para mejorar sus logros.

4.2. CONTRASTACIÓN DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS DURANTE EL TRABAJO DE CAMPO CON LOS ANTECEDENTES.

En el marco teórico del presente informe se han consignado los antecedentes que tienen relación directa con la presente investigación, los mismos que serán utilizados en esta parte para confrontarlos con los resultados obtenidos durante el trabajo de campo, se certifica que el 77% de los trabajadores de Pollería El Viajero no tienen aspiraciones para alcanzar objetivos de calidad en su labor encomendada, demostrando que la empresa tiene limitada comunicación y satisfacción laboral de sus trabajadores por lo tanto se demuestra que una comunicación limitada tiene relación con la satisfacción labora de los trabajadores:

Valeria Alexandra Núñez Solís, “LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN LABORAL DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS DEL MINISTERIO DE EDUCACIÓN ZONA 3 DE LA CIUDAD DE AMBATO”, la conclusión más relevante es; La Comunicación Organizacional sí tiene relación directa con la Satisfacción Laboral de los Servidores Públicos del Ministerio de Educación, Zona 3 de la ciudad de Ambato. Se requiere reforzar los elementos de la comunicación

organizacional en los Servidores Públicos Administrativos del Ministerio de Educación, Zona 3 de la ciudad de Ambato.

Luz María del Rosario Vargas Pardo, " INFLUENCIA DE LA SATISFACCIÓN LABORAL EN EL CLIMA ORGANIZACIONAL EN LA I.E. "SARA ANTONIETA BULLÓN" – LAMBAYEQUE", la conclusión más relevante es; Al medir el clima organizacional de la I.E. "Sara A. Bullón" de Lambayeque, se concluyó que más de $\frac{3}{4}$ del personal encuestado describe el clima de su organización como un sistema consultivo; que, aunque es un clima aceptable, puede ser mejorado y llegar a ser un clima de participación en grupo, con mayor comunicación, dinamismo, etc. Por último, y como conclusión general, la influencia de la satisfacción laboral en el clima organizacional de la I.E. "Sara A. Bullón" se da de forma positiva ($r = 0.452$), pero en un pequeño porcentaje (20.39%), por lo que debe tenerse en cuenta otros factores que afectarían al correcto desarrollo del clima organizacional de la institución mencionada anteriormente.

CÓRDOVA SALAZAR, Yaquelina, "EL CLIMA ORGANIZACIONAL Y SU INCIDENCIA EN EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS TRABAJADORES DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE PILLCO MARCA- 2013", la conclusión más relevante es: que el sistema de

comunicación que se aplica actualmente en la Municipalidad Distrital de Pillco Marca son formales y se mantiene el estilo jerarquizado lo que impide fortalecer los lazos entre directivos y trabajadores.

4.3. CONTRASTACIÓN DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS DURANTE EL TRABAJO DE CAMPO CON LAS REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS DE LAS BASES TEÓRICAS

Los resultados que se presentaron en el inciso anterior obtenidos durante el trabajo de campo y que fueron debidamente analizados e interpretados utilizando técnicas de estadística descriptiva e inferencial, posibilitaron obtener información que evidencien que los cuadros estadísticos que pertenecen a los indicadores de relación de la comunicación y satisfacción laboral que evidencian en los cuadros N° 01, 02, 04, 05, 06, 07, 08, 09, 10, respectivamente. En base a las evidencias se manifiesta contundentemente que los fundamentos teóricos y prácticos de la comunicación se relacionan positivamente con la satisfacción laboral de la pollería el Viajero.

4.4. CONTRASTACIÓN DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS DURANTE EL TRABAJO DE CAMPO CON LAS HIPÓTESIS.

Al estructurar el proyecto de investigación se planteó la siguiente hipótesis:

Hi: La comunicación se relaciona con la satisfacción laboral de los trabajadores de la Polleria el Viajero E.I.R.L, 2016.

