



U N I V E R S I D A D
AUTÓNOMA
D E I C A

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ICA
FACULTAD DE INGENIERÍA, CIENCIAS Y ADMINISTRACIÓN
PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

TESIS

**“COMUNICACIÓN INTERNA Y LA MOTIVACIÓN LABORAL DE LOS SOCIOS
DE LA EMPRESA MARA SAL, CUSCO 2021”**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Cultura y organización

Presentado por:

Aidee Morales Flores

Anali Leticia Triveños Caller

Tesis desarrollada para optar el Título Profesional de Licenciada en
Administración y Finanzas

Docente asesor:

Mg. César Augusto Cabrera García

Código ORCID N° 0000-0002-1946-8717

Chincha, Ica, 2021

Asesor

MG. CÉSAR AUGUSTO CABRERA GARCÍA

Miembros del jurado

- Dr. Edmundo Gonzáles Zavala
- Dr. William Chu Estrada
- Dr. Martín Campos Martínez

DEDICATORIA

Dedico con todo mi corazón mi tesis a mi Mamá Martha, por ser el pilar fundamental en mi formación como profesional quien, con su amor incondicional, paciencia, recursos y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más y a mi abuela Leticia que con su amor y apoyo han contribuido al logro de mis objetivos, a ustedes les dedico con mucho amor todo mi esfuerzo y trabajo puesto en la realización de esta tesis.

Análí Leticia

Mi tesis la dedico con mucho amor y cariño a mi amado esposo Ángel por su apoyo comprensión, sacrificio, esfuerzo y por ser mi empuje, a pesar de haber pasado momentos muy difíciles siempre ha estado brindándome su amor y comprensión. A mis padres y hermanas, pero en especial a mi segunda familia, Felipa, Carmen, Alcira, Vivian y Guido quienes son parte de mi vida, dedicarles este mi logro. A ti mamita Marcela dedicarte este pedacito de alegría, no fue sencillo culminar este

proyecto con éxito, sin el apoyo de todos.

Aidee

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a la Universidad Autónoma de Ica por abrirnos las puertas y brindarnos el apoyo y las herramientas para culminar con éxito nuestro trabajo de investigación. Al Rector de la Universidad, Dr. Hernando Martín Campos Martínez, al Decano de Ingeniería, Ciencias y Administración.

Al Dr. Edmundo González Zavaleta, por su atención, guía y compromiso a lo largo del programa de titulación.

Al Dr. Elio Javier Huamán Flores por brindarnos su apoyo, consejos y sus valiosos conocimientos que nos ayudaron en el desarrollo de la tesis.

Al asesor de tesis Mg. César Augusto Cabrera García por apoyarnos en la culminación de las últimas etapas de la investigación.

A la Empresa Mara Sal, por permitirnos realizar la investigación además de las facilidades para la recolección de información y la aplicación del instrumento, que hizo posible concluir con éxito nuestra tesis.

RESUMEN

La investigación tiene como objetivo general el determinar la relación que existe entre la comunicación interna y la motivación laboral en la empresa Mara Sal, Cusco, 2021.

La metodología de la investigación se desarrolló en un enfoque cuantitativo en el tercer nivel de investigación, siendo relacional de tipo básica y corte transversal con un diseño no experimental, descriptivo relacional. La técnica de recolección de información fue la encuesta y el instrumento, el cuestionario, tomado directamente a los socios. En el procesamiento y análisis de datos se utilizó la estadística descriptiva e inferencial.

La población de estudio está integrada por 80 socios y la muestra fue determinada por un muestreo no probabilístico censal considerando a la totalidad de la población.

Los resultados obtenidos en las variables principales de la investigación del total de los socios encuestados un 2.5% indico que se da una buena comunicación interna, el 28.7% la percibe como una comunicación interna regular y el 68.75% indica que la comunicación interna es deficiente. En la segunda variable, motivación laboral se observó que un 6.75 % considera que existe una motivación alta, un 38.75% indican que existe una motivación regular mientras que un 52.50% considera una motivación laboral baja.

Por lo tanto, se llegó a la conclusión que existe una relación significativa entre la comunicación interna y la motivación laboral de los socios de la empresa Mara sal, Cusco 2021 con un coeficiente de correlación de Rho de Spearman de $r=0.707$ que indica una relación positiva alta y un nivel de significancia $P=0.000$ menor a 0.05 que indica un alto nivel de confiabilidad.

Palabras claves: Comunicación interna, motivación laboral, socios, administración

ABSTRACT

The general objective of the research is to determine the relationship between internal communication and work motivation in the company Mara Sal, Cusco, 2021.

The research methodology was developed in a quantitative approach at the third level of research, being relational of a basic type and cross-sectional with a non-experimental, descriptive relational design. The information gathering technique was the survey and the instrument, the questionnaire, taken directly from the partners. Descriptive and inferential statistics were used in data processing and analysis.

The study population is made up of 80 partners and the sample was determined by a non-probabilistic census sampling considering the entire population.

The results obtained in the main variables of the research of the total of the surveyed partners, 2.5% indicated that there is good internal communication, 28.7% perceive it as regular internal communication and 68.75% indicate that internal communication is deficient. In the second variable, work motivation, it was observed that 6.75% consider that there is a high motivation, 38.75% indicate that there is a regular motivation, while 52.50% consider a low work motivation.

Therefore, it was concluded that there is a significant relationship between internal communication and work motivation of the partners of the company Mara Sal, Cusco 2021 with a Spearman Rho correlation coefficient of $r = 0.707$ that indicates a relationship high positive and a significance level $P = 0.000$ less than 0.05 indicating a high level of reliability.

Keywords: Internal communication, work motivation, partners, administration

ÍNDICE

	Pág.
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	vi
Resumen	v
Palabras clave	v
Abstract	vi
Índice general	vii
Índice de figuras y de cuadros	xi
I. INTRODUCCIÓN	12
II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	14
2.1 Descripción del problema	14
2.2 Pregunta de investigación general	18
2.3 Pregunta de investigación específica	18
2.4 Objetivo general	18
2.5 Objetivos específicos	18
2.6 Justificación e importancia	19
2.7 Alcances y limitaciones	20
III. MARCO TEÓRICO	21
3.1 Antecedentes	21
3.2 Bases Teóricas	31
3.3 Marco conceptual	46
IV. METODOLÓGICA	48
4.1 Tipo de investigación	48
4.2 Diseño de investigación	48
4.3 Operacionalización de variables	49
4.4 Hipótesis general y específicas	51
4.5 Población – muestra	51
4.6 Técnicas e Instrumentos de recolección de información	52
4.7 Técnicas de análisis- Validación y confiabilidad	53

4.8	Técnicas de análisis e Interpretación de datos	53
V.	RESULTADOS	54
5.1	Presentación de resultados - Descriptivos	54
5.2	Presentación de resultados – Tablas cruzadas	69
VI.	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	71
6.1	Análisis descriptivo de los resultados – Prueba de hipótesis	71
6.2	Comparación de los resultados con el marco teórico	75
	CONCLUSIONES	78
	RECOMENDACIONES	80
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	81
	ANEXOS	85
	Anexo 1: Matriz de consistencia	86
	Anexo 2: Matriz de Operacionalización de Variables	88
	Anexo 3: Instrumento de recolección de datos	89
	Anexo 4: Ficha de validación de instrumentos de medición	91
	Anexo 5: Base de datos	93
	Anexo 6: Informe de Turnitin al 28% de similitud	95

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Población de estudio.....	52
Tabla 2	Muestra de estudio.....	53
Tabla 3	Rango de edad de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco 2021	55
Tabla 4	Sexo de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco 2021	56
Tabla 5	Lugar de procedencia de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco 2021	57
Tabla 6	Tiempo de servicio de los socios en la empresa Mara Sal, Cusco 2021	58
Tabla 7	Frecuencia y porcentaje de la variable comunicación interna de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco 2021	59
Tabla 8	Frecuencia y porcentaje de la dimensión intrapersonal de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco 2021	60
Tabla 9	Frecuencia y porcentaje de la dimensión interpersonal de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco 2021	61
Tabla 10	Frecuencia y porcentaje de la dimensión institucional de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco 2021	62
Tabla 11	Frecuencia y porcentaje de la variable motivación laboral de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco 2021	63
Tabla 12	Frecuencia y porcentaje de la dimensión motivacional de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco 2021	64
Tabla 13	Frecuencia y porcentaje de la dimensión higiénicos de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco 2021	65
Tabla 14	Prueba de normalidad de Kolmogórov-Smirnov para la comunicación interna y la motivación laboral de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco 2021.	68
Tabla 15	Coeficiente de correlación de Rho de Spearman entre la variable comunicación interna y la motivación laboral.	68
Tabla 16	Coeficiente de correlación de Rho de Spearman entre las dimensiones de la variable comunicación interna y la motivación laboral.	69
Tabla 17	Tabla cruzada entre Comunicación interna y motivación laboral	70
Tabla 18	Tabla cruzada entre la dimensión intrapersonal y la motivación laboral	70

Tabla 19 Tabla cruzada entre la dimensión interpersonal y la motivación laboral	71
Tabla 20 Tabla cruzada entre dimensión institucional y la motivación laboral	71
Tabla 21 Correlación de Rho Spearman entre la comunicación interna y la motivación laboral	72
Tabla 22 Correlación de Rho Spearman entre la dimensión intrapersonal y la motivación laboral	73
Tabla 23 Correlación de Rho Spearman entre la dimensión interpersonal y la motivación laboral	74
Tabla 24 Correlación de Rho Spearman entre la dimensión institucional y la motivación laboral	75

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Rango de edad de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco 2021	55
Ilustración 2 Sexo de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco 2021	56
Ilustración 3 Lugar de procedencia de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco 2021	57
Ilustración 4 Tiempo de servicio de los socios en la empresa Mara Sal, Cusco 2021	58
Ilustración 5 Porcentaje de las categorías de la variable comunicación interna de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco 2021	59
Ilustración 6 Porcentaje de la dimensión intrapersonal de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco 2021	60
Ilustración 7 Porcentaje de la dimensión interpersonal de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco 2021	61
Ilustración 8 Porcentaje de la dimensión institucional de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco 2021	62
Ilustración 9 Porcentaje de la variable motivación laboral de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco 2021	63
Ilustración 10 Porcentaje de la dimensión motivacional en los socios de la empresa Mara Sal, Cusco 2021	64
Ilustración 11 Porcentaje de la dimensión higiénicos en los socios de la empresa Mara Sal, Cusco 2021	65
Ilustración 12 Resumen de la variable comunicación interna	66
Ilustración 13 Resumen de la variable motivación laboral	67

I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación se realizó en la empresa Mara Sal S.A que se encuentra ubicado en el distrito de Maras, provincia Urubamba, departamento de Cusco donde se observó una inadecuada comunicación interna entre los socios y la falta de motivación laboral evidenciada en quejas y conflictos que afectan en gran medida el desarrollo adecuado de sus actividades diarias y al cumplimiento de los logros organizacionales, el estudio se realiza para determinar la relación entre las variables de estudio y presentar sugerencias que beneficien a la organización.

El presente estudio tiene como objetivo principal determinar el nivel de relación que existe entre la comunicación interna y la motivación laboral de los socios de la empresa Mara Sal.

El presente proyecto de investigación se ha estructurado teniendo en cuenta el esquema de investigación propuesto por la Universidad Autónoma de Ica, el mismo que se encuentra organizado en los siguientes capítulos:

En el capítulo I, Daremos alcances sobre la introducción del estudio y los principales temas de investigación desarrollado en los capítulos.

En el capítulo II, Se aborda la realidad problemática y del mismo modo determinaremos el problema general y específicos, los objetivos de la investigación, la justificación e importancia del estudio.

En el capítulo III, Se desarrollarán los fundamentos teóricos sobre la comunicación interna y la motivación laboral que incluye antecedentes a nivel internacional, nacional, regional y/o local además de la definición de términos en el marco conceptual.

En el capítulo IV, Se trata el marco metodológico, que incluyen los aspectos técnicos como el tipo de investigación, nivel de investigación, el diseño de investigación, población, muestra además de las técnicas y herramientas q se utilizaran en la recolección de datos, para el procesamiento y análisis de la información.

En el capítulo V, se describe el cronograma de las principales actividades a desarrollarse para la ejecución y culminación de la investigación.

En el capítulo VI, se detalla el presupuesto requerido para el estudio, en el cual se observan los principales recursos utilizados en la investigación (Tecnológicos, humanos), el presupuesto y la fuente de financiamiento.

En el capítulo VII, se indican alfabéticamente las principales fuentes de información empleadas para la elaboración del estudio, empleándose la sangría francesa, como lo indica la norma o estilo APA.

En el apartado de anexos, se observa la matriz de consistencia de la investigación, el instrumento de recolección de datos y el reporte de aprobación emitido por el software Turnitin.

Las autoras

II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1. Descripción de problema

En la actualidad las organizaciones buscan entender que la comunicación interna es un factor importante en la motivación de los colaboradores, las empresas o instituciones no pueden solo basarse en estructuras jerárquicas que se concentran en los directivos sino en estructuras más flexibles y menos burocráticas para involucrar al colaborador y motivarlo, de tal forma que se identifique con su empresa, demostrando eficacia en su labor, calidad y la excelencia que les ayudará a hacer competitivos en un mercado globalizado el cual se logrará contando con el equipo humano adecuado y capaz de adaptarse a los cambios.

En el ámbito internacional, respecto a comunicación interna según (Internal, 2020) se desarrolla cada año desde el 2012 una encuesta de Comunicación Interna de Chile, ECIC, que ha ayudado a reconocer buenas prácticas, la encuesta se realizó con la participación de 119 comunicadores internos de diversas organizaciones chilenas y se obtuvo los siguientes resultados el 49,6% considera que existe falta de compromiso de los líderes para comunicar a sus equipos, el 47,9% dice tener dificultades para comunicar a trabajadores sin acceso a un computador, el 29,4% considera que hay dificultades para responder de manera oportuna y clara las necesidades de información, el 28,6% asegura que falta un canal que centralice la información asociada al Covid-19 y el 16,8% indica que circulan falsos rumores por sobre la información oficial, uno de los hallazgos más importantes en la encuesta de este año, es el impacto de los jefes en la comunicación con los trabajadores, tanto para recibir información como para la comunicación ascendente; respecto a la variable motivación laboral Según (Bohorquez, Perez, William , & Benavidez , 2020) la investigación realizada en

Ecuador tiene la intención de reconocer que en el mundo actual las instituciones, empresas y organizaciones deben considerar de gran importancia al talento humano los cuales deben estar muy motivados para la productividad en la empresa y la estabilidad corporativa, la investigación arrojó lo siguiente el 25% trabajadores insatisfechos en cuanto a las necesidades fisiológicas, 35% insatisfechos en lo relacionado a la necesidad poder, 35% insatisfechos en la equidad organizacional pero el 100% de los trabajadores indican ser muy eficaces y eficientes al realizar sus actividades diarias existiendo un adecuado grado de, según (Miranda, 2019) la situación actual en relación a la motivación laboral en la ciudad de la Paz de las instituciones públicas y privadas cuya población de estudio se conformó con un número de 141 del sector privado y 79 del sector público, a través de un compendio de preguntas que permitió conocer el nivel de motivación como resultado 98% reciben prácticas de motivación laboral y 25% no reciben ningún tipo de motivación, esto indica que instituciones que reconozcan que la motivación laboral es un eje importante en las relaciones humanas para lograr efectividad en las actividades laborales que conllevaran a un desarrollo económico y social positivo en cualquier institución o corporación, reconocer que el talento humano motivado aportara al crecimiento corporativo y con la relación positiva de todos los involucrados.

En el ámbito nacional actualmente las empresas están viéndose en la necesidad de readaptarse y reinventarse, se observó el panorama de la comunicación interna mediante una encuesta realizada a un total de 200 empresas de más 1000 colaboradores de diversos sectores del país, (Apoyo comunicación, 2020) obtuvo los siguientes resultados un 74% indicó que el objetivo principal de la comunicación interna es el de fortalecer la cultura organizacional, 58% lograr el alineamiento estratégico, 52,5% contribuye al mejorar el clima laboral, 48% indica que es importante para informar temas clave de la empresa y un 28% indica que socializar el propósito de la empresa, las respuestas se enfocaron en tres ejes fundamentales construir cultura, alinear a los trabajadores a

la estrategia de la empresa e impulsar la transformación de la organización, se concluye que la comunicación interna no solo está en comunicar contenido, ahora busca crear unión y construir experiencias en el trabajador para lograr los objetivos de los tres ejes, en el contexto del COVID 19 la comunicación interna tiene un papel fundamental en transmitir nuevas condiciones laborales, protocolos de bioseguridad y el de ayudar a los líderes a informar e involucrar a sus colaboradores con los cambios que se realizan por lo que es de gran importancia la participación de los líderes como comunicadores, sin embargo aún no se generan espacios para escuchar a los trabajadores y no se forman líderes con habilidades de comunicación; respecto a la variable motivación para (conexión Esan, 2019) se observa que en Perú existe un gran índice mayor de rotación laboral con un promedio de 20% de toda Latinoamérica, es de vital importancia que el trabajador o colaborador este motivado, esto se logra haciéndoles participe en el desarrollo de la organización eso genera mayor compromiso y rendimiento del capital humano ,la presencia de tecnología los constantes cambios en la economía mundial ha afectado la vida laboral, un estudio realizado por Gallup informa, solo el 15% de los colaboradores muestran entusiasmo por el futuro de sus compañías, esto refleja la falta de motivación laboral ,se espera que los gerentes de la empresas apliquen nuevas estrategias y lograr que los colaboradores se encuentren motivados y comprometidos con los planes y cambios que puedan ocurrir.

La empresa MARA SAL S.A ubicada en el distrito de Maras, provincia de Urubamba, departamento de Cusco, la cual es una población muy importante y durante el virreinato fue principal proveedor de sal en la sierra la cual provenía de las Salineras o minas de sal, son pozos que no se compran si no son heredados por cada familia de generación en generación, pero el manejo se realiza de forma comunal. Cada familia aprovecha sus pozos individualmente, pero al tener un manejo comunal se formaliza una organización la cual está comprendida por una junta directiva con sus diferentes áreas: tesorería, almacén, administración, asesor legal, integrados por los socios los cuales no tiene conocimiento

profesional de estas áreas. Los socios quienes se encargarán de la parte administrativa, comercial y finanzas deberán cumplir el objetivo central, administrar el recurso de la sal, recepción y acopio del mineral, que los socios comuneros entregaran en cantidades variables desde un quintal a más, esto dependerá de la producción de cada socio. Al inicio de las operaciones con la organización formalizada no se presentaron problemas ni quejas y lograron desarrollar correctamente las actividades, sin embargo, se observa que los socios desde el año 2015 hasta la actualidad fueron manifestando su inconformidad en el actuar de la directiva presentando diferentes problemáticas y entre estas la falta de motivación y la inadecuada comunicación entre la directiva y los socios. Los socios indican que se muestra una indiferencia de los directivos a las problemáticas de la organización, las cuales son: los socios no desean trabajar en sus pozos por el esfuerzo que esto implica y no ver retribuido en sus pagos, las repetitivas tareas los tienen desmotivados en especial a los socios mayores quienes no son reconocidos por su trabajo y tiempo además no se les permite vender individualmente dicho producto puesto que todo lo acopiado es para la organización, no cuentan con la indumentaria necesaria para el acopio de sal lo que perjudica su salud, las capacitaciones recibidas no son realizadas por la organización son otras entidades las que organizan hecho que no les agrada porque se cuenta con un presupuesto, el personal administrativo no está capacitado en su área y la rotación en el personal es mínima, no se da la oportunidad a los hijos de los socios que tienen carreras relacionadas a la parte administrativa que contribuiría al desarrollo de la organización con el ingreso de personal capacitado, la problemática descrita desmotiva a los socios quienes alegan, el por qué trabajar más si los beneficiados son los directivos, perciben que el crecimiento no es igual para todos. Toda esta situación crea un malestar y descontento que ha ido creciendo en los últimos años donde la comunicación se volvió ineficiente ocasionando malos entendidos y conflictos entre los integrantes. A si mismo ya no se realiza las reuniones o asambleas para poder dar a conocer cualquier problemática o mejora en la organización.

Cuando la empresa comience a comprender la problemática que ocasiona la falta de comunicación interna podrán desarrollar una mejor relación entre socios y junta directiva que permitirá motivarlos logrando que se identifiquen con la organización, por ello la intención del presente trabajo de investigación es buscar el nivel de relación que pudiera existir entre la comunicación interna y la motivación laboral.

2.2. Pregunta de investigación general

¿Cuál es la relación que existe entre la comunicación interna y la motivación laboral de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco - 2021?

2.3. Preguntas de investigación específicas

P.E.1: ¿De qué manera la dimensión intrapersonal se relaciona con la motivación laboral de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco-2021?

P.E.2: ¿En qué medida la dimensión interpersonal se relaciona con la motivación laboral de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco-2021?

P.E.3: ¿Como la dimensión institucional se relaciona con la motivación laboral de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco-2021?

2.4. Objetivo general

Determinar la relación que existe entre la comunicación interna y la motivación laboral de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco-2021.

2.5. Objetivos específicos

O.E.1: Identificar como la dimensión intrapersonal se relaciona con la motivación laboral de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco-2021.

O.E.2: Establecer la relación que existe entre la dimensión interpersonal y la motivación laboral de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco-2021.

O.E.3: Establecer la relación que existe entre la dimensión institucional y la motivación laboral de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco - 2021.

