

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
Facultad De Ciencias Administrativas y Contables
Escuela Profesional de Administración y Sistemas



TESIS

**Identidad Organizacional y Satisfacción Laboral en la Agencia
Tambo Mibanco-Huancayo 2021**

Para Optar : Título Profesional de Licenciado en Administración

Autora : Bach. Pamela Patricia Caja Ponce

Co autor : Bach. Arturo Saul Altamirano Garay

Asesor : Mg. Luis Antonio Visurraga Camargo

Línea de Investigación

Institucional : Ciencias Empresariales y Gestión de los Recursos

Fecha de Inicio y Culminación: Mayo 2022-Mayo 2023

HUANCAYO – PERÚ

2022

HOJA DE APROBACIÓN DE JURADOS

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
Facultad de Ciencias Administrativas y Contables
TESIS

IDENTIDAD ORGANIZACIONAL Y SATISFACCIÓN LABORAL EN LA
AGENCIA TAMBO MIBANCO-HUANCAYO 2021

PRESENTADO POR:

Pamela Patricia Caja Ponce

Arturo Saul Altamirano Garay

PARA OPTAR EL TÍTULO DE:

Licenciada en administración

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SISTEMAS

APROBADA POR LOS SIGUIENTES JURADOS

PRESIDENTE :

PRIMER MIEMBRO :

SEGUNDO MIEMBRO :

TERCER MIEMBRO :

Huancayo, De..... del 2022

**IDENTIDAD ORGANIZACIONAL Y SATISFACCIÓN
LABORAL EN LA AGENCIA TAMBO MIBANCO-
HUANCAYO 2021**

ASESOR:

DR. LUIS ANTONIO VISURRAGA CAMARGO

DEDICATORIA

A nuestras familias que con su apoyo
nos impulsó a lograr nuestros sueños

AGRADECIMIENTO

A Dios, por ser guía en cada momento de nuestra vida. A nuestras familias, en especial a nuestra mamá, mi papá y hermanos, quienes estuvieron con nosotros de principio a fin y son nuestra mayor motivación para alcanzar siempre nuestros objetivos. Los queremos mucho y esto va para ellos.

Pamela y Arturo



CONSTANCIA DE ÍNDICE SIMILITUD

(EXPEDITO SEGÚN ART. 8.4)

El Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables deja:

CONSTANCIA

Que, Los Bachilleres, **CAJA PONCE PAMELA PATRICIA Y ALTAMIRANO GARAY ARTURO SAUL**, de la escuela profesional de Administración y Sistemas, han presentado su informe final del TESIS titulado: **“IDENTIDAD ORGANIZACIONAL Y SATISFACCIÓN LABORAL EN LA AGENCIA TAMBO MIBANCO-HUANCAYO 2021”**, originalidad en el **SOFTWARE TURNITIN** obteniendo el **Porcentaje** de similitud de **6%**, el cual se encuentra dentro del porcentaje permitido.

Se expide el presente, para efectos de continuar con los tramites concernientes a la obtención de su título profesional.

Huancayo, 19 de septiembre del 2022

Dr. Armando Juan Aduato
Ávila Director de Unidad de
Investigación
Facultad de Ciencias Administrativas y Contables

CONTENIDO

CONFORMACIÓN DE JURADO.....	ii
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
CONTENIDO	vii
CONTENIDO DE TABLAS	x
CONTENIDO DE FIGURAS.....	xii
RESUMEN	13
ABSTRACT.....	14
INTRODUCCIÓN	15
CAPITULO I	17
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	18
1.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD DEL PROBLEMA	18
1.2. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	22
1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	23
1.4.1. Justificación Social	23
1.4.2. Justificación Teórica	23
1.4.3. Justificación Metodológica	24
1.5. OBJETIVOS.....	24
1.5.1. Objetivo General.....	24
1.5.2. Objetivos Específicos	24
CAPITULO II	26
MARCO TEÓRICO	26

2.1.	ANTECEDENTES	26
2.2.	BASES TEÓRICAS O CIENTÍFICAS	35
CAPITULO III.....		63
HIPOTESIS		64
3.1.	Hipótesis General	64
3.2.	Hipótesis Específicas	64
3.3.	Variables	64
CAPITULO IV		70
METODOLOGÍA.....		70
4.1.	MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.....	70
4.2.	TIPO DE LA INVESTIGACIÓN	71
4.3.	NIVEL DE INVESTIGACIÓN.....	71
4.4.	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	71
4.5.	POBLACIÓN Y MUESTRA	72
4.6.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	73
4.7.	TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS.....	76
4.8.	ASPECTOS ÉTICOS DE LA INVESTIGACIÓN	76
CAPITULO V.....		77
RESULTADOS		77
ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....		95
CONCLUSIONES		99
RECOMENDACIONES.....		101
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS		103
MATRIZ DE CONSISTENCIA		108

ANEXOS	108
MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	109
MATRIZ DE OPERACIONALIZACION DEL INSTRUMENTO.....	107
INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN	113
CONFIABILIDAD VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO.....	118
DATA Y PROCESAMIENTO DE DATOS	119
FOTOS DE LA APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO	122

CONTENIDO DE TABLAS

Tabla 1 Tipo de cultura predominante en cada Institución.....	44
Tabla 2 Operacionalizacion de las Variables.....	65
Tabla 3 Operacionalizacion del Instrumento.....	66
Tabla 4 Identidad organizacional de los colaboradores de la Agencia Mibanco-Huancayo 2021	77
Tabla 5 Filosofía organizacional de la Agencia Tambo Mibanco- Huancayo 2021	78
Tabla 6 Cultura organizacional de la Agencia Tambo Mibanco- Huancayo 2021.....	79
Tabla 7 Diseño organizacional de la Organizacional de la Agencia Tambo Mibanco - Huancayo 2021	80
Tabla 8 Satisfacción laboral de los colaboradores de la Agencia Tambo Mibanco - Huancayo 2021	82
Tabla 9 Motivación laboral de los colaboradores de la Agencia Tambo Mibanco Huancayo 2021	83
Tabla 10 Relaciones interpersonales de los colaboradores de la Agencia Mibanco - Huancayo 2021	84
Tabla 11 Incentivos para los colaboradores de la Agencia Tambo Mibanco- Huancayo 2021	85
Tabla 12 Organización de los colaboradores de la Agencia Tambo Mibanco -Huancayo 2021	86
Tabla 13 Coeficiente de correlación entre la identidad organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco -Huancayo 2021	87
Tabla 14 Coeficiente de correlación entre la filosofía organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco- Huancayo 2021	89

Tabla 15 Coeficiente de correlación entre la cultura organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco -Huancayo 2021	91
---	----

Tabla 16 Coeficiente de correlación entre el diseño organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco -Huancayo 2021	92
--	----

CONTENIDO DE FIGURAS

Figura 1 Cultura y la Comunicación	41
Figura 2 Proceso de creación de la cultura organizacional	43
Figura 3 Identidad organizacional de los colaboradores de la Agencia Mibanco- Huancayo 2021	78
Figura 4 Filosofía organizacional de la Agencia Mibanco- Huancayo 2021	79
Figura 5 Cultura organizacional de la Agencia Mibanco -Huancayo 2021	80
Figura 6 Diseño organizacional de la Agencia Mibanco- Huancayo 2021	81
Figura 7 Satisfacción laboral de los colaboradores de la Agencia Tambo Mibanco - Huancayo 2021	82
Figura 8 Motivación laboral de los colaboradores de la Agencia Tambo Mibanco - Huancayo 2021	83
Figura 9 Relaciones interpersonales de los colaboradores de la Agencia Tambo Mibanco - Huancayo 2021	84
Figura 10 Incentivos para los colaboradores de la Agencia Tambo Mibanco- Huancayo 2021	85
Figura 11 Organización de los colaboradores de la Agencia Tambo Mibanco- Huancayo 2021	86

RESUMEN

La siguiente investigación que presenta los autores, es referente a la Identidad Organizacional y como esta se relaciona con la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco, tiene como propósito establecer la relación que existe entre la identidad organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021, la investigación se empleó como base estructural el cual es el método científico, que orienta como efectuar una investigación del tipo: Hipotético – Deductivo, además de ser: Analítico – Sintético. Nivel de Investigación: Correlacional, Diseño. No experimental, de corte transversal y de tipo Básica. La población estuvo constituida por 38 colaboradores. La recolección de datos se realizó mediante la aplicación de la técnica de la encuesta y el instrumento utilizado fue el cuestionario, el cual constaba de 49 preguntas. La conclusión obtenida sobre la base de los resultados se ha establecido que, sabiendo que el coeficiente $r_s = 0.970$ y significación bilateral $p = 0.000$, el coeficiente es significativo, y existe una correlación positiva muy fuerte entre ambas variables, identidad organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco- Huancayo 2021. Se concluye que existe relación significativa entre clima organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco -Huancayo 2021, con un nivel de significancia del 99%, respondiendo así al objetivo planteado al inicio de la investigación, llegando a comprobar la identidad organizacional y la satisfacción laboral son los componentes básicos en los que se basa una gestión eficaz.

Palabras clave: Identidad Organizacional, Satisfacción Laboral, Gestión eficaz

ABSTRACT

The following research presented by the authors is related to Organizational Identity and how it is related to job satisfaction in the Tambo Mibanco Agency, its purpose is to establish the relationship between organizational identity and job satisfaction in the Tambo Mibanco Agency. -Huancayo 2021, the research was used as a structural basis which is the scientific method, which guides how to carry out an investigation of the type: Hypothetical - Deductive, in addition to being: Analytical - Synthetic. Research Level: Correlational, Design. Non-experimental, cross-sectional and Basic type. The population consisted of 38 collaborators. Data collection was carried out by applying the survey technique and the instrument used was the questionnaire, which consisted of 49 questions.

The conclusion obtained on the basis of the results has been established that, knowing that the coefficient $r_s = 0.970$ and bilateral significance $p = 0.000$, the coefficient is significant, and there is a very strong positive correlation between both variables, organizational identity and job satisfaction. in the Tambo Mibanco-Huancayo 2021 Agency. It is concluded that there is a significant relationship between organizational climate and job satisfaction in the Tambo Mibanco-Huancayo 2021 Agency, with a significance level of 99%, thus responding to the objective set at the beginning of the investigation. , coming to verify organizational identity and job satisfaction are the basic components on which effective management is based.

Keywords: Organizational Identity, Job Satisfaction, Effective Management

INTRODUCCIÓN

Actualmente, las organizaciones se están enfrentando a cambios importantes, originados por las condiciones tanto internas como externas, como la competencia más aguda, la sofisticación de la tecnología, los cambios económicos y la globalización de la economía, por mencionar algunos. En este sentido para mejorar los resultados la empresa debe de contar con personal motivado y si estos no están motivados sería posible analizar a que se debe esto.

El presente estudio inicia como una inquietud teórica para el desarrollo de una tesis y se formula el planteamiento acerca de si la IO es compartida por todos los miembros de la organización y si el conocimiento de sus componentes esenciales, junto con su estilo, favorece (o no) un alto desempeño de sus trabajadores, manifestado satisfacción laboral. Los estudiosos de la Identidad Organizacional, consideran que ésta es el marco de referencia de los integrantes de una organización y, al mismo tiempo, proporciona lineamientos de comportamiento. Estos lineamientos, cuando están definidos (incluso implícitamente) pueden integrar o rechazar a los nuevos integrantes, es decir, en este caso en particular, para ser aceptado dentro del grupo social, no basta con ser el mejor en el área, ni con conocer los aspectos centrales del trabajo y sus procedimientos, para ser aceptado debe incorporar y hacer suyos los códigos, la filosofía y formas de hacer las cosas, utilizar los artefactos y participar de los rituales, igual sucede con los empleados de mayor antigüedad, pues deben ser capaces de adaptarse con prontitud a los cambios de esta era que les toca vivir, los responsables de las organizaciones deberá dar a conocer como los miembros perciben los valores y normas de una organización como estimulantes e incentivos para una mayor integración individuo-organización, individuo-trabajo, y

para un óptimo desempeño en el trabajo y la satisfacción laboral; pero también cuan motivante es el puesto de trabajo para el logro de esos propósitos (Terán Varela, 2011)

La identificación organizacional comienza con la identidad organizacional percibida y termina con una imagen externa construida, gracias a una serie de factores que intervienen para lograr dicho proceso de construcción de la identificación organizacional. De esta forma, explican el proceso mediante el cual los atractivos generados por la identidad llegan a convertirse en atractivos de la imagen externa, a la vez que construyen en los principios de autodefinition de la organización, logrando no solo buenos resultados en la mente de sus consumidores, si no en su audiencia externa, que refuerzan su sentido de identificación con el lugar donde trabajan y en el que conforman un equipo en continuo crecimiento Giogia (2000).

El problema de investigación está relacionado con conocer relación que existe entre la identidad organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco – Huancayo 2021, y el objetivo de la investigación es establecer la relación que existe entre la identidad organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021, utilizando la metodología de investigación para lo cual consideraremos el Tipo de Investigación Básica de Nivel de Investigación: Correlacional, Diseño de Investigación: No Experimental: Corte Transversal. El propósito del estudio es, establecer la relación que existe entre la identidad organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021. La presente investigación consta de cinco capítulos, siendo los siguientes: Capítulo I Planteamiento del estudio en donde trata de la realidad de la problemática, trabajos previos teorías relacionadas al tema, formulación del problema, justificación del estudio y objetivos. En el Capítulo II, se desarrolla el marco teórico de la investigación, en el Capítulo III se considera la hipótesis de la investigación,

finalmente en el Capítulo IV se considera la Metodología de la Investigación, Capítulo V Administración del proyecto considerando también las, Referencias Bibliográficas y los Anexos.

Los autores

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD DEL PROBLEMA

Todas las organizaciones deberían poseer una identidad la cual define su ser y forma de hacer sus procesos de evolución y se ven influidas por factores internos y externos, los que pueden producir altibajos en los resultados de su desempeño laboral y satisfacción laboral.

De acuerdo a Farías (2013), haciendo referencia a Robbins, P., y Stephen. (1999), dice “que la personalidad de una organización o variable interventora en la satisfacción laboral y en la organización se define como identidad. En este sentido se puede aseverar que la Identidad Organizacional es un elemento integrador y uno de los factores determinantes en la eficacia del recurso humano. De la integración dependen los niveles de productividad (...) en el que se consoliden los objetivos; por eso, es estratégico para orientar la organización al éxito, porque representa el patrón conductual a seguir, las creencias y los valores compartidos por sus miembros. Esto incluye también a la financiera Mibanco Tambo, donde el vertiginoso avance en las telecomunicaciones e informática ha acelerado el proceso de globalización, de tránsito de nuevos conocimientos, ideas y tecnologías de un extremo del mundo a otro, prácticamente en tiempo real.

El origen del problema comienza a partir de la caída de las utilidades de la organización MIBANCO, fue originada por la morosidad de sus clientes, los cuales no

pagaban a tiempo los préstamos otorgados por la entidad. El segundo factor fue las deudas laborales con sus trabajadores- público interno- pago de indemnizaciones y vacaciones trunca; y por último las innumerables deudas valoradas en más de un millón de soles a acreedores internacionales que subvencionaban los préstamos otorgados a los clientes bancarios.

Cabe recalcar que la Fusión de la financiera EDYFICAR pertenece al grupo CREDICORP y la empresa MIBANCO pertenece a la asociación ACP se da por los motivos ya mencionados. CREDICORP, compra a ACP MIBANCO la gran cartera de clientes que poseía, pero no se daba cuenta que al comprar MIBANCO, CREDICORP tenía que asumir deudas con los trabajadores internos de indemnización y beneficios laborales; así como también las deudas monetarias con los acreedores de la banca (Hurtado, 2014).

En febrero del año 2014, un suceso sin precedente convocó la atención del mercado microfinanciero peruano: la venta del banco de las microfinanzas más grande del Perú y de la región, el cual fue comprado por Financiera Edyficar, empresa subsidiaria del Grupo Credicorp, que adquirió el 60,68% de Mibanco a S/. 504.789.492,25, equivalente a US\$ 179.487.090,12 al tipo de cambio de S/. 2,8124 por cada dólar, lo cual representó un precio por acción de S/. 1,85. (Becerra, Ramírez, Rejas, 2016)

Con respecto a la Cultura corporativa, decimos que fue afectada debido a que se contaban con trabajadores de EDYFICAR acostumbrados a un proceso sistémico de la financiera y los trabajadores de MIBANCO estaban acostumbrados a una cartera de clientes y a procesos de financiamiento y ahorro preestablecidos por las mismas normativas del banco.

El público interno también se vio afectado a raíz de esta fusión ya que los procesos bancarios eran más burócratas debido a que se había incluido una nueva cartera de clientes

que venía de EDYFICAR. Por otro lado, se dio el cierre de 11 agencias de Edyficar en distritos como Los Olivos, Chorrillos, Santa Anita; entre otros; esto trajo como consecuencia la reducción del personal en lo que respecta a despidos y a rotación de puestos laborales (Montenegro, 2015).

El Gerente de agencia pasa a ser jefe de agencia; es decir la cultura corporativa afecta al desempeño laboral de los trabajadores y esto genera un índice de desmotivación y por ende trae problemas a la producción de dichos trabajadores, algunos de ellos reunían por que no se adaptan rápidamente a este choque cultural o algunos simplemente son removidos de su cargo o despedidos de la agencia para la cual laboran.

Po último, cabe recalcar que el motivo de nuestro análisis se centró en la organización MIBANCO que a partir de inicios del año 2015 atravesó un proceso de FUSIÓN con la financiera Edyficar, generando un choque de culturas entre los trabajadores de Mi Banco y los trabajadores antiguos de la financiera Edyficar; es por ello que afirmamos que si no se considera a la Cultura corporativa dentro de las estrategias de Mi Banco, el público interno se sentirá desmotivado y descontento ante esta crisis interna.

La empresa MI BANCO, inicia sus operaciones el 4 de mayo de 1998, teniendo como base la experiencia de ACP Inversiones y Desarrollo (antes Acción Comunitaria del Perú), una asociación civil sin fines de lucro que lleva operando en el sector de la micro y pequeña empresa desde hace más de 35 años. Mi Banco nace con el objetivo de atender las necesidades financieras de los microempresarios. Desde sus inicios, contó con una importante cartera de más de 13.000 clientes, que provenían de ACP (Mi Banco, 2015).

Tiene como misión como: “Transformar las vidas de nuestros clientes y colaboradores a través de la inclusión financiera, impulsando así el crecimiento del Perú” (MIBANCO, 2015, p. 1).

Visión: “Ser el socio reconocido de los clientes del micro y pequeña empresa, el principal promotor de la inclusión financiera del país y un referente a nivel mundial, convocando a un equipo de colaboradores talentosos y con sentido de trascendencia” (MIBANCO, 2015, p. 2).

Los principios culturales son:

- Integridad en todas nuestras acciones.
- Logramos resultados trabajando en equipo, con calidad y eficiencia.
- Gestionamos los riesgos con responsabilidad.
- Apasionados por servir responsablemente al cliente
- Comprometidos con el desarrollo de nuestra gente.
- Somos pioneros y promovemos el cambio (MIBANCO, 2015, párr. 3 - 8).