Los resultados que se encuentran en los cuadros N° 01, 02, 04, 05, 06, 07, 08, 09 y 10; evidencian la relación entre la comunicación y la satisfacción laboral. Consecuentemente la comunicación tiene mucha influencia en la satisfacción laboral. Con estas evidencias se puede manifestar contundentemente que la hipótesis de la presente investigación queda ACEPTADA.

CONCLUSIONES

De acuerdo a los objetivos planteados y a los resultados obtenidos durante el desarrollo del trabajo de investigación, se establecieron las siguientes conclusiones:

1. El objetivo general de esta investigación fue establecer la “relacion entre la comunicación y la satisfaccion laboral de los trabajadores de la Polleria el Viajero E.I.R.L. – PERIODO 2016”. Con respeto a los resultados obtenidos se pudo comprobar que la mayoría de los trabajadores de la empresa señalan que no reciben información a través de los memos lo cual ocasiona falta de comunicación, entre gerente y colaboradores de la empresa.
2. Se deduce que en la empresa Polleria el Viajero, no utilizan signos y símbolos motivacionales en las paredes, lo que es perjudicial en el desarrollo de la empresa.
3. Se determina que el mayor porcentaje de los colaboradores no asisten a cursos de capacitación, lo que no permite desenvolverse de manera excelente en el desarrollo laboral (atención al cliente).

4. Se certifica que el 77% de los colaboradores de la empresa Polleria el Viajero no tienen aspiraciones para alcanzar objetivos de calidad en su labor encomendada.

5. La empresa Polleria el Viajero de continuar con su limitada comunicación y satisfacción laboral podría ocasionar baja producción y desmotivación en los trabajadores.

RECOMENDACIONES

1. Tomando en cuenta que la relación de estas variables es directa, es necesario contar con una herramienta que nos permita mejorar la comunicación con miras a elevar los niveles de satisfacción laboral.
2. Socializar mediante una capacitación los elementos de la comunicación organizacional, los tipos de comunicación, y el proceso en sí que se debe cumplir para comunicarse dentro de la organización, ya que en cuanto a las funciones que se deben cumplir, es necesario que sean claras, cuando se las comunica.
3. Crear un programa de motivación que es un precursor para la satisfacción laboral, por lo tanto es necesario fortalecerla para que la misma permita lograr un mayor compromiso y entrega de los trabajadores de la organización.
4. Implementar frases motivacionales para fortalecer una asertiva comunicación interpersonal entre los colaboradores de la Pollería el Viajero.

BIBLIOGRAFÍA

<p>➤ HUGO SÁNCHEZ CARLESSI Y CARLOS REYES MEZA,</p> <p>➤ GARY DESSLER:</p> <p>➤ BRUNET LUC:</p>	<p>Metodología y diseños en la investigación científica edición universitaria 2002</p> <p>Organización y administración” 1er edición. Editorial Prentice hall interamericana México. Año de publicación 1993.</p> <p>El clima de trabajo en las organizaciones 1er edición. Editorial: trillas de México año de pub 1987.</p>
<p>➤ IDALBERTO CHIAVENATO:</p> <p>➤ GARCÍA, MARÍA:</p>	<p>Aministración de recursos humanos” quinta edición /noviembre de 1999 – editorial mc Graw Hill</p> <p>La importancia de la evaluación del desempeño /</p>

<p>➤ OSORIO Y ESPINOSA:</p> <p>➤ KOONTZ, H. Y WEHRICH, H.</p>	<p>revista proyecciones. año 2 número 9 febrero-marzo 2001. p. 3</p> <p>Proceso de gestión del desempeño. (1995)</p> <p>Administración una perspectiva global (2004).</p>
--	---

FUENTES ELECTRÓNICAS:

- [HTTP://WWW.ELPRISMA.COM.](http://www.elprisma.com)
- [HTTP://WWW.GESTIOPOLIS.COM](http://www.gestiopolis.com)
- [HTTP://WWW.GOOGLE.COM](http://www.google.com)
- [HTTP://WWW.MONOGRAFIAS.COM](http://www.monografias.com)
- [HTTP://WWW.ES.WIKIPEDIA.COM.PE](http://www.es.wikipedia.com.pe)

ANEXO