2.6. Justificación e importancia

2.6.1. Justificación.

A nivel internacional y nacional se observa que toman en cuenta como un factor fundamental a la comunicación entre los colaboradores y directivos en las relaciones laborales, la investigación busca identificar la problemática existente entre la comunicación interna y la motivación

laboral en la empresa Mara Sal S.A, este tema es muy relevante en la actualidad porque ayuda al desarrollo adecuado de sus actividades.

A continuación, se realiza la justificación de la investigación, según los siguientes aspectos:

Justificación Teórica.

Esta investigación aportara con información útil a los socios y directivos de la empresa objeto de estudio mediante el empleo de teoría y conceptos de comunicación interna y motivación laboral extraído de las fuentes teóricas de diferentes autores quienes respaldan dicha investigación.

Justificación Práctica.

Se realizará esta investigación para corroborar que la comunicación interna es uno de los procesos más importantes que se generan en una organización y la relación que conlleva con la motivación laboral, los principales beneficiarios del estudio son los socios y directivos de la empresa Mara Sal, dichos resultados obtenidos permitirán proponer sugerencias a los directivos quienes contribuirán a dar solución al problema de estas variables.

Justificación Metodológica.

Los métodos, procedimientos y técnicas que se emplearán en el desarrollo de la investigación seguirán una ruta metodológica tomando en cuenta el tipo y diseño de investigación donde se aplicará instrumentos como el cuestionario proporcionándoles por medio virtual dicho material y en algunos casos presencial el cual tiene la validez y confiabilidad necesarias para poder realizar el análisis e interpretación de los resultados a los cuales se arrije al término de esta investigación.

2.6.2. Importancia

La presente investigación es importante porque busca la relación de las dos variables de estudio en la actividad laboral de los socios y como esto repercute en los diferentes aspectos económico, sociales y labores de la organización además contribuirá a futuras investigaciones quedando como antecedente, los resultados obtenidos proporcionaran información que aportara sugerencias buscando mejorar las relaciones entre los

integrantes de la organización lo que conlleva al buen desarrollo de sus actividades y logro de objetivos organizacionales.

2.7. Alcances y limitaciones

Se determina los siguientes alcances y limitaciones.

Los alcances de la investigación se dirigen a la empresa Mara Sal de la provincia de Urubamba, departamento del Cusco,

Las limitaciones al inicio fueron por la situación del COVID-19, la información era escasa y de difícil accesibilidad fue un obstáculo, pero con el pasar de los meses pudimos acceder a información más precisa.

Transporte, el trasladarse al lugar es complicado porque no hay movilidad directa desde la ciudad del Cusco, se toma 2 movilidades la primera al ramal de Maras y luego otro transporte hasta la empresa.

Económica, debido a la distancia donde se ubica la empresa se corre gastos de transporte, viáticos, hospedaje y alimentación en el perímetro de la empresa que superan los 30 soles diarios.

III. MARCO TEÓRICO

3.1. Antecedentes

Al revisar las fuentes físicas y virtuales se ha podido ubicar trabajos que guardan relación indirecta con cada una de nuestras variables, siendo estos valiosos aportes:

Internacional

(Miranda, 2019) Realizo su investigación con el siguiente título Motivación laboral entidades privadas y públicas de la ciudad de la Paz, Facultad de ciencias Económicas y Financieras carrera de Administración de Empresas Universidad Mayor de San Andrés, para optar el grado profesional de Licenciado en Administración dicha investigación corresponde a un enfoque el diseño transeccional descriptivo, la muestra de estudio se por un numero de 141 conformó trabajadores de ámbito privado y 79 del ámbito público a través de un muestreo por conveniencia. Se recopilo información mediante el instrumento, La Escala de Motivación de Steers R, y Braunstein Compuesto por 15 preguntas con referencia de la teoría de necesidades de McClellan. El estudio concluye, existe un nivel de motivación alto en ambas entidades y que el factor predominante es el logro se observó que un 98% los trabajadores reciben prácticas de motivación laboral y un 2% no tienen ningún tipo. El instrumento aplicado con la técnica Likert permitió clasificar el grado de motivación como alto, medio y bajo según la calificación asignada a cada una de las preguntas, se logró conocer que la necesidad predominante es el logro, poder o afiliación, el nivel de motivación en ambas entidades es alto y que el factor predominante es el logro.

Esta investigación realizada en las empresas de Bolivia La Paz, con la variable motivación laboral y sus resultados obtenidos aplicados a empresas públicas y privadas nos da la confirmación de que el capital humano desmotivado al nivel laboral, acarrea muchos conflictos laborales llevando al quiebre laboral, entender que un individuo necesita estar motivado para sentirse parte de algo y comprometerse, ser parte de la identidad corporativa, esta investigación solo confirma que nuestro estudio de esta variable es importante en las empresas y que en nuestra investigación también avizora esta problemática.

(Huamani, 2016) Desarrollo la investigación titulada Análisis e importancia de la motivación laboral en la productividad de los agro negocios en la empresa agropecuaria La Escondida. FAUBA, Facultad de Agronomía Universidad de Buenos Aires ,para obtener el grado de Magister ,dicha investigación corresponde al enfoque cualitativo cuantitativo a través de entrevistas y encuestas con respuestas de escala tipo Likert siendo aplicadas a 20 personas de la empresa aplicándose para la variable motivación laboral la escala de necesidades de Maslow y en la variable productividad se consideró la eficiencia y productividad, arrojando resultados de nivel de satisfacción con un ascenso .los resultados presentados con relación en correlación con la motivación laboral y productividad arrojó una correlación 0.91 y 0.99 en cuanto a la correlación de la encuesta de la productividad de cada trabajador y con el índice de productividad a través de las ventas según Pearson es una correlación positiva muy alta. Se concluye que existe una relación positiva entre las dos variables, la variable Y depende de la variable X, la motivación laboral si influye favorablemente en la productividad.

La investigación realizada por la licenciada Torres confirma que toda organización tiene que tomar en cuenta esta variable de motivación laboral para buen ejercicio laboral en beneficio de los mismos colaboradores de una empresa definitivamente esta investigación aporta de mucho a la nuestra, el soporte bibliográfico utilizado por la investigadora nos da más información con relación a los autores utilizados hasta el momento.

Nacionales

(Medina, 2020) Ejecuto el estudio cuyo título fue: Liderazgo y comunicación interna en la empresa Jayanca Fruits Lambayeque 2019. Universidad católica Santo Toribio de Mogrovejo para optar el título profesional de Licenciado en Administración de empresas, la metodología de este estudio corresponde al enfoque cuantitativo no experimental con un diseño descriptivo, de corte transversal y según su alcance descriptivo correlacional, la investigación tiene una población de 30 colaboradores administrativos de los cuales se tomó como muestra el total del personal puesto que es una población finita. La técnica que se utilizó para la recolección de datos fue la encuesta y como instrumento el cuestionario. Los principales resultados obtenidos indican que las variables de estudio presentan una correlación baja con un coeficiente encontrado de Rho Spearman (0.235) además se realizó un análisis de cada variable en base a sus dimensiones. Se observó la variable liderazgo del cual resultó con una alta correlación en las dimensiones transformacional, transaccional y en Laissez Faire un nivel regular a diferencia de las otras dos, respecto a las dimensiones de la comunicación interna se obtuvo un nivel alto. Finalmente, la investigadora concluye que al observar un nivel alto en dos dimensiones de la variable liderazgo se deduce que existe un líder comprometido, motivador y trascendental. En la comunicación interna se infiere un manejo óptimo de los canales de comunicación y fiabilidad en la información que se entrega a los colaboradores y sugiere una evaluación periódica para medir el progreso y desarrollo de las mismas.

El presente antecedente guarda relación con el estudio por cuanto la variable a utilizarse es comunicación interna, los resultados de esta investigación nos ayudaran a conocer como un buen manejo en la comunicación interna con los colaboradores y la entrega de información formal permite mejorar la identificación del trabajador con la organización y por ende estar más comprometido con el logro de objetivos.

(Marin L. , 2019) Realizo la investigación titulada: Influencia de la comunicación interna en el desempeño laboral de los colaboradores de

la empresa Novo centro universal S.A.C. sede El Tambo – Huancayo, Universidad Continental, para optar el título de Licenciada en Administración, la metodología que se utilizó en la investigación corresponde a un enfoque cualitativo, de tipo descriptivo con un diseño no experimental de corte transversal y según su nivel de investigación correlacional, la muestra de investigación está constituida por todos los colaboradores en los distintos niveles jerárquicos y las distintas área de trabajo de la empresa, la técnica de recolección de datos fue el método de la observación y la encuesta aplicando el instrumento de ficha de observación y cuestionario en ambas variables. Los resultados más resaltantes que podemos observar, los trabajadores se identifican con sus valores, procedimientos, creencias, reglas y normas de la organización además realizan correctamente sus procedimientos puesto que las distribuciones de funciones y puestos son los adecuados lo que permite el desarrollo de sus funciones por consiguiente se sienten satisfechos por los logros obtenidos en el desarrollo de sus tareas. Pero no se realiza una evaluación de desempeño con las competencias de acuerdo a sus funciones. Finalmente se concluye de la investigación que existe una relación directa o positiva alta entre las variables obteniéndose un coeficiente de correlación $r=0.970$ además se afirma que se encontró una deficiente comunicación interna la cual es fundamental para localizar problemas que afecten al desarrollo de actividades que permitirá tomar medidas para mejorar y solucionarlas en beneficio de la empresa y de los trabajadores.

El presente antecedente guarda una relación indirecta con la investigación por la variable de estudio comunicación interna.

Como señalo la investigadora los colaboradores son una parte esencial para el desarrollo en la organización junto a una eficiente comunicación interna entre colaboradores y directivos lo que permitirá que la información sea entregada en el momento adecuado para desarrollar eficientemente sus actividades o tareas contribuyendo a los logros de la organización. Podemos decir que al mantener informado y capacitado al trabajador permitirá que este se sienta identificado y valorado por ende se debe enfatizar en la comunicación lineal y horizontal en conjunto con

las capacitaciones continuas y permanentes que a largo o mediano plazo se reflejara en beneficio mutuo.

(Grace A & Flores, 2019) Ejecuto su investigación en el siguiente título Relación entre Motivación laboral y Compromiso Organizacional en los colaboradores de Posventas del Sector Automotriz Lima ,Facultad de ciencias Empresariales carrera de Administración Universidad San Ignacio de Loyola, para optar el título profesional Licenciado en Administración, dicha investigación corresponde a un enfoque correlacional , diseño no experimental transversal, con una muestra de estudio de 102 colaboradores del área de post venta de autos livianos, para la primera variable se utilizó el instrumento de cuestionario de Motivación para el trabajo (CMT) y para la segunda variable se utilizó el cuestionario de Montoya Santos, el estudio concluye que la motivación laboral se relaciona de manera significativa directa y positiva con la variable compromiso organizacional y que el factor de compromiso de continuidad con la motivación($r=0.140, p<.01$) se obtuvo para la variable, compromiso organizacional alfa Cronbach de 0,952, con la variable motivación laboral con alfa Cronbach 0,936 quiere decir que es necesario tener mejores niveles de motivación para tener un mayor nivel de compromiso de continuidad. La correlación RHO de Spearman es significativa en el nivel 0,018(bilateral).se encontró un relación directa y positiva entre ambas variables, así como significativa.

En la investigación realizada se demuestra que la relación entre estas variables ayuda a un crecimiento corporativo y mejora la relación de los colaboradores con los directivos, potencia la productividad con eficacia y eficiencia, las capacitaciones constantes en temas referidos directamente a sus funciones ayudan a perfeccionar su desenvolvimiento laboral.

(Cordova, 2018) Realizo la investigación: Motivación laboral y compromiso organizacional en los trabajadores del Ceticos Paita. Universidad Nacional de Piura, para obtener el título de licenciada en ciencias administrativas, la investigación corresponde al enfoque

cuantitativo, de tipo descriptivo, con un diseño no experimental, de corte transversal y según su alcance correlacional, la muestra de estudio está conformada por el total de los trabajadores de la empresa, la técnica de recolección de datos que se empleo fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario en ambas variables para su posterior procesamiento con el estadígrafo SPSS versión 22. Los principales resultados de la investigación, al analizar la motivación laboral y el compromiso organizacional según el género se observó que el género masculino presenta una motivación laboral y compromiso organizacional alto a comparación del género femenino que manifiesta una motivación laboral y compromiso organizacional bajo. En la variable motivación laboral del 100% de los trabajadores se obtuvo un 27.28% que lo considera baja, el 40.91% expresa que es media y un 31.82% lo considera alta, los colaboradores se encuentran en rangos de edades de menos de 25 años con una preferencia a la motivación de logro, de 26 años a 35 años y de 36 a 45 años presentaron una inclinación hacia la motivación de logro y poder y los mayores de 45 años mostrando una proclividad hacia la motivación de logro.

Finalmente se concluye que existe una relación estrecha positiva entre ambas variables concluyendo que la motivación laboral influye directamente en el compromiso organizacional por lo tanto a una mayor motivación, mayor compromiso de los trabajadores. Se infiere que la motivación laboral es la que conlleva a los trabajadores al deseo de pertenecer a la entidad, permanecer como miembro activo, identificarse con la misma y con su accionar y ser motivador en su círculo social además porque desean crecer profesionalmente por lo que invierten sus habilidades y tiempo, esta actitud puede corresponder a las buenas condiciones laborales o pocas oportunidades que ofrece el mercado laboral; en algunos casos se observó que los trabajadores realizan sus tareas con falta de compromiso desarrollándolas correctamente pero por obligación o condicionante influenciando negativamente a los demás. La presencia de una alta motivación en los trabajadores mejores de 25 años nos indica que están ávidos de tener mayor aprendizaje lo que fortalece su deseo de mejorar continuamente, la baja motivación entre

los trabajadores de 26 a 35 años se da porque prefieren desarrollarse en una competitividad personal sin que interfieran en la toma de decisiones, de 36 a 45 años tiene una motivación media que está basada en la cooperación y trabajo en equipo los de más de 45 años presentan una baja motivación laboral y que no desean que se produzcan sentimientos de autoritarismo entre sus compañeros.

El presente antecedente guarda una relación indirecta con la investigación al ser la variable de estudio motivación laboral, los resultados obtenidos en la investigación contribuirán a realizar una comparación de resultados entre el estudio y el antecedente.

El antecedente ayudará a entender como el motivar al trabajador y el hacerlo parte de la organización contribuirá a obtener una productividad y competitividad a lo largo del tiempo. Debemos recalcar que al tener trabajadores motivados estos influenciaran positivamente en el resto de sus compañeros por lo tanto la capacitación permanente es necesaria.

(Yomona, 2018) Desarrollo una investigación, titulada Comunicación interna y la motivación laboral de los colaboradores administrativos Nexus group Restaurants SAC Lima 2017 Universidad San Martin de Porres sede Lima para optar el grado de profesional maestra en administración con mención en gerencia estratégica, la investigación corresponde a una metodología descriptiva correlacional con un enfoque no experimental de corte transversal con diseño cuantitativo, la muestra de estudio está conformada por los trabajadores administrativos en un numero 197 colaboradores ,la técnica de reunir datos fue atreves de la encuesta y como instrumento el cuestionario escalar tipo liker proporcional, conteniendo 25 afirmaciones que medirán las escalas de comunicación y motivación interna, los resultados obtenidos dan de evidencia lo siguiente ,el estudio concluye que la relación entre las variables al aplicar el coeficiente de Pearson evidencia una relación de ($r_s=0,499,p=0.009$) lo que significa una relación positiva de magnitud moderada entre estas dos variables en la Nexus Group Restaurant y se llega a la conclusión de la motivación laboral se verá influenciada por la comunicación interna, en efecto la comunicación interna esta

correlacionada significativamente con todas las escalas de la motivación laboral y que la correlación más fuerte es con los factores motivantes de la motivación laboral ($r_s=0.507, <0.008$).

Al leer esta investigación confirman nuestras inquietudes, que la motivación laboral, aplicada de forma adecuada hacia a los subordinados, en una organización conlleva a un mejor relación humana que beneficia a todos en forma general, es necesario reconocer las dificultades en la organización para aplicar las medidas correctivas enfatizando en estas dos variables que son de mucha importancia para el desarrollo de actividades de forma satisfactoria con un crecimiento personal y laboral, las bibliografías usadas por el investigador nos aporta más información a nuestra investigación.

(Yarleque, 2018) Realizo la investigación con el siguiente título: Percepción de la comunicación interna según los colaboradores de la empresa Inversiones Mamay E.I.R.L, Lurín, 2018. Universidad Cesar Vallejo, para optar el grado académico de Maestra en Administración de negocios – MBA, la investigación corresponde al enfoque cuantitativo, de tipo básica, con un diseño no experimental, de corte transversal y según el nivel de profundidad fue descriptiva, la población de estudio es conformada por 181 colaboradores con una muestra representativa de 124 colaboradores de la empresa Inversiones Mamay E.I.R.L, la técnica de recolección de datos que se utilizo fue la encuesta y el instrumento utilizado fue el cuestionario. Los principales resultados obtenidos en la investigación indican que del 100% de colaboradores un 94% percibe que existe una comunicación interna regular y un 6% lo considera excelente, los resultados respecto a las dimensiones de la variable indican que un 76% perciben que existe una comunicación intrapersonal regular y un 24% lo refiere como excelente, un 87% percibe un nivel regular de comunicación interpersonal y un 13% en un nivel excelente por ultimo 94% de los colaboradores indican como regular la comunicación institucional y en un nivel excelente un 6%. Finalmente, la autora concluye que la comunicación interna es primordial para el desarrollo de estrategias en organizaciones que ambicionan perdurar en el mercado,

en la comunicación intrapersonal es primordial buscar una buena comunicación con sus superiores que permita la comprensión de la información o mensaje que se observara en el comportamiento como individuo, en la comunicación interpersonal el escuchar a la fuerza de trabajo es primordial al igual que el tipo de información compartida así el recurso humano se desempeñara con un nivel alto de compromiso, reconociendo sus logros lo que generara un clima de confianza en el ámbito de la comunicación institucional se demuestra que es necesaria la identificación con la empresa y la correcta transmisión de información entre áreas de trabajo.

Este antecedente presenta una relación directa con la investigación siendo la variable comunicación interna, los resultados obtenidos nos ayudaran a establecer una comparación entre el antecedente y la investigación.

La comunicación interna y las dimensiones que se utilizaron en el antecedente son las mismas que se utilizaran en la investigación, por lo tanto, se concluye que el mantener al trabajador informado, generar espacios donde pueda expresar sus opiniones e ideas además de mantener y desarrollar buenas relaciones entre compañeros, jefes, áreas de trabajo y el reconocimiento por el trabajo permitirá la identificación con la empresa y el logro en conjunto de objetivos.

(Quiroz, 2015) Realizo la investigación titulada: Percepción sobre la comunicación interna en la cooperativa minera Cerro San Francisco responsabilidad limitada, Universidad Peruana Unión, para optar el título profesional de Licenciado en Administración, la investigación corresponde al enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo con un diseño no experimental, de corte transeccional, la muestra de estudio lo integran 66 socios operadores contratistas, la técnica de recolección de datos que se empleo fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario con preguntas de tipo escala de valoración de Likert. Los principales resultados obtenidos en la investigación nos muestran que un 53% de los socios percibe que existe comunicación tanto ascendente y descendente entre

los socios y alta dirección además que un 37.9% indica que los directivos pocas veces comunican a los socios sobre la realización y proceso adecuado del trabajo, un segundo grupo de 24.2% indico que la alta gerencia nunca se comunica con los socios, un 43.9% percibe que la directiva comunica pocas veces a los socios sobre la estructura y funcionamiento de la cooperativa, un 50% de los encuestados percibieron que respecto a la situación financiera los directivos siempre comunican sobre las aportaciones, bonificaciones, ganancias o fechas de depósito de la cooperativa, un 37.9% indico que los socios pocas veces retroalimentan e informan sobre las funciones e importancia de las tareas que se deben realizar por otro lado un 34.8% percibió que nunca escuchan a los socios sobre sus desempeño laboral por ultimo un 42.2% nos indica que los socios muchas veces son los que promueven que se les explique el funcionamiento y estructura de la cooperativa. Finalmente, la investigadora concluye que la comunicación interna es una parte muy importante en el desarrollo de la cooperativa la cual ha estado actuando como un engranaje para el cumplimiento de los objetivos además se observó el interés de los socios por conocer la estructura, funcionamiento y manejo administrativo al cual no tienen acceso ya que los directivos pocas veces comunican respeto a estos temas lo mismo sucede con la distribución de funciones y atribuciones adecuadas así como la realización de su trabajo e importancia de las tareas que desempeñan, Al ser los socios los más interesados por que se les brinde información buscan medios de apertura para solicitar a los directivos información financiera la cual si es entregada que causa en ellos seguridad.

En antecedente presenta una relación directa con nuestra investigación al ser la variable comunicación interna la cual permitirá conocer y comparar los hallazgos que se obtengan en la investigación con el antecedente, del mismo modo, existe una relación entre las muestras de estudio siendo socios en ambos casos.

Los socios son una parte fundamental en una organización, en el antecedente se observa la forma de comunicación que se utiliza entre socios-directivos y los más notorio es el interés de parte de los socios por

conocer el funcionamiento y manejo de la organización además de querer mejorar el desarrollo de su labores y la adecuada distribución de funciones, se sienten seguros de su organización porque en el ámbito financiero si obtienen la apertura para comunicarse con los directivos los cuales informan respecto a las ganancias, inversiones y aportaciones que realizan cada uno. La comunicación interna en la cooperativa no es del todo clara ya que existen muchas falencias lo que crea una cierta incertidumbre en la mayoría de socios que desean conocer más la organización.