En el caso específico de la financiera Mibanco Tambo, Huancayo eventualmente formalizan y especifican algunos aspectos de su Identidad Organizacional al hacer una revisión y declaración de misión, valores, principios y propósitos de la empresa cada cierto tiempo, cabe señalar que los cambios no siempre son aceptados por las personas ya sea por no contar con descripciones de puestos y de movimientos de personal, en donde algunos pierden estatus e incluso su empleo, otros ascienden jerárquicamente; en ambos casos caracterizados por poca información, incertidumbre, rumores que crean temores, inseguridad y malestar. Al mismo tiempo, también es importante considerar las modificaciones que se hacen a los símbolos de la empresa: colores, lema, logotipo y otros; las ceremonias, mensajes, rituales que permiten compartir creencias, valores, códigos que relaciona a la identidad organizacional con la satisfacción laboral el cual genere una mayor cohesión organizacional, Por esta razón, la investigación busca determinar la relación existente entre la Identidad Organizacional y satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021.

1.2. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. Delimitación Espacial

La investigación se llevó a cabo en la Agencia Tambo de MiBanco, situada en Mariscal Castilla Nro. 1882 esquina con Jr. Chávez, Huancayo Perú .

1.2.2. Delimitación Temporal

La presente investigación se desarrolló tomando como referencia el año 2022.

1.2.3. Delimitación Conceptual o Temática

Esta investigación se llevó a cabo en un extenso campo teórico gracias a las diversas magnitudes establecidas en funcionalidad de todas las variables; en principio, explica los términos y estructuras teóricas establecidos, tanto en lo cual se instituye sobre la base de las variables.

Para Albert y Whetten (1985) define que la identidad es lo que los miembros organizacionales creen que es central, duradero y carácter distintivo de la organización. En otras palabras, está dada por los agentes internos, que tienen una percepción de lo que es más importante y constitutivo para la organización a la que pertenecen.

Es el sentimiento de cada trabajador hacia su centro de labores, reflejando en su puesto de trabajo sus experiencias tanto agradables como desagradables (Cavalcante Silva, 2004).

Además, se refiere a la actitud del trabajador que muestra en sus actividades diarias en su centro de labores, lo cual se demuestra en su desarrollo personal, beneficios laborales y remunerativos que percibe, las políticas administrativas, relaciones interpersonales con sus compañeros de trabajo y jefes, condiciones físicas y materiales que facilitan su labor y el desempeño de éstas (Palma, 2006).

1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.3.1. Problema General

¿Cuál es la relación que existe entre la identidad organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco –Huancayo 2021?

1.3.2. Problemas Específicos

- 1) ¿Cuál es la relación que existe entre la filosofía organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco –Huancayo 2021?
- 2) ¿Cuál es la relación que existe entre la cultura organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco –Huancayo 2021?
- 3) ¿Cuál es la relación que existe entre el diseño organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021?

1.4. JUSTIFICACIÓN

1.4.1. Justificación Social

La presente investigación permitirá que los directivos y colaboradores que desempeñan sus labores en el ámbito organizacional, obtengan la información necesaria acerca de la relación que existe entre la identidad organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco –Huancayo 2021.

1.4.2. Justificación Teórica

Para la justificación teórica consideramos lo planteado por: Bernal (2010), La investigación es meditación o debate académico, tiene una justificación teórica, porque su objetivo podría ser el estudio epistemológico del entendimiento que existe sobre un asunto, afrontar una teoría, plantear nuevos paradigmas o solucionar un modelo.

Esta investigación busco establecer la relación que existe entre la identidad organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco –Huancayo 2021.

Sin embargo, considero que la investigación es un antecedente para futuras investigaciones, extendiendo el entendimiento en un marco de globalización, permitiendo el desarrollo y la ejecución de investigaciones extras para la optimización continua de todos los procesos en la organización.

1.4.3. Justificación Metodológica

En la investigación científica, la justificación metodológica del análisis se genera cuando el proyecto planteado propone un nuevo procedimiento o una totalmente nueva estrategia para producir entendimiento válido y confiable (Bernal C. , 2010)

Para la investigación, utilizamos procedimientos de investigación, técnicas de colección de datos, herramientas de medición, escalas para medir resultados, tabulación de datos y, paralelamente, estudio estadístico para un mejor procesamiento de los datos conseguidos, reflejando la confiabilidad y transparencia de resultados encontrados. En la investigación, proponemos aplicar un diseño no experimental, transversal y explicativo, dado los aspectos propuestos en el enfoque del problema y en su construcción.

1.5. OBJETIVOS

1.5.1. Objetivo General

Establecer la relación que existe entre la identidad organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021.

1.5.2. Objetivos Específicos

- 1) Establecer la relación que existe entre la filosofía organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021.

- 2) Establecer la relación que existe entre la cultura organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021.
- 3) Establecer la relación que existe entre el diseño organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES

2.1.1. Antecedentes Internacionales:

Hernández C. (2017), *en su investigación diferencia en la motivación laboral entre un grupo de trabajadores de una entidad financiera, que ha participado en programa de charlas motivacionales y otro grupo que no ha participado en el programa de una entidad financiera, Guatemala.*

El presente estudio tiene como **objetivo** comparar a un grupo de trabajadores de una entidad financiera, que ha participado en programa de charlas motivacionales respecto a otro grupo de la misma entidad financiera que no ha participado en el programa, se realizó una investigación de tipo cuasiexperimental y para analizar los **resultados** se utilizó la estadística cuantitativa mediante la calificación de la escala fueron las medidas de tendencia central, el estudio se llevó a cabo con una muestra de 20 colaboradores con más de un año de trabajar para la institución y que estén comprendidos entre los 20 y 40 años, que participan en el programa de charlas motivacionales y 20 colaboradores con más de un año de trabajar para la institución y que estén comprendidos entre los 20 y 40 años, que no participan en el programa de charlas motivacionales. Se utilizó el test psicométrico MPS (Escala de motivaciones Psicosociales) , **se concluye** lo siguiente: que el promedio normal, es decir que entre los dos grupos no existe diferencia estadísticamente significativa a

nivel 0.05 en la motivación laboral, según su participación en el programa de charlas, ya que en todas las áreas el valor del Estadístico t fue menor que el valor crítico de t (2.07). Sin embargo, se pudo notar que en las áreas de activación, expectativa y ejecución, el grupo que participó en el programa de charlas obtuvo el promedio más alto, aunque la diferencia no alcanzó a ser significativa, por el contrario, este mismo grupo obtuvo un promedio más bajo en las áreas de incentivos y satisfacción, en comparación al otro grupo que no participó.

Castro G. y Pérez M. (2018), *en la tesis titulada competencias aplicadas en la fase de levantamiento de información en el diagnóstico de satisfacción laboral en una institución bancaria pública, Guayaquil Ecuador.*

El presente trabajo de investigación de experiencias prácticas, tuvo como **objetivo** describir las competencias aplicadas en la fase de levantamiento de información para el diagnóstico de satisfacción laboral en una institución bancaria pública de la ciudad de Guayaquil, para ellos, se revisaron aspectos contextuales de la organización, a fin de conocer un poco más sobre la organización, así como de aspectos teóricos que nos facilitaron el proceso práctico. **La metodología** que se usó fue de tipo cualitativa la cual nos permitió describir nuestra experiencia práctica, elaborando un plan operativo y un cronograma de actividades; entre las cuales está la descripción de la experiencia narrada por fases, destacando la excelente apertura por parte de los colaboradores de la organización; así como situaciones no tan favorables, por ejemplo, el contratiempo con los participantes al momento de la aplicación del instrumento que nos ayudaría al diagnóstico. La descripción de esta experiencia y sus puntos principales, nos permitieron desarrollar habilidades en base a nuestra profesión y así mejorar aspectos fundamentales en nuestras competencias para realizar trabajos a futuro en el campo organizacional.

Villavicencio D. y Varnesoto N. (2019) *en su investigación titulada Sistematización del proceso diagnóstico de satisfacción laboral en el área de crédito y cartera de la organización financiera-Guayaquil, Ecuador.*

El presente trabajo de investigación se basó en el proceso diagnóstico de satisfacción laboral y en la experiencia de la práctica realizada en la organización financiera de mayo a agosto del 2018. Se revisaron los aspectos teóricos sobre satisfacción laboral, el objeto de este trabajo es el proceso diagnóstico de la satisfacción laboral, teniendo como eje de la sistematización, las características de dicho proceso, concluyendo que una de esas características estaba determinada por los tiempos disponibles y la colaboración de los trabajadores, así como otros factores del contexto que se evidenciaron durante el mismo. La metodología escogida fue la sistematización de experiencias tomada como una herramienta de aprendizaje a partir de la reconstrucción de la experiencia, que nos permite analizar de manera objetiva lo realizado y aportar a futuros trabajos en el área organizacional. Para el diagnóstico de la satisfacción laboral se utilizaron técnicas como la observación y entrevista; entre los instrumentos empleados están los cuestionarios, la guía de observación y la guía de entrevista, lo que permitió recopilar la información necesaria para obtener el diagnóstico de satisfacción. La muestra fue escogida del departamento de crédito y cartera en donde se contó con la predisposición y colaboración de los miembros de la organización en donde tuvo lugar la práctica.

Garcés S. (2021), *en su tesis: "Clima organizacional; desempeño laboral; comunicación organizacional; liderazgo; trabajo en equipo; factores de comunicación"*

Tuvo como objetivo: conocer la influencia del clima organizacional sobre la satisfacción laboral de los empleados de la Municipalidad de Choloma, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. La presente investigación realizó un análisis de los factores de la comunicación interna y cómo estos influyen en el clima laboral del área de negocios de una entidad financiera de la ciudad de Guayaquil, Se inició con una revisión bibliográfica, la cual permitió conocer elementos del clima laboral y establecer cuáles son los aspectos que permiten desarrollar un clima organizacional idóneo y también permitió establecer los factores de comunicación interna que pueden influir sobre el clima. Por otro lado, mediante el proceso metodológico realizado se pudo determinar la percepción de los colaboradores sobre la situación del área e identificar falencias del clima de la organización, tales como insatisfacción de las funciones, ineficiente comunicación interna, escasez de oportunidades de crecimiento, pocos incentivos y falta de reconocimiento, entre otros. De tal manera, que los resultados obtenidos permitieron desarrollar una propuesta de mejora, con el fin de garantizar un adecuado clima laboral que garantice una comunicación fluida, trabajo en equipo, incentivos permanentes, y fundamentalmente, la involucración de los colaboradores con la filosofía y objetivos organizacionales.

Suarez R. y Carrasco C. (2017), *realizó una investigación titulada “La satisfacción laboral que tiene el personal del departamento de operaciones y el personal del departamento administrativo financiero en relación a la compensación laboral que brinda la organización Grúas” Atlas, Quito-Ecuador.*

El objetivo fundamental es comparar el nivel de satisfacción existente entre el personal del departamento de operaciones Quito con el personal del departamento administrativo financiero en la organización Grúas Atlas en relación a la compensación laboral que esta ofrece. La hipótesis planteada es demostrar si el personal del departamento de operaciones está más satisfecho que el personal del departamento administrativo financiero en relación con la compensación laboral que reciben de la organización. El fundamento teórico se basa en la teoría de los dos factores, higiénicos y motivacionales de Frederick Herzberg. Es una investigación con enfoque cuantitativo, de tipo descriptiva y explicativa, con un diseño no experimental. Se utilizó la entrevista como técnica básica para la elaboración y aplicación del cuestionario de satisfacción laboral en una población de cincuenta trabajadores. Se llegó a la conclusión general que todo el personal de la organización se encuentra en un estado de indiferencia con niveles que tienden a la negatividad en relación a las compensaciones laborales que la organización ofrece entre ellas: horario y turnos de trabajo así como la accesibilidad a materiales de oficina, lo cual indica que la forma de manejo de beneficios e incentivos no está siendo la adecuada, datos que se ven reflejados en la productividad y eficiencia del personal, lo cual se recomienda como tema de una siguiente investigación.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

Carbajal M. y Gallo R. (2021), *Análisis de la cultura organizacional en el desarrollo de la Financiera Pro Empresa 2021*.

El objetivo general de la investigación fue investigar el análisis de la cultura organizacional en el desarrollo de la financiera Pro Empresa 2021. Se planteó una metodológica de enfoque cualitativo. Como muestra está formada por los colaboradores como son el gerente de agencia y ejecutivos de negocios en total cinco (5) participantes. La variable principal es cultura organizacional y como subcategorías tenemos: satisfacción, liderazgo, productividad y motivación. Los resultados demuestran que la cultura organizacional es un sistema de valores que influye a las personas a través de sus comportamientos en el trabajo. Para la satisfacción todos los participantes mencionaron que se sienten satisfechos de sus logros obtenidos. Para liderazgo los participantes están de acuerdo en realizar el trabajo en equipo, las decisiones son respetadas. Para la productividad los trabajadores mencionaron que el avance tecnológico les ayudó en su gestión. Para la motivación a los colaboradores cual le brindan incentivos y premios al logro de sus objetivos.

Perez M. (2017) en su investigación *Clima organizacional y satisfacción laboral en los colaboradores de una institución financiera de la Región I Lima 3, 2017*.

En tal sentido esta investigación tuvo como objetivo principal determinar la relación entre el clima organizacional y satisfacción laboral en los colaboradores de una institución financiera de la Región I Lima 3, 2017. El tipo de investigación fue descriptivo – correlacional, el diseño es no experimental. La población estuvo compuesta por 122 colaboradores de ambos sexos, en edades de 20 a 50 años, que se encuentran trabajando en agentes del Banco de Crédito del Perú sede Lima 3; Se

obtuvo como principales resultados que si existe relación entre las variables organizacional y satisfacción laboral ($p=0,001$). Por otro lado, se encontró que el clima organizacional de los trabajadores es alto, asimismo se encontró un nivel alto de satisfacción laboral en los trabajadores.

Arrollo N. (2017) *en su investigación sobre Satisfacción laboral y rotación del personal que labora en el área de servicios de las agencias del Scotiabank en el distrito de Trujillo entre 2015 – 2017.*

La presente investigación tiene como propósito establecer la relación entre las variables satisfacción laboral y rotación del personal, utilizando una investigación de tipo cualitativo de diseño no experimental, de corte transversal y de alcance descriptivo. Se aplicó 41 encuestas a colaboradores que laboran en el área de servicio de la entidad financiera Scotiabank, con un año de antigüedad, ambos sexos y de edad indistinta. En base a este estudio se determinó, a través de la confirmación de nuestra hipótesis, que existe una relación inversa entre la satisfacción laboral y rotación de personal, la cual tiene influencia significativa sobre la decisión del trabajador en abandonar o no, la Institución. Con lo que se recomienda tomar puntos de control en la satisfacción laboral para reducir el índice de rotación de personal.

Córdova E. (2021) “Estrategias de desempeño del personal para la satisfacción del cliente de una entidad financiera, Chiclayo. Universidad” Cesar Vallejo.

La cual tuvo como principal objetivo el elaborar estrategias de desempeño laboral para la satisfacción del cliente de una entidad financiera, Chiclayo. La investigación presento un enfoque mixto – tipo explicativo, además de un diseño mixto, de base no experimental y temporalidad transversal – explicativo. Se trabajó con dos

poblaciones siendo la población 1, los 16 colaboradores de la entidad financiera y la población 2, los clientes que llegaban a la oficina de la entidad financiera donde se realizó el estudio, se aplicaron dos cuestionarios, uno para cada población, los cuales permitieron recabar información de las variables de investigación: Desempeño Laboral y Satisfacción Cliente. La conclusión de la investigación se centró en que el nivel de desempeño laboral de los colaboradores de la entidad financiera Chiclayo, es baja; debido que en la dimensión calidad de trabajo la capacidad de respuesta del colaborador es no sentirse seguro de como finalizar un ciclo de atención y la motivación es baja ante las funciones a realizar. La propuesta se enfocó en plantear estrategias de desempeño laboral las cuales se definieron en los indicadores que se obtuvo una respuesta negativa siendo capacidad de respuesta, productividad, iniciativa laboral, capacidad de integración, liderazgo, motivación, identidad corporativa y nivel de compromiso; cada estrategia se presentó con acciones, cronograma de actividades y un presupuesto para los dos años de ejecución en el que consiste la propuesta.

Masco P. y Rojas A. (2018), *en la tesis titulada Satisfacción laboral en la financiera Credinka Agencia Quillabamba – Cusco 2018. Universidad Alto Andina del Cusco.*

La investigación tiene como objetivo general describir la satisfacción laboral en la financiera, es de tipo básico, el diseño de la investigación es no experimental y de nivel descriptivo; la población a estudiar está constituido por 29 trabajadores que laboran, utilizando la técnica de investigación en la encuesta realizada para este trabajo; los resultados fueron procesados en el sistema estadístico SPSS y hoja Excel. Con los resultados de la investigación los trabajadores manifiestan que 96.6% están medianamente satisfechos, 3.4% insatisfechos. Con respecto a las

dimensiones los resultados fueron: 72.4% respecto a la naturaleza de trabajo considerado medianamente satisfecho, 89.7% las condiciones de trabajo considerado medianamente satisfecho, 96.6% las relaciones interpersonales considerado medianamente satisfecho y 79.3% con respecto a las políticas laborales considerado medianamente satisfecho. Lo que se muestra que los trabajadores no están satisfechos generando disgusto en el desarrollo de sus labores. Finalmente, la variable satisfacción laboral obtuvo un promedio de 2.94 que de acuerdo a la escala de baremacion representa un nivel medianamente satisfecho.

Diestra N. (2017) *en su investigación titulada el diseño organizacional y su incidencia en la satisfacción laboral en la empresa Polinplast S.A.C. Lima- Perú- 2017. Universidad Privada Telesup.*

El problema general refiere a la interrogante: ¿Cuál es la incidencia del Diseño Organizacional en la Satisfacción Laboral en la empresa POLINPLAST S.A.C. LIMA-PERÚ-2017?, cuya hipótesis general es: Existe una relación significativa entre el Diseño Organizacional y la Satisfacción Laboral en la empresa POLINPLAST S.A.C. LIMA-PERÚ-2017. Las variables de estudio son: Variable Independiente “El Diseño Organizacional” y la Variable Dependiente “Satisfacción Laboral”. Se utilizó el tipo de investigación aplicada, nivel de investigación Explicativa, diseño de la investigación No Experimental de corte Transversal. Como técnica de recolección de datos se utilizó la encuesta, como instrumento el cuestionario que fue aplicado a la población conformada por 60 trabajadores del área administrativa para medir el Diseño Organizacional y la Satisfacción Laboral. Por último se concluye que existe una relación positivamente alta entre el Diseño Organizacional y la Satisfacción Laboral, además, se recomienda aplicar en el diseño organizacional de la empresa: el diseño funcional ofrece ventajas y

desventajas. Del lado positivo este diseño permite identificar con claridad las responsabilidades y asignarlas en consecuencia y los empleados lo entienden con facilidad. Las personas que desempeñan tareas similares y que afrontan problemas similares trabajan juntas en el caso del diseño funcional, lo cual incrementa la posibilidad de comunicación, apoyo recíproco y centralización de la toma de decisiones.

2.2. BASES TEÓRICAS O CIENTÍFICAS

a) Variable Identidad Organizacional:

Según determina Montoya (2004):

La identidad, a la vez que es individual, es social; por tanto, vemos que la identidad individual se deriva de los procesos tempranos de socialización; siendo estas identidades – llamadas primarias– las más fuertes y resistentes al cambio, están profundamente enraizadas y se manifiestan como características interiorizadas.

Por otro lado, Daan Knippenberg (2001) comenta:

Cuanto más se identifica una persona con un grupo social, más probable es que actúe de acuerdo con las creencias, normas y valores que son típicos para ese grupo. De este modo, la identificación influye en las actitudes y comportamientos, especialmente en aquellas situaciones en que tal identificación se vuelve saliente o está activada cognitivamente según Ashforth y Mael, 1989; Ellemers, 2001; Ellemers et al., 2004; Ellemers, Kortekaas y Ouwerkerk, 1999; Haslam, 2004b; Haslam, Powell y Turner, (2000) concluyen que :

Los estudios empíricos han demostrado que la identificación en el ámbito organizacional es un buen predictor de un amplio abanico de resultados tales como la satisfacción laboral, la implicación en el trabajo, la motivación, el rendimiento y las

conductas de ciudadanía, entre otros .

Franklin, E. (2011) sustenta que:

La identidad organizacional comienza a tener sentido desde un sistema abierto con respecto a una organización, la cual guarda relación con su entorno y todo lo que implica en ello: valores y principios. El sentirse identificados muestra el valor que se tiene con respecto a una determinada organización o lugar, sintiéndose comprometidos y fiel con todo lo implicado dentro de ella .

Así mismo Consuegra, N. (2011) manifiesta que:

La identidad organizacional es la razón o motivo por la cual los individuos creen tener un lugar dentro del espacio laboral, en la cual se rige y se identifica con valores y principios propios de la empresa o institución. Así también se dice que la identidad es calificada como una organización interna, autoconstruida y dinámica de impulsos, capacidades, creencias e historia individual . (p.65)

Giménez (2002) afirma que:

“...la identidad es el conjunto de repertorios culturales interiorizados (representaciones, valores, símbolos), a través de los cuales los actores sociales (individuales o colectivos) demarcan sus fronteras y se distinguen de los demás actores en una situación determinada, todos ellos dentro de un espacio históricamente específico y socialmente estructurado”. (p. 38)

De acuerdo con esta revisión conceptual es posible asumir la siguiente definición la identidad organizacional, es posible definirla como el resultado de la interacción de personas que pertenecen a una organización determinada que están dirigidos hacia un fin determinado interiorizando metas y propósitos en conjunto, que al integrarse dan una imagen propia de la organización.

La identidad tal como se concibe incluye una serie de rasgos que la definen :

En el mundo de la organización la identidad puede ser entendida desde una perspectiva dinámica porque, aunque posee atributos de naturaleza permanente, otros son cambiantes e influyentes sobre los primeros, no transformándolos sino reinterpretando su sentido y el significado que esos atributos tienen para la organización.

La identidad de una organización, desde esta perspectiva dinámica, surge de la interacción de tres ejes que representan los tres rasgos estructurales que mejor la definen :

- ***Historia de la organización***, desde su fundación hasta el presente .
- ***Proyecto empresarial***, corresponde a la situación actual y que la empresa ha asumido para satisfacer sus metas corporativas .
- ***Cultura corporativa***, atributo que no está anclado ni en el pasado ni en el presente, sino en ambos tiempos simultáneamente .

En la propuesta de investigación se consideran los tres ejes propuestos como dimensiones de la variable identidad organizacional .

Identidad corporativa es definida como la realidad y singularidad de la organización. Sus principales componentes son, la filosofía, la cultura y el diseño organizacional (Balmer, 1998). Una vez más, se muestra la identidad como ese conjunto de factores que hacen única a la organización y no le permiten parecerse a las demás .

❖ **Dimensión Filosofía Organizacional**

Según Thompson (2012), el elemento filosófico es algo para aceptar, lo que no permite que sea refutado fácilmente, las filosofías son las formas en que la planificación se muestra tal como es . Según el autor, el elemento filosófico es el proceso de planificación estratégica en el que se establecen la visión y la misión, que son los principios comerciales de la organización.

Tomando en cuenta lo mencionado por el creador, el factor filosófico tiene

relación con la perspectiva y tarea, que en la actualidad conforman los pilares sobre los cuales las instituciones basan su táctica, que definirá sus fines y planificará sus fines a corto, mediano y extenso plazo, que tienen que tener en cuenta los dirigentes de una organización bastante clara sobre lo cual quiere obtener y hacia dónde se dirige. En este sentido, la tarea de una organización es primordial ya que responde a la pregunta: ¿por qué existimos? Esto involucra la averiguación del entendimiento de la verdad por medio de la vivencia instantánea de nuestra realidad y además resuelve la cuestión de la identidad . (Thompson, 2012).

En general, debe considerarse que la misión depende de la actividad que la organización opera, así como el entorno en el que se encuentra e recursos a su disposición.

Por otro lado, la visión es la imagen que la organización que ha colocado durante mucho tiempo, relacionado a sobre cómo espera que sea su futuro, se convierte en "la forma en que gestiona la empresa a largo plazo y actúa como guía e incentivo para impulsar decisiones estratégicas de crecimiento, junto con las de competitividad " (Mintzberg, 1993).

Por esto, se debería tener presente varias consideraciones primordiales sobre hacia dónde se desea llevar a la organización y desarrollar una perspectiva de la clase de organización en la cual se debería cambiar. Además, la perspectiva debería ser realista, puesto que su funcionalidad es dirigir y motivar al conjunto para avanzar con el trabajo.

❖ **Dimensión Cultura Organizacional**

La cultura organizacional se puede definir en el marco de las creencias colectivas, valores compartidos, valores culturales y la motivación entre otros. Es considerada como un factor crítico en el fomento e intercambio de conocimientos, reconociendo que las habilidades y la adquisición de conocimientos son compatibles por la interacción y el

estímulo de miembros de la organización y el apoyo, colaboración, coordinación, y confianza para facilitar su intercambio (Shao, 2018).

La cultura organizacional es el patrón de comportamiento observable de una comunidad u organización que emana de los valores compartidos, creencias y pensamiento. Los valores y comportamientos dan forma al entorno fisiológico y sociológico de una organización de una manera única y tienen una fuerte influencia en el proceso de toma de decisiones. La cultura organizacional se observa como un patrón de supuestos compartidos y aprendidos por un grupo (Chidambaranathan, 2015).

La cultura organizacional según Stephen P. & Judge (2009), se refiere a un sistema de actitudes y valores compartidos con los miembros de una organización, lo que con lleva a distinguirlas y diferenciarlas de otras organizaciones . Para Peters y Waterman (1982) la cultura organizacional es un “conjunto dominante y coherente de valores compartidos y transmitidos por significados simbólicos como cuentos, mitos, leyendas, slogan y anécdotas”.

Según Hofstede (1980) indica que la cultura organizacional es la forma de como las conductas son plasmadas en cada organización, “la programación mental colectiva que distingue a los miembros de una entidad de otra”.

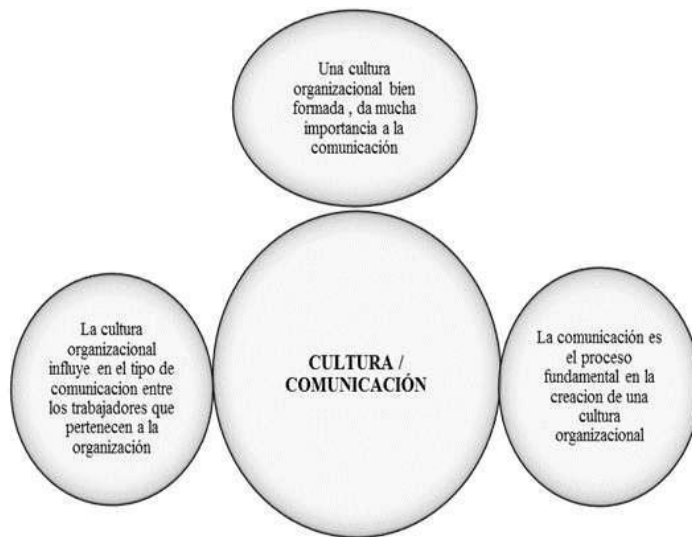
Para Gareth R (2008) “la cultura organizacional es el conjunto de valores y normas compartidas por los integrantes de una organización”, esta a su vez controla las interacciones entre los que pertenecen a la organización y con personas externas a la misma .

Un estudio muy reconocido indica, El concepto de cultura originariamente inicia en la antropología con la metáfora de la cultura, donde plantean que las tendencias de la sociedad se encaminan a la formación de familias, comunidad, instituciones educativas y prácticas religiosas, así como los granjeros guían sus siembras y animales labrando la tierra

y alimentando los animales, metáfora propuesta como una forma para responder a la pregunta ¿qué nos hace humanos? (Olmos & Socha, 2006).

Según Eagleton (2001), “la cultura es un conjunto de valores, costumbres, creencias y prácticas que vienen a constituir la forma de vida de un grupo específico”. Asimismo (T.Hall , 1998) propone que la cultura es como un iceberg, ya que la cultura engloba a la conducta, creencia y valores de nuestra propia cultura, en si la cultura interna es más sentimientos e ideas y la cultura externa es la que interactúa y tiene conflictos. Esto viene muy ligado a que las culturas se convierten en civilización cuando los que pertenecen a ese conjunto tienen los mismos intereses y creencias y para comunicarse necesitan traducir de una cultura a otra.

Según Nosnik O. (2005),” indica que la cultura organizacional es reflejada entre un conjunto de individuos que trabajan juntos en equipo donde sus creencias, valores y principios, constituyen la percepción para evaluar y apreciar su desempeño”; tomando eso como indica Nosnik se deduce que cultura y comunicación están estrechamente relacionadas, puesto que ambos llevan al concepto de comunidad. Asimismo, señala que se destacan tres tipos de relación que se establecen entre cultura organizacional y comunicación .

Figura 1*Cultura y la Comunicación*

Nota. La figura está relacionada con la cultura y la comunicación y se obtuvo de la Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, Alfonso Rodríguez (2017), menciona que la cultura organizacional en la actualidad es un tema de mucho interés en las organizaciones, puesto que si esta sólida, se puede solucionar diversos problemas frecuentes que hoy en día enfrentan las empresas. De esta manera la cultura organizacional permite que las personas comprendan la relación entre la organización y el entorno en el que desarrollan sus labores al cual también pertenecen .

Elementos de la cultura

Según Schein (2004), considera que la cultura de una organización tiene tres capas. La capa I, incluye artefactos y creaciones que son visibles, pero a menudo no interpretables. En la capa II, están los valores y las cosas que son importantes para las personas. En la capa III, están las suposiciones básicas que guían el comportamiento de la gente .

A su vez Vargas Hernandez (2007) , indica que dentro de la cultura se encuentran una serie de elementos entre los cuales tenemos:

- **Los valores:** Elemento clave por los que se rigen las personas que colaboran y los empleados que trabajan junto para poder obtener el mismo objetivo puede ser para una empresa, compañía o una institución .
- **Costumbres:** Se define como el hábito o el conjunto de usos que posee un país o un individuo, la cual permite diferenciarlo de los demás .
- **Ritos:** Son secuencias repetitivas de las actividades que expresan y refuerzan los valores centrales de la organización .
- **Historias:** Son aquellos cuentos o anécdotas famosas, que circulan en la mayoría de las empresas, el cual narra hechos referentes a los fundadores, a las decisiones fundamentales que afectan el futuro de la empresa y por supuesto a la alta gerencia. Su función principal es plasmar el pasado en el presente .

Características de la cultura organizacional

Según Hellriegel y Slocum (2009) muestran a través del siguiente proceso la manera en cómo se crean las culturas organizacionales:

Figura 2

Proceso de creación de la cultura organizacional



Nota. La figura tiene que ver con el proceso de creación de la cultura organizacional y se obtuvo de la Fuente: Hellriegel y Slocum (2009).

Tipos de cultura organizacional

Las organizaciones son diferentes de otras, y pueden incluir funciones distintas de acuerdo con las condiciones internas y externas de las mismas .

Hellriegel Don y Slucum John (2004) apoyado por (Luna & Pezo, 2005), consideran que es importante detectar con exactitud el tipo de cultura organizacional predominante en cada institución.

Tabla 1

Tipo de cultura predominante en cada Institución

	Las empresas con este tipo de cultura sus decisiones las toman únicamente a nivel directivo, se trabaja de manera piramidal.	
RUTINARIA	Dedica mayor tiempo a tareas rutinarias y decisiones operativas, pero casi nunca involucra su tiempo para planear y tomar decisiones estratégicas.	
	Los gerentes trabajan bajo presión, sobrecargados y paran ocupados.	
	Por lo general busca encontrar las fallas de otras personas.	
BUROCRÁTICA	Por el excesivo control provocado en su personal causa en éstos una lentitud en su trabajo.	
	Utilizan una estrategia rígida y radical.	
	Poseen dificultad y sesgos al tomar decisiones.	
	En esta cultura frecuentemente no existen programas de mejoramiento y procesos de cambio.	
SOÑADORA	Tratan de eliminar la rutina a través de la voluntad y el deseo de mejorar de sus empleados, sin necesidad de modificar las estructuras internas.	
	Todos los empleados tienen la oportunidad de superarse dentro de la misma organización.	
CULTURA FLEXIBLE	En esta cultura todos los miembros de una organización se sienten parte de un equipo, en donde su participación y disposición es tomada en cuenta.	

Nota. La tabla está relacionado al tipo de cultura el cual es predominante a cada institución, se obtuvo de la fuente: Luna y Pezo, 2005

Creación y mantenimiento de la cultura organizacional

Para Hellriegel y Slocum (2009) muestran a través del siguiente proceso la manera en cómo se crean las culturas organizacionales :

Valores

Los valores constituyen uno de los principios básicos que orientan el comportamiento y las decisiones de las personas, los grupos, las organizaciones y las culturas, por lo que su estudio es central para tratar de comprender los factores que subyacen en todo lo que hacen”. Y dado que las organizaciones forman parte de manera tan inseparable e inevitable de la vida de las personas (en ellas nacen, estudian, trabajan, cuidan su salud, invierten su dinero, practican una religión, cooperan y ayudan a los demás, defienden sus derechos, etc.), identificar y comprender los valores que sustentan a las organizaciones resulta fundamental para cualquiera que pretenda conocer el mundo que le rodea y el modo en que se configuran las experiencias de las personas. Los valores, además, se concretan en la cultura organizacional, un conjunto de cogniciones compartidas por los miembros de la organización, las cuales se adquieren a través del aprendizaje social y de procesos de socialización que exponen a las personas a diversos elementos culturales , como actividades e interacciones, informaciones comunicadas y artefactos materiales, que conforman la experiencia organizacional al tiempo que dotan a sus miembros de valores compartidos, marcos de comprensión comunes y sistemas de creencias y expectativas (Rousseau, 1990).

Los valores son un constructo, es decir, un término que se utiliza para representar un estado interno de las personas que no tiene existencia real, en el sentido de que no cuenta con una entidad material que sea directamente observable . No obstante, puede ser inferido a partir de las respuestas verbales y otras conductas de las personas, y resultan

útiles en su capacidad de predicción de otras conductas verbales y no verbales observables y medibles (Levitin, 1973).

DESDE LOS VALORES A LA CULTURA ORGANIZACIONAL

La cultura organizacional es paradójica porque resulta, a la vez, muy escurridiza pero también tangible. Por una parte, la mayoría de las personas tienen dificultad para dar una definición acerca de qué es la cultura organizacional. Pero, por otra parte, en la vida cotidiana de múltiples organizaciones, se percibe con mucha claridad la existencia de la cultura y su impacto sobre el desempeño personal y el logro de los objetivos organizacionales. Y aquí radica precisamente una de las razones de la fascinación que la cultura organizacional despierta. Por cultura organizacional se entiende un conjunto de valores clave, supuestos, creencias y normas que es compartido por los integrantes de una organización y propuesto a los nuevos miembros como correcta (Schein, 2004).

Estas normas, valores y creencias compartidas generan un ambiente cuya influencia en las actitudes y conductas de los empleados parece sólidamente establecida.

La cultura está centrada en cómo las personas perciben e interpretan sus organizaciones y ello implica que se trata de una pieza fundamental para comprender por qué las organizaciones hacen lo que hacen y se centran en aquello que persiguen. Así, el estudio de la cultura organizacional nos proporciona un marco de interpretación para la conducta de las personas en el ámbito organizacional.

Creencias

Las creencias básicas son supuestos o asunciones subyacentes, que residen en el corazón de la cultura organizacional según Schein (2004), “son elementos inobservables. Muchos de ellos empiezan siendo valores, pero luego acaban dándose por sentado. Las conductas que van contra ellos se suelen ver como inaceptables o inconcebibles. Muy raramente tales supuestos se contestan o someten a debate y, por consiguiente, es muy

difícil que cambien”. Schein concluye “que desafiar a tales supuestos básicos produce ansiedad y pone a la gente a la defensiva, porque estos supuestos ayudan a sentirse seguro dentro de la organización, ya que permiten a los empleados identificar aquello a lo cual deben prestar atención, saber cómo reaccionar emocionalmente ante los acontecimientos y anticipar qué tipo de acciones pueden llevar a cabo ante circunstancias diversas”.

Schein señala que las creencias básicas se refieren, por lo general, a las siguientes cuestiones: • ¿Qué relación tienen los humanos con la naturaleza? • ¿Qué es la realidad y qué es la verdad? • ¿Cómo es la naturaleza humana? • ¿Cuál es la naturaleza de la actividad humana? • ¿Cuál es la naturaleza de las relaciones humanas? Sin embargo, pese a su indudable influencia en la vida organizacional, hasta hoy la investigación empírica no ha conseguido identificar los antecedentes o las consecuencias de las diferentes creencias básicas subyacentes en las organizaciones.

❖ **Dimensión Diseño Organizacional**

Para Louffat (2017) El diseño organizacional en los tiempos modernos se ha convertido en un factor de ventaja competitiva para las empresas, motivo por el cual requiere que sean elaborados de manera profesional con fundamentos teóricos y metodologías prácticas, que generen valor a las empresas.

El diseño organizacional es un elemento administrativo que se encarga de estructurar ordenada y sinérgicamente las diversas unidades orgánicas de una institución. Asimismo, busca brindar las condiciones racionales óptimas para que pueda operar en el día a día. Con esa intención es imprescindible un exhaustivo análisis de condicionantes exógenos y componentes endógenos que contribuirán en el perfil del diseño organizacional a ser construido .

Por condicionantes exógenos se puede entender a las variables del entorno de la empresa sobre las cuales no se tiene control: amenazas y/o oportunidades de tipo

económicas, políticas, legales, sociales, ambientales, de mercado, etc. Mientras tanto, los componentes endógenos son variables del entorno de la empresa, sobre las cuales si tiene control la empresa para decidir: niveles jerárquicos amplitud de mano, descentralización/centralización, comunicación, etc .

Existen tres elementos centrales a ser definidos y elaborados cuando se desea diseñar o re-diseñar una institución, sea de manera general o parcial. En primer lugar, debe definirse el modelo organizacional más idóneo; en segundo lugar, dicho modelo debe reflejarse en un gráfico denominado organigrama; y finalmente, debe considerarse la elaboración de manuales organizacionales que contemple las explicaciones detalladas necesarias, para poder entender cómo opera la organización .

El modelo organizacional es la opción escogida por la propia empresa para poder aplicar y desarrollar en la práctica, la estrategia previamente acordada en su planeación. Es el "modus operandi" que le permite funcionar de acuerdo a su propia identidad y características empresariales .

Los modelos organizacionales disponibles a ser adoptados por una institución, comprenden desde aquellos tipificados como clásicos, tradicionales u ortodoxos basados en "áreas", dentro de los cuales se pueden nombrar el funcional, el geográfico, el de productos o servicios, el de clientes, el de turnos, el divisional, el de proyectos, el matricial; hasta los modelos modernos, emergentes o heterodoxos, como son las redes basadas en procesos organizacionales .

El organigrama muestra la estructura organizacional de una empresa en concordancia con el modelo organizacional previamente elegido y su elaboración necesita cumplir con ciertos requisitos técnicos - dimensiones, formas, textos, ubicaciones, líneas, interacciones, etc. - que le den validez y confiabilidad a su diseño .