Locales o regionales

No se han encontrado estudios regionales o locales, relacionados con el tema de investigación

3.2. Bases Teóricas

3.2.1. Variable de la comunicación interna.

3.2.1.1. Definición de la comunicación interna

(Tessi, 2007) sostiene que la comunicación interna son todos los mensajes que se transmiten dentro de la organización desde su creación hasta el final de la misma en donde ocurren las interacciones comunicativas formales e informales que tienen los trabajadores ya sea consciente o inconscientemente, así como el lenguaje no verbal que utilizan al momento de comunicarse la cual está presente en todo momento por lo que es fundamental en la organización.

Según (Kreps, 1990) refiere que existe entre los miembros de una organización mensajes compartidos encontrándose una interacción humana entre los trabajadores además menciona cuatro puntos importantes de la comunicación interna como es el diseminar las metas y regulaciones de la organización, coordinar actividades y el cumplimiento de las mismas, así como proporcionar retroalimentación y el sociabilizar a los integrantes con la cultura de la organización.

Al ser una disciplina joven se puede definir la comunicación interna de acuerdo con (Cuenca & Verazzi, 2019), como todas las interacciones comunicativas realizadas en una organización poniendo énfasis en la creación y conservación de relaciones positivas entre sus colaboradores utilizando diferentes métodos que ayuden a

informar, integrar y motivar a los trabajadores y al mismo tiempo el logro de objetivos organizacionales.

De acuerdo con (Morales, 2001) la comunicación interna siempre ha estado presente en la organización es una herramienta de gestión que utilizan las empresas que se observan como excelentes y modernas, además se define como mensajes e interacciones que ocurren en la empresa y son compartidos entre los trabajadores.

La Comunicación Interna consigue unir, informar y motivar a los trabajadores en la empresa por medio de la interacción entre áreas de trabajo y las relaciones que crean en el desarrollo de actividades además el mantener comunicación formal aporta seguridad y por ende compromiso en sus actividades por lo que es parte importante en el crecimiento y consolidación de una organización.

3.2.1.2. Teorías de la comunicación Interna

Escuela clásica de la administración. Esta escuela es respaldada por Henry Fayol y Frederick Taylor quien formulo su enfoque científico (Ladino, 2017) indica que implica procedimientos eficaces en la organización de tareas, tiempos, movimientos, responsables, herramientas y todo lo que comprenda el desarrollo de cada individuo de la organización teniendo la comunicación un papel importante a nivel operativo. Fayol con su enfoque clásico de la administración define las funciones básicas de la empresa (planear, organizar, dirigir y controlar) así como los 14 principios de la administración que garanticen el correcto funcionamiento de todas las áreas (departamentos o personas) siendo una responsabilidad compartida entre todos los niveles de la organización favoreciendo un eficaz y eficiente trabajo administrativo.

La comunicación desempeña la función de administrar personal, se entrega información operativa por canales formales y definidos para realizar actividades, es así que la comunicación es formal y en forma descendente solo para transmitir información y aceptar órdenes del emisor.

Escuela de relaciones humanas. Nace en contraparte a la teoría clásica de la administración siendo conocida por la obra de Elton

Mayo que critico la teoría clásica la cual se enfocaba en la estructura y la organización formal dejando de lado a las personas y los grupos informales, mediante el experimentó Hawthorne dentro de las fábricas observaron que los trabajadores se encuentran relacionados en grupos y no individualmente existía un comportamiento social, por lo que establecieron las bases de la teoría dando inicio al concepto de hombre social que conlleva al desarrollo de nuevos conceptos.

(Felix, 2014) sostiene que el enfoque humanista plantea un nuevo panorama en la comunicación organizacional considerando como parte importante a la persona y la expresión de las emociones tomando una función relacional y no solo funcional. Esta escuela da a conocer que es necesario proporcionar información en todas las direcciones, mejorar la comunicación entre la administración y los obreros y viceversa denominada comunicación ascendente como resultado integra y genera un estado de confort al trabajador dando inicio al desarrollo de la comunicación interna.

Esta teoría es importante para la investigación porque mostro cuan esencial es la comunicación como factor de cooperación en todos los niveles ascendente, descendente y lineal para el manejo eficiente del recurso humano.

Teoría de sistemas. La teoría de sistemas representada por Ludwig Von Bertalanffy, que estudio el comportamiento organizacional y el papel de la comunicación, esta teoría permite percibir un objeto de estudio como un todo integrado como una familia, las organizaciones, los grupos y dentro de ello la interacción y relación de dependencia en ambas direcciones, (Ladino, 2017) refiere que un sistema es un conjunto de elementos en interacción. Al tener en cuenta a las organizaciones como sistemas, es importante tener presente que estamos ante unos sistemas abiertos que cuentan con diferentes salidas y aperturas para comunicarse con el medio facilitando el flujo de recursos por lo tanto las organizaciones están constituidas por actividades que se encuentran relacionadas entre sí que unen a los trabajadores con la empresa y se encuentran acoplados en el ambiente en que operan.

En este modelo organizativo sistémico, cumple con la interacción interna y externa entre sistemas interconectados formando una unidad, es sencillo considerar la importancia de la comunicación y su carácter esencial en la organización, cumpliendo la función de entrelazar las comunicaciones como red compacta e interconectada de transporte de información.

3.2.1.3. Dimensiones de la comunicación interna

Para la investigación se utilizó el modelo de Manuel Tessi: Metodología 1A el cual consigna 3 dimensiones:

Dimensión intrapersonal

Según (Tessi, 2016) propone que se debe ingresar a la dimensión intrapersonal, pero iniciando desde arriba con los líderes de la organización puesto que ellos son los que elaboran y emiten los mensajes para los colaboradores.

Este modelo tiene como meta principal el lograr el mayor nivel de objetividad y empatía ya que al recibir el colaborador el mensaje y decodificarlo se realiza una posterior interpretación e involucración de sentimientos, emociones y percepciones que pueden alterar el verdadero significado del mensaje emitido. Por lo que se debe preparar a los líderes para que puedan escuchar, entender y por ende enseñar a los demás.

Dimensión interpersonal

(Tessi, 2016) En esta dimensión hace referencia a dos retribuciones importante en el trabajo humano: el salario y el sentido.

Podemos definir al salario como una retribución material y al sentido como una inmaterial estos son mensajes que transmiten las organizaciones que influyen notablemente en la comunicación interna y siendo el más importante para el colaborador el sentido en el trabajo, por lo que se formula la pregunta “para que trabajar” los trabajadores interiorizan la pregunta hasta darle un sentido a la tarea que realizan, en este punto la comunicación interna juega un rol fundamental porque la respuesta a la interrogante se dará mediante el uso de la palabra la cual será compartida en las conversaciones laborales ya sean formales o informales las cuales pueden construir

o destruir el sentido en el trabajo, y por ende propone gestionar estrategias de comunicación interna dentro de los equipos que ayudara a incrementar el sentido con lo que se logra mayor productividad y por ende mayores retribuciones salariales.

Dimensión institucional

(Tessi, 2016) En esta dimensión destaca la comunicación escrita en la organización y plantea tres pasos para la comunicación institucional: Escucha, empatía y emisión. El escuchar como el pilar primordial de una comunicación efectiva para establecer una conexión entre los trabajadores y la organización, la empatía implica el ponerse en el lugar del trabajador y comprender su realidad y por último emisión el cual toma como guía los resultados de los anteriores pasos que permite alcanzar significativos resultados en los trabajadores.

3.2.1.4. Funciones de la comunicación interna

En palabra de (Morales, 2001) la comunicación es propia del ser humano para dar a conocer ideas, pensamientos y emociones por lo cual en el ámbito organizacional es esencial al momento de presentar políticas, procedimientos, funciones y responsabilidades además es importante recalcar que la información entregada sirve para dirigir y coordinar actividades dentro de una empresa.

Presenta tres funciones claras:

Información, es indispensable para que los trabajadores cuenten con la información necesaria para el desarrollo de sus funciones que fomenta un ambiente de seguridad por lo tanto están motivados a realizar su trabajo adecuada y eficientemente.

Explicación, los trabajadores deben conocer e identificarse con los objetivos, tener una idea clara de las razones de las ordenes que reciben y de la toma de decisiones en la organización además cada área debe de informar al detalle sobre sus funciones y el desarrollo de las mismas.

Interrogación, es fundamental el intercambiar información y buscar el dialogo entre trabajadores buscando fomentar y mantener la comunicación entre las diferentes áreas de la organización.

3.2.1.5. Canales de comunicación interna

La empresa al ser un lugar donde las personas interactúan y el canal es el medio por donde se transmite el mensaje, se indica que existe dos canales de comunicación uno formal y otro informal. El emisor es quien determina cual utilizar; los canales de comunicación se comparan a una red que se entrelaza en diferentes direcciones por donde se entrega los mensajes hacia los colaboradores, según (Robbins & Judge, 2009) la función principal que cumple la comunicación interna es informar y contribuir al desarrollo, coordinación y culminación de tareas además que los trabajadores conozcan a la organización y los roles que cumplen en la misma.

Comunicación formal, según (Brandolini, Gonzalez, & Hopkins, 2009) se refiere a la comunicación que transmite información oficial y definida dentro de la organización mediante criterios de jerarquía y funciones que se distribuye mediante los distintos tipos de comunicación interna, descendente, ascendente y horizontal; el medio más utilizado y tradicional es el escrito que se comparte para llegar a todos los trabajadores logrando llevar información relevante a los distintos grupos lo cual disminuirá los rumores que puedan llegar a surgir.

comunicación informal. Según (Morales, Asociación peruana de comunicación interna, 2001) este canal no está organizado se manifiestan espontáneamente a través de las relaciones sociales de los trabajadores al igual que (Brandolini, Gonzalez, & Hopkins, 2009) indican que es la comunicación que circula en la empresa mediante las conversaciones de los trabajadores al realizar sus actividades se caracteriza porque se dispersa con mayor velocidad logrando influir en las relaciones y por lo tanto en el clima laboral, al no ser información formal puede llegar a crear malentendidos porque la información proporcionada no es suficiente logrando surgir rumores.

3.2.1.6. Tipos de comunicación interna

Según (Estudio de comunicación, 2011) Este tipo de comunicación se orienta de tres formas según quién emita los mensajes y el lugar que ocupa en la organización.

Comunicación descendente: De acuerdo con (Morales, 2001) es un tipo de comunicación formal y es el más clásico, empleado con naturalidad para transmitir información, se produce en la alta dirección y va orientada a los colaboradores usando criterios jerárquicos y organizativos según el organigrama. La función que cumple es el de comunicar procedimientos, estrategias y órdenes para el desarrollo eficiente de las actividades de la empresa además de informar la visión, misión y objetivos que deben alcanzar, deben llegar a ser claros, veraces, prudentes y comprender información relevante además de atrayente para el trabajador.

Este tipo de comunicación al ser un instrumento de los directivos a la hora de dirigir también debe cumplir con informar a los trabajadores las razones de la toma de decisiones o cambios a realizarse detrás de la información brindada, esta acción logra un gran porcentaje de compromiso con los cambios por lo que es importante recalcar que las personas necesitan ser respetadas y escuchadas.

Comunicación ascendente: Como afirma (Robbins & Judge, 2009) es la información que nace de los trabajadores y fluye hacia quienes desempeñan posiciones directivas, da a conocer cómo se sienten, sus preocupaciones, deseos, iniciativas, la de sus compañeros y de la empresa en general e informa el avance de las metas y los problemas que aparezcan en el proceso. Este tipo de comunicación es utilizado para la retroalimentación a los superiores y para desarrollar nuevas ideas y como mejorar las situaciones que se presenten.

Al igual que (Morales, 2001) la comunicación ascendente debe ser transmitida de manera precisa y confiable además de tomar en cuenta las ideas u opiniones de los colaboradores al momento de diseñar las políticas estratégicas de la empresa.

Algunos medios de comunicación ascendente, agendar reuniones con diferentes intervalos de tiempo para poder tener una buena retroalimentación, entrevistas individuales con los trabajadores, realizar encuestas, mantener un sistema de sugerencias (buzones).

Comunicación horizontal: Con base en (Morales, 2001) infiere que este tipo de comunicación se da entre trabajadores de un mismo nivel jerárquico en la empresa esta se desplaza horizontalmente produciendo un intercambio de información entre compañeros con una misma posición. La más importante es la que se desarrolló a nivel gerencial porque al ser quienes dirigen y toman decisiones estas tienen mayor consecuencia para la empresa.

Los trabajadores mantienen una comunicación habitual, abierta y efectiva entre los miembros de su misma posición lo cual no ocurre con sus superiores por lo tanto la información se transmite sin ninguna distorsión siendo así más confiable, como función principal posibilita la coordinación de tareas entre los miembros, siendo un medio para intercambiar información importante permitiendo el desarrollo de relaciones interpersonales positivas que contribuirán a la resolución de conflictos y problemas permitiendo un apoyo mutuo entre compañeros y fortaleciendo su identidad colectiva.

3.2.1.7. La comunicación interna aporta las siguientes ventajas:

La comunicación interna es fundamental si se desarrolla aporta grandes ventajas a la organización como la buena disposición al trabajo lo que permite tener un recurso humano motivado con un sentimiento de pertenencia y compromiso con la organización además permite que todos tengan conocimientos sobre los problemas, objetivos y políticas de la empresa.

Es importante mantener informados de las situaciones que fuercen a tomar decisiones así el personal comprenderá las razones y no las tomará como arbitrarias.

La comunicación al mantenerse en diferentes direcciones permite generar retroalimentación de los trabajadores a los jefes y viceversa tomando en cuenta sus aportaciones generando un clima de participación.

Impulsa el trabajo en equipo y fomenta la colaboración personal e interdepartamental que propiciara una cercanía entre trabajadores y así mismo con la dirección. Y por último fortalece la imagen de la empresa hacia el exterior.

3.2.2. Variable Motivación laboral

3.2.2.1. Definición de la motivación laboral

(Herzberg, 2003) Sostiene que la productividad de las personas en el trabajo dependerá del nivel de satisfacción que se experimente en el espacio de las actividades, esta teoría está basada en la motivación considerado como un factor que impulsa y compromete a los individuos a que rindan mejor en el centro de labor. Investigo las fuentes de motivación en los colaboradores de los años 50 y 60, descubrió una dicotomía, las cosas que motivan y las causas de satisfacción a las personas en el trabajo , propuso su teoría de motivación -higiene es la ciencia que relaciona al individuo con su trabajo, es básico la actitud hacia esta puede determinar el éxito o el fracaso del individuo, mientras que los factores de higiene que son externos son los que rodean al a tarea evitarán los disgustos de los trabajadores y su insatisfacción.

(Chiavenato, 2001) Hablar de motivación es un poco complicado también poder definirla ,puesto que fueron utilizados en diferentes sentidos, se dice que motivo es todo aquello que impulsa a un individuo a manifestarse de diferente manera, lleva a un comportamiento específico, estos pueden ser provocados por un estímulo externo o internamente, se considera que la motivación fue explicada en función a conceptos como el deseo y rechazo buscando un poder y rechazando el aislamiento social ,se entiende que los individuos son diferentes produciendo diversos patrones de conducta, existen tres premisas que explican el comportamiento humano. El comportamiento es causado, es motivado y está orientado hacia el objetivo.

(Maslow, 1991) Maslow propone la teoría de la motivación humana aplicando una jerarquía de necesidades y sus factores teniendo una clasificación piramidal donde contiene las necesidades humanas, psicológicas físicas llegando a la auto realización, el indica, que el estado motivacional es un estado especial, peculiar y claramente diferenciado, se debe reconocer que la motivación es constante, inacabable, fluctuante y compleja.

(Pinto, 2002) Esta teoría permite conocer que los colaboradores dependen de un factor motivacional para sentirse satisfechos en sus actividades laborales, la motivación es factor que compromete e impulsa a los individuos para que rindan mejor su actividad laboral. Se busca que los objetivos de la corporación coincidan con los intereses del colaborador. Para Pinto la Teoría de Herzberg, motivación e higiene es aplicable a toda entidad corporativa tratando de desarrollar relaciones laborales positivas aplicando eficiencia y eficacia en favor de ambos (trabajador - empresa).

(Araya & Pedreros, 2009) Esta afirmación tiene sentido con lo leído de autores como Chiavenato y Maslow, quienes indican que el individuo necesita tener una motivación para realizar sus actividades laborales de forma óptima y eficiente, todo individuo motivado en diferentes aspectos intrínsecos y extrínsecos, esto no solo se refiere al individuo como colaborador sino también al sujeto forjador de dicha motivación, todo esto recae en la idea de que el individuo busca satisfacer necesidades básicas y secundarias, fisiológicas de seguridad y social, entendido esta que las necesidades no siempre tiene un orden piramidal descendente o ascendente, cada individuo cubre su necesidad primordial de acuerdo al motivo con la que se encuentra hasta lograr satisfacerlas todas sin un orden específico.

(Marin & Placencia, 2017) La motivación laboral es un punto clave para el desarrollo en la gestión de recursos humanos buscando la calidad total, en la teoría de motivación e higiene de Frederick Herzberg son determinantes estos factores, motivan al recurso humano poder desempeñar su trabajo con calidad teniendo una estrecha relación la motivación laboral con la producción y la satisfacción de cada individuo.

Definitivamente lo mencionado por los autores sobre la motivación laboral confirma que los individuos para un mejor desenvolvimiento en sus funciones dentro de la organización, necesitan estar motivado de esta forma su compromiso se profundiza para un mejor desempeño laboral y esto conlleva a buenas relaciones entre los subordinados y los jefes creando un ambiente agradable.

3.2.2.2. Teorías de la motivación laboral

Teoría de la jerarquía de las necesidades de Abraham Maslow.

Según (Perez, 2016) para Maslow en su teoría de las necesidades humanas defiende lo siguiente, que conforme se satisfacen las necesidades más básicas indicada en la parte inferior de su pirámide, los seres humanos desarrollan necesidades y deseos más elevados esto indicado en la parte superior de su pirámide. La parte refería a lo fisiológico comprende la las necesidades básicas, comidas bebida descanso, respiración, salud, etc. Lo referido a seguridad se entiende que una vez cubierto lo básicos, se pretende un hogar, estar protegido y contar con recurso asegurados. El tercer escalón denominado afiliación indica que aquí se busca sentirse aceptado y participar en la sociedad, el cuarto escalón habla de un reconocimiento tener éxito y respeto de los demás y a la cúspide denominada auto realización el individuo aplica creatividad resolución de conflictos manifiesta moralidad y llegara a esta etapa una vez satisfecha todas las anteriores.

Según (Naranjo, 2009) Maslow se enfoca en las necesidades fisiológicas que permiten al individuo contar con un buen estado de salud y emocionalmente, una vez teniendo estas puede buscar factores de seguridad para él y su familia, al obtener esa seguridad buscara afecto, amistad y vivir en una comunidad pertenecer a un grupo y sentirse aceptado posteriormente buscara sentirse apreciado tener prestigio y destacar dentro de un grupo. Una vez satisfecha todas las anteriores buscara la auto realización buscara trascender, dejar huella y desarrollara su talento al máximo, Maslow sustenta su teoría de la motivación en las necesidades humanas (dirigidas hacia el interior)

Teoría Bi factorial de Frederick Herzberg. Según (Araya & Pedreros, 2009) la teoría de dos factores explica de mejor forma el comportamiento de los colaboradores en el trabajo y se plantea esta dicotomía que orienta el comportamiento humano.

Herzberg se basa en dos factores los higiénicos y los motivacionales; los Higiénicos rodean al individuo las condiciones físicas y

ambientales, trabajo, el salario los beneficios sociales, las políticas de la empresa, etc. y los factores motivacionales, tienen que ver con el contenido del cargo, las tareas y los deberes.

El termino motivación encierra sentimientos de realización de crecimiento y de reconocimiento profesional, delegación de responsabilidades, libertad de decidir cómo realizar sus funciones, ascenso y formular objetivos, este autor basa su teoría en el ambiente externo orientado hacia el exterior.

Herzberg en su propuesta sobre la motivación, lo denomino de esta forma “enriquecimiento de tareas”, para él la actividad laboral rutinaria es nada interesante no denigra a quienes lo realizan, pero si genera actitudes muy pasivas y violentas esto impacta en sus vidas y en la sociedad, además causa menos calidad en su desempeño laboral, mayor rotación y poco compromiso. Herzberg sugiere que para el enriquecimiento de tarea debería tomarse en cuenta los siguientes aspectos.

- Quitar algunos controles manteniéndose la responsabilidad del manejo.
- Añadir la responsabilidad del trabajador a su función.
- Encargar un área de trabajo en las funciones específicas.
- Otorgar mayor autoridad como también mayor libertad.
- Tener informado a los colaboradores con los resultados mensualmente.
- Repartir las tareas nuevas con cierto grado de complejidad.
- Asignarles tareas que permitan a los colaboradores mejorar profesionalmente.

La motivación en los trabajadores en general, ha sido un problema con mucha relevancia para los estudios de los psicólogos desde los años 40 cuando las teorías como el de Abrahán Maslow quien inicio un camino para plantear sus principios, es así que Frederick Herzberg quien a finales de los años 60 dio una teoría de motivación más extendida, denominada teoría bifactorial o también conocida como la teoría de la motivación e higiene. Esta teoría refiere a los elementos que causan satisfacción puesto que las personas tienen necesidades,

se busca evitar el sufrimiento o dolor y la otra orientada al crecimiento emocional e intelectual.

Definitivamente el autor tomo en cuenta la estabilidad emocional y laboral de los colaboradores en una determinada entidad dentro de sus funciones y el rol que este realiza, si esta le causa satisfacción o insatisfacción, se busca menguar malestares de los colaboradores dándoles confianza, respeto, autonomía y respaldo a sus opiniones dentro de sus funciones.