Un primer requisito es ubicar cada unidad orgánica de acuerdo al rol que cumple en

la organización de la empresa, pudiendo ser una unidad de dirección, de línea, de apoyo, de asesoría, de control o consultiva. Otro aspecto a considerar, es el tipo de información a ser escrita dentro de cada unidad orgánica, si es jerárquica, funcional, nominal, cantidad u origen. También es importante la elección del tipo de figura o forma en la estética diseño, pudiendo encontrarse opciones como organigramas verticales, horizontales, circulares, semicirculares, radiales, replegados, entre otras .

Los manuales organizacionales son documentos escritos que definen en detalle cada unidad orgánica contemplada en el organigrama en cuanto a funciones, procesos, puestos procedimientos y/o instrucciones a cumplir de acuerdo a los protocolos establecidos por la propia empresa. La importancia de los manuales pueden valorarse en dos sentidos: el primero, desde el punto de vista legal, pues en base al cumplimiento o no de lo estipulado dentro de sus páginas, pueden servir de evidencias que le puede permitir a la empresa sustentar despidos de funcionarios o del otro lado, permitirle al empleado defenderse de injusticias que se puedan cometer contra él; el segundo, desde el punto de vista organizacional, contribuye a la estandarización o normalización de funciones, procesos y/o actividades, de modo que cada trabajador se desempeñe de acuerdo a lo estipulado en los protocolos ahí establecidos y no desempeñarse de acuerdo a lo que personalmente cree que es lo mejor .

El diseño organizacional en los tiempos modernos se ha convertido en un factor de ventaja competitiva para las empresas, motivo por el cual requiere que sean elaborados de manera profesional con fundamentos teóricos y metodologías prácticas, que generen valor a las empresas.

b) Variable Satisfacción Laboral

Para Rowden (2002) indica que la satisfacción laboral es una variable independiente esencial que puede guiar el comportamiento de los empleados y afectar el funcionamiento de la organización, mientras que el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2008) indica que “la satisfacción laboral es un estado subjetivo del colaborador que está vinculado con las circunstancias laborales y personales; es decir, relaciona lo encontrado y lo esperado por él dentro de su organización”

Según Brief y Weiss (2001) consideran que la Satisfacción Laboral es una combinación entre lo que influye en los sentimientos y la cognición (pensamiento) y ambos contribuyen a la satisfacción laboral. Es como un estado interno que se expresa de forma afectiva o cognitiva. La satisfacción como actitud es un constructo hipotético que se pone de manifiesto en cada una de estas dos formas .

Origen histórico de investigaciones sobre satisfacción laboral

La inclinación por la satisfacción en el trabajo como un campo de intervención e investigación es contemporáneo al surgimiento de algunas corrientes psicológicas. Los principales intereses de este estudio son identificar las actitudes y emociones individuales y evaluar y valorar el entorno laboral, las relaciones sociales, la comunicación, el estilo de gestión o el impacto en los grupos de trabajo, el comportamiento individual y la satisfacción laboral, lo que ha cambiado drásticamente. (Ruvalcaba, Selva, y Sahagún, 2014)

Simultáneamente a las investigaciones de Hawthorne, Happock (1935) realiza su primordial estudio formal de satisfacción en el trabajo, donde considera las diferencias inter individual y grupales. Debido a ello, se verificaron diferencias significativas en la satisfacción según el grupo de expertos y el tipo de trabajo realizado . “Los niveles más altos correspondieron a los grupos de profesionales dirigentes, y los niveles bajos pertenecieron a los grupos profesionales no cualificados, dedicados a trabajos manuales”.(Happock, 1935)

Características de la satisfacción laboral

Existen autores que examinan conjuntamente las características personal y laboral. En el trabajo de Sánchez, Sánchez, Cruz, y Sánchez (2014) cuatro medidas distintas de satisfacción laboral están enlazadas con una diversidad de características personales y laborales. 35 Continuando el análisis sobre satisfacción que une al individuo y a la organización, se puede confirmar que la existencia de la relación entre el cumplimiento del contrato psicológico y la confianza organizacional, hace posible el establecimiento de factores organizacionales que afectan a los colaboradores y el nivel de satisfacción, de forma que ésta puede ser nombrada como una función o resultado de las condiciones ambientales, las características individuales y las interacciones entre ambos grupos .

Importancia de la satisfacción laboral

Para Aguilar, Magaña, y Suarez (2010) menciona que la importancia de la satisfacción laboral “radica en conocer el grado de satisfacción de un individuo en cuanto a una situación o contexto, va más allá de la simple satisfacción de ciertas clases de necesidades físicas o psicológicas”, es decir la calidad de vida laboral y bienestar en el trabajo se conceptualizan desde la perspectiva de la satisfacción que se refleja a través de la evaluación de las condiciones reconocidas por el individuo a la luz de sus expectativas

y aspiraciones. Los recursos humanos son el recurso más valioso de la organización y del país en su conjunto y pueden mejorar las habilidades necesarias para maximizar la ventaja competitiva, y para lograrlo, según la literatura, la satisfacción laboral es crucial. Los empleados satisfechos suelen ser útiles, por lo tanto, se considera deseable y necesario gestionar la satisfacción del trabajo de los trabajadores .

Como parte de la importancia se tiene lo siguiente:

- Cuando existe insatisfacción laboral, los trabajadores tienden a faltar a sus centros de labores o inclusive renuncian.
- Los trabajadores con buena satisfacción laboral tienden a tener buena salud tanto en lo físico como en lo psicológico.
- Un centro de labores con buena satisfacción laboral, tiene mayor productividad.

Una buena satisfacción laboral es causante de mejorar la calidad de vida de los trabajadores, pero no solo en el ámbito laboral sino también en el ámbito de familia y sociedad (Robbins & Judge, 2009)

❖ **Dimensión Motivación**

Tiene afinidad con las necesidades humanas, según Maslow, puesto que la motivación se genera a raíz de las necesidades que los seres humanos necesitan satisfacer .

El corazón del mundo emocional lo podríamos comparar con la motivación, la importancia que le dan los seres humanos al querer conseguir sus aspiraciones es proporcional a la motivación. En dos momentos claves la motivación es fundamental: en el comienzo y mientras se da el cambio. En cuanto a la autoestima y la confianza están entrelazadas a la motivación . (Lawrence Kohlberg, 2012)

Teoría de la motivación de Maslow

Abraham Maslow, psicólogo estadounidense nacido en 1908, desarrolló una convincente teoría de la personalidad, donde desenvuelve, uno de ellos, la Teoría de la Motivación, la cual se sintetiza en una famosa figura denominada La Pirámide de Maslow, en ella registra una graduación de las necesidades humanas en cinco niveles jerarquizados, es decir no se pasa al siguiente nivel sino se satisface el anterior .

El nivel básico, el primero, anota a las necesidades primarias para el sostenimiento de la persona y lograr su subsistencia, denominada necesidades fisiológicas, estas son: de comer, de beber agua y de dormir; laboralmente se consideraría un salario y condiciones laborales mínimas. El segundo nivel comprende las necesidades que se orienta a la seguridad, que llevadas al ámbito laboral se entiende a la seguridad laborales, estabilidad en el empleo, seguridad social y salario. El tercer nivel hace referencia a las necesidades sociales como vinculación, afecto, amistad, etc., y en el ambiente laboral comprenden las necesidades de interrelacionarse con otras personas, el compañerismo, relaciones laborales y/o profesionales. El cuarto nivel comprende los requerimientos de respeto y permanencia de un buen nivel de desempeño, que en el ámbito del empleo consiste en poder realizar actividades que permitan un sentimiento de logro y responsabilidad, recompensas, promociones y reconocimiento. El último nivel, el quinto, el muy alto comprende la autorrealización personal que en el ámbito del trabajo hace referencia a la capacidad de hacer uso completo de las habilidades, capacidades y la creatividad .

Las particularidades que ha identificado Maslow son los siguientes:

- Solamente las necesidades no satisfechas afectan la conducta de todas las personas, y las que son satisfechas no generan ningún comportamiento .
- Las necesidades fisiológicas se inician desde el nacimiento del individuo, siendo las distintas a éstas las que se generan en el devenir del tiempo .
- Conforme la persona logra satisfacer sus necesidades primarias van apareciendo progresivamente necesidades de orden superior; pero no necesariamente todas las personas sienten necesidades de autorrealización, solo están reservadas para los que desean la conquista personal .
- Las necesidades primarias demandan para ser satisfechas un periodo motivador corto, por lo contrario, las necesidades superiores demandan de un periodo más largo .

Teoría de la motivación de la jerarquía Alderfer

Alderfer propuso tres conjuntos de necesidades primarias: existencia, relaciones y crecimiento. El conjunto de existencia está conformado por el conjunto de satisfacciones obligatorias básicas relacionadas para con nuestra propia vida. El equivalente a los niveles de Maslow que remarca las necesidades fisiológicas y de seguridad. El segundo conjunto de necesidades comprende la tendencia social de lograr relaciones entre las personas que aporten a nuestro desarrollo .

Estos deseos sociales y de posición social requieren que la persona interactúe con otras personas, a fin de que puedan ser satisfechas, y concuerdan con la necesidad social de Maslow y el elemento exterior de jerarquía del afecto., de la consideración mutua. Finalmente, Alderfer toma en cuenta las necesidades de reconocimiento; una inicia natural

de la evolución individual. Estos requerimientos encierran el componente interior de la categoría de estima de Maslow y las características propias de la superación personal .

Alderfer reemplaza por tres necesidades de Maslow, ¿Cuál es la diferencia entre la teoría ERC de Alderfer de la de Maslow? Haciendo las comparaciones correspondientes, la teoría ERC manifiesta: (1) las necesidades pueden operar todas juntas en forma simultánea, y (2) la no complacencia de una necesidad de orden superior, determina el incremento de la complacencia de una necesidad de orden inferior .

La jerarquía de necesidades de Maslow es una manifestación de su crecimiento gradual estricto en niveles. La teoría ERC no presupone un orden duro en la que un requerimiento de bajo nivel debe ser adecuadamente complacido, para de estar forma poder avanzar. Y esta propuesta responde a lo natural del desarrollo de las necesidades, por ejemplo, las personas desarrollan su formación profesional, aun cuando sus necesidades de relación o existencia se encuentra en relegadas o en proceso de desarrollo, o puede manifestarse las tres clasificaciones al mismo tiempo .

La ordenación de necesidades de Maslow es una ascensión rígida en escalones. La teoría ERC no propone un orden fijo en la que una necesidad inferior deba ser adecuadamente satisfecha, antes de que se pueda tener el siguiente deseo. Se da el caso de que, una persona puede dedicarse al crecimiento, cuando las necesidades de relación o existencia no han sido complacidas adecuadamente, o en todo caso logra manipular las tres categorías de necesidades en forma simultánea .

Teoría de motivación de Mc Clelland

David McClelland plantea que todas las personas tienen:

- Necesidad de logro: Hace referencia a la voluntad de las personas por distinguirse, la superación en relación con un grupo normal, el esfuerzo por lograr la superación .
- Necesidad de poder: Hace referencia a la necesidad de los individuos de lograr que las demás personas realicen lo que no están acostumbrado a realizar, esto es a la aspiración de tener impacto, de intervenir y controlar a los demás .
- Necesidad de afiliación: Hace referencia a la necesidad de los individuos de relacionarse con las personas de su entorno, de emprender relaciones sociales amistosas y de compañerismo con las demás personas de la organización .
- El individuo se encuentra motivado, en relación con el impulso de su voluntad de desenvolverse en su trabajo, dentro de un marco de una norma de excelencia o de lograr el triunfo en situaciones que requieren capacidad profesional .
- En su estudio sobre la necesidad de logro, McClelland verificó que los individuos realizadores se diferencian de los demás por estar predispuestos a efectuar sus actividades en gran forma. Escogen circunstancias, en las cuales se enfrenta a la búsqueda personal de aportar en resolver los problemas, circunstancias que le permitan ser respaldado rápidamente acerca de la prontitud de sus respuestas en su labores de trabajador, respaldo que les permite su autoafirmación de sus mejora o no y finalmente, desafiar situaciones en las que perciben desafíos retadores; siendo conscientes de no obtener el éxito por la suerte, en otras palabras aceptan gustosos realizar un trabajo desafiantes que les plantee originalidad y se someten a las consecuencias personales de lograr el triunfo o derrota. Siente satisfacción al realizar trabajos intensamente complicados o que exigen largas jornadas de trabajo .

Teoría de motivación de los factores de Herzberg

Para Frederick Herzberg; propuso la teoría de los dos factores para explicar convenientemente la conducta de los individuos en su centro laboral y expresa la existencia de dos factores que orientan la acción de los trabajadores .

- Factores higiénicos o factores extrínsecos: Conformado por las motivaciones externas al centro laboral, las que rodea a las personas y le indican cómo hacer su trabajo. Las personas que trabajan no puede interferir en sobre estos factores de control. Los factores higiénicos más destacados son: sueldos, las retribuciones sociales, forma de dirección o supervisión que los individuos toman de sus jefes, las políticas laborales de la institución, reglamentos internos. El estímulo de la motivación extrínseca, que logra que una persona realice una actividad, viene transmitido externamente, es un incentivo externo y que no procede de la misma actividad, que actúa como refuerzo. Tenemos el caso, cuando una persona se pone a practicar ejercicio físico, no lo hace porque lo disfruta, sino por motivos sociales.

Herzberg, resalta que estos factores se consideran para lograr la motivación del personal, esto se debe a que el trabajo es una actividad no agradable y para lograr más trabajo en las personas, se motiva con buen salario, es decir, más trabajo más motivación .

De acuerdo con lo investigado por Herzberg se puede concluir: que los factores higiénicos son los adecuados por lo que evita la insatisfacción del personal, y cuando los factores higiénicos no es lo adecuado provocan insatisfacción. Su efecto es como la medicina para un malestar de salud, combaten la molestia, pero no cura. Herzberg los denomina factores de insatisfacción por estar. Por estar ser afines a la insatisfacción .

- Factores motivacionales o factores intrínsecos: Estos factores están bajo el dominio de la persona, se relacionan con su actividad laboral. Los factores materiales comprenden deseos que tienen que ver con el desarrollo personal, el reconocimiento laboral y los deseos de autorrealización que desempeña en su trabajo. Las tareas y cargos son creados bajo propuestas de eficiencia y de economía, cerrando toda opción de creatividad de las personas. No toma en cuenta al personal lo cual provoca su falta de identificación con la empresa ya que solo le ofrece un lugar de trabajo adecuado. Según Herzberg, los factores motivacionales adecuados redundan en un comportamiento más estable de las personas, y se explica se orientan al logro de la satisfacción del individuo. Herzberg la llama factores de satisfacción. En la motivación intrínseca la persona ejecuta la actividad por sus propios impulsos, por la congratulación de hacerlas y no está presionado por factores exteriores. Su ejecución tiene fundamento en la autosatisfacción del individuo y la autoestima. Por ejemplo, hay individuos que son lectores constantes simplemente porque disfrutan de la lectura. Sostiene que los factores responsables de la satisfacción profesional de las personas no tienen nada que ver y son diferentes de los factores de la insatisfacción. El opuesto de la satisfacción profesional es ninguna satisfacción.

Según Fischman & Matos (2014) en su libro Motivación 360° nos dice que: La motivación es un asunto bastante cuestionado y estudiado, en este libro se da iniciativa de lo cual es la motivación tanto en la organización como en la vida personal, empero nos enfocamos en la motivación de compañía, debido a que la motivación pertenece a los componentes más relevantes en la conducta organizacional. Del libro nos ilustra con una metáfora para comprender el término de motivación :

La motivación es como el grado de temperatura del aire de un globo aerostático, ciertos “motivados” poseen el aire caliente y vuelan por los horizontes. Otros con el aire

gélido, permanecen paralizados en el piso esperando que alguien los arrastre . Tenemos la posibilidad de usar esta metáfora para comprender que la motivación nos “eleva a hacer diferentes ocupaciones desempeñándonos de la mejor forma. Luego de haber entendido por medio de la metáfora anterior lo cual es la motivación, de la obra nos muestra otra, la metáfora del carro híbrido en la cual se hace alusión al individuo como este auto, siendo la motivación intrínseca las baterías que se cargan solas y provocan que el auto desarrolle, estas baterías cuentan con 6 placas, o sea son 6 motivadores intrínsecos: Soberanía, trascendencia, novedad, competencia, interacción y aprendizaje entonces para que una persona este intrínsecamente motivado requiere poder tomar sus propias elecciones en el momento de laborar, que se encuentre en constante innovación, teniendo oportunidades de subir de puesto, relacionándose de la mejor forma con sus compañeros y en persistente aprendizaje. Existe además otro tipo de combustible que mueve el auto, la gasolina esta vendría a ser las motivaciones extrínsecas, la cual se da por bonos, recompensas o castigos, esta motivación no es la ideal para que el individuo trabaje, debido a que con esta se puede perder la motivación intrínseca, empero puede servir como una ayuda a conseguir una motivación intrínseca cuando esta no está presente en el individuo. Las llantas de un auto tienen la posibilidad de pincharse e impedir que el automóvil desarrolle, pese a tener las baterías o gasolina las llantas realizan alusión al "eje, el cual es el delegado de brindar motivación a sus subordinados, sin embargo, si este no lo hace y se comporta con injusticia, por más motivado que este el trabajador esto le producirá una enorme insatisfacción en el momento de laborar. además, nos habla sobre la autoeficacia y la monumental trascendencia que tiene en la propia vida cotidiana, lo cual nos produce la carencia de esta misma, su efecto en nuestros propios trabajos y como generarla en los individuos a nuestro alrededor. Después nos habla sobre los estados emocionales como: el temor, la culpa, la vergüenza, la diversión y la esperanza, que

resultan muy utilizados en diferentes organizaciones para motivar cambios, empero los más usados son el temor, la culpa y la vergüenza que son emociones negativas y no son las más recomendadas para motivar, al final de la obra nos habla sobre los desmotivadores, nombrando diversos, empero siendo el más relevante las reacciones negativas de un jefe en camino a sus empleados .

❖ **Dimensión Relaciones Interpersonales**

Las relaciones interpersonales ocupan un espacio particular en la sociedad, ya que se convive cotidianamente con distintas personas, mismas que conservan aspectos, ideas, metas, percepciones o formación diferentes, gracias a ello es preciso de una convivencia sana para hablar de calidad de vida .

Denominadas además como relaciones humanas, interrelaciones personales o relaciones interpersonales, son aquellas interrelaciones que se establecen entre al menos dos personas y conforman gran parte de la vida en sociedad, característica del ser humano, en donde en el desarrollo integral de las personas las relaciones interpersonales tienen un papel fundamental, debido a que en todo acto en el que intervengan 2 o más personas se crea una relación humana.

Esto significa que, en todo espacio sociocultural, un individuo convive con otros individuos, lo que le permite conocer a los demás y conocerse a sí mismo .

La socialización se consigue mediante experiencias logradas en el papel social, así como diversos aprendizajes que se encuentran basados en la creencia de la acción propia contra la actitud del otro.

En el trabajo es necesario establecer comunicación constante con las personas, generando así relaciones interpersonales sanas, aprovechando los medios que se encuentran actualmente, no dejando a un lado la comunicación cara a cara, ya que actualmente se utiliza la comunicación virtual en más enorme medida, en donde el lenguaje

no verbal no se siente, como son los gestos corporales o las emociones, y por lo tanto la interpretación del mensaje puede variar.

“En el ámbito laboral surgen muchas discrepancias, recelos, roces; unos verbales, en el ámbito de una conversación entre compañeros de trabajo; otros corporales, en la comunicación no verbal” (López Jerez, 2006).