Teoría de las necesidades McClelland. Según (Araya & Pedreros, 2009) Indica que existen tres motivaciones particulares de vital importancia:

La necesidad de logro, de afiliación y la de poder. Estas motivaciones son importantes porque predisponen a los individuos a comportarse en formas que afectan de manera critica el desempeño de las actividades laborales y sus respectivas tareas.

Necesidad de logro. Menciona que los individuos con alta necesidad de logro presentan algunas características. Es el grado en el cual un individuo desea realizar tareas complicadas que le desafían en un alto nivel

- Les gustan situaciones donde toman de forma personal la responsabilidad de solucionar las situaciones difíciles.
- Buscan fijarse metas moderadas y toman riesgos calculados.
- Desean retroalimentación concreta en sus funciones de desempeño.
- Se distinguen por intentar realizar correctamente sus funciones, busca el éxito, muchas veces por encima de las recompensas.

Necesidad de poder. Es típico en las personas que les gusta estar a cargo como responsables. Se considera que las personas que tienen una alta necesidad de poder, emplean más tiempo y esfuerzo imaginando como obtener y ejercer el poder y la autoridad, estas personas consideran que siempre necesitan ganar argumentos y persuadir a otras. Existen dos caras del poder, se relaciona con situaciones de dominio-sumisión, con personas que piensan que se hace lo que ellas desean y pudieran controlar a los demás, la otra

cara del poder es positiva, el comportamiento persuasivo inspirador de un individuo pudiera evocar sentimientos de fortaleza y habilidad en otras ayudando a establecer metas.

Necesidad de afiliación. Significa que las personas buscan buenas relaciones interpersonales con otros. Las personas que tienen alta necesidad de afiliación tienden a interesarse y a pensar la calidad de sus relaciones con los demás, concede mucha importancia a los momentos agradables que comparten con los demás, se preocupan por las dificultades en cuanto a sus relaciones con los demás la meta de la filiación es la interacción social y lograr la aceptación de las otras personas la afiliación se relación con una reducción de la ansiedad, busca la aprobación social

Teorías de las Expectativas de Víctor Vroom. Según (Naranjo, 2009) Victor H. Vroom propone una doctrina donde desafía las teorías de Maslow y Herzberg, está apoyado en la idea de que los individuos son diferentes y actúan de manera diferente según en la posición que se encuentran, este autor habla de la motivación para la producción y menciona tres factores, los objetivos individuales, la relación del sujeto que percibe relaciones entre expectativas y recompensas, y por ultimo referido al relación percibida entre la consecuencia de los objetivos y la alta productividad, esta teoría considera que las personas se motivan al realizar cosas y esforzarse por logra un desempeño alto para alcanzar sus metas y si están seguros de lograrlo y alcancen a su meta recibirán una recompensa de tal forma que el esfuerzo realizado ha valido la pena , esta teoría indica que la motivación de las personas para realizar algo está determinada por el valor que asignen al resultado de su esfuerzo multiplicado por la confianza que su esfuerzo contribuirá materialmente a la consecución de la meta.

3.2.2.3. Dimensiones de la motivación laboral

Factores motivacionales. Según (Herzberg, 2003) Estos se relacionan con el cargo y la naturaleza de sus tareas que el hombre realiza bajo el control del operario, involucran sentimientos de

crecimiento personal, reconocimiento profesional, autorrealización depende de la actividad realizada por el individuo.

Logro, refiere a considerar que lo que realiza es importante y valorado esto genera sentimientos de logro en el individuo contribuye crecimiento individual y del a empresa por que en conjunto se desempeña mejor.

Estructura administrativa, Reconocer las áreas con sus determinadas funciones y la comunicación con los inmediatos para evitar a demoras y atrasos, buscando la mayor flexibilidad y participación.

Responsabilidad, el minimizar los controles de supervisión por parte de los jefes hace que el individuo se sienta responsable de sus funciones aumentando la auto confianza y se logra un mejor desempeño.

Comunicaciones, es importante mantener informado al personal acerca de sucesos en la organización así se evitar rumores que desestabilicen las relaciones laborales.

Factores Higiénicos. (Herzberg, 2003) Estos referidos a las condiciones dentro de las cuales realizan sus actividades laborales.

Supervisión, comprende la forma que adopta un jefe para conducir su equipo puede ser adecuad o inadecuada.

Relaciones interpersonales, relación del trabajador con sus pares y sus subordinados

Condiciones de trabajo, entendido al ambiente de trabajo, instalaciones seguras, limpias e higiénicas condiciones de iluminación con temperaturas adecuadas.

Salario, referido al justo salario, adecuado y apropiado de acuerdo a la complejidad de su función el no contar con ello produce una insatisfacción.

Seguridad, comprende a las políticas administrativas de la corporación, deben estar claramente definidas las normas y los procedimientos.

3.2.2.4. Aspectos motivadores.

Tomando referencia las teorías indicadas, se reconoce las siguientes necesidades para (Vara, 2017) garantizar seguridad en los

integrantes de la organización, fomentar la creación de roles en la organización permite que el individuo cubra la satisfacción de necesidad de poder y le da un estatus, tener una interacción constante con sus compañeros y directivos compensa la necesidad de sociabilizarse, todo esto conlleva a la obtención de metas y se busca lograr la satisfacción y reconocimiento conocido como la necesidad del logro.

Es de vital importancia considerar que el individuo motivado se compromete con la organización y aporta eficazmente, (Vara, 2017) como motivar es la pregunta pues bien a través del reconocimiento y sus incentivos de forma grupal, otorgarles autonomía y toma de decisiones frente a situaciones que lo ameriten y estas deben estar aprobadas por los jefes directos, hacerles partícipes en la directiva de la organización , el reconocimiento corporativo afianza el compromiso del colaborador .

3.2.2.5. Importancia de la motivación laboral.

La motivación en el campo laboral, es definida actualmente como un proceso que activa, orienta dinamiza y mantiene el comportamiento de las personas buscando la realización de objetivos convirtiéndose la motivación en un factor importante que permite canalizar el esfuerzo la energía y la conducta de forma general del colaborador hacia el logro de objetivos que interesa a la empresa y al mismo individuo. Esto se realizará a través del enriquecimiento de tareas o enriquecimiento del cargo el cual consiste a la sustitución de las tareas más simples y elementales del cargo por tareas más complejas, que ofrezcan condiciones de desafío y satisfacción personal para así el empleado continúe con su crecimiento personal.

3.3. Marco conceptual

Análisis. Es la acción de disgregar un problema en varias partes para reconocerlas y encontrar una relación entre sí para obtener conclusiones.

Comunicación. Es un proceso donde interviene un emisor quien envía un mensaje y el receptor que lo recibe produciendo un intercambio de información.

Comportamiento. Es un conjunto de actos que realiza un individuo el cual se determina mediante la cultura, actitud, emociones, valores.

Colaboradores. Referido a individuos que realizan una actividad en común.

Cronograma. Calendario para actividad programada en diferentes situaciones.

Eficiencia. Capacidad para realizar o cumplir adecuadamente una tarea o actividad con el recurso adecuado.

Eficacia. Capacidad para cumplir y lograr metas satisfactoriamente.

Flexibilidad laboral. Es la capacidad de acoplarse a los cambios estratégicos, en productividad, diseño.

Fundamentos. Referido a soporte, origen, postulados, principios de determinados conocimientos estableciendo un fundamento de una teoría.

Individuo. Persona sola considerado como una unidad independiente frente al os demás.

Interdependencia. Se refiere a una dependencia reciproca e igualitaria entre diferentes personas, áreas.

Introducción. Texto o discurso que ofrece un preámbulo del tema a tratar en una determinada situación.

Jerarquía. Estructura establecida de forma ordenada que plantea un orden a un criterio de subordinación.

Logros. Entendió al alcance de meta previamente planteada.

Motivación. Es un estado en el cual el individuo se siente capaz de realizar sus actividades los que fuesen de forma satisfactoria aplicando eficiencia y eficacia.

Metodología. Determina la información obtenida por los investigadores cuando recaban, ordenan y analizan los datos.

Operario. Sujetos que realizan un oficio u actividad definida que requiera un esfuerzo físico o mental.

Teoría. Es un postulado por parte de un autor con aplicación científica, para brindar una visión o explicación sobre algo.

Toma de decisiones. Acción de seleccionar una alternativa entre varias opciones.

IV. METODOLÓGICA

4.1. Tipo de investigación.

Según el enfoque, el estudio corresponde al cuantitativo, el cual infiere (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014) se denomina a estudios que evidencian la necesidad de la medición numérica además de seguir una guía predecible y ordenada, utilizando la recolección de datos y la estadística descriptiva e inferencial que busca comprobar las hipótesis planteadas y la demostración de teorías.

Según su nivel de investigación, corresponde al nivel relacional, como afirma (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014) se trata de investigaciones que buscan determinar si existe relación entre dos variables mediante la cuantificación y el análisis de una muestra, grupo o población.

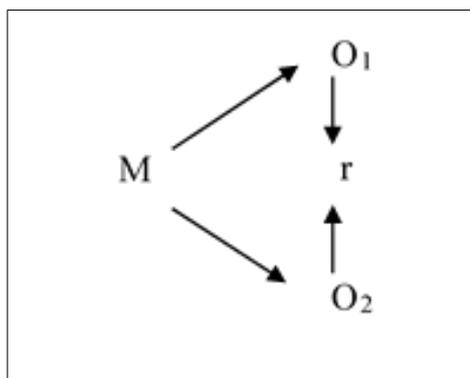
Según su finalidad o propósito de estudio, es de tipo básica, también es llamada pura, este tipo de investigación según (Bernal, 2010) tiene el objetivo de describir situaciones y eventos buscando la relación entre las variables, en otras palabras, se describe lo que se investiga, examina asociaciones y se mide cada una de ellas independientemente pero no relaciones causales.

Según su periodo de recolección de información el estudio es de corte transversal, también conocido como de corte transaccional sincrónica, el cual según (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014) el propósito es obtener información del objeto de estudio una única vez en un momento dado pudiendo ser descriptiva o explicativa con una similitud a una imagen fotográfica instantánea.

4.2. Diseño de Investigación

El diseño de la investigación es no experimental, de acuerdo con (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014) estos estudios observan situaciones existentes en un contexto natural sin manejar ni manipular las variables.

De acuerdo a la tipología del diseño, es como se describe en la siguiente formula:



Donde:

M = Muestra de estudio conformada por 80 socios de la empresa MARASAL

O₁ = Medición de la comunicación interna

O₂ = Medición de la motivación laboral

r = Coeficiente de correlación entre las variables de estudio

4.3. Operacionalización de variables

Comunicación interna

Definición conceptual. (Tessi, 2007) sostiene que la comunicación interna son todos los mensajes que se transmiten dentro de la organización desde su creación hasta el final de la misma en donde ocurren interacciones comunicativas formales e informales que tienen los trabajadores ya sea consciente o inconscientemente, así como el lenguaje no verbal que utilizan al momento de comunicarse la cual está presente en todo momento por lo que es fundamental en la organización.

Definición operacional. La variable comunicación interna, será medida a través de un cuestionario, el cual está conformado por 20 ítems, distribuidos en 3 dimensiones como son intrapersonal, interpersonal e institucional.

Dimensiones:

Dimensión Intrapersonal:

- Cognoscitivo
- Afectivo
- Conativo

Dimensión Interpersonal:

- Salario
- Sentido

Dimensión Institucional:

- Escucha
- Empatía
- Emisión

Motivación Laboral

Definición conceptual. (Herzberg, 2003) Sostiene que la productividad de las personas en el trabajo dependerá del nivel de satisfacción que se experimente en el espacio de las actividades, esta teoría está basada en la motivación considerado como un factor que impulsa y compromete a los individuos a que rindan mejor en el centro de labor.

Definición operacional. La variable motivación laboral, será medida a través de un cuestionario, el cual está conformado por 15 ítems distribuidos en 2 dimensiones como son los factores motivacionales e Higiénicos.

Dimensiones:

Factores Motivacionales:

- Estructura administrativa
- Logro
- Responsabilidad
- Comunicaciones

Factores Higiénicos:

Relaciones

interpersonales

- Supervisión
- Condiciones de trabajo
- Seguridad en el trabajo
- Salario

4.4. Hipótesis general y específicas

4.4.1. Hipótesis general

Existe relación directa y significativa entre la comunicación interna y la motivación laboral de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco-2021.

4.4.2. Hipótesis específicas

H.E.1: Existe relación directa y significativa entre la dimensión intrapersonal y la motivación laboral de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco-2021.

H.E.2: Existe relación directa y significativa entre la dimensión interpersonal y la motivación laboral de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco-2021.

H.E.3: Existe relación directa y significativa entre la dimensión institucional y la motivación laboral de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco-2021.

4.5. Población – Muestra

4.5.1. Población.

La población es de gran importancia en un estudio de investigación según (Bernal, 2010) se refiere al conjunto total de individuos o elementos con características similares pudiendo ser finitos o infinitos. La población para el desarrollo del estudio está conformada por la totalidad de socios los cuales son 80 que se encuentran empadronados, certificados e inscritos formalmente en la empresa Mara sal, ubicada en el distrito de Maras, provincia Urubamba, Cusco 2021.

Para la ejecución y recojo de datos para la investigación se considera el empadronamiento realizado a inicios del 2021.

Tabla 1

Población de estudio

Cargo	Población
Directivos	7
Socios	73
TOTAL	80

Fuente: Elaboración propia

4.5.2. Muestra

De acuerdo con (Bernal, 2010) la muestra es una parte de la población sobre la que se llevara a cabo la medición, la cual es definida mediante un muestreo probabilístico o no probabilísticos considerando ciertas condiciones o criterios para el beneficio del estudio. La muestra de estudio estará conformada por la totalidad de los socios de la empresa Mara sal, ubicada en el distrito de Maras, provincia Urubamba, Cusco 2021.

Tabla 2

Muestra de estudio

Cargo	Población
Directivos	7
Socios	73
TOTAL	80

Fuente: Elaboración propia

Muestreo

El muestreo utilizado en la presente investigación es el muestreo no probabilístico censal.

4.6. Técnicas e Instrumentos de recolección de información

4.6.1. Técnica

En la investigación para la recolección de datos se utilizará, la encuesta de acuerdo con (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014) es una de las técnicas más usadas para la obtención de información de un grupo o muestra.

4.6.2. Instrumento.

El instrumento que se utilizará para la recolección de datos es el cuestionario para cada una de las variables de investigación.

Cuestionario para evaluar la comunicación interna (variable 1): Este instrumento será estructurado utilizando un cuestionario de 20 ítems estructurados de acuerdo a las dimensiones establecidas: Intrapersonal (7 ítems), interpersonal (6 ítems) e institucional (7 ítems)

Cuestionario para evaluar la motivación laboral (variable 2): Este instrumento será estructurado utilizando un cuestionario de 15 ítems

estructurados de acuerdo a las dimensiones establecidas: Motivacional (8 ítems) e Higiénicos (7 ítems).

4.7. Validación y Confiabilidad

4.7.1. Validez

Al ser un instrumento adaptado, será sometido al proceso de validación que se llevó a cabo mediante la técnica de juicio de expertos, cada uno de los ítems del instrumento fueron analizados por profesionales con amplia experiencia en la Administración y desarrollo de investigaciones.

Fiabilidad.

Luego del proceso de validación por juicio de los expertos, se usó Alpha de Cronbach que permitió validar la fiabilidad e indica que es un instrumento altamente confiable.

	Alfa de Cronbach	N de elementos
Comunicación interna	.895	20
Motivación Laboral	.919	15

4.8. Técnicas de análisis e interpretación de datos

Con la finalidad de lograr la correcta interpretación de los resultados en la investigación y de acuerdo con los lineamientos de la estadística descriptiva, se utilizará el paquete estadístico SPSS-28, para ello previamente los datos recolectados serán llevados a la hoja de cálculo del programa Excel 2021, para obtener datos como: análisis de frecuencias y porcentajes, tablas cruzadas y los coeficientes de correlación que existen entre la comunicación interna y la motivación laboral de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco-2021.

Se realizará la prueba de bondad de Kolmogórov-Smirnov, por ser una muestra mayor a 50 datos, este valor es recomendado para trabajar con poblaciones grandes, la prueba de bondad tendrá como finalidad determinar la existencia de datos paramétricos o no paramétricos, y así con los valores obtenidos en la significancia, definir cuál prueba de hipótesis se podrá utilizar.

V. RESULTADOS

5.1. Presentación de resultados - Descriptivos

A continuación, se presenta los resultados obtenidos usando cuadros estadísticos y gráficos.

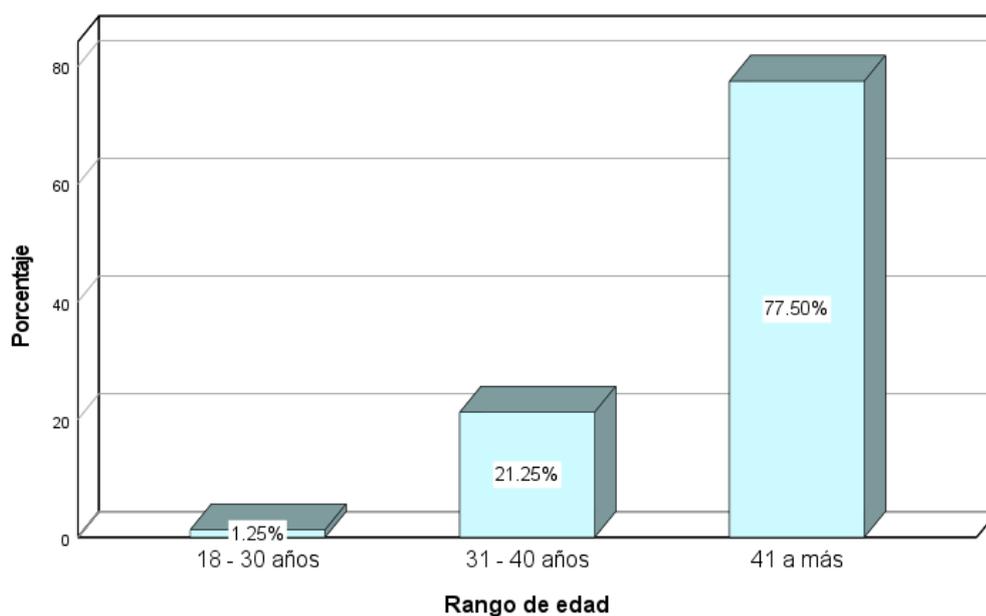
Tabla 3

Rango de edad de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco 2021

	Frecuencia	Porcentaje
18-30 años	1	1.3
31-40 años	17	21.3
41a más	62	77.5
Total	80	100.0

Ilustración 1

Rango de edad de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco 2021



En la tabla 3 e ilustración 1, se observa el rango de edad de los socios de la empresa, un 1,25% se encuentra entre 18 y 30 años de edad mientras que un 21,25% tienen entre 31 a 40 años y el 77.50% tienen 41 años a más.

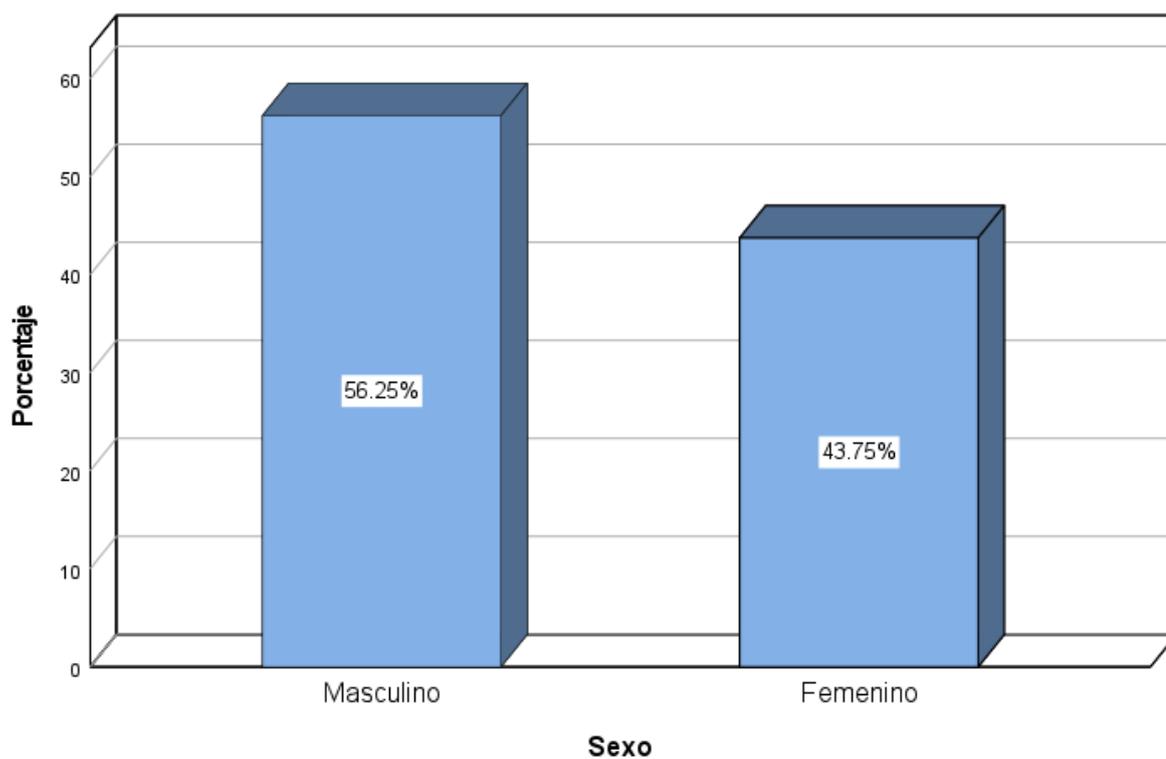
Tabla 4

Sexo de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco 2021

	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	45	56.3
Femenino	35	43.8
Total	80	100.0

Ilustración 2

Sexo de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco 2021



En la tabla 4 e ilustración 2 se observa que un 56,25% de los socios son del sexo masculino mientras que un 43.75% son del sexo femenino.

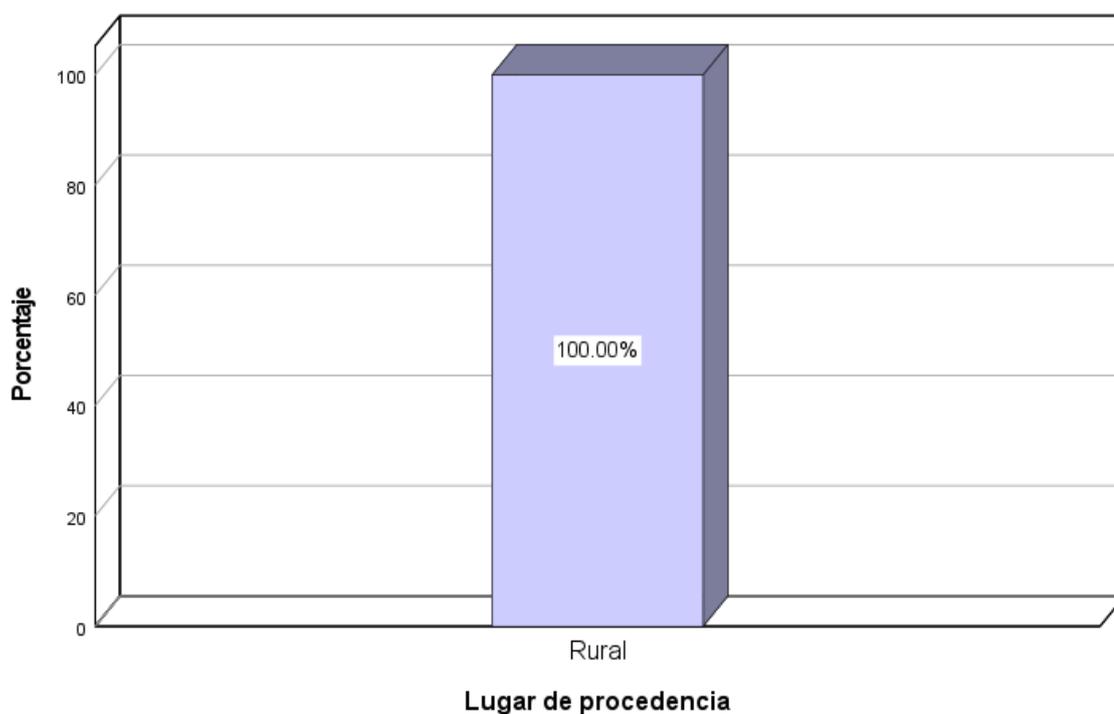
Tabla 5

Lugar de procedencia de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco 2021

	Frecuencia	Porcentaje
Rural	80	100.0

Ilustración 3

Lugar de procedencia de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco 2021



En la tabla 5 e ilustración 3, se observa que el 100% de socios de la empresa Mara Sal, proceden de zona rural.

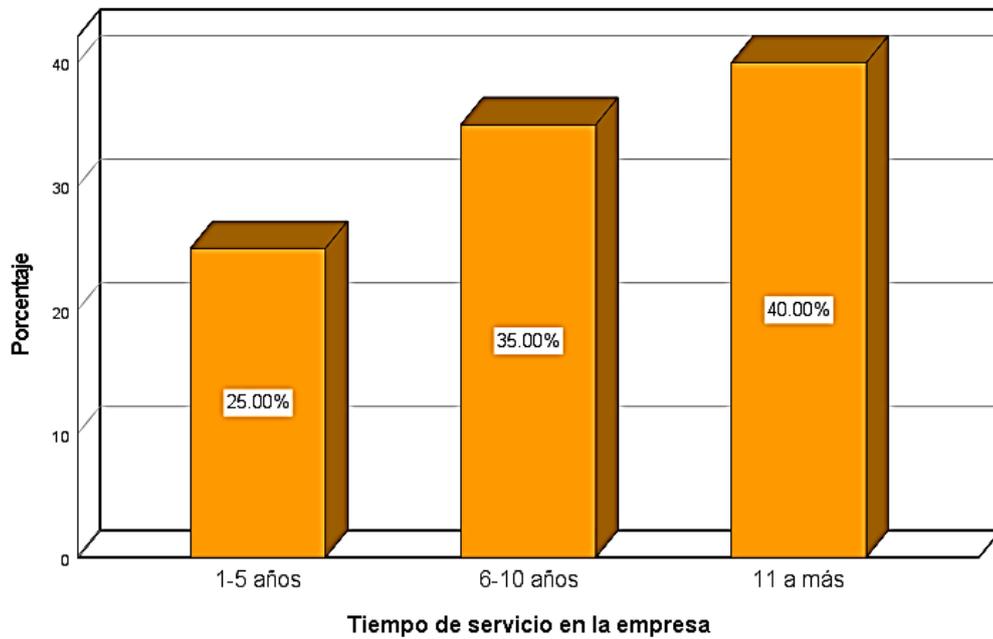
Tabla 6

Tiempo de servicio de los socios en la empresa Mara Sal, Cusco 2021

	Frecuencia	Porcentaje
1-5 años	20	25.0
6-10 años	28	35.0
11 a más	32	40.0
Total	80	100.0

Ilustración 4

Tiempo de servicio de los socios en la empresa Mara Sal, Cusco 2021



En la tabla 6 e ilustración 4, se observa que el 25% de socios de la empresa labora entre 1 a 5 años, un 35% labora de 6 a 10 años y el 40% tiene un tiempo de servicio en la empresa de 11 años a más.

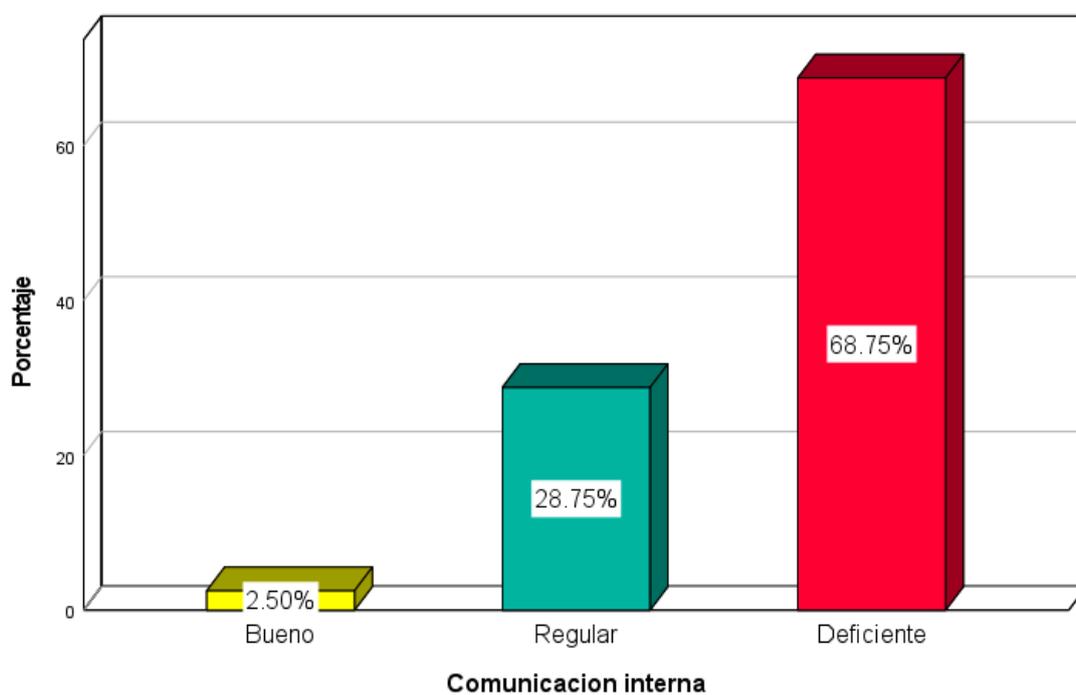
Tabla 7

Frecuencia y porcentaje de la variable comunicación interna de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco 2021

Niveles	Rangos	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	[68 - 80]	0	0%
Bueno	[51 - 67]	2	2.5%
Regular	[34 - 50]	23	28.7%
Deficiente	[17 - 33]	55	68.8%
Muy deficiente	[0 - 16]	0	0%
Total		80	100%

Ilustración 5

Porcentaje de las categorías de la variable comunicación interna de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco 2021



En la tabla 7 e ilustración 5 se observa que un 2.5% considera que la comunicación interna es buena, un 28,7% considera que es regular mientras que un 68.75% lo considera deficiente.

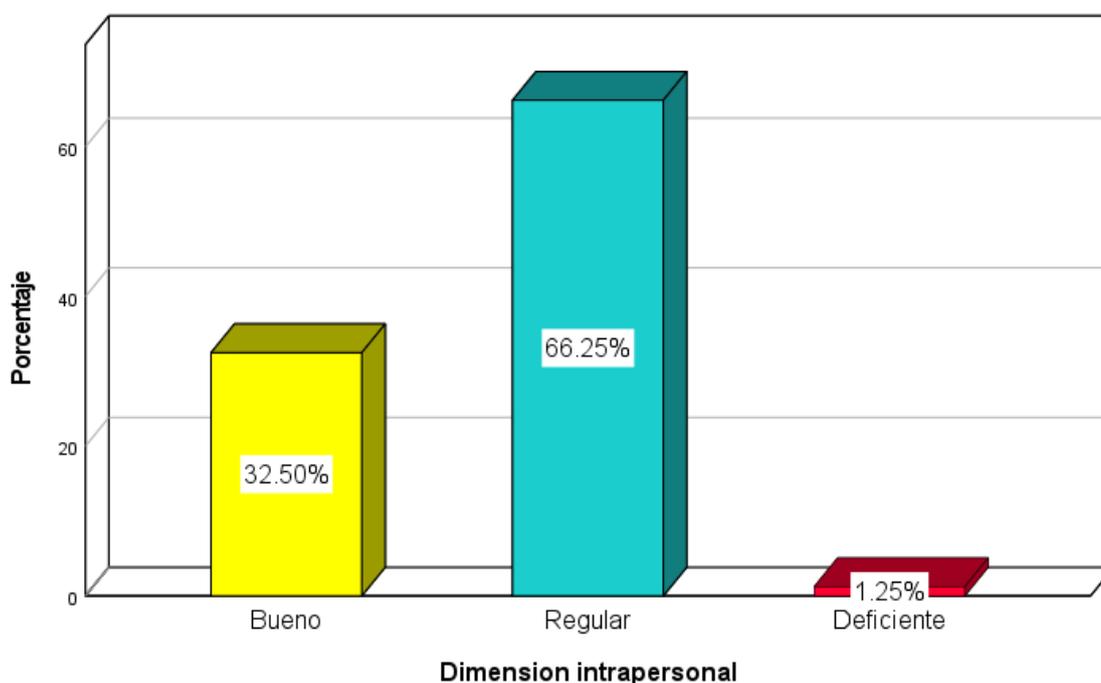
Tabla 8

Frecuencia y porcentaje de la dimensión intrapersonal de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco 2021

Niveles	Rangos	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	[24 - 28]	0	0%
Bueno	[18 - 23]	26	32.5%
Regular	[12 - 17]	53	66.25%
Deficiente	[6 - 11]	1	1.25%
Muy deficiente	[0 - 5]	0	0%
Total		80	100%

Ilustración 6

Porcentaje de la dimensión intrapersonal de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco 2021



En la Tabla 8 e ilustración 6, se aprecia que un 32.5 % considera que la comunicación intrapersonal es buena, mientras que un 66,25% indica que es regular y un 32,5% de los socios lo considera deficiente.

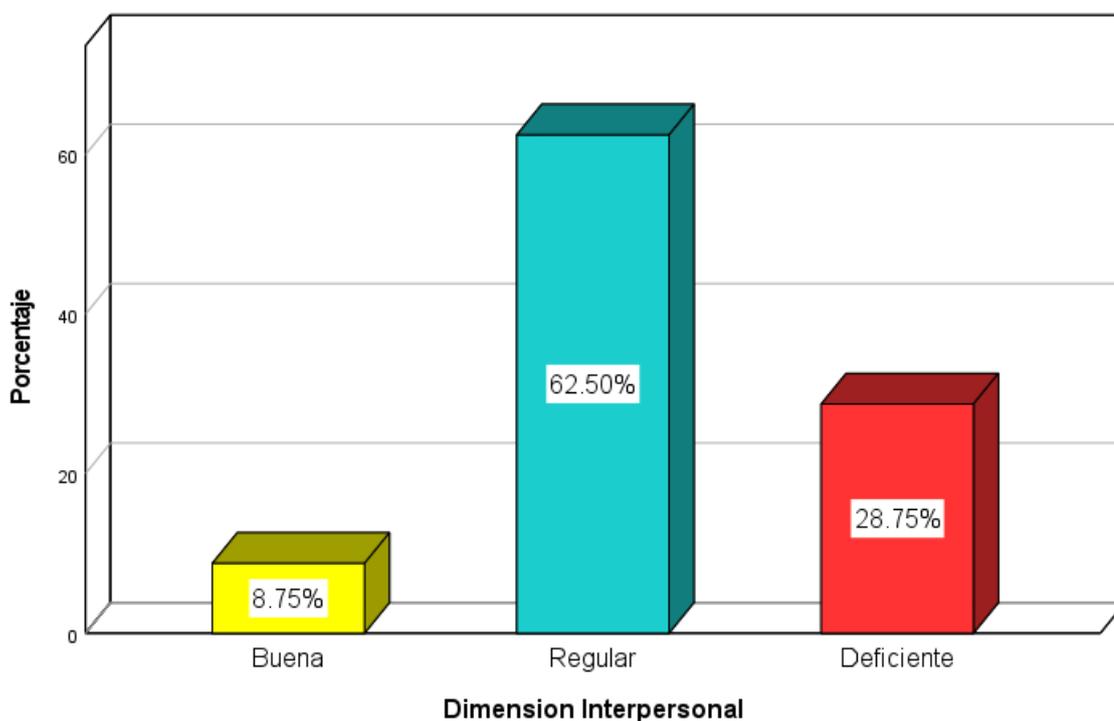
Tabla 9

Frecuencia y porcentaje de la dimensión interpersonal de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco 2021

Niveles	Rangos	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	[20 - 24]	0	0%
Bueno	[15 - 19]	7	8.8%
Regular	[10 - 14]	50	62.5%
Deficiente	[5 - 9]	23	28.7%
Muy deficiente	[0 - 4]	0	0%
Total		80	100%

Ilustración 7

Porcentaje de la dimensión interpersonal de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco 2021



En la Tabla 9 e ilustración 7, se contempla que de la totalidad de socios un 8,75% considera que existe una buena comunicación interpersonal, mientras que el 62,5% indica que está en regular y el 28,75% lo considera deficiente.

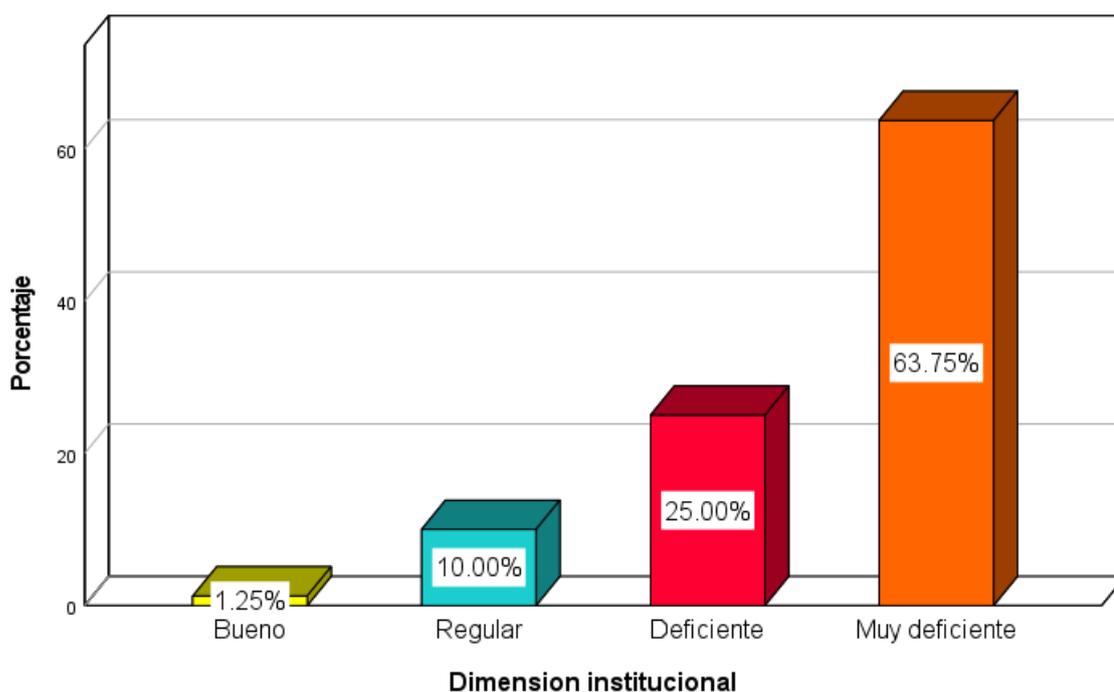
Tabla 10

Frecuencia y porcentaje de la dimensión institucional de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco 2021

Niveles	Rangos	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	[24 - 28]	0	0%
Bueno	[18 - 23]	1	1.25%
Regular	[12 - 17]	8	10%
Deficiente	[6 - 11]	20	25%
Muy deficiente	[0 - 5]	51	63.75%
Total		80	100%

Ilustración 8

Porcentaje de la dimensión institucional de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco 2021



En la Tabla 10 e ilustración 8, se aprecia que de la totalidad de los socios un 1,25% considera que la comunicación institucional es buena, mientras que un 10% lo considera regular, el 25% indica que es deficiente y un 63,75% considera que es muy deficiente.

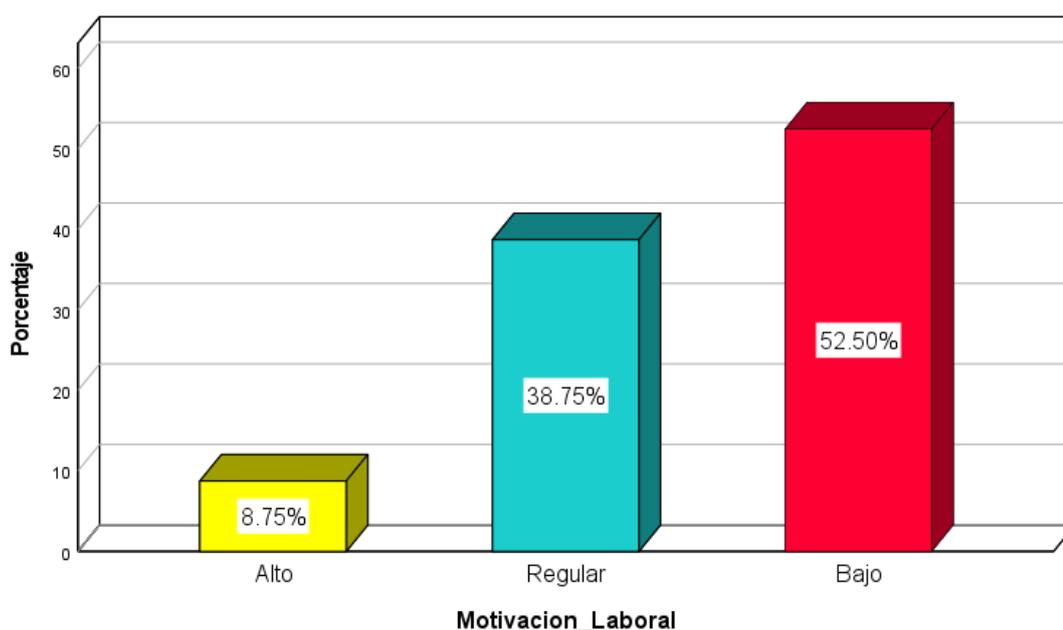
Tabla 11

Frecuencia y porcentaje de la variable motivación laboral de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco 2021

Niveles	Rangos	Frecuencia	Porcentaje
Alto	[42 - 60]	11	8.75%
Regular	[21 - 41]	31	38.75%
Bajo	[0 - 20]	42	52.5%
Total		80	100%

Ilustración 9

Porcentaje de la variable motivación laboral de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco 2021



En la Tabla 11 e ilustración 9, se observa que un 8,75% de los socios con considera que la motivación laboral es alta, un 38,75% indican que es regular mientras que un 52,50% refiere que la motivación laboral es baja.