Las relaciones interpersonales conforman un papel crítico en una organización. Aunque la calidad de las relaciones interpersonales en sí no basta para incrementar la productividad, sí tienen la posibilidad de contribuir significativamente en ella, para bien o para mal.

Mediante ellas, el individuo obtiene importantes refuerzos sociales del entorno más inmediato que favorecen su habituación al mismo. En contrapartida, la carencia de estas habilidades puede producir rechazo, aislamiento y, en conclusión, determinar la calidad de vida.

En los tiempos actuales muchas personas hablan de la calidad de productos, de servicios y de procesos, pero bastante pocas personas hablan de calidad humana.

Hablar de calidad humana es hablar de la relación directa que guarda la calidad de las relaciones interpersonales, del resultado de aquellos vínculos que se generan por medio del proceso de interacción y comunicación con los demás.

❖ **Dimensión Incentivos**

Viene a ser el reconocimiento a una labor excelente del trabajador, debe ser económicamente asumida por el empleador (Zegarra Ramos, 2016)

Asimismo, dentro de una organización deben existir los acuerdos de normas o reglamentos de la institución, los cuales están direccionados para la regulación laboral de los trabajadores, para así alcanzar las metas programadas, así también estas normas sirven como guías para cumplir y planificar las actividades (Marriner Tomey, 1996).

2.3. MARCO CONCEPTUAL

- **Identidad organizacional.** Según Montoya (2004) Es sentirse identificados muestra el valor que se tiene con respecto a una determinada organización o lugar, sintiéndose comprometidos y fiel con todo lo implicado dentro de ella.
- **Filosofía organizacional.** Es algo para aceptar, lo que no permite que sea refutado fácilmente, las filosofías son las formas en que la planificación se muestra tal como es (Thompson 2012).
- **Cultura organizacional.** Marco de las creencias colectivas, valores compartidos, valores culturales y la motivación entre otros . (Shao, 2018)
- **Diseño organizacional.** Para Louffat (2017)) El diseño organizacional en los tiempos modernos se ha convertido en un factor de ventaja competitiva para las empresas, motivo por el cual requiere que sean elaborados de manera profesional con fundamentos teóricos y metodologías prácticas, que generen valor a las empresas.
- **Costumbres.** Se define como el hábito o el conjunto de usos que posee un país o un individuo, la cual permite diferenciarlo de los demás .
- **Satisfacción laboral.** Para Rowden (2002) Es una combinación entre lo que influye en los sentimientos y la cognición (pensamiento) y ambos contribuyen a la satisfacción laboral.
- **Motivación.** Conjunto de factores internos o externos que determinan en parte las acciones de una persona”. En otras palabras, se dice que cuando alguien está motivado, sus acciones y energías están dirigidas a alcanzar una meta concreta. (Lawrence Kohlberg, 2012).

- **Relaciones Interpersonales.** En el ámbito laboral surgen muchas discrepancias, celos, roces; unos verbales, en el ámbito de una conversación entre compañeros de trabajo; otros corporales, en la comunicación no verbal (López Jerez, 2006).
- **Incentivos.** Viene a ser el reconocimiento a una labor excelente del trabajador, debe ser económicamente asumida por el empleador (Zegarra Ramos, 2016).

CAPITULO III

HIPOTESIS

3.1. HIPÓTESIS GENERAL

Existe una relación significativa entre la identidad organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco –Huancayo 2021.

3.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

- 1) Existe una relación significativa entre la filosofía organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021.
- 2) Existe una relación significativa entre la cultura organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021.
- 3) Existe una relación significativa entre el diseño organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021.

3.3. Variables

a. Variable 1:

Identidad organizacional

b. Variable 2:

Satisfacción laboral

3.3.1. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Tabla 2 Operacionalización de las Variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
VARIABLE (V₁): Identidad organizacional	Es definida como la realidad y singularidad de la organización. Sus principales componentes son la estrategia de la compañía, la filosofía, la cultura y el diseño organizacional (Balmer, 1998). Una vez más, se muestra la identidad como ese conjunto de factores que hacen única a la organización y no le permiten parecerse a las demás	La identidad organizacional se operacionaliza mediante el instrumento denominado Cuestionario de evaluación, el cual consta de 19 Ítems, los cuales se distribuyen en las dimensiones Filosofía organizacional, cultura organizacional y diseño organizacional	Filosofía organizacional	<ul style="list-style-type: none"> •Visión •Misión •Valores 	<p>ORDINAL</p> <p>Escala de Likert</p> <ul style="list-style-type: none"> • Muy de acuerdo • De acuerdo • Ni de acuerdo ni en desacuerdo • En desacuerdo • Totalmente en desacuerdo
			Cultura organizacional	<ul style="list-style-type: none"> •Innovación •Trabajo en equipo •Cumplimiento de metas •Herramientas necesarias •Aprender a progresar •Ambiente de cooperación 	
			Diseño organizacional	<ul style="list-style-type: none"> •Grado de organización en el trabajo 	
VARIABLE (V₂): Satisfacción Laboral	Rowden (2002) indica que la satisfacción laboral es una variable independiente esencial que puede guiar el comportamiento de los empleados y afectar el funcionamiento de la organización.	La satisfacción laboral se operacionaliza mediante el instrumento denominado Cuestionario de evaluación, el cual consta de 30 Items, los cuales se distribuyen en las dimensiones Motivación, relaciones interpersonales e incentivos.	Motivación	<ul style="list-style-type: none"> •Ambiente de trabajo 	<p>ORDINAL</p> <p>Escala de Likert</p> <ul style="list-style-type: none"> • Muy de acuerdo • De acuerdo • Ni de acuerdo ni en desacuerdo • En desacuerdo • Totalmente en desacuerdo
			Relaciones interpersonales	<ul style="list-style-type: none"> •Comunicación de apoyo •Adquisición de influencia 	
			Incentivos	<ul style="list-style-type: none"> •Grado de reconocimiento al trabajo realizado 	

3.3.2. OPERACIONALIZACIÓN DEL INSTRUMENTO

Tabla 3 Operacionalización del Instrumento

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTO	ESCALA DE MEDICIÓN
VARIABLE (V₁): Identidad Organizacional	Filosofía organizacional	•Visión •Misión •Valores	<ol style="list-style-type: none"> 1. El trabajo que realiza es coherente con la misión-visión de la empresa. 2. Al haber una vacante, la empresa toma en cuenta primero a los trabajadores internos para dicho cargo antes que personas externas. 3. A la empresa le interesa tanto su desarrollo profesional como familiar 4. En la empresa en donde usted labora se promueve el trabajo en equipo. 5. Conoce la misión de la institución. 6. Conoce la visión de la institución. 7. Considera que sus actos se adaptan a los valores de la institución. 8. Al ingresar a trabajar a la institución les dieron a conocer acerca de la misión –visión y valores de la misma. 9. Consideras que los valores con las que cuenta la institución es aplicada por todos los colaboradores de la misma 	CUESTIONARIO	<p>ORDINAL</p> <p>Escala de Likert</p> <ul style="list-style-type: none"> • Muy de acuerdo • De acuerdo • Ni de acuerdo ni en desacuerdo • En desacuerdo • Totalmente en desacuerdo

	Cultura organizacional	<ul style="list-style-type: none"> •Innovación •Trabajo en equipo •Cumplimiento de metas •Herramientas necesarias •Aprender a progresar •Ambiente de cooperación 	<p>10. En la empresa donde usted labora se fomenta la innovación.</p> <p>11. En la empresa en donde usted labora se promueve el trabajo en equipo.</p> <p>12. Para la empresa en donde usted trabaja lo más importante es el cumplimiento de metas.</p> <p>13. Cree usted que se le suministran las herramientas necesarias para realizar adecuadamente su trabajo.</p> <p>14. Percibe usted que la empresa le permite aprender y progresar como persona.</p> <p>15. Percibe usted un ambiente de cooperación dentro de la empresa.</p> <p>16. Percibe tener autonomía para tomar decisiones relacionadas con su trabajo.</p>		
	Diseño organizacional	<ul style="list-style-type: none"> •Grado de organización en el trabajo 	<p>17. Consideras el perfil del diseño organizacional está elaborado de acuerdo a la necesidad de la empresa.</p> <p>18. Consideras que la empresa está estructurada, ordenada sinérgicamente las diversas unidades orgánicas de una organización.</p> <p>19. La empresa cuenta con manuales organizacionales que contemple las explicaciones detalladas necesarias, para poder entender cómo opera la organizacional.</p>		

VARIABLE: (V2) Satisfacción Laboral	Motivación	•Ambiente de trabajo .	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mi contribución juega un papel importante con el éxito de la institución. 2. La labor que desempeño es valorada por todos los agentes de la institución. 3. Me desenvuelvo responsablemente. 4. Siento que estoy realizando algo valioso 5. Mi trabajo me ofrece hacer las cosas que me gustan. 6. Me siento complacido con la actividad que realizo. 7. El trabajo que realizo es motivador. 8. Disfruto de cada labor que realizo en mi trabajo. 9. Mi trabajo permite desarrollarme personalmente. 	ORDINAL Escala de Likert <ul style="list-style-type: none"> • Muy de acuerdo • De acuerdo • Ni de acuerdo ni en desacuerdo • En desacuerdo • Totalmente en desacuerdo
	Relaciones interpersonales	•Comunicación de apoyo •Adquisición de influencia	<ol style="list-style-type: none"> 10. La relación con mis compañeros de trabajo es buena. 11. El ambiente creado por mis compañeros es el ideal para desempeñar mis funciones. 12. Me agrada trabajar con mis compañeros. 13. Prefiero tomar distancia con las personas con las que trabajo. 14. La solidaridad es una virtud característica en nuestro grupo de trabajo. 15. Existe buena comunicación entre mis compañeros de trabajo. 16. Es grata la disposición de mi jefe cuando les pido alguna consulta. 17. La relación que tengo con mis superiores es cordial. 18. No me siento a gusto con mis jefes. 19. Mis jefes valoran el esfuerzo que hago en mi trabajo 	
	Incentivos		<ol style="list-style-type: none"> 20. Recibo buen trato en mi trabajo. 21. En mi trabajo reconocen habitualmente la buena labor realizada. 22. Los colaboradores planifican con anticipación sus actividades. 23. Los beneficios que me ofrecen en mi trabajo son los adecuados. 24. Existe un ambiente organizado en mi trabajo. 	

		<p>•Grado de reconocimiento al trabajo realizado</p>	<p>25. Tengo la libertad de elegir mis métodos de trabajo. 26. Existen programas de capacitación de parte del ministerio. 27. Recibo apoyo de parte de la institución para realizar mi trabajo. 28. Son flexibles para la entrega de documentos en mi trabajo. 29. Reconocen mi labor realizada en actos públicos. 30. Estoy conforme con el salario que recibo.</p>		
--	--	--	--	--	--

CAPITULO IV

METODOLOGÍA

4.1. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

4.1.1. Método General

Para desarrollar el presente estudio se empleó el método científico, que viene a ser un proceso sistemático que permite la generación y la verificación de conocimientos científicos sobre la realidad; en primer lugar, se identifica el problema, y se da una respuesta adelantada mediante una hipótesis, la que debe ser probada para llegar a un nuevo conocimiento, (Ñaupas, Valdivia, Palacios, y Romero, 2018).

4.1.2. Método Especifico

Para desarrollar el presente trabajo de investigación se usó como método específico el método Hipotético – Deductivo.

El método hipotético-deductivo es uno de los modelos para describir al método científico, basado en un ciclo inducción-deducción-inducción para establecer hipótesis y comprobar o refutarlas. Está compuesto por los siguientes pasos esenciales: Observar el fenómeno a estudiar. (Bernal, 2010)

4.2. TIPO DE LA INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación empleado es Básica; Hernández S. (2018), ya que se aplicarán instrumentos en relación a las teorías de la identidad organizacional y la satisfacción laboral, una investigación aplicada se refiere a la validación de teorías sobre un determinado contexto, en este caso viene a ser la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo.

4.3. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

La investigación es correlacional, porque como sugiere Gómez M. M. (2006), determinara las características importantes de la identidad organizacional de una institución, identificando en sus propias palabras, y de manera independiente, cada uno de los indicadores que nos hemos propuesto en la matriz de variables, que más adelante detallamos; ilustrando las teorías y conceptos del marco teórico.

El estudio es correlacional, porque es reconocido que tan importante es la identidad organizacional y la satisfacción laboral. Obtener una imagen sobre la satisfacción laboral, que nos permitirá relacionar la identidad organizacional con la satisfacción laboral.

4.4. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación tiene un diseño no experimental, de corte transversal (Sampieri, 2018), debido a que no se realizaron experimentos para obtener resultados. Asimismo, la información recopilada se obtuvo al mismo tiempo de la muestra. Dado que la unidad de estudio era la misma, se consideró la unidad de estudio para el análisis la Agencia Tambo Mi Banco - 2022.

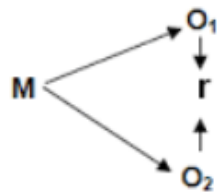
Donde:

M = Muestra de investigación,

O1 = Observación de la variable 1: Identidad organizacional

O2 = Observación de la variable 2: Satisfacción laboral

r = Correlación de las variables de estudio



4.5. POBLACIÓN Y MUESTRA

4.5.1. Población de Estudio

Para Oseda (2008), “población es el número total de observaciones estudiadas, la muestra es parte de la población que tiene las características tomadas en consideración y delimitadas para investigación”.

Desde este punto de vista la población estudiada, son todos los miembros de la institución (personal administrativo); en el periodo, 2021, la cual asciende a un total de 38 colaboradores, quienes explican los detalles acerca la identidad organizacional y la satisfacción laboral, mediante sus respuestas .

4.5.2 Tamaño de la Muestra

La muestra se considera censal pues se seleccionó el 100% de la población al considerarla un número manejable de sujetos. En este sentido (Sampieri, 2018), establece la muestra censal es aquella donde todas las unidades de investigación son consideradas como muestra.

Total, de la muestra = 38 colaboradores

4.5.3 Criterios de Inclusión y Exclusión

- ❖ **Inclusión:** Todo el personal administrativo de la institución.
- ❖ **Exclusión:** Directivos y accionistas de la empresa ya que tendrían una opinión sesgada sobre las variables a investigar.

4.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

4.6.1. Técnicas de recolección de datos

La técnica para la recolección de datos es la encuesta Bernal C. (2010), la cual se aplicará a la unidad de análisis respectiva. Esta técnica permitirá acopiar información de los miembros de la Institución.

4.6.2. Instrumentos de recolección de datos

Para la recolección de datos se empleará como instrumentos los cuestionarios: El primer cuestionario se referirá a las Identidad Organizacional, El segundo cuestionario, referido a la Satisfacción Laboral. No tiene tiempo estimado de aplicación. Ambos cuestionarios, fueron adaptados y tomados de los autores que tiene amplia aplicabilidad.

Estos cuestionarios pueden encontrarse en los anexos.

4.6.3. Procedimiento de recolección de datos

Según Sampieri (2018) el análisis de datos consiste en la ejecución de una serie de métodos estadísticos relacionados con la demostración de la hipótesis planteada en la investigación y el logro de objetivos, tales como tablas de frecuencia, gráficos y análisis a través de algunos cálculos, para que sean consistentes con el objetivo, tipo y proyecto de investigación.

Los datos se recopilarán del cuestionario, de modo que sea posible obtener la mayor cantidad de información posible y requerida por este tipo de investigación.

4.6.3.2 Confiabilidad

La confiabilidad se realizó, a través del estadístico *Alfa de Cronbach* para cada variable de estudio. A continuación, presentamos los valores obtenidos en las tablas siguientes:

Estadísticas de fiabilidad identidad organizacional

Número de preguntas	$k=$	19
Varianza total	$S^2_T=$	208.592
Sumatoria Desv est cada pregunta	$\sum S^2_i=$	14.443

Fuente: Elaboración propia SPSS25

$\alpha=$	0.96
-----------	------

Intervalo al que pertenece el coeficiente alfa de Cronbach	Valoración de la fiabilidad de los ítems analizados
$[0 ; 0,5[$	Inaceptable
$[0,5 ; 0,6[$	Pobre
$[0,6 ; 0,7[$	Débil
$[0,7 ; 0,8[$	Aceptable
$[0,8 ; 0,9[$	Bueno
$[0,9 ; 1]$	Excelente

Nota. La presente figura determinará el nivel o rango de confiabilidad para las variables de estudio de acuerdo al proceso de aplicación estadística del Alfa de Cronbach, después de aplicar la fórmula se obtiene $\alpha= 0.96$, la valoración de la fiabilidad es excelente.

Estadísticas de fiabilidad satisfacción laboral

Número de preguntas	$k=$	30
Varianza total	$S^2_T=$	397.010
Sumatoria Desv est cada pregunta	$\sum S^2_i=$	19.925

Fuente: Elaboración propia SPSS25

$\alpha=$	0.9826
-----------	--------

Intervalo al que pertenece el coeficiente alfa de Cronbach	Valoración de la fiabilidad de los ítems analizados
[0 ; 0,5[Inaceptable
[0,5 ; 0,6[Pobre
[0,6 ; 0,7[Débil
[0,7 ; 0,8[Aceptable
[0,8 ; 0,9[Bueno
[0,9 ; 1]	Excelente

Nota. La presente figura determinará el nivel o rango de confiabilidad para las variables de estudio de acuerdo al proceso de aplicación estadística del Alfa de Cronbach, después de aplicar la fórmula se obtiene $\alpha= 0.98$, la valoración de la fiabilidad es excelente.

Baremo de interpretación del coeficiente de correlación

Valor	Significado
+/-1.00	Correlación negativa y positiva perfecta
+/-0.80	Correlación negativa y positiva muy fuerte
+/-0.60	Correlación negativa y positiva fuerte
+/-0.40	Correlación negativa y positiva moderada
+/-0.20	Correlación negativa y positiva débil
+/-0.00	Probablemente no existe correlación

Interpretación

Tomando en uso el programa SPSS versión 25, calculamos el nivel de confiabilidad de nuestro primer instrumento Identidad organizacional, compuesto por 19 preguntas cuyo *Alfa de Cronbach* de 0,96 y de acuerdo a la escala de Baremo es totalmente de acuerdo;

asimismo para el segundo instrumento satisfacción laboral se obtuvo un *Alfa de Cronbach* de 0,98 de los 30 elementos, el cual, según Baremo, es totalmente de acuerdo.

4.7. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

El procedimiento de recolección de datos se desarrolló de la siguiente manera:

- Validación de expertos de los instrumentos .
- Recojo de información de los colaboradores
- Aplicación de los instrumentos al personal administrativo de Agencia Tambo Mi Banco.

4.8. ASPECTOS ÉTICOS DE LA INVESTIGACIÓN

Las consideraciones para la redacción del trabajo fue lo siguiente:

- a. La redacción de las citas bibliográficas he desarrollado y desarrollaré teniendo en cuenta las Normas APA .
- b. El presente trabajo de investigación es auténtico, se ha desarrollado en la Agencia Tambo Mi Banco
- c. Con respecto a las similitudes estamos dispuestas a la evaluación correspondiente con el programa Turnitin .
- d. Los datos de la instrumentalización se evidenciaron con sus respectivos documentos .
- e. No se consignan ninguna información con fraude .

El presente proyecto de tesis es de nuestra autoría, por el cual nos sometemos a trabajar cumpliendo con las normas establecidas de la investigación científica .

CAPITULO V

RESULTADOS

5.1. DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS

Se presenta resultados del estudio Identidad organizacional y satisfacción laboral en la Agencia tambo Mibanco- Huancayo 2021.