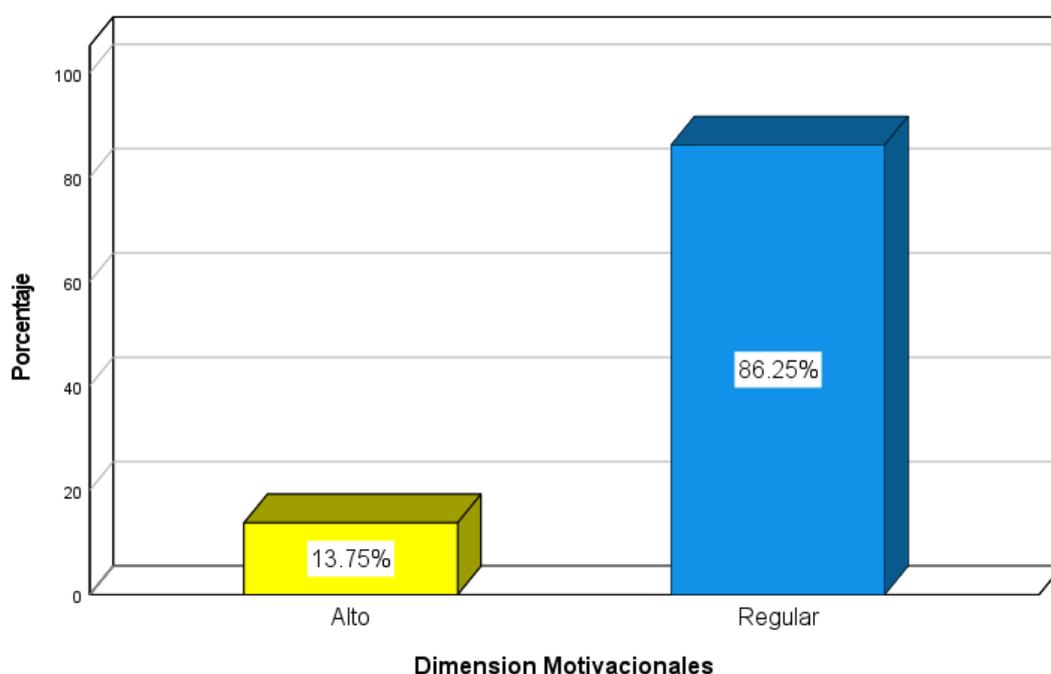
Tabla 12

Frecuencia y porcentaje de la dimensión motivacional de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco 2021

Niveles	Rangos	Frecuencia	Porcentaje
Alto	[22 - 32]	11	13.75%
Regular	[11 - 21]	69	86.25%
Bajo	[0 - 10]	0	0%
Total		80	100%

Ilustración 10

Porcentaje de la dimensión motivacional en los socios de la empresa Mara Sal, Cusco 2021



En la Tabla 12 e ilustración 10, se visualiza que de la totalidad de socios un 13,75% indica que la dimensión motivacional es alta mientras un 86.25% considera que la dimensión motivacional es regular.

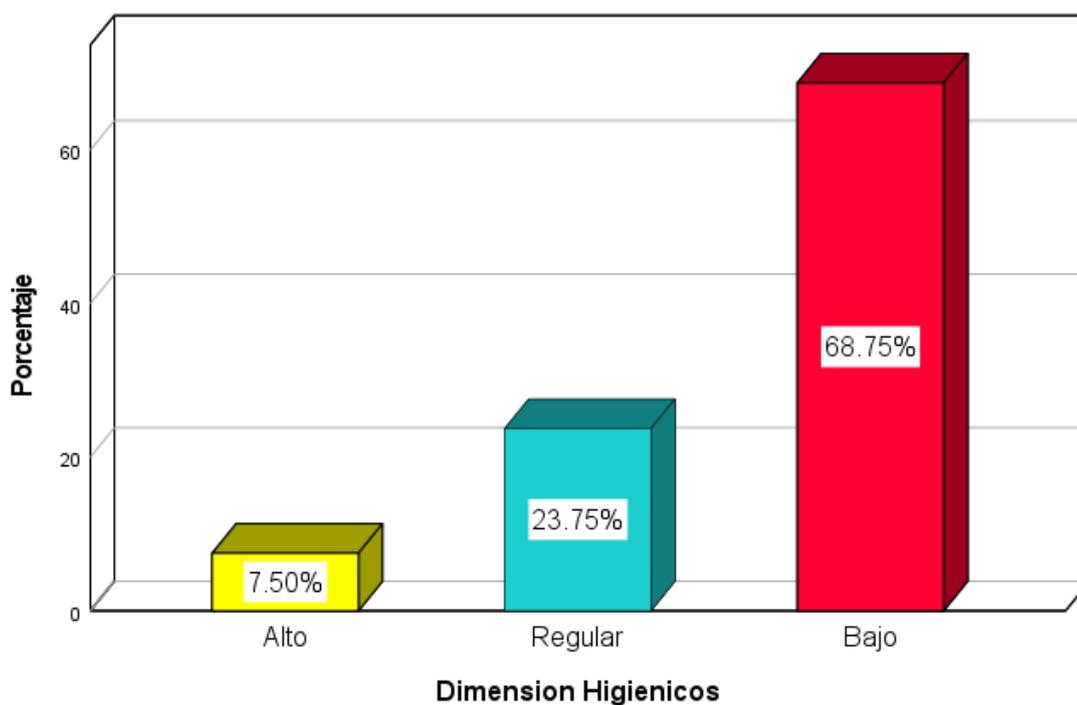
Tabla 13

Frecuencia y porcentaje de la dimensión higiénicos de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco 2021

Niveles	Rangos	Frecuencia	Porcentaje
Alto	[20 - 28]	6	7.5%
Regular	[10 - 19]	19	23.8%
Bajo	[0 - 9]	55	68.8%
Total		80	100%

Ilustración 11

Porcentaje de la dimensión higiénicos en los socios de la empresa Mara Sal, Cusco 2021



En la Tabla 13 e ilustración 11 se visualiza que, de los 80 socios de la empresa, el 68,75% considera que la dimensión higiénicos es baja, un 23,75% indica que es regular mientras que un 7,50% lo considera alta.

Ilustración 12

Resumen de la variable comunicación interna

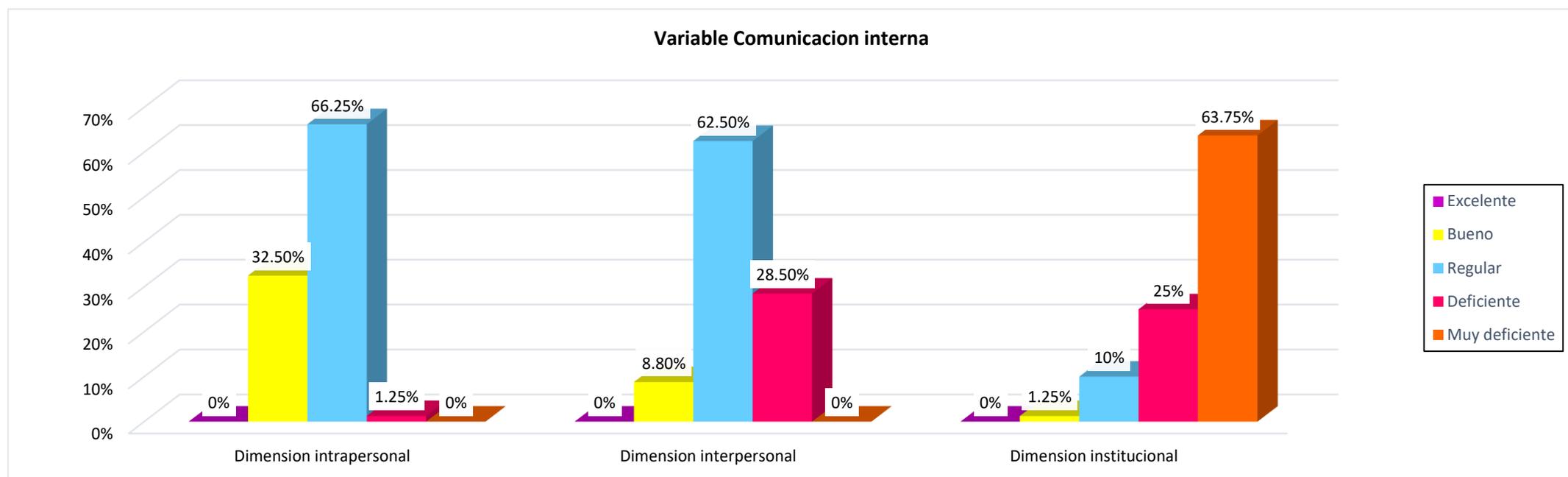


Ilustración 13

Resumen de la variable motivación laboral

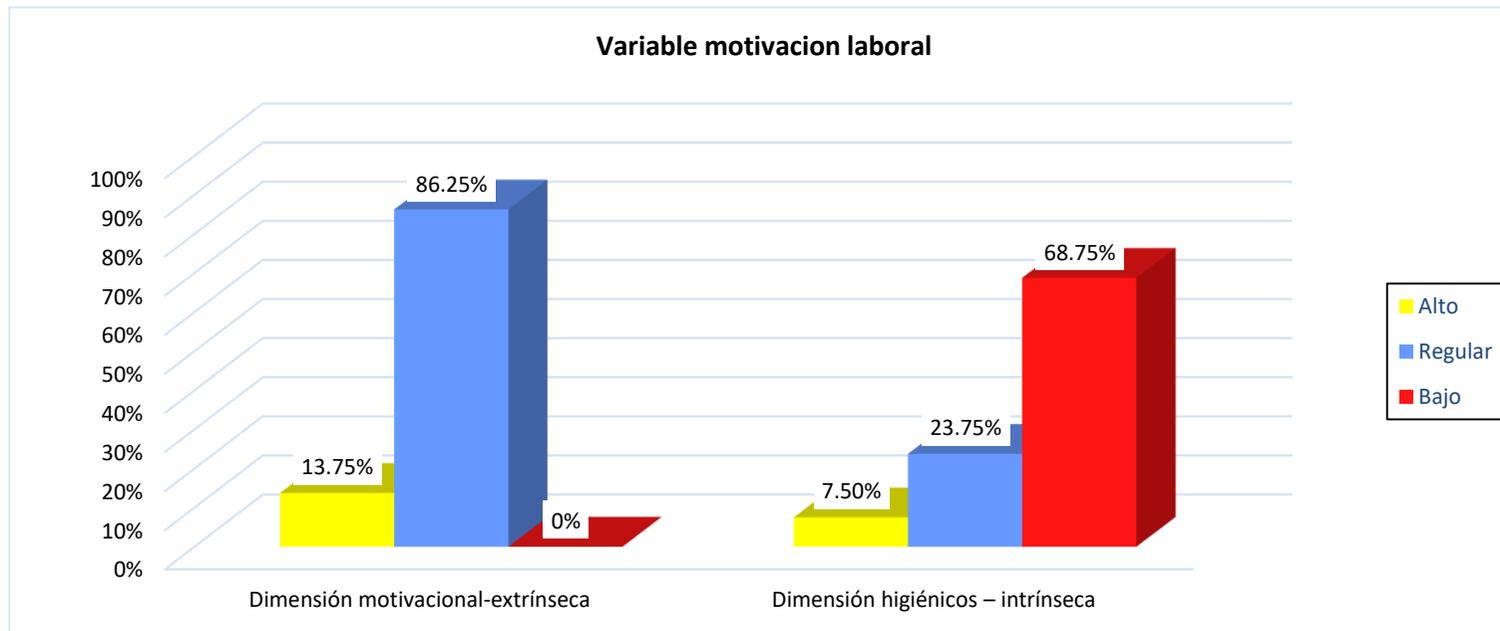


Tabla 14

Prueba de normalidad de Kolmogórov-Smirnov para la comunicación interna y la motivación laboral de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco 2021.

	Kolmogórov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Variable: Comunicación interna	.307	80	<.001
Variable: Motivación Laboral	.333	80	<.001

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

La prueba Kolmogórov-Smirnov nos permitirá definir si usaremos una prueba paramétrica o no paramétrica según el nivel de significancia conocida también como “p-valor”. Si es menor que 0.05 la distribución no es normal y si es mayor que 0.05 la distribución es normal.

El nivel de significancia de la variable comunicación interna y de la variable motivación laboral son iguales y menores a 0.05, se concluye que los datos no tienen una distribución normal por lo que se usara la estadística no paramétrica utilizando la prueba de correlación de Rho de Spearman.

Tabla 15

Coefficiente de correlación de Rho de Spearman entre la variable comunicación interna y la motivación laboral.

			Comunicación interna	Motivación laboral
Rho de Spearman	Comunicación interna	Coefficiente de correlación	1.000	0.707
		Sig. (bilateral)	.	<.001
		N	80	80
	Motivación laboral	Coefficiente de correlación	0.707	1.000
		Sig. (bilateral)	<.001	.
		N	80	80

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Se observa que el nivel de significancia es menor a 0.05 por lo tanto, existe relación significativa entre las variables y el coeficiente de correlación Rho Spearman fue de $r=0.707$ es decir, existe una relación positiva alta entre la variable comunicación interna y la motivación laboral los socios de la empresa Mara Sal, Cusco – 2021

Tabla 16

Coefficiente de correlación de Rho de Spearman entre las dimensiones de la variable comunicación interna y la motivación laboral.

		Motivación laboral	
Rho de Spearman	Dimensión intrapersonal	Coefficiente de correlación	0.713
		Sig. (bilateral)	<.001
		N	80
	Dimensión interpersonal	Coefficiente de correlación	0.565
		Sig. (bilateral)	<.001
		N	80
	Dimensión institucional	Coefficiente de correlación	0.648
		Sig. (bilateral)	<.001
		N	80

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

En la tabla 16 se observa los resultados de correlación Rho Spearman entre las dimensiones de la variable comunicación interna y la motivación laboral.

El coeficiente de correlación Rho Spearman encontrado entre las dimensiones intrapersonal y la motivación laboral $r = 0.713$.

El coeficiente de correlación Rho Spearman encontrado entre las dimensiones interpersonal y la motivación laboral $r = 0.565$

El coeficiente de correlación Rho Spearman encontrado entre las dimensiones institucional y la motivación laboral $r = 0.648$

5.2. Presentación de resultados – Tablas cruzadas

Tabla 17

Tabla cruzada entre Comunicación interna y motivación laboral

		Motivación laboral			Total	
		Bajo	Regular	Alto		
Comunicación interna	Muy deficiente	Recuento	31	0	0	31
		% del total	38,8%	0,0%	0,0%	38,8%
	Deficiente	Recuento	24	11	11	46
		% del total	30,0%	13,8%	13,8%	57,5%
	Regular	Recuento	0	1	2	3
		% del total	0,0%	1,3%	2,5%	3,8%
Total		Recuento	55	12	13	80
		% del total	68,8%	15,0%	16,3%	100,0%

Se observa en la tabla 17 los resultados obtenidos de llevar a cabo el cruce de datos entre las variables: Comunicación interna y motivación laboral.

Tabla 18

Tabla cruzada entre la dimensión intrapersonal y la motivación laboral

		Motivación laboral			Total		
		Bajo	Regular	Alto			
Dimensión intrapersonal	Deficiente	Recuento	53	1	0	54	
		% del total	66,3%	1,3%	0,0%	67,5%	
	Regular	Recuento	2	11	13	26	
		% del total	2,5%	13,8%	16,3%	32,5%	
	Total		Recuento	55	12	13	80
			% del total	68,8%	15,0%	16,3%	100,0%

Se visualiza en la tabla 18 los resultados obtenidos de efectuar el cruce de datos entre la dimensión intrapersonal y la motivación laboral.

Tabla 19*Tabla cruzada entre la dimensión interpersonal y la motivación laboral*

		Motivación laboral			Total	
		Bajo	Regular	Alto		
Dimensión interpersonal	Muy deficiente	Recuento	22	0	0	22
		% del total	27,5%	0,0%	0,0%	27,5%
	Deficiente	Recuento	33	9	9	51
		% del total	41,3%	11,3%	11,3%	63,7%
	Regular	Recuento	0	3	4	7
		% del total	0,0%	3,8%	5,0%	8,8%
Total	Recuento	55	12	13	80	
	% del total	68,8%	15,0%	16,3%	100,0%	

Se visualiza en la tabla 19 los resultados obtenidos de efectuar el cruce de datos entre la dimensión interpersonal y la motivación laboral.

Tabla 20*Tabla cruzada entre dimensión institucional y la motivación laboral*

		Motivación laboral			Total	
		Bajo	Regular	Alto		
Dimensión institucional	Muy deficiente	Recuento	20	0	0	20
		% del total	25,0%	0,0%	0,0%	25,0%
	Deficiente	Recuento	35	2	0	37
		% del total	43,8%	2,5%	0,0%	46,3%
	Regular	Recuento	0	10	12	22
		% del total	0,0%	12,5%	15,0%	27,5%
	Bueno	Recuento	0	0	1	1
		% del total	0,0%	0,0%	1,3%	1,3%
Total	Recuento	55	12	13	80	
	% del total	68,8%	15,0%	16,3%	100,0%	

Se visualiza en la tabla 20 los resultados obtenidos de efectuar el cruce de datos entre la dimensión institucional y la motivación laboral.

VI. ANALISIS DE RESULTADOS

6.1. Análisis de los resultados – Prueba de hipótesis

6.1.1. Hipótesis general

Hipótesis alterna (Ha): Existe relación directa y significativa entre la comunicación interna y la motivación laboral de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco-2021

Hipótesis nula (H0): No existe relación directa y significativa entre la comunicación interna y la motivación laboral de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco-2021

Prueba estadística de Rho de Spearman

Significancia: 0.05

Regla de decisión:

Si $p\text{-valor} < 0,05$, se rechaza la H0

Si $p\text{-valor} > 0,05$, se acepta la H0

Tabla 21

Correlación de Rho Spearman entre la comunicación interna y la motivación laboral

		Comunicación interna	Motivación Laboral
Rho de Spearman	Comunicación interna	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,707**
	N	80	80
	Motivación Laboral	Coeficiente de correlación	,707**
		Sig. (bilateral)	1,000
	N	80	80

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

El nivel de significancia o p-valor es menor a 0.05 por lo tanto, existe relación significativa entre las variables, por consiguiente, se rechaza la hipótesis nula.

6.1.2. Hipótesis específica 01

Hipótesis alterna (Ha): Existe relación directa y significativa entre la dimensión intrapersonal y la motivación laboral de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco-2021

Hipótesis nula (H0): No existe relación directa y significativa entre la dimensión intrapersonal y la motivación laboral de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco-2021

Prueba estadística de Rho de Spearman

Regla de decisión:

Si $p\text{-valor} < 0,05$, se rechaza la H0

Si $p\text{-valor} > 0,05$, se acepta la H0

Tabla 22

Correlación de Rho Spearman entre la dimensión intrapersonal y la motivación laboral

		Dimensión intrapersonal	Motivación Laboral
Rho de Spearman	Dimensión intrapersonal	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,713**
		N	80
	Motivación Laboral	Coeficiente de correlación	,713**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	80

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

El nivel de significancia o p-valor es menor a 0.05 por lo tanto, existe relación significativa entre la dimensión intrapersonal y la motivación laboral, por consiguiente, se rechaza la hipótesis nula

6.1.3. Hipótesis específica 02

Hipótesis alterna (Ha): Existe relación directa y significativa entre la dimensión interpersonal y la motivación laboral de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco-2021

Hipótesis nula (H0): No existe relación directa y significativa entre la dimensión interpersonal y la motivación laboral de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco-2021

Prueba estadística de Rho de Spearman

Regla de decisión:

Si $p\text{-valor} < 0,05$, se rechaza la H0

Si $p\text{-valor} > 0,05$, se acepta la H0

Tabla 23

Correlación de Rho Spearman entre la dimensión interpersonal y la motivación laboral

		Dimensión intrapersonal	Motivación Laboral
Rho de Spearman	Dimensión intrapersonal	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,565**
		N	80
	Motivación Laboral	Coeficiente de correlación	,565**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	80

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

El nivel de significancia o p-valor es menor a 0.05 por lo tanto, existe relación significativa entre la dimensión interpersonal y la motivación laboral, por consiguiente, se rechaza la hipótesis nula

6.1.4. Hipótesis específica 03

Hipótesis alterna (Ha): Existe relación directa y significativa entre la dimensión institucional y la motivación laboral de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco-2021

Hipótesis nula (H0): No existe relación directa y significativa entre la dimensión institucional y la motivación laboral de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco-2021

Prueba estadística de Rho de Spearman

Regla de decisión:

Si $p\text{-valor} < 0,05$, se rechaza la H0

Si $p\text{-valor} > 0,05$, se acepta la H0

Tabla 24

Correlación de Rho Spearman entre la dimensión institucional y la motivación laboral

		Dimensión intrapersonal	Motivación Laboral
Rho de Spearman	Dimensión intrapersonal	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,648**
		N	80
Motivación Laboral	Motivación Laboral	Coefficiente de correlación	,648**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	80

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

El nivel de significancia o p-valor es menor a 0.05 por lo tanto, existe relación significativa entre la dimensión institucional y la motivación laboral, por consiguiente, se rechaza la hipótesis nula

6.2. Comparación de los resultados con el marco teórico

Con base en los resultados obtenidos se indica existe una relación positiva alta entre la comunicación interna y la motivación laboral de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco – 2021 obteniendo un nivel de relación de Rho Spearman = 0.707 que señala que a una buena comunicación interna le corresponde una buena motivación laboral y viceversa.

Al contrastar los resultados con los antecedentes y las bases teóricas de la investigación, encontramos (Marin L. , 2019) quien concluye que existe una correlación positiva alta entre la comunicación interna y el desempeño laboral indicando que un 68% refiere que la comunicación interna es regular y un 32% es deficiente, se observa que estos resultados se asemejan a los encontrados en la investigación, se infiere la importancia de una comunicación interna que enmarca la adecuada y efectiva intercomunicación entre áreas y niveles siendo fundamental para el desarrollo de funciones y el cumplimiento de los objetivos institucionales siendo la teoría de la escuela de las relaciones humanas que respalda e indica el sentido social y la importancia de las personas y la interacción de grupo para lograr un fin en común.

Además, en la comunicación intrapersonal en la investigación de (Yarleque, 2018) se observó que un 76% indica que es regular siendo semejante al resultado de los socios de la empresa Mara sal que refieren que la comunicación intrapersonal se da en un nivel regular, los resultados de la investigadora consideran crucial la comunicación con uno mismo previamente a emitir mensajes debido a que es el inicio de la comunicación en la organización, en concordancia con (Tessi, 2016) que afirma que un individuo tiene diálogos internos donde elabora los mensajes antes de emitirlos así como para comprenderlos e interpretarlos después de la emisión, además es necesario dar mensajes lo más objetivos y empáticos.

En cuanto a la comunicación interpersonal la investigadora sostiene que un 87% indica que es regular, estos resultados concuerdan con la

investigación que indica que el desarrollo de la comunicación parte del recurso humano y como la organización consolida el sentido de pertenencia y el reconocimiento económico de los logros siendo fundamental que los trabajadores se sientan identificados y comprometidos, En cuanto al sustento teórico (Felix, 2014) indica que unas de las funciones de la comunicación es el de relacionar, por lo tanto la información debe darse en diferentes direcciones y niveles logrando que el trabajador sienta una sensación de bienestar y seguridad. Además (Ladino, 2017) resalta en la teoría de sistemas el papel fundamental que cumple la comunicación al conectar y transportar información a los diferentes sistemas (áreas o departamentos) dentro de la organización En tanto (Yarleque, 2018) en la comunicación institucional según los resultados en la investigación observa que un 94% de los trabajadores indican que es regular siendo semejante a los resultados de la presente investigación que señala la importancia de emitir información formal, escuchar efectivamente las ideas, quejas además de empatizar con los trabajadores así se desarrolla una conexión que se refleja en una mayor productividad.

En relación a la variable motivación laboral para (Cordova, 2018). En la variable motivación laboral del 100% de los trabajadores se obtuvo un 27.28% que lo considera baja, el 40.91% expresa que es media y un 31.82% lo considera alta. Finalmente se concluye que existe una relación estrecha positiva entre ambas variables concluyendo que la motivación laboral influye directamente en el compromiso organizacional, de acuerdo a nuestra investigación tiene una similitud en su rango dando como resultado de una motivación interna regular con esto corrobora cuán importante es la motivación laboral en relación a la comunicación interna en los colaboradores, el descuido de este causa problemas laborales, en la teoría Bi factorial planteada por Herzberg cuya premisa indica que existe una diferencia cualitativa en las necesidades humanas dicho autor formulo su teoría como una forma de explicar el comportamiento de los individuos en el centro de trabajo basados en dos

tipos, higiénico y motivacional , esto se refiere que la cuanto más motivado este el individuo se observa mayor y mejor desempeño.

Por otra parte para (Grace A & Flores, 2019) la motivación laboral se relaciona de manera significativa directa y positiva con la variable compromiso organizacional y que el factor de compromiso de continuidad con la motivación ($r=0.40, p<.01$) se obtuvo para la variable, compromiso organizacional alfa Cronbach de 0,952, con la variable motivación laboral con alfa Cronbach 0,936 quiere decir que es necesario tener mejores niveles de motivación para tener un mayor nivel de compromiso de continuidad, esta investigación se asemeja en la nuestra la similitud en el resultado obtenido en los datos estadísticos dando como resultado una motivación de regular a baja observándose un bajo nivel confirmando que cuando existe una mala comunicación interna afecta la motivación al desarrollar sus funciones en la empresa, la teoría planteada por McClellan confirma lo siguiente, que el individuo necesita poder ,logro y afiliación con el fin de sentirse motivado en sus funciones dentro de la organización para un mejor desenvolvimiento laboral .

CONCLUSIONES

Las conclusiones a las cuales se llegó en la investigación son:

Primera

Con sustento en los datos obtenidos se concluye que existe una relación significativa entre la comunicación interna y la motivación laboral, por el análisis del resultado de la correlación de Rho de Spearman con un coeficiente $r=0.707$ que indica una positiva y alta correlación de las variables, con lo que se concluye que a una buena comunicación interna le corresponde una buena motivación laboral.

Segunda

Con sustento en los datos obtenidos se concluye que existe una relación significativa entre la dimensión intrapersonal y la motivación laboral, por el análisis del resultado de la correlación de Rho de Spearman con un coeficiente $r=0.713$ que indica una alta y positiva correlación de la dimensión y la variable, con lo que se concluye que a una buena comunicación intrapersonal le corresponde una buena motivación laboral.

Tercera

Con sustento en los datos obtenidos se concluye que existe una relación significativa entre la dimensión interpersonal y la motivación laboral, por el análisis del resultado de la correlación de Rho de Spearman con un coeficiente $r=0.565$ que indica una positiva y regular correlación entre la dimensión y la variable, con lo que se concluye que a una buena comunicación interpersonal le corresponde una buena motivación laboral.

Cuarta

Con sustento en los datos obtenidos se concluye que existe una relación significativa entre la dimensión institucional y la motivación laboral, por el análisis del resultado de la correlación de Rho de Spearman con un coeficiente $r=0.648$ que indica una positiva y alta correlación de la dimensión y la variable, con lo que se concluye que a una buena comunicación institucional le corresponde una buena motivación laboral.

RECOMENDACIONES

Se recomienda las siguientes acciones a tomar en cuenta para poder implementar un plan de comunicación que ayude, determinar con exactitud los canales de comunicación que ayude a mejorar la relación y la motivación de los colaboradores en la empresa.

Una comunicación debe tener propósito y debe contar con diferentes canales de comunicación para temas de importancia y urgencia, el correo institucional para comunicaciones formales y de mayor planificación también incluir periódicos murales que difundan los logros alcanzados, actividades internas, reconocimiento de logros personales, aviso de talleres y capacitaciones que permitan la participación de todos.

El plan de comunicación interna no debe de ser unidireccional, comunicar noticias, tratados y novedades de la empresa es muy importante, así como también es considerable el saber la opinión de los trabajadores ya sea personalmente o mediante un buzón de sugerencias los cuales se tratarán dentro reuniones concertada, cada socio tiene un rol crucial en la empresa por lo que se debe lograr una comunicación transparente para obtener un impacto positivo en la motivación.

El gerente general tiene la tarea de unificar a los socios a través de un encuentro motivacional, reuniones de confraternización con el fin de conocer las motivaciones, sueños y metas de los socios creando un ambiente de seguridad y bienestar donde se dé la confianza e intención de escuchar sus dudas y molestias en la empresa.

Establecer reuniones mensuales que den inicio a la comunicación interna, donde se aborde temas como: clima laboral, reconocimiento de logros de los empleados, objetivos cumplidos de la empresa y fundamentalmente infundir y enseñar el MOF, ROF, visión y misión además de implementar un espacio donde se pueda realizar talleres de retroalimentación en sus funciones, talleres de seguridad, capacitación en temas de comercialización, exportación y conocimiento de normativa para la mejor comercialización de la sal que lograra una buena motivación de los socios y un mayor compromiso.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Apoyo comunicacion. (Enero de 2020). *Apoyo Comunicacion*. Obtenido de <http://www.apoyocomunicacion.com/repositorio/2020/Diagnostico-de-la-comunicacion-interna-en-el-Peru-y-los-retos-frente-al-COVID-19.pdf>
- Araya, L., & Pedreros, M. (2009). Analisis de las teorías de contenido: Aplicacion al mercado laboral de Chile. 61. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/153/15333870004.pdf>
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la Investigacion* (Tercera Edicion ed.). Colombia: Pearson Educación.
- Bohorquez, E., Perez, M., William , C., & Benavidez , A. (2020). La motivacion y el desempeño laboral: capital humano como factor clave en la organizacion. *Universidad y Sociedad*, 390.
- Brandolini, A., Gonzalez, M., & Hopkins, N. (2009). *Comunicacion interna, claves para una gestion exitosa*. (L. c. Ediciones, Ed.) Buenos Aires, Argentina: Dircom.
- Chiavenato, I. (2001). Administracion de Recursos Humanos. En I. Chiavenato, *Administracion de Recursos Humanos* (pág. 68). Colombia: Nomos S.A.
- conexion Esan. (2019). *conexion Esan*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2019/09/motivacion-laboral-nuevas-tendencias-globales/>
- Cordova, K. (2018). Motivacion laboral y compromiso organizacional en los trabajadores del Ceticos Paita. *Tesis de licenciatura*. Universidad Nacional de Piura, Piura. Obtenido de <http://repositorio.unp.edu.pe/handle/UNP/1426>
- Cuenca, J., & Verazzi, L. (2019). *Guia fundamental de la comunicacion interna*. Barcelona: Editorial UOC. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=mxSzDwAAQBAJ&lpg=PP1&hl=es&pg=PP1#v=onepage&q&f=true>
- Estudio de comunicación. (2011). *Comunicación interna en la empresa. Claves y desafíos*. Valencia: Wolters Kluwer España.
- Felix, A. (2014). La comunicación en las teorías de las organizaciones. El cruzar del siglo XX y la revolución de las nuevas tecnologías - una visión histórica. *Historia y comunicación social*(*La comunicación en la profesión y en la*

- universidad de hoy*), 195-210. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5040059>
- Grace A, A., & Flores, M. C. (2019). Relacion entre motivacion laboral y compromiso organizacional en los colaboradores de Pos venta del sector automotriz. (*Tesis de grado*). Universidad San Ignacio De Loyola, Lima. Obtenido de http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/9010/1/2019_Alvarez-Maldonado.pdf
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, M. d. (2014). *Metodologia de la investigacion* (sexta edicion ed.). Mexico: McGraw-Hill/Interamericana editores, S.A de C.V.
- Herzberg, F. (2003). Como motiva a sus empleados. *Harvard Business School Publishing Corporation*, 11. Obtenido de <https://academia.uat.edu.mx/pariente/Articulos/Administracion/Como%20motiva%20usted%20a%20sus%20empleados.pdf>
- Huamani, R. (2016). Análisis e importancia de la motivación laboral en la productividad de los agronegocios: la Escondida. (*Tesis de Maestria*). Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/79436048.pdf>.
- Internal. (2020). *internal cl*. Obtenido de <https://www.internal.cl/estudios/>
- Kreps, G. L. (1990). *Organizational Communication*. New York: Longman .
- Ladino, P. (2017). *Teorias de la comunicacion*. Bogota D.C, Colombia: Fundación Universitaria del Área Andina.
- Marin, h., & Placencia, M. (2017). Motivacion y Satisfaccion Laboral del personal de orhanizacion de un centro de salud del sector privado. *Seccion Farmacologica*, 52.
- Marin, L. (2019). Influencia de la comunicación interna en el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Novocentro Universal SAC. *Tesis de Licenciatura*. Universidad Continental, Huancayo. Obtenido de <https://repositorio.continental.edu.pe/handle/20.500.12394/6960>
- Maslow, A. (1991). Motivacion y Personalidad. En M. Abraham, *Motivacion y Personalidad* (pág. 433). Madrid: Diaz de Santos S.A.
- Medina, K. N. (2020). Liderazgo y comunicacion interna en la empresa Jayanca fruits, Lambayeque. *Grado de Licenciado*. Universidad catolica Santo Toribio

- de Mogrovejo, Chiclayo. Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.500.12423/2757>
- Miranda, N. (2019). Motivación laboral en entidades privadas y públicas de la ciudad de la Paz. (*Tesis de grado*). Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia. Obtenido de <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/21403/NOEMI%20MIRANDA%20COLQUE.pdf>
- Morales, F. (2001). *Asociación peruana de comunicación interna*. Recuperado el 30 de 05 de 2021, de Asociación peruana de comunicación interna: <https://www.comunicacioninterna.pe/pdf/pdf4.pdf>
- Morales, F. (2001). Comunicación Interna. En J. Benvides, F. Morales, J. Costa, & Fajula, Anna, *Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional* (pág. 416). Barcelona: Ediciones gestión 2000.
- Motivación laboral en entidades privadas y públicas de la ciudad la Paz.* (2019). Bolivia.
- Naranjo, M. L. (2009). Motivación: perspectivas teóricas y algunas consideraciones de su importancia en el ámbito educativo. *Revista educación*, 170. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=44012058010>
- Perez, A. (2016). *Las 4 teorías motivacionales que deberías conocer*. Recuperado el 2021 de 05 de 28, de <https://www.ceolevel.com/las-4-teorias-motivacionales>
- Pinto, J. F. (2002). El Legado de Frederick de Irving Herzberg. *Revista Universidad EAFIT*, 86.
- Quiroz, J. d. (2015). Percepción sobre la comunicación interna en la cooperativa minera cerro San Francisco responsabilidad limitada. *Tesis de grado*. Universidad Peruana Unión, Juliaca. Obtenido de <http://repositorio.upeu.edu.pe/handle/UPEU/573>
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2009). *Comportamiento organizacional*. Naucalpan de Juárez, Mexico: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.
- Tessi, M. (2007). En comunicación interna cada pieza es estratégica. *Estación*, 10-11. Obtenido de http://manuelnessi.com/sitio/wp-content/uploads/2013/02/revista_estacion_tarjeta_naranja_en_ci_cada_pieza_es_estrategica.pdf

- Tessi, M. (2016). Recuperado el 21 de 08 de 18, de 1A Primero adentro-
Comunicacion Interna: <http://comunicacioninterna.com/metodologia/>
- Vara, D. (01 de Enero de 2017). *Blueindic blog*. Recuperado el 2021 de 08 de 16,
de Blueindic blog: <https://www.blueindic.com/blog/factores-motivadores-en-el-ambito-profesional/>
- Yarleque, M. (2018). Percepción de la comunicación interna según los
colaboradores de la empresa Inversiones Mamay E.I.R.L, Lurín, 2018. (*Tesis
de maestria*). Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú. Obtenido de
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/19555>
- Yomona, E. R. (2018). Comunicacion interna y su relacion con la motivación laboral
de los colaboradores administrativos Nexus Group Restaurants SAC, Lima.
(*Tesis grado academico de Maestra en Administracion con mencion en
Gerencia Estrategica de Organizacion*). Universidad San Martin de Porres,
Lima, Perú. Obtenido de
<https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/4651>

ANEXOS

Anexo 01: Matriz de consistencia

Título: Comunicación interna y la Motivación laboral de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco 2021

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p>Problema general ¿Cuál es la relación que existe entre la comunicación interna y la motivación laboral de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco-2021?</p> <p>Problemas específicos P.E.1: ¿De qué manera la dimensión intrapersonal se relaciona con la motivación laboral de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco-2021?</p> <p>P.E.2: ¿En qué medida la dimensión interpersonal se relaciona con la motivación laboral de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco-2021?</p>	<p>Objetivo general Determinar la relación que existe entre la comunicación interna y la motivación laboral en la empresa Mara Sal, Cusco-2021.</p> <p>Objetivos específicos: O.E.1: Identificar como la dimensión intrapersonal se relaciona con la motivación laboral de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco-2021.</p> <p>O.E.2: Establecer la relación que existe entre la dimensión interpersonal y la motivación laboral de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco-2021</p>	<p>Hipótesis general Existe relación directa y significativa entre la comunicación interna y la motivación laboral de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco-2021</p> <p>Hipótesis específicas: H.E.1: Existe relación directa y significativa entre la dimensión intrapersonal y la motivación laboral de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco-2021</p> <p>H.E.2: Existe relación directa y significativa entre la dimensión interpersonal y la motivación laboral de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco-2021</p>	<p>Variable 1: Comunicación interna</p> <p>Dimensiones: - D.1: Intrapersonal - D.2: Interpersonal - D.3: Institucional</p> <p>Variable 2: Motivación Laboral</p> <p>Dimensiones: - D.1: Motivacionales - Intrínseca - D.2: Higiénicos - Extrínseca</p>	<p>Enfoque: Cuantitativo Tipo de investigación: Básica Diseño de Investigación: Relacional Diseño de investigación: No experimental de corte transversal.</p> <p>Donde:</p> <div style="text-align: center;"> <pre> graph TD M --> O1 M --> O2 O1 -- r --> O2 </pre> </div> <p>M = Muestra de estudio conformada por 80 socios de la empresa Mara Sal. O₁ = Observación de la variable comunicación interna. O₂ = Observación de la variable motivación laboral. r = Coeficiente de correlación.</p>

<p>P.E.3: ¿Cómo la dimensión institucional se relaciona con la motivación laboral de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco-2021?</p>	<p>O.E.3: Establecer la relación que existe entre la dimensión institucional y la motivación laboral de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco-2021.</p>	<p>H.E.3: Existe relación directa y significativa entre la dimensión institucional y la motivación laboral de los socios de la empresa Mara Sal, Cusco-2021</p>	<p>Población: La población de estudio estará conformada por 80 socios empadronados de la empresa Mara Sal del distrito de Maras, provincia Urubamba, departamento del Cusco.</p> <p>Muestra: Para el presente estudio la muestra se determinó mediante un muestreo no proba listico censal, considerando a la totalidad de socios empadronados.</p> <p>Técnica e instrumentos: Técnica: Encuesta Instrumentos: Cuestionario sobre la comunicación interna en los socios. Cuestionario sobre la motivación laboral en los socios.</p> <p>Métodos de análisis de datos Descriptivo e inferencial y prueba de normalidad (Kolmogórov-Smirnov).</p>
--	---	--	---

Anexo 02: Matriz de operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Comunicación Interna	(Tessi, 2007) sostiene que la comunicación interna son todos los mensajes que se transmiten dentro de la organización desde su creación hasta el final de la misma en donde ocurren interacciones comunicativas formales e informales que tienen los trabajadores ya sea consciente o inconscientemente, así como el lenguaje no verbal que utilizan al momento de comunicarse la cual está presente en todo momento por lo que es fundamental en la organización.	La variable comunicación interna, será medida a través de un cuestionario, el cual está conformado por 20 ítems, distribuidos en 3 dimensiones como son intrapersonal, interpersonal e institucional.	D.1: Intrapersonal	- Cognoscitivo - Afectivo - Conativo	Ordinal
			D.2: Interpersonal	- Salario - Sentido	
			D.3: Institucional	- Escucha - Empatía - Emisión	
Motivación Laboral	(Herzberg, 2003) Sostiene que la productividad de las personas en el trabajo dependerá del nivel de satisfacción que se experimente en el espacio de las actividades, esta teoría está basada en la motivación considerado como un factor que impulsa y compromete a los individuos a que rindan mejor en el centro de labor.	La variable motivación laboral, será medida a través de un cuestionario, el cual está conformado por 15 ítems, distribuidos en 2 dimensiones como son: factores motivacionales y factores Higiénicos.	D.1: Motivacionales - Intrínseca	- Estructura administrativa - Logro - Responsabilidad - Comunicaciones	Ordinal
			D.2: Higiénicos - Extrínseca	- Relaciones interpersonales - Supervisión - Condiciones de trabajo - Seguridad en el trabajo - Salario	

Anexo 3: Instrumento de recolección de datos

CUESTIONARIO SOBRE LA COMUNICACIÓN INTERNA – MOTIVACION LABORAL

Estimado (a) socio:

El presente cuestionario forma parte de una investigación de pregrado, y tiene como objetivo determinar cuál es la relación que existe entre la comunicación interna y la motivación laboral de los socios de la empresa Mara sal, Cusco 2021. Los datos reunidos serán tratados de manera responsable y respetando el principio de confidencialidad, por lo que solicitamos a su persona responder cada uno de los ítems.

Indicaciones:

Lea atentamente cada uno de los enunciados y marque la alternativa que crea conveniente con un aspa(X). Recuerda que no hay respuestas correctas o incorrectas, responda con sinceridad de acuerdo a su criterio.

Escala de valoración:

S = Siempre (4 pts), CS = Casi siempre (3 pts), R = Regularmente (2 pts), CN = Casi nunca (1 pts) y N = Nunca (0 pts)

I. DATOS.

Rango de edad: 18-30 años () 31-40 años () 41 a más ()

Sexo: Masculino () Femenino ()

Lugar de procedencia: Urbano () Rural ()

Tiempo de servicio en la empresa 1-5 años () 6-10 años () 11 a más ()

II. ITEMS.

COMUNICACIÓN INTERNA						
N°	Ítems	Escala de valores				
		S	CS	R	CN	N
D1: INTRAPERSONAL						
1	¿Usted reflexiona sus opiniones o ideas antes de emitir las dentro de la empresa?					
2	¿Usted guarda silencio y escucha antes de hablar impulsivamente en la empresa?					
3	¿Usted dice claramente lo que piensa dentro de la empresa?					
4	¿Tiene claramente definido sus funciones y la responsabilidad de su puesto?					
5	¿Recibe reconocimiento de parte de los directivos cuando hace un buen trabajo?					
6	¿Reconoce las áreas administrativas en la empresa?					
7	¿Los directivos de la empresa difunden los comunicados con coherencia y credibilidad?					
D2: INTERPERSONAL						
8	¿Se siente satisfecho con las condiciones salariales?					