5.1.1 Análisis e interpretación de la variable Identidad organizacional de los colaboradores del Agencia Tambo MIBANCO- HUANCAYO 2021

Las dimensiones de la variable son: Filosofía organizacional, Cultura organizacional, Diseño organizacional

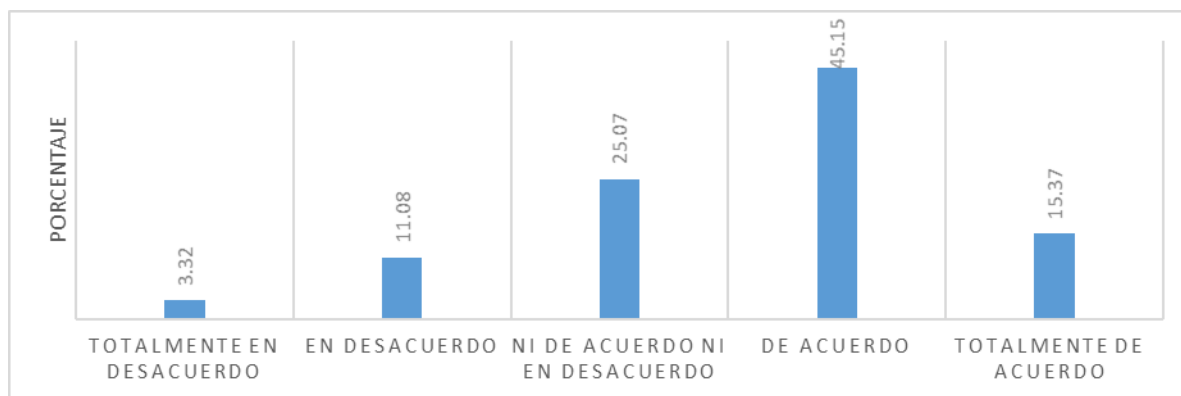
Tabla 4

Identidad organizacional de los colaboradores de la Agencia Mibanco-Huancayo 2021

	ni	hi	Hi*100%
Totalmente en desacuerdo	24	0.033	3.32
En desacuerdo	80	0.111	11.08
Indiferente	181	0.251	25.07
De acuerdo	326	0.452	45.15
Totalmente de acuerdo	111	0.154	15.37
Total	722	1	100

Figura 3

Identidad organizacional de los colaboradores de la Agencia Mibanco- Huancayo 2021



Fuente: Tabla 4

En la tabla 4 y figura 3 se observa que un 3.32% señalo que están totalmente en desacuerdo con la identidad organizacional de los colaboradores, por otro lado, el 11 % indico que están en desacuerdo con la identidad organizacional de los colaboradores, el 25 % indico que esta ni de acuerdo ni en desacuerdo con la identidad organizacional de los colaboradores, además el 45% indicaron que están de acuerdo con la identidad organizacional de los colaboradores, finalmente el 15.37% indico que está totalmente de acuerdo con la identidad organizacional de los colaboradores en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021.

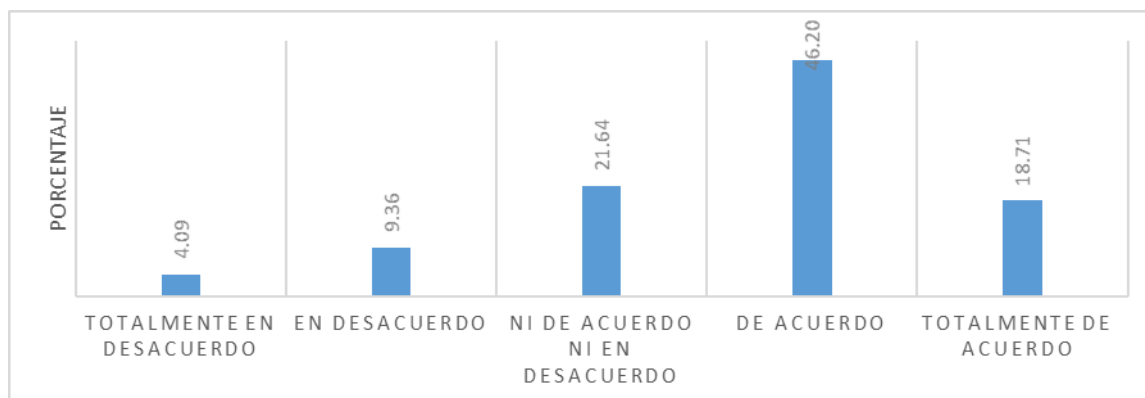
Tabla 5

Filosofía organizacional de la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021

	ni	hi	Hi*100%
Totalmente en desacuerdo	14	0.041	4.09
En desacuerdo	32	0.094	9.36
Indiferente	74	0.216	21.64
De acuerdo	158	0.462	46.20
Totalmente de acuerdo	64	0.187	18.71
Total	342	1	100

Figura 4

Filosofía organizacional de la Agencia Mibanco -Huancayo 2021



Fuente: Tabla 5

En la tabla 5 y figura 4 se observa que un 4 % señalaron que están totalmente en desacuerdo con la filosofía organizacional, por otro lado, el 9.3 % indicaron que están en desacuerdo con la filosofía organizacional, el 21.64 % indicaron que esta ni de acuerdo ni en desacuerdo con la filosofía organizacional, además el 6.2% indicaron que están de acuerdo con la filosofía organizacional, finalmente el 18.71% indicaron que están totalmente de acuerdo con la filosofía organizacional en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021.

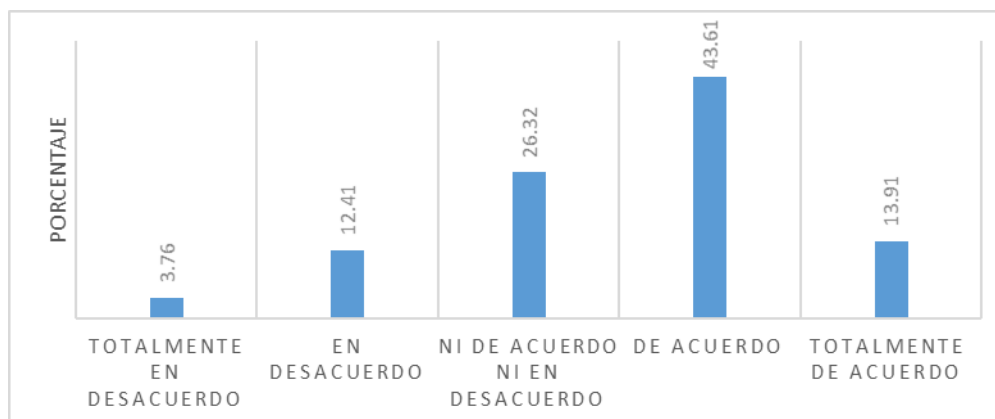
Tabla 6

Cultura organizacional de la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021

	ni	hi	Hi*100%
Totalmente en desacuerdo	10	0.038	3.76
En desacuerdo	33	0.124	12.41
Indiferente	70	0.263	26.32
De acuerdo	116	0.436	43.61
Totalmente de acuerdo	37	0.139	13.91
Total	266	1	100

Figura 5

Cultura organizacional de la Agencia Mibanco -Huancayo 2021



Fuente: Tabla 6

En la tabla 6 y figura 5 se observa que un 3.76 % señalo que están totalmente en desacuerdo con la cultura organizacional, por otro lado, el 12.41 % indico que están en desacuerdo con la cultura organizacional, el 26.32 % indico que esta ni de acuerdo ni en desacuerdo con la cultura organizacional, además el 43.61% indicaron que están de acuerdo con la cultura organizacional, finalmente el 13.91% indico que está totalmente de acuerdo con la cultura organizacional en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021.

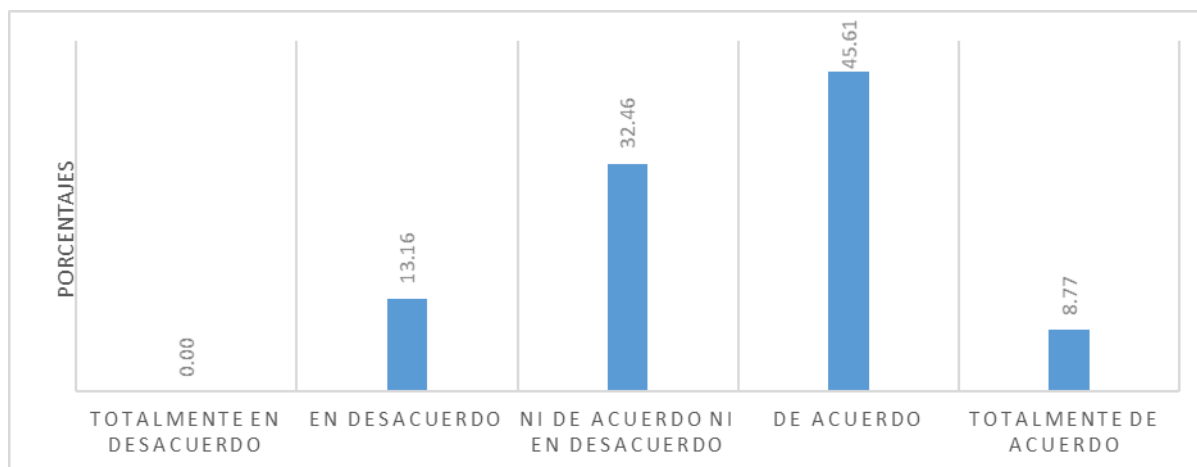
Tabla 7

Diseño organizacional de la Organizacional de la Agencia Tambo Mibanco- Huancayo 2021

	ni	hi	Hi*100%
Totalmente en desacuerdo	0	0.000	0.00
En desacuerdo	15	0.132	13.16
Indiferente	37	0.325	32.46
De acuerdo	52	0.456	45.61
Totalmente de acuerdo	10	0.088	8.77
Total	114	1	100

Figura 6

Diseño organizacional de la Agencia Mibanco- Huancayo 2021



Fuente: Tabla 7

En la tabla 7 y figura 6 se observa que un 0 % señalo que están totalmente en desacuerdo con el diseño organizacional, por otro lado, el 13.16 % indico que están en desacuerdo con el diseño organizacional, el 32.46 % indico que esta ni de acuerdo ni en desacuerdo con la cultura organizacional, además el 45.61% indicaron que están de acuerdo con el diseño organizacional, finalmente el 8.77% indico que está totalmente de acuerdo con el diseño organizacional, en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021.

5.1.2 Análisis e interpretación de la variable satisfacción laboral de los colaboradores de la Agencia Tambo Mibanco - Huancayo 2021

Las dimensiones de la variable fueron: Motivación, Relaciones interpersonales, e Incentivos

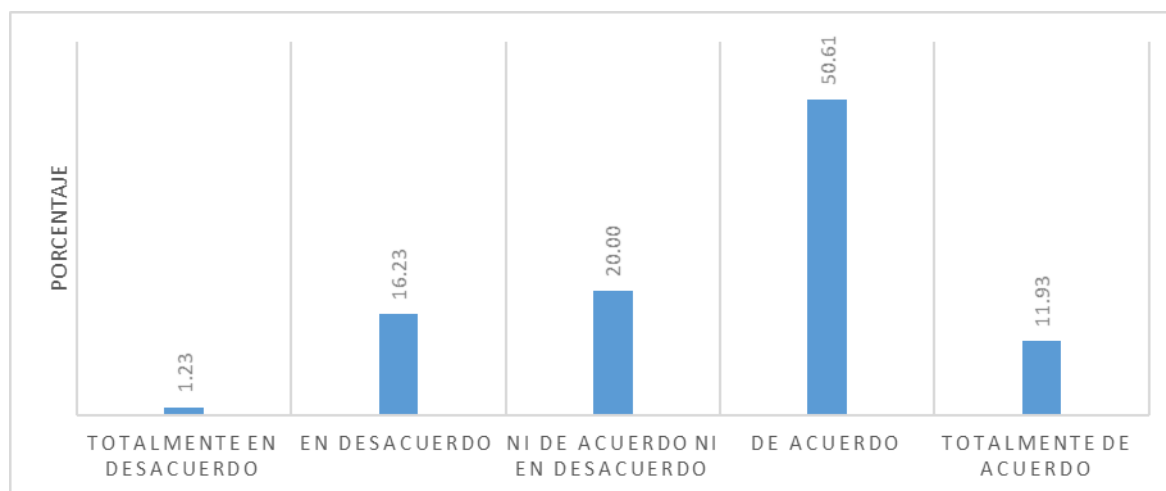
Tabla 8

Satisfacción laboral de los colaboradores de la Agencia Tambo Mibanco- Huancayo 2021

	ni	hi	Hi*100%
Totalmente en desacuerdo	14	0.012	1.23
En desacuerdo	185	0.162	16.23
Indiferente	228	0.200	20.00
De acuerdo	577	0.506	50.61
Totalmente de acuerdo	136	0.119	11.93
Total	1140	1	100

Figura 7

Satisfacción laboral de los colaboradores de la Agencia Tambo Mibanco -Huancayo 2021



Fuente: Tabla 8

En la tabla 8 y figura 7 se observa que un 1.23 % señalo que están totalmente en desacuerdo con la satisfacción laboral, por otro lado, el 16.23 % indico que están en desacuerdo con la satisfacción laboral, el 20 % indico que esta ni de acuerdo ni en desacuerdo con la satisfacción laboral, además el 50.61% indicaron que están de acuerdo con la satisfacción laboral, finalmente el 11.93 % indico que está totalmente de acuerdo con la satisfacción laboral, en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021.

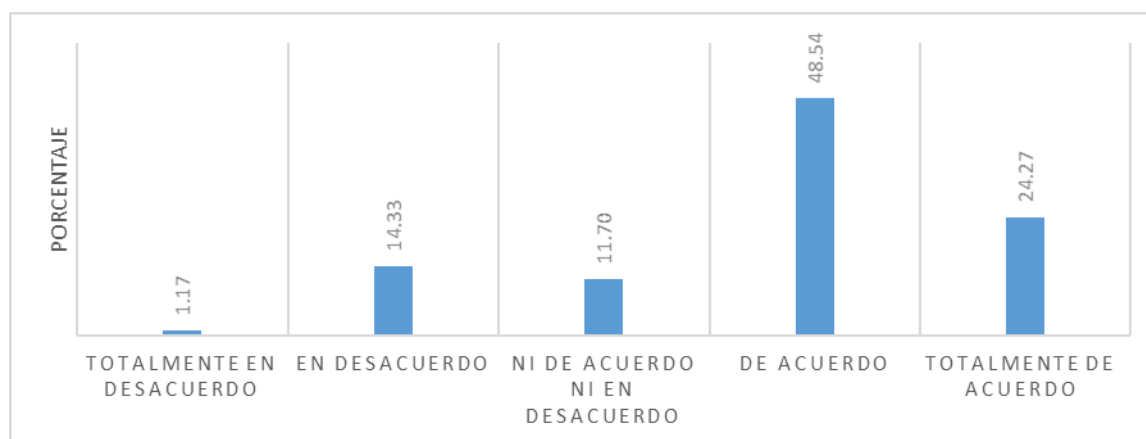
Tabla 9

Motivación laboral de los colaboradores de la Agencia Tambo Mibanco- Huancayo 2021

	ni	hi	Hi*100%
Totalmente en desacuerdo	4	0.012	1.17
En desacuerdo	49	0.143	14.33
Indiferente	40	0.117	11.70
De acuerdo	166	0.485	48.54
Totalmente de acuerdo	83	0.243	24.27
Total	342	1	100

Figura 8

Motivación laboral de los colaboradores de la Agencia Tambo Mibanco -Huancayo 2021



Fuente: Tabla 9

En la tabla 9 y figura 8 se observa que un 1.17 % señalo que están totalmente en desacuerdo con la motivación laboral, por otro lado, el 14.33 % indico que están en desacuerdo con la motivación laboral, el 48.54 % indico que esta ni de acuerdo ni en desacuerdo con la motivación laboral, además el 50.61% indicaron que están de acuerdo con la motivación laboral, finalmente el 24.27 % indico que está totalmente de acuerdo con la motivación laboral, en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021.

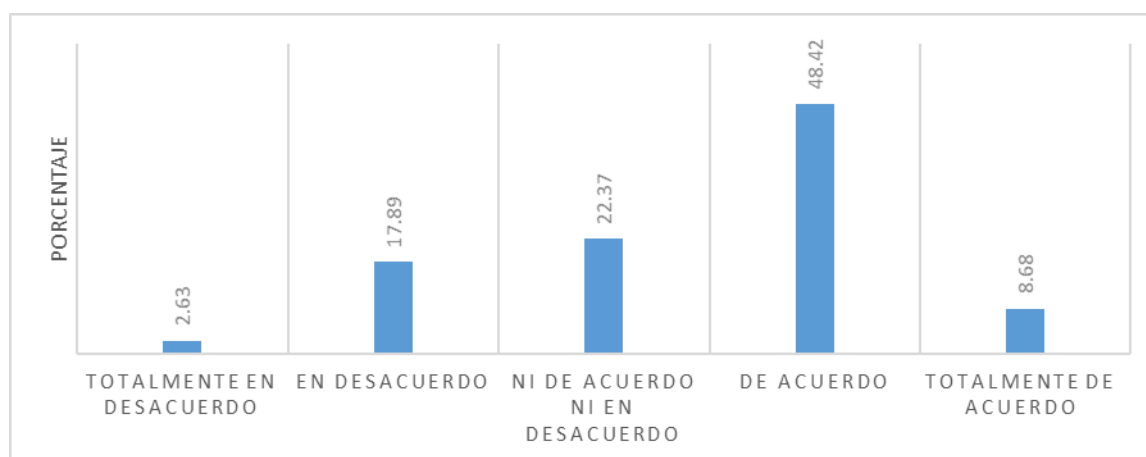
Tabla 10

Relaciones interpersonales de los colaboradores de la Agencia Mibanco- Huancayo 2021

	ni	hi	Hi*100%
Totalmente en desacuerdo	10	0.026	2.63
En desacuerdo	68	0.179	17.89
Indiferente	85	0.224	22.37
De acuerdo	184	0.484	48.42
Totalmente de acuerdo	33	0.087	8.68
Total	380	1	100

Figura 9

Relaciones interpersonales de los colaboradores de la Agencia Tambo Mibanco -Huancayo 2021



Fuente: Tabla 10

En la tabla 10 y figura 9 se observa que un 2.63 % señalo que están totalmente en desacuerdo con las relaciones interpersonales, por otro lado, el 17.89 % indico que están en desacuerdo con las relaciones interpersonales, el 22.37 % indico que esta ni de acuerdo ni en desacuerdo con las relaciones interpersonales, además el 48.42% indicaron que están de acuerdo con las relaciones interpersonales, finalmente el 8.68 % indico que está totalmente de acuerdo con las relaciones interpersonales, en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021.