9	La remuneración percibida está de acuerdo a su desempeño y logros					
10	Se siente comprometido con el éxito de la empresa.					
11	¿Existe oportunidades de progresar en la empresa?					
12	¿Siente satisfacción por el trabajo que realiza?					
13	¿Es efectiva y fluida la comunicación entre socios en las diferentes áreas?					
D3: INSTITUCIONAL						
14	La empresa desarrolla actividades para promover el dialogo entre socios.					
15	Se siente escuchado por su organización y su opinión importa.					
16	¿Se siente parte de la empresa y está comprometido con sus logros y metas?					
17	Cree usted que a su organización le interesa que piensa y que siente respecto a su trabajo.					
18	La información que recibe siempre es a través de los canales formales de comunicación.					
19	Promueven capacitaciones necesarias para mejorar sus labores.					
20	La empresa fomenta y promueve la comunicación interna.					
MOTIVACIÓN LABORAL						
D1: FACTORES MOTIVACIONALES						
21	¿En la empresa reconocen su trabajo?					
22	¿Cree que existe la autorrealización en la empresa?					
23	¿Es valorado su trabajo en la organización?					
24	¿Cree que es valorado a todos en su trabajo o solo algunos?					
25	¿Reconoce las áreas administrativas en la Empresa?					
26	¿Ustedes son parte de la administración?					
27	¿Es responsable en sus funciones dentro de la empresa?					
28	¿Cuándo hay algún problema en el trabajo se comunican inmediatamente para solucionarlo?					
D2: FACTORES HIGIENICOS						
29	¿Existe supervisión por parte de la directiva en el momento del trabajo?					
30	¿Existe relación entre los socios y los directivos?					
31	¿Están cómodos en el lugar de trabajo al momento del acopio de la sal?					
32	¿Se siente seguro en el local de selección de la sal?					
33	¿Está conforme con la remuneración que recibe de la empresa por su trabajo?					
34	¿Al recibir su remuneración le hacen algún descuento?					
35	¿En cuanto a la seguridad laboral se cumple lo acordado en sus normas internas?					

GRACIAS POR SU PARTICIPACION

Anexo 3: Ficha de validación de instrumentos de medición



INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES

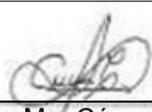
Título de la Investigación: COMUNICACIÓN INTERNA Y LA MOTIVACIÓN LABORAL DE LOS SOCIOS DE LA EMPRESA MARA SAL, CUSCO 2021

Nombre del Experto: Mg. César Augusto Cabrera García

II. ASPECTOS A VALIDAR EN EL CUESTIONARIO

Aspectos a Evaluar	Descripción:	Evaluación Cumple/ No cumple	Preguntas a corregir
1. Claridad	Las preguntas están elaboradas usando un lenguaje apropiado	CUMPLE	
2. Objetividad	Las preguntas están expresadas en aspectos observables	CUMPLE	
3. Conveniencia	Las preguntas están adecuadas al tema a ser investigado	CUMPLE	
4. Organización	Existe una organización lógica y sintáctica en el cuestionario	CUMPLE	
5. Suficiencia	El cuestionario comprende todos los indicadores en cantidad y calidad	CUMPLE	
6. Intencionalidad	El cuestionario es adecuado para medir los indicadores de la investigación	CUMPLE	
7. Consistencia	Las preguntas están basadas en aspectos teóricos del tema investigado	CUMPLE	
8. Coherencia	Existe relación entre las preguntas e indicadores	CUMPLE	
9. Estructura	La estructura del cuestionario responde a las preguntas de la investigación	CUMPLE	
10. Pertinencia	El cuestionario es útil y oportuno para la investigación	CUMPLE	

III. OBSERVACIONES GENERALES


Nombre: Mg. César Augusto Cabrera García
No. DNI: 41347783



INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

IV. DATOS GENERALES

Título de la Investigación: COMUNICACIÓN INTERNA Y LA MOTIVACIÓN LABORAL DE LOS SOCIOS DE LA EMPRESA MARA SAL, CUSCO 2021

Nombre del Experto: Dr. Lorenzo Edmundo Gonzales Zavaleta

V. ASPECTOS A VALIDAR EN EL CUESTIONARIO

Aspectos a Evaluar	Descripción:	Evaluación Cumple/ No cumple	Preguntas a corregir
1. Claridad	Las preguntas están elaboradas usando un lenguaje apropiado	CUMPLE	
2. Objetividad	Las preguntas están expresadas en aspectos observables	CUMPLE	
3. Conveniencia	Las preguntas están adecuadas al tema a ser investigado	CUMPLE	
4. Organización	Existe una organización lógica y sintáctica en el cuestionario	CUMPLE	
5. Suficiencia	El cuestionario comprende todos los indicadores en cantidad y calidad	CUMPLE	
6. Intencionalidad	El cuestionario es adecuado para medir los indicadores de la investigación	CUMPLE	
7. Consistencia	Las preguntas están basadas en aspectos teóricos del tema investigado	CUMPLE	
8. Coherencia	Existe relación entre las preguntas e indicadores	CUMPLE	
9. Estructura	La estructura del cuestionario responde a las preguntas de la investigación	CUMPLE	
10. Pertinencia	El cuestionario es útil y oportuno para la investigación	CUMPLE	

VI. OBSERVACIONES GENERALES

--

Nombre: Dr. Lorenzo Edmundo Gonzales Zavaleta
No. DNI: 06408486

Anexo 4: Base de datos

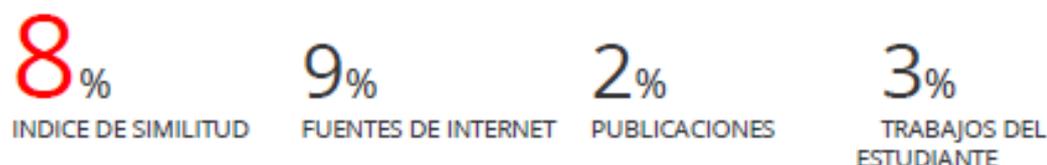
	COMUNICACIÓN INTERNA																				SUB TD1	SUB TD2	SUB TD3	TOT ALV
	D. INTRAPERSONAL						D. INTERPERSONAL						D. INSTITUCIONAL											
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20				
1	4	4	4	1	1	2	1	1	1	3	1	2	0	0	0	2	1	0	0	0	17	8	3	28
2	4	4	4	1	1	2	1	1	1	3	1	2	0	0	0	2	1	0	0	0	17	8	3	28
3	4	4	4	1	1	2	1	1	1	3	1	2	0	0	0	2	1	0	0	0	17	8	3	28
4	4	4	4	1	1	2	1	1	1	3	1	2	0	0	0	2	1	0	0	0	17	8	3	28
5	4	4	4	1	1	2	1	1	1	3	1	2	0	0	0	2	1	0	0	0	17	8	3	28
6	4	4	4	1	1	2	1	1	1	3	1	2	0	0	0	2	1	0	0	0	17	8	3	28
7	4	4	4	1	1	2	1	1	1	3	1	2	0	0	0	2	1	0	0	0	17	8	3	28
8	4	4	4	1	1	2	1	1	1	3	1	2	0	0	0	2	1	0	0	0	17	8	3	28
9	4	4	4	1	1	2	1	1	1	3	1	2	0	0	0	2	1	0	0	0	17	8	3	28
10	4	4	4	1	1	2	1	1	1	3	1	2	0	0	0	2	1	0	0	0	17	8	3	28
11	4	4	4	1	1	2	1	1	1	3	1	2	0	0	0	2	1	0	0	0	17	8	3	28
12	4	4	4	1	1	2	1	1	1	3	1	2	0	0	0	2	1	0	0	0	17	8	3	28
13	4	4	4	1	1	2	1	1	1	3	1	2	0	0	0	2	1	0	0	0	17	8	3	28
14	4	4	4	1	1	2	1	1	1	3	1	2	0	0	0	2	1	0	0	0	17	8	3	28
15	4	4	4	1	1	2	1	1	1	3	1	2	0	0	0	2	1	0	0	0	17	8	3	28
16	4	4	4	1	1	2	1	1	1	3	1	2	0	0	0	2	1	0	0	0	17	8	3	28
17	4	4	4	1	1	2	1	1	1	3	1	2	0	0	0	2	1	0	0	0	17	8	3	28
18	4	4	4	1	1	2	1	1	1	3	1	2	0	0	0	2	1	0	0	0	17	8	3	28
19	3	4	3	2	4	4	2	2	2	4	2	2	2	1	2	1	1	2	3	2	22	14	12	48
20	3	4	3	2	3	4	2	2	2	4	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	21	14	11	46
21	3	4	3	2	4	4	2	2	2	4	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	22	14	11	47
22	3	4	3	2	4	4	2	2	2	4	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	22	13	11	46
23	3	4	3	2	4	4	2	2	2	4	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	22	14	11	47
24	3	4	3	2	4	4	2	2	2	4	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	22	14	11	47
25	3	4	3	2	4	4	2	3	2	4	2	3	2	1	2	1	2	2	2	2	22	16	12	50
26	3	4	3	2	2	3	3	2	3	2	4	2	3	2	2	1	2	1	2	2	20	15	12	47
27	3	3	3	3	4	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	4	2	3	3	2	18	16	20	54
28	3	4	3	2	4	4	2	2	2	4	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	22	14	11	47
29	3	4	3	2	4	4	2	2	2	4	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	22	14	11	47
30	3	4	3	4	4	2	2	2	4	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	22	13	12	47
31	3	4	3	2	4	4	2	2	2	4	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	22	14	11	47
32	3	2	3	1	1	3	1	2	2	2	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	14	10	4	28
33	2	1	3	1	1	3	1	2	2	2	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	12	10	4	26
34	3	1	3	1	1	3	1	2	2	2	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	13	10	4	27
35	2	1	3	1	1	3	1	2	2	2	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	12	10	5	27
36	3	1	3	1	1	3	1	2	2	2	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	13	10	4	27
37	2	1	3	1	1	3	1	2	2	2	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	12	10	4	26
38	3	1	3	1	1	2	2	2	1	2	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	13	8	4	25
39	3	1	3	2	2	3	1	2	2	2	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	15	10	4	29
40	3	1	3	1	1	3	1	2	2	2	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	13	10	4	27
41	3	1	3	1	1	3	1	2	2	2	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	13	10	4	27
42	4	3	3	1	1	2	1	1	1	3	1	3	1	0	1	1	1	1	0	1	15	10	5	30
43	4	3	3	1	1	2	1	1	1	3	1	3	1	0	1	1	1	1	0	1	15	10	5	30
44	4	3	3	1	1	1	2	1	1	3	1	3	1	0	1	1	1	1	0	1	15	10	5	30
45	4	3	3	1	1	2	1	1	1	3	1	3	1	0	1	1	1	1	0	1	15	10	5	30
46	4	3	3	1	1	2	1	1	1	3	1	3	1	0	1	1	1	1	0	1	15	10	5	30
47	4	3	3	1	1	2	1	1	1	3	1	3	1	0	1	1	1	1	0	1	15	10	5	30
48	3	3	3	2	4	3	2	2	3	4	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	20	15	10	45
49	3	4	3	2	4	4	2	2	2	4	2	3	2	1	2	1	1	2	3	2	22	15	12	49
50	3	4	3	2	4	4	2	2	2	4	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	22	14	11	47
51	2	3	3	2	4	4	2	2	2	4	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	20	14	11	45
52	2	4	2	2	4	4	2	2	2	4	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	20	14	11	45
53	3	4	3	2	4	4	2	2	2	4	2	2	2	1	2	1	1	2	3	2	22	14	12	48
54	3	4	3	2	3	3	2	3	2	4	2	2	2	1	2	1	1	2	3	2	20	15	12	47
55	3	4	3	4	4	2	3	2	2	4	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	23	14	11	48
56	3	4	3	2	4	4	2	2	2	4	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	22	14	11	47
57	3	4	3	2	4	4	2	2	2	4	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	22	14	11	47
58	4	3	3	1	1	2	1	1	1	3	1	3	1	0	1	1	1	1	0	1	15	10	5	30
59	4	3	3	1	1	3	1	1	1	3	1	3	1	0	1	1	1	1	0	1	16	10	5	31
60	4	3	3	1	1	2	1	1	1	3	1	3	1	0	1	1	1	1	0	1	15	10	5	30
61	4	3	3	1	1	2	1	1	1	3	1	3	1	0	1	1	1	1	0	1	15	10	5	30
62	4	3	3	1	1	2	1	1	1	3	1	3	1	0	1	1	1	1	0	1	15	10	5	30
63	4	3	3	1	1	2	1	1	1	3	1	3	1	0	1	1	1	1	0	1	15	10	5	30
64	4	3	3	1	1	2	1	1	1	3	1	3	1	0	1	1	1	1	0	1	15	10	5	30
65	4	3	3	1	1	2	1	1	1	3	1	3	1	0	1	1	1	1	0	1	15	10	5	30
66	4	3	3	1	1	2	1	1	1	3	1	3	1	0	1	1	1	1	0	1	15	10	5	30
67	4	3	3	1	1	2	1	1	1	3	1	3	1	0	1	1	1	1	0	1	15	10	5	30
68	4	3	3	1	1	2	1	1	1	3	1	3	1	0	1	1	1	1	0	1	15	10	5	30
69	4	3	3	1	1	2	1	1	1	3	1	3	1	0	1	1	1	1	0	1	15	10	5	30
70	4	3	3	1	1	2	1	1	1	3	1	3	1	0	1	1	1	1	0	1	15	10	5	30
71	4	4	4	1	1	2	1	1	1	3	1	2	0	0	0	2	1	0	0	0	17	8	3	28
72	4	4	4	1	1	2	1	1	1	3	3	1	2	0	0	0	2	1	0	0	17	11	3	31
73	2	1	3	1	1	3	1	2	2	2	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	12	10	4	26
74	2	1	3	1	1	2	1	2	1	3	1	2	1	2	1	2	0	1	1	1	11	10	8	29
75	3	1	3	1	1	2	1	1	2	3	1	4	1	1	1	2	1	1	1	1	12	12	8	32
76	4	4	4	3	2	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1									

	MOTIVACION LABORAL															SUB T D1	SUB T D2	SUMA
	MOTIVACIONALES - INTRINSECA								HIGIENICOS - EXTRINSECA									
	M21	M22	M23	M24	M25	M26	M27	M28	M29	M30	M31	M32	M33	M34	M35			
1	1	0	1	1	2	1	4	1	0	1	2	2	1	1	0	11	7	18
2	1	0	1	1	2	1	4	1	0	1	2	2	1	1	0	11	7	18
3	1	0	1	1	2	1	4	1	0	1	2	2	1	1	0	11	7	18
4	1	0	1	1	2	1	4	1	0	1	2	2	1	1	0	11	7	18
5	1	0	1	1	2	1	4	1	0	1	2	2	1	1	0	11	7	18
6	1	0	1	1	2	1	4	1	0	1	2	2	1	1	0	11	7	18
7	1	0	1	1	2	1	4	1	0	1	2	2	1	1	0	11	7	18
8	1	0	1	1	2	1	4	1	0	1	2	2	1	1	0	11	7	18
9	1	0	1	1	2	1	4	1	0	1	2	2	1	1	0	11	7	18
10	1	0	1	1	2	1	4	1	0	1	2	2	1	1	0	11	7	18
11	1	0	1	1	2	1	4	1	0	1	2	2	1	1	0	11	7	18
12	1	0	1	1	2	1	4	1	0	1	2	2	1	1	0	11	7	18
13	1	0	1	1	2	1	4	1	0	1	2	2	1	1	0	11	7	18
14	1	0	1	1	2	1	4	1	0	1	2	2	1	1	0	11	7	18
15	1	0	1	1	2	1	4	1	0	1	2	2	1	1	0	11	7	18
16	1	0	1	1	2	1	4	1	0	1	2	2	1	1	0	11	7	18
17	1	0	1	1	2	1	4	1	0	1	2	2	1	1	0	11	7	18
18	1	0	1	1	2	1	4	1	0	1	2	2	1	1	0	11	7	18
19	3	3	2	2	3	3	3	3	3	4	4	3	2	1	3	22	20	42
20	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	4	3	2	1	3	22	20	42
21	3	3	2	2	3	3	3	3	3	4	4	3	2	1	3	22	20	42
22	3	3	2	2	3	3	3	3	4	4	3	2	1	1	3	22	18	40
23	3	3	2	2	3	3	3	3	3	4	4	3	2	1	3	22	20	42
24	4	4	4	3	3	0	1	4	4	3	3	3	0	0	1	23	14	37
25	4	4	4	3	3	0	1	4	4	3	3	3	0	0	1	23	14	37
26	3	3	2	2	3	3	3	3	3	4	4	3	2	1	3	22	20	42
27	3	3	2	2	3	3	3	3	3	4	4	3	2	1	3	22	20	42
28	2	2	2	3	4	1	4	3	3	1	2	2	2	2	2	21	14	35
29	2	2	2	3	4	2	4	2	4	3	3	2	2	2	2	21	18	39
30	2	2	2	3	4	1	4	3	3	2	2	2	2	3	2	21	16	37
31	2	3	3	3	4	2	4	3	3	1	2	2	2	1	2	24	13	37
32	1	1	1	1	3	1	4	1	1	1	1	1	1	2	1	13	8	21
33	1	1	1	1	3	1	4	1	1	1	1	1	1	2	1	13	8	21
34	1	1	1	1	3	1	4	1	1	1	1	1	1	2	1	13	8	21
35	1	1	1	1	3	1	4	1	1	1	1	1	1	2	1	13	8	21
36	1	1	1	1	3	1	4	1	1	1	1	1	1	2	1	13	8	21
37	1	1	1	1	3	1	4	1	1	1	1	1	1	2	1	13	8	21
38	1	1	1	1	3	1	4	1	1	1	1	1	1	2	1	13	8	21
39	1	1	1	1	3	1	4	1	1	1	1	1	1	2	1	13	8	21
40	1	1	1	1	3	1	4	1	1	1	1	1	1	2	1	13	8	21
41	1	1	1	1	3	1	4	1	1	1	1	1	1	2	1	13	8	21
42	1	1	1	2	2	1	4	1	1	1	1	1	1	1	0	13	6	19
43	1	1	1	2	2	1	4	1	1	1	1	1	1	1	0	13	6	19
44	1	1	1	2	2	1	4	1	1	1	1	1	1	1	0	13	6	19
45	1	1	1	2	2	1	4	1	1	1	1	1	1	1	0	13	6	19
46	1	1	1	2	2	1	4	1	1	1	1	1	1	1	0	13	6	19
47	1	1	1	2	2	1	4	1	1	1	1	1	1	1	0	13	6	19
48	2	2	2	3	4	3	2	2	3	4	2	2	2	2	2	20	17	37
49	2	2	2	3	4	3	2	2	3	4	2	2	2	2	2	20	17	37
50	2	2	2	3	4	1	4	3	3	1	2	2	2	1	2	21	13	34
51	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	19	15	34
52	2	2	2	3	4	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	20	16	36
53	2	2	2	3	4	3	2	2	3	4	2	2	2	3	2	20	18	38
54	2	2	2	3	4	3	2	2	3	4	2	3	3	2	2	20	19	39
55	2	2	3	2	4	3	2	2	3	4	2	3	2	2	2	20	18	38
56	2	2	2	3	4	3	2	2	3	4	2	3	2	3	2	20	19	39
57	2	2	2	3	4	3	2	2	2	3	4	2	2	2	2	20	17	37
58	1	1	1	2	2	1	4	1	1	1	1	1	1	1	0	13	6	19
59	1	1	1	2	2	1	4	1	1	1	1	1	1	1	0	13	6	19
60	1	1	1	2	2	1	4	1	1	1	1	1	1	1	0	13	6	19
61	1	1	1	2	2	4	4	1	1	1	1	1	1	1	0	16	6	22
62	1	1	1	2	2	1	4	1	1	1	1	1	1	1	0	13	6	19
63	1	1	1	2	2	1	4	1	1	1	1	1	1	1	0	13	6	19
64	1	1	1	2	2	1	4	1	1	1	1	1	1	1	0	13	6	19
65	1	1	1	2	2	1	4	1	1	1	1	1	1	1	0	13	6	19
66	1	1	1	2	2	1	4	1	1	1	1	1	1	1	0	13	6	19
67	1	1	1	2	2	1	4	1	1	1	1	1	1	1	0	13	6	19
68	1	1	1	2	2	1	4	1	1	1	1	1	1	1	0	13	6	19
69	1	1	1	2	2	1	4	1	1	1	1	1	1	1	0	13	6	19
70	1	1	1	2	2	1	4	1	1	1	1	1	1	1	0	13	6	19
71	1	0	1	1	2	1	4	1	0	1	2	2	1	1	0	11	7	18
72	1	0	1	1	2	1	4	1	0	1	2	2	1	1	0	11	7	18
73	1	1	1	1	3	1	4	1	1	1	1	1	1	2	1	13	8	21
74	2	1	1	2	2	1	3	1	1	1	1	2	1	1	0	13	7	20
75	1	1	1	2	2	0	3	1	0	0	1	1	1	1	0	11	4	15
76	1	1	1	1	2	2	4	0	0	1	2	2	1	2	0	12	8	20
77	1	1	1	1	2	2	3	1	1	1	2	2	1	1	0	12	8	20
78	1	1	1	1	3	2	3	1	1	1	2	2	2	1	0	13	9	22
79	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	0	0	2	27	16	43
80	2	1	2	2	2	1	3	1	1	1	2	2	2	1	1	14	10	24

Anexo 3: Informe de Turnitin al 28% de similitud

COMUNICACIÓN INTERNA Y LA MOTIVACIÓN LABORAL DE LOS SOCIOS DE LA EMPRESA MARA SAL, CUSCO 2021

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.autonoma.deica.edu.pe Fuente de Internet	3%
2	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
3	www.repositorioacademico.usmp.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	Submitted to Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote Trabajo del estudiante	1%
5	repositorio.usil.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	1library.co Fuente de Internet	1%
7	idoc.pub Fuente de Internet	1%
8	www.clubensayos.com Fuente de Internet	1%