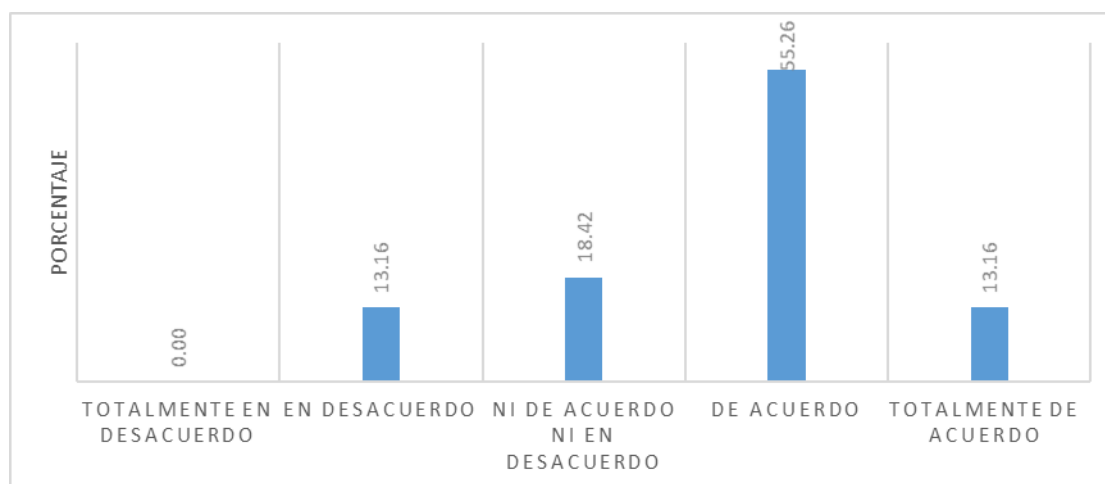
Tabla 11

Incentivos para los colaboradores de la Agencia Tambo Mibanco- Huancayo 2021

	ni	hi	Hi*100%
Totalmente en desacuerdo	0	0.000	0.00
En desacuerdo	10	0.132	13.16
Indiferente	14	0.184	18.42
De acuerdo	42	0.553	55.26
Totalmente de acuerdo	10	0.132	13.16
Total	76	1	100

Figura 10

Incentivos para los colaboradores de la Agencia Tambo Mibanco -Huancayo 2021



Fuente: Tabla 12

En la tabla 12 y figura 11 se observa que un 0 % señalo que están totalmente en desacuerdo con los incentivos para los colaboradores, por otro lado, el 13.16 % indico que están en desacuerdo con los incentivos para los colaboradores, el 18.42 % indico que esta ni de acuerdo ni en desacuerdo con los incentivos para los colaboradores, además el 55.26 % indicaron que están de acuerdo con los incentivos para los colaboradores, finalmente el 13.16 % indico que está totalmente de acuerdo con los incentivos para los colaboradores, en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021.

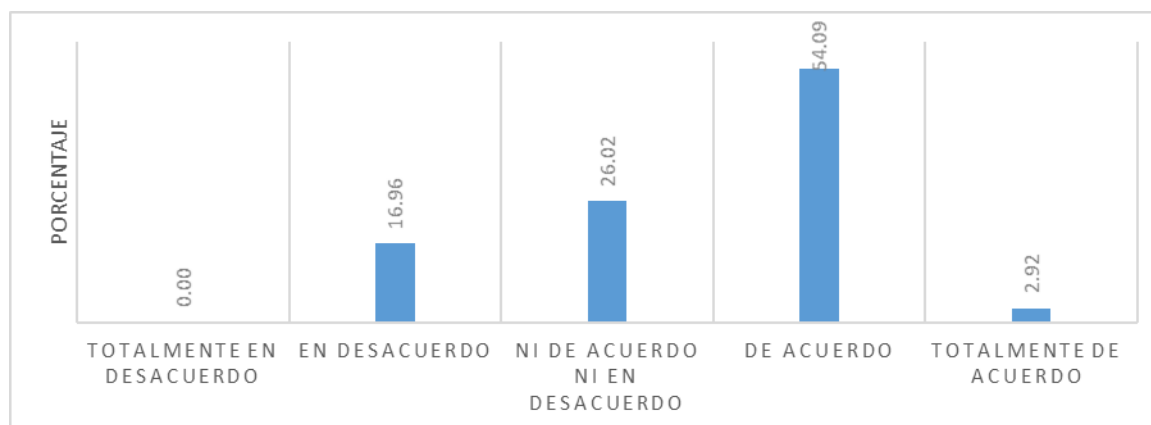
Tabla 12

Organización de los colaboradores de la Agencia Tambo Mibanco- Huancayo 2021

	ni	hi	Hi*100%
Totalmente en desacuerdo	0	0.000	0.00
En desacuerdo	58	0.170	16.96
Indiferente	89	0.260	26.02
De acuerdo	185	0.541	54.09
Totalmente de acuerdo	10	0.029	2.92
Total	342	1	100

Figura 11

Organización de los colaboradores de la Agencia Tambo Mibanco- Huancayo 2021



Fuente: Tabla 12

En la tabla 12 y figura 11 se observa que un 0 % señaló que están totalmente en desacuerdo con la organización de los colaboradores, por otro lado, el 16.96 % indicó que están en desacuerdo con la organización de los colaboradores, el 26.02 % indicó que está ni de acuerdo ni en desacuerdo con la organización de los colaboradores, además el 54.09 % indicaron que están de acuerdo con la organización de los colaboradores, finalmente el 2.92 % indicó que está totalmente de acuerdo con la organización de los colaboradores, en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021.

5.2 CONTRASTE DE HIPÓTESIS

5.2.1 Identidad organizacional y satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021

Objetivo General

Establecer la relación que existe entre la identidad organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021

Interpretación de los índices de correlación:

Baremo de interpretación del coeficiente de correlación

Valor	Significado
+/-1.00	Correlación negativa y positiva perfecta
+/-0.80	Correlación negativa y positiva muy fuerte
+/-0.60	Correlación negativa y positiva fuerte
+/-0.40	Correlación negativa y positiva moderada
+/-0.20	Correlación negativa y positiva débil
+/-0.00	Probablemente no existe correlación

Se aplicó El coeficiente de correlación rho Spearman, para analizar la relación

Tabla 13

Coeficiente de correlación entre la identidad organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco- Huancayo 2021

		Variable satisfacción laboral
Rho de Spearman	Variable identidad organizacional	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N
		,970** ,000 38

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

El coeficiente $r_s = 0.970$ y significación bilateral $p = 0.000$, el coeficiente es significativo, y existe una correlación positiva muy fuerte entre ambas variables “identidad organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco- Huancayo 2021”.

Hipótesis general:

Existe una relación significativa entre la identidad organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco –Huancayo 2021

Formulación de la hipótesis:

(H₀): No existe relación significativa entre clima organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco –Huancayo 2021

$$r_s = 0$$

(H₁): Existe relación significativa entre clima organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco –Huancayo 2021

$$r_s \neq 0$$

1. Nivel de significancia $\alpha = 99\%$; Z crítica = 2.58

2. Calculo del estadístico

$$z = \frac{r}{\frac{1}{\sqrt{N-1}}} = 5.90$$

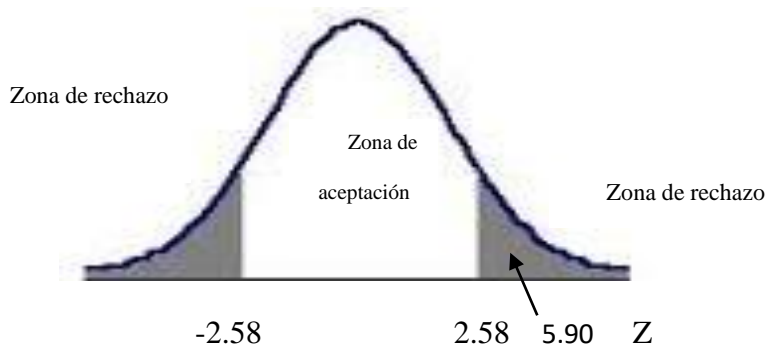
Reemplazando datos se tiene $z = 5.90$

Dónde:

$$Z_{\text{crítica}} = 2.58$$

$$r_s = 0.970$$

$$N = 38$$



4. $Z_{\text{cal}} > Z_{\text{cr}} 5.90 > 2.58$; el valor Z cae en la región de rechazo, por ende, se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula.

5. Toma de decisión

Existe relación significativa entre clima organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco -Huancayo 2021

Objetivo específico 1

Establecer la relación que existe entre la filosofía organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021.

La relación se estableció mediante El coeficiente de correlación rho Spearman

Tabla 14

Coeficiente de correlación entre la filosofía organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco- Huancayo 2021

		Motivación	
Rho de Spearman	Variable clima organizacional	Coeficiente de correlación	,909**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	38

El coeficiente $r_s = 0.909$ y significación bilateral $p = 0.000$ el coeficiente es significativo, y existe una correlación positiva muy fuerte entre la filosofía organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021.

Hipótesis específica 1:

Existe una relación significativa entre la filosofía organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021

Formulación de la hipótesis:

(H₀): No existe relación significativa entre la filosofía organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021

$$r_s = 0$$

(H₁): Existe relación significativa entre la filosofía organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021

$$r_s \neq 0$$

3. Nivel de significancia $\alpha = 99\%$; Z crítica = 2.58

4. Calculo del estadístico

$$z = \frac{r}{\frac{1}{\sqrt{N-1}}} = 5.53$$

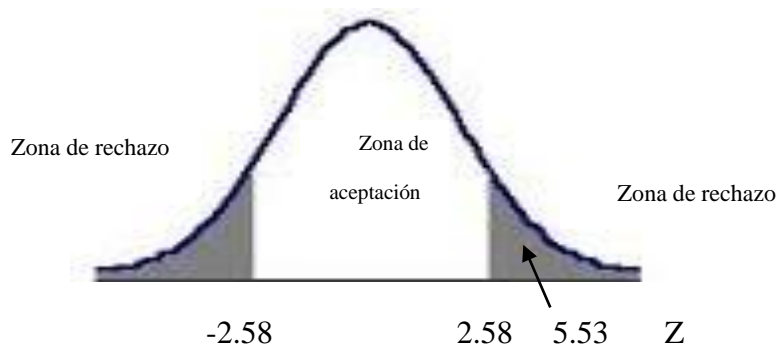
Reemplazando datos se tiene $z = 5.53$

Dónde:

$$Z_{\text{crítica}} = 2.58$$

$$r_s = 0.909$$

$$N = 38$$



4. $Z_{\text{cal}} > Z_{\text{cr}} 5.53 > 2.58$ el valor Z cae en la región de rechazo, por tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

5. Toma de decisión

Existe relación significativa entre la filosofía organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021

Objetivo específico 2

Establecer la relación que existe entre la cultura organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021

La relación se estableció mediante El coeficiente de correlación rho Spearman

Tabla 15

Coefficiente de correlación entre la cultura organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco- Huancayo 2021

		Relaciones interpersonales	
Rho de Spearman	Variable clima organizacional	Coefficiente de correlación	,920**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	38

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

El coeficiente $r_s = 0.920$ y significación bilateral $p = 0.000$, el coeficiente es significativo, y existe una correlación positiva muy fuerte entre la cultura organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021.

Hipótesis específica 2:

Existe una relación significativa entre la cultura organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021.

Formulación de la hipótesis:

1. (H_0): No existe relación significativa entre cultura organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021.

$$r_s = 0$$

- (H_1): Existe relación significativa entre cultura organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021.

$$r_s \neq 0$$

2. Nivel de significancia $\alpha = 99\%$; Z crítica = 2.58

3. Calculo del estadístico

$$z = \frac{r}{\frac{s}{\sqrt{N-1}}} = 5.60$$

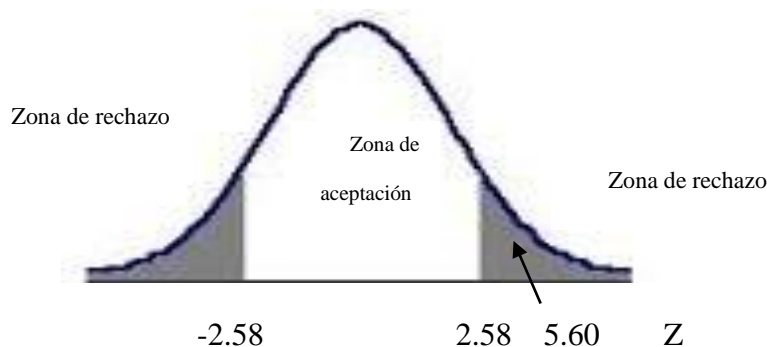
Reemplazando datos se tiene $z = 5.60$

Dónde:

$$Z_{\text{crítica}} = 2.58$$

$$r_s = 0.920$$

$$N = 38$$



4. $Z_{cal} < Z_{cr}$ $5.60 > 2.58$ el valor Z cae en la región de rechazo, por tanto, se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula.

5. Toma de decisión

Existe relación significativa entre cultura organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021.

Objetivo específico 3

Establecer la relación que existe entre el diseño organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021

La relación se estableció mediante El coeficiente de correlación rho Spearman

Tabla 16

Coefficiente de correlación entre el diseño organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco- Huancayo 2021

		Incentivos	
Rho de Spearman	Variable clima organizacional	Coefficiente de correlación	,550**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	38

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

El coeficiente $r_s = 0.550$ y significación bilateral $p = 0.000$, el coeficiente es significativo, , existe una correlación positiva moderada “diseño organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021”.

Hipótesis específica 3:

Existe una relación significativa entre el diseño organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021

Formulación de la hipótesis:

1. (H₀): No existe relación significativa entre el diseño organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021

$$r_s = 0$$

(H₁): Existe relación significativa entre el diseño organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021

$$r_s \neq 0$$

2. Nivel de significancia $\alpha = 99\%$; Z crítica = 2.58

3. Cálculo del estadístico

$$z = \frac{r}{\frac{1}{\sqrt{N-1}}} = 3.35$$

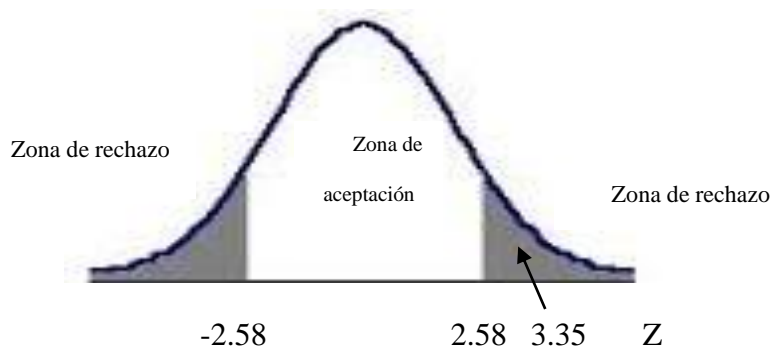
Reemplazando datos se tiene $z = 3.35$

Dónde:

$$Z_{\text{crítica}} = 2.58$$

$$r_s = 0.550$$

$$N = 38$$



4. $Z_{\text{cal}} > Z_{\text{cr}} 3.35 > 2.58$ el valor Z cae en la región de rechazo, como consecuencia, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

5. Toma de decisión

Existe relación significativa entre el diseño organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

1. En líneas generales podemos considerar que, de los resultados encontrados en la presente investigación, se concluye que, existe relación significativa entre Identidad organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco -Huancayo 2021, teniendo como resultado que el coeficiente $r_s = 0.970$ y significación bilateral $p = 0.000$, el coeficiente es significativo, y existe una correlación positiva muy fuerte entre ambas variables, identidad organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco- Huancayo 2021.

Así mismo ocurre cuando se observa en el estudio realizado Pérez M. (2017) en su investigación clima organizacional y satisfacción laboral en los colaboradores de una institución financiera de la Región I Lima 3, 2017. En sus conclusiones indicaron que el clima organizacional de los trabajadores es alto, asimismo se encontró un nivel alto de satisfacción laboral en los trabajadores. Además, Consuegra, N. (2011) manifiesta que: la identidad organizacional es la razón o motivo por la cual los individuos creen tener un lugar dentro del espacio laboral, en la cual se rige y se identifica con valores y principios propios de la empresa o institución. Así también se dice que la identidad es calificada como una organización interna, autoconstruida y dinámica de impulsos, capacidades, creencias e historia individual” (p.65). Por otro lado, Rowden (2002) indica que la “satisfacción laboral es una variable independiente esencial que puede guiar el comportamiento de los empleados y afectar el funcionamiento de la organización, mientras que el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.

2. Por otro lado, encontramos que coeficiente $r_s = 0.909$ y significación bilateral $p = 0.000$ el coeficiente es significativo, y existe una correlación positiva muy fuerte entre la filosofía organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco-

Huancayo 2021. En conclusión existe relación significativa entre la filosofía organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021. Se puede evidenciar que de acuerdo a Garcés S. (2021), en su tesis: “Clima organizacional; desempeño laboral; comunicación organizacional; liderazgo; trabajo en equipo; factores de comunicación, filosofía “, según los resultados obtenidos permitieron desarrollar una propuesta de mejora, con el fin de garantizar un adecuado clima laboral que garantice una comunicación fluida, trabajo en equipo, incentivos permanentes, y fundamentalmente, la involucración de los colaboradores con la filosofía y objetivos organizacionales. Además, Thompson (2012), el elemento filosófico es algo para aceptar, lo que no permite que sea refutado fácilmente, las filosofías son las formas en que la planificación se muestra tal como es. Según el autor, el elemento filosófico es el proceso de planificación estratégica en el que se establecen la visión y la misión, que son los principios comerciales de la organización.

3. Además, se encontró a través de la investigación que: el coeficiente $r_s = 0.920$ y significación bilateral $p = 0.000$, el coeficiente es significativo, y existe una correlación positiva muy fuerte entre la cultura organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021. En conclusión existe relación significativa entre cultura organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021.

Para Carbajal M. & Gallo R. (2021), Análisis de la cultura organizacional en el desarrollo de la Financiera Pro Empresa 2021. En esta investigación indican que, los resultados demuestran que la cultura organizacional es un sistema de valores que influye a las personas a través de sus comportamientos en el trabajo. Para la satisfacción todos los participantes mencionaron que se sienten satisfechos de sus logros obtenidos. Para liderazgo los participantes están de acuerdo en realizar el trabajo en equipo, las

decisiones son respetadas. Para la productividad los trabajadores mencionaron que el avance tecnológico les ayudo en su gestión. Para la motivación a los colaboradores cual le brindan incentivos y premios al logro de sus objetivos. Además, La cultura organizacional se puede definir en el marco de las creencias colectivas, valores compartidos, valores culturales y la motivación entre otros. Es considerada como un factor crítico en el fomento e intercambio de conocimientos, reconociendo que las habilidades y la adquisición de conocimientos son compatibles por la interacción y el estímulo de miembros de la organización y el apoyo, colaboración, coordinación, y confianza para facilitar su intercambio (Shao, 2018).

4. Finalmente, el coeficiente $r_s = 0.550$ y significación bilateral $p = 0.000$, el coeficiente es significativo, existe una correlación positiva moderada diseño organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021. En conclusión, existe relación significativa entre el diseño organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021.

Para Diestra N. (2017) en su investigación titulada el diseño organizacional y su incidencia en la satisfacción laboral en la empresa Polinplast S.A.C. Lima- Perú- 2017. Universidad Privada Telesup. Llegó a la conclusión de que, que existe una relación positivamente alta entre el Diseño Organizacional y la Satisfacción Laboral, además, se recomienda aplicar en el diseño organizacional de la empresa: el diseño funcional ofrece ventajas y desventajas. Del lado positivo este diseño permite identificar con claridad las responsabilidades y asignarlas en consecuencia y los empleados lo entienden con facilidad. Las personas que desempeñan tareas similares y que afrontan problemas similares trabajan juntas en el caso del diseño funcional, lo cual incrementa la posibilidad de comunicación, apoyo recíproco y centralización de la toma de decisiones. Además, Louffat (2017)) El diseño organizacional en los tiempos modernos

se ha convertido en un factor de ventaja competitiva para las empresas, motivo por el cual requiere que sean elaborados de manera profesional con fundamentos teóricos y metodologías prácticas, que generen valor a las empresas.

5. Es por todo lo antes mencionado que cada organización ya sea pública o privada debe de tener en cuenta la identidad organizacional ya que es todo aquello que gira en torno al trabajo desde la perspectiva de cómo repercute el trabajo a las personas. Por ello, que la identidad organizacional es la interpretación y valoración que hacen los miembros de todos estos aspectos con base en el contexto cultural, lo que permite darles un significado, pudiéndolo relacionar con la misma identidad personal.

CONCLUSIONES

1. En la investigación queda demostrada que la identidad organizacional se relaciona con la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021, de acuerdo a la investigación realizada se ha establecido que, sabiendo que el coeficiente $r_s = 0.970$ y significación bilateral $p = 0.000$, el coeficiente es significativo, y existe una correlación positiva muy fuerte entre ambas variables, identidad organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco- Huancayo 2021. Se concluye que existe relación significativa entre clima organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco –Huancayo 2021.
2. Se logró comprobar que coeficiente $r_s = 0.909$ y significación bilateral $p = 0.000$ el coeficiente es significativo, y existe una correlación positiva muy fuerte entre la filosofía organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021. Se concluye que existe relación significativa entre la filosofía organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021, con un nivel de significancia del 99%. Es necesario mencionar que la filosofía organizacional es proceso de planificación estratégica en el que se establecen la visión y la misión, que son los principios comerciales de la organización.
3. Por otro lado, el coeficiente $r_s = 0.920$ y significación bilateral $p = 0.000$, el coeficiente es significativo, y existe una correlación positiva muy fuerte entre la cultura organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021. Se concluye, que existe relación significativa entre cultura organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021, con un nivel de significancia del 99%. Es necesario mencionar que cultura organizacional se puede definir en el marco de las creencias colectivas, valores compartidos, valores culturales y la motivación entre otros. Es considerada como un factor crítico en el fomento e

intercambio de conocimientos, reconociendo que las habilidades y la adquisición de conocimientos son compatibles por la interacción y el estímulo de miembros de la organización y el apoyo, colaboración, coordinación, y confianza para facilitar su intercambio (Shao, 2018).

4. Finalmente, se logró comprobar también que coeficiente $r_s = 0.550$ y significación bilateral $p = 0.000$, el coeficiente es significativo, existe una correlación positiva moderada “diseño organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021, se concluyó que no existe relación significativa entre el diseño organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021, estadísticamente, con un nivel de significancia del 99%. Es por ello que debemos destacar que el diseño organizacional es un elemento administrativo que se encarga de estructurar ordenada y sinérgicamente las diversas unidades orgánicas de una institución.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda, llevar a cabo un estudio a mayor profundidad y de forma constante, con respecto a identidad organizacional y la importancia que esta tiene con la satisfacción laboral, con el objetivo de conocer la situación organizacional e implementar estrategias y actividades para su aplicación y lograr la mejora continua de los colaboradores y por qué no de todo el personal jerárquico que la compone.
2. Es importante establecer buenas relaciones con compañeros de labores, permite que genere mayor motivación dinamismo y proactividad. Se recomienda crear relaciones favorables empleando un buen estado de ánimo, iniciando desde la cabeza de la institución, podemos invitar a que el resto de colaboradores mantengan relaciones más favorables. Además, podemos recomendar a que la institución fomente la participación para la aportación de nuevas ideas, oportunidades de negocio, nuevos productos, etc, esto permitirá que el colaborador se sienta parte de la mejora continua y además que siempre lo tienen en cuenta.
3. Dar reconocimientos es una de las actitudes más favorables que puede tener el empleador. Al sentirse valorado y considerado los colaboradores incrementaran su nivel de desempeño repercutiendo directamente en su nivel de desempeño.
4. Aunar a los colaboradores en torno a los objetivos, haciéndolos parte de ello, favorece las relaciones sociales y sobre todo mejora la identidad para con la empresa promoviendo la motivación. Involúcralos en nuevos desafíos generara que se mantengan activos y alerta ante nuevos retos.

5. Involucrar al colaborador en la toma de decisiones que afecte su actividad, darle la oportunidad de opinar y que sienta que de alguna manera sus opiniones mejoran el bienestar de la empresa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, Magaña, y Suarez. (2010). *Satisfacción laboral*. España.
- Albert, S., y Whetten, D. A. (1985). *Identidad Organizacional*. Greenwich.
- Alderfer, C. (s.f.). *Teorías del contenido de la Motivación*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/teoriasdelcontenidodelamotiv/t/alderfer>
- Alfonso Rodríguez (2017) *Cultura organizacional*
- Arrollo N. (2017) *Satisfacción laboral y rotación del personal que labora en el área de servicios de las agencias del Scotiabank en el distrito de Trujillo entre 2015 – 2016*.
- Balmer, J. M. (1998). *Identidad corporativa y el advenimiento del marketing corporativo*.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Leticia Gaona Figueroa.
- Brief, & Weiss. (2001). *Las dimensiones afectivas del comportamiento organizacional*. U.S.: Tulane University.
- Castro G.y Perez M. (2018), *Competencias aplicadas en la fase de levantamiento de información en el diagnóstico de satisfacción laboral en una institución bancaria pública, Guayaquil Ecuador*.
- Cavallante Silva, J. J. (2004). *Programa de Doctorado y procesos de innovación educativa*. Brasil: Tesis Doctoral.
- Carbajal M. y Gallo R. (2021), *Análisis de la cultura organizacional en el desarrollo de la Financiera Pro Empresa 2021*. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/77705>
- Chiavenato, I. (2015). *Administración de los recursos humanos*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Chidambaranathan, K. (2015). *La cultura organizacional y las competencias para la gestión del conocimiento en las pequeñas y medianas empresas (pymes) de Colombia*. Colombia.
- Consuegra, N. (2011). *Diccionario de Psicología*. Colombia: ECOE.

- Córdova E. (2021) *Estrategias de desempeño del personal para la satisfacción del cliente de una entidad financiera, Chiclayo. Universidad Cesar Vallejo.*
- Daan Knippenberg, D. (2001). *Perspectiva de la Identificación Social*. Obtenido de <https://doi.org/10.1111/1464-0597.00020>
- Diestra N. (2017) *Diseño organizacional y su incidencia en la satisfacción laboral en la empresa Polinplast S.A.C. Lima- Perú- 2017. Universidad Privada Telesup.*
- Eagleton, T. (2001). *La Idea de Cultura. Buenos Aires Argentina. Buenos Aires Argentina: Ediciones Paidós Iberica.*
- Fischman, D., y Matos, L. (2000). *Motivación 360°*. Lima-Peru: Gestion .
- Franklin, E. (2011). *Comportamiento organizacional*. Mexico: Prentice Hall.
- Gareth R., J. O. (2008). *Teoría Organizacional Diseño y Cambio en las Organizaciones*. Mexico: Pearson Educacion.
- Gimenez Montiel, G. (2002). *Paradigmas de identidad*. Mexico: Grupo de Educacion Popular con Mujeres (GEM).
- Gioia, D. A. (2000). *Factores que influyen en la creatividad de los gerentes*. Journal of management.
- Gomez, M. M. (2006). *Introducción a la Metodología de Investigación*. Cordova.
- Happock (1935) Satisfacción en el trabajo
- Hellriegel, D., y Slocum, J. (2009). *Comportamiento Organizacional*. Mexico: McGraw Hill.
- Hernández C. (2017), *investigación diferencia en la motivación laboral entre un grupo de trabajadores de una entidad financiera, que ha participado en programa de charlas motivacionales y otro grupo que no ha participado en el programa de una entidad" financiera, Guatemala*
- Hernandez Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGraw Hill.

- Herzberg, F. (s.f.). *Teorias del contenido de la Motivacion*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/teoriasdelcontenidodelamotiv/t/herzberg>
- Hofstede (1980) *cultura organizacional*
- Lawrence Kohlberg. (2012). *Psicopedagogia aprendizaje*. Obtenido de <https://psicopedagogiaaprendizajeuc.wordpress.com/>
- Levitin, T. (1973). *Values. Measures of Social Psychological Attitudes*.
- Lopez Jerez, M. (2006). *Relaciones interpersonales en la empresa*. España: ISBN.
- Louffat, E. (4 de Marzo de 2017). ¿Que entiende por diseño Organizacional? Lima, Peru: ESAN. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2017/03/04/que-se-entiende-por-diseno-organizacional/>
- Luna, R., y Pezo, A. (2005). *Cultura de la innovación y gestión tecnológica para el desarrollo de los Pueblos*. Bogota: Convenio de Andres Bellos.
- Masco Padilla, J. M., & Rojas Aguinaga, A. B. (2015). *Satisfacción laboral en la financiera Credinka Agencia Quillabamba – Cusco 2018*. Universidad Alto Andina” del Cusco.
- Mintzberg, H. (1993). *El Proceso Estrategico Procesos, Contextos, Casos*. Mexico: Hill.
- Montoya, M. (2004). *Identidad organizacional en una cooperativa de mujeres*. Iztalapa: Agua sobre Lajas.
- Nosnik Ostrowiak, A. (2005). *Cuturas organizacionales.origen consolidacion y desarrollo*. España: Gsebiblo,S.L. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=rpihhdQoRP4C&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Oseda, M. D. (2008). *Metodologia de la investigacion*. Huancayo: Ed.Piramide.
- Palma, S. (2006). *Elaboración y validación de una Escala de Satisfacción Laboral SL-SPC para trabajadores*. Lima. Lima: Universidad Ricardo Palma.

- Perez M. (2017) *Clima organizacional y satisfacción laboral en los colaboradores de una institución financiera de la Región I Lima 3, 2017.*
- Ruvalcaba, Selva, y Sahagún (2014) Satisfacción Laboral
- Robbins, P., y Stephen. (1999). *Comportamiento Organizacional: Conceptos, controversias y aplicaciones.* Mexico: Octava edición, Prentice-Mexico.
- Robbins, S., y Judge, T. (2013). *Comportamiento Organizacional.* Mexico: Pearson Education Mexico.
- Rousseau, D. M. (1990). *Cultura Organizacional.*
- Rowden, R. (2002). La relación entre el lugar de trabajo aprendizaje y satisfacción laboral en la pequeña mediana empresa de EE. UU. U.S.: Human Development Quarterly.
- Sampieri, R. H. (2018). *Metodología de la Investigación.* Mexico.
- Sanchez Sellero, M., Sanchez Sellero, P., Cruz Gonzales, M., & Sanchez Selero, F. (2014). *Características organizacionales de la satisfacción laboral en España.* España.
- Schnein, E. (2004). *Cultura Organizacional y el liderazgo.* Barcelona: Plaza Janes S.A.
- Shao, Z. (2018). *Cultura organizacional.* Scielo. Obtenido de [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-07642016000600002&script=sci_arttext&tlng=e.](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-07642016000600002&script=sci_arttext&tlng=e)
- Stephen P. & Judge (2009) Satisfacción Laboral
- Suarez R. y Carrasco C. (2017), “*La satisfacción laboral que tiene el personal del departamento de operaciones y el personal del departamento administrativo financiero en relación a la compensación laboral que brinda la organización Grúas*” Atlas, Quito-Ecuador.
- Terán Varela (2011) *Identidad Organizacional*
- Thompson, A. A. (2012). *Administración Estratégica Teoría y Casos.* Mexico: Mexicana. Mexico: Mexicana.

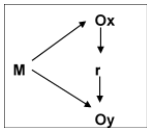
Vargas Hernández (2007) *Cultura organizacional*

Villavicencio D.y Varnesoto N. (2019) *en su investigación titulada Sistematización del proceso diagnóstico de satisfacción laboral en el área de crédito y cartera de la organización financiera-Guayaquil, Ecuador*

Zegarra Ramos, C. J. (2016). *Clima organizacional y satisfacción laboral en los docentes de la institución educativa N°6064 Trujillo*. Trujillo: Universidad Cesar Vallejo.

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: IDENTIDAD ORGANIZACIONAL Y SATISFACCIÓN LABORAL EN LA AGENCIA TAMBO MIBANCO- HUANCAYO 2021

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
PROBLEMA PRINCIPAL ¿Cuál es la relación que existe entre la identidad organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco –Huancayo 2021?	OBJETIVO GENERAL Establecer la relación que existe entre la identidad organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021.	HIPÓTESIS GENERAL Existe una relación significativa entre la identidad organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco – Huancayo 2021	Variable (V1) IDENTIDAD ORGANIZACIONAL	<ul style="list-style-type: none"> • Filosofía organizacional • Cultura organizacional • Diseño organizacional <ul style="list-style-type: none"> • Motivación • Relaciones interpersonales • Incentivos 	M. General: Método científico M. Específicos: Hipotético-Deductivo, Analítico – Sintético <ul style="list-style-type: none"> • Diseño de Investigación: No Experimental: De Corte Transversal • Tipo de Investigación: Básica • Nivel de Investigación: Correlacional  <ul style="list-style-type: none"> • Población y Muestra Población: 38 Muestra: 38 <ul style="list-style-type: none"> • Técnicas e Instrumentos de Recolección de datos Técnicas: Encuesta. Instrumentos: Cuestionario, Estrategias para la Recolección de datos: <ul style="list-style-type: none"> • Técnicas de Procesamiento de datos: SPSS, Excel.
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVO ESPECIFICO	HIPÓTESIS ESPECIFICO	Variable (V2) SATISFACCIÓN LABORAL		
PE1. ¿Cuál es la relación que existe entre la filosofía organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco –Huancayo 2021?	OE1. Establecer la relación que existe entre la filosofía organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021.	H1. Existe una relación significativa entre la filosofía organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021			
PE2 ¿Cuál es la relación que existe entre la cultura organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco –Huancayo 2021?	OE2. Establecer la relación que existe entre la cultura organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021	H2. Existe una relación significativa entre la cultura organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021.			
PE3 ¿Cuál es la relación que existe entre el diseño organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021?	OE3. Establecer la relación que existe entre el diseño organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021	H3. Existe una relación significativa entre el diseño organizacional y la satisfacción laboral en la Agencia Tambo Mibanco-Huancayo 2021			

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
VARIABLE (V₁): Identidad organizacional	Es definida como la realidad y singularidad de la organización. Sus principales componentes son la estrategia de la compañía, la filosofía, la cultura y el diseño organizacional (Balmer, 1998). Una vez más, se muestra la identidad como ese conjunto de factores que hacen única a la organización y no le permiten parecerse a las demás	La identidad organizacional se operacionaliza mediante el instrumento denominado Cuestionario de evaluación, el cual consta de 19 Ítems, los cuales se distribuyen en las dimensiones Filosofía organizacional, cultura organizacional y diseño organizacional	Filosofía organizacional	<ul style="list-style-type: none"> •Visión •Misión •Valores 	ORDINAL Escala de Likert <ul style="list-style-type: none"> • Muy de acuerdo • De acuerdo • Ni de acuerdo ni en desacuerdo • En desacuerdo • Totalmente en desacuerdo
			Cultura organizacional	<ul style="list-style-type: none"> •Innovación •Trabajo en equipo •Cumplimiento de metas •Herramientas necesarias •Aprender a progresar •Ambiente de cooperación 	
			Diseño organizacional	<ul style="list-style-type: none"> •Grado de organización en el trabajo 	
VARIABLE (V₂): Satisfacción Laboral	Rowden (2002) indica que la “satisfacción laboral es una variable independiente esencial que puede guiar el comportamiento de los empleados y afectar el funcionamiento de la organización.	La satisfacción laboral se operacionaliza mediante el instrumento denominado Cuestionario de evaluación, el cual consta de 30 Ítems, los cuales se distribuyen en las dimensiones Motivación, relaciones interpersonales e incentivos	Motivación	<ul style="list-style-type: none"> •Ambiente de trabajo 	ORDINAL Escala de Likert <ul style="list-style-type: none"> • Muy de acuerdo • De acuerdo • Ni de acuerdo ni en desacuerdo • En desacuerdo • Totalmente en desacuerdo
			Relaciones interpersonales	<ul style="list-style-type: none"> •Comunicación de apoyo •Adquisición de influencia 	
			Incentivos	<ul style="list-style-type: none"> •Grado de reconocimiento al trabajo realizado 	

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTO	ESCALA DE MEDICIÓN
VARIABLE (V₁): Identidad Organizacional	Filosofía organizacional	<ul style="list-style-type: none"> •Visión •Misión •Valores 	<ol style="list-style-type: none"> 1. El trabajo que realiza es coherente con la misión-visión de la empresa. 2. Al haber una vacante, la empresa toma en cuenta primero a los trabajadores internos para dicho cargo antes que personas externas. 3. A la empresa le interesa tanto su desarrollo profesional como familiar 4. En la empresa en donde usted labora se promueve el trabajo en equipo. 5. Conoce la misión de la institución. 6. Conoce la visión de la institución. 7. Considera que sus actos se adaptan a los valores de la institución. 8. Al ingresar a trabajar a la institución les dieron a conocer acerca de la misión –visión y valores de la misma. 9. Consideras que los valores con las que cuenta la institución es aplicada por todos los colaboradores de la misma 	CUESTIONARIO	<p style="text-align: center;">ORDINAL</p> <p style="text-align: center;">Escala de Likert</p> <ul style="list-style-type: none"> • Muy de acuerdo • De acuerdo • Ni de acuerdo ni en desacuerdo • En desacuerdo • Totalmente en desacuerdo
	Cultura organizacional	<ul style="list-style-type: none"> •Innovación •Trabajo en equipo •Cumplimiento de metas •Herramientas necesarias •Aprender a progresar •Ambiente de cooperación 	<ol style="list-style-type: none"> 10. En la empresa donde usted labora se fomenta la innovación. 11. En la empresa en donde usted labora se promueve el trabajo en equipo. 12. Para la empresa en donde usted trabaja lo más importante es el cumplimiento de metas. 13. Cree usted que se le suministran las herramientas necesarias para realizar adecuadamente su trabajo. 14. Percibe usted que la empresa le permite aprender y progresar como persona. 15. Percibe usted un ambiente de cooperación dentro de la empresa. 16. Percibe tener autonomía para tomar decisiones relacionadas 		

<p>VARIABLE: (V2) Satisfacción Laboral</p>			con su trabajo.		
	Diseño organizacional	•Grado de organización en el trabajo	<p>17. Consideras el perfil del diseño organizacional está elaborado de acuerdo a la necesidad de la empresa.</p> <p>18. Consideras que la empresa está estructurada, ordenada sinérgicamente las diversas unidades orgánicas de una organización.</p> <p>19. La empresa cuenta con manuales organizacionales que contemple las explicaciones detalladas necesarias, para poder entender cómo opera la organizacional.</p>		
	Motivación	•Ambiente de trabajo .	<p>1. Mi contribución juega un papel importante con el éxito de la institución.</p> <p>2. La labor que desempeño es valorada por todos los agentes de la institución.</p> <p>3. Me desenvuelvo responsablemente.</p> <p>4. Siento que estoy realizando algo valioso</p> <p>5. Mi trabajo me ofrece hacer las cosas que me gustan.</p> <p>6. Me siento complacido con la actividad que realizo.</p> <p>7. El trabajo que realizo es motivador.</p> <p>8. Disfruto de cada labor que realizo en mi trabajo.</p> <p>9. Mi trabajo permite desarrollarme personalmente.</p>		<p>ORDINAL</p> <p>Escala de Likert</p> <ul style="list-style-type: none"> • Muy de acuerdo • De acuerdo • Ni de acuerdo ni en desacuerdo • En desacuerdo • Totalmente en desacuerdo
	Relaciones interpersonales	•Comunicación de apoyo •Adquisición de influencia	<p>10. La relación con mis compañeros de trabajo es buena.</p> <p>11. El ambiente creado por mis compañeros es el ideal para desempeñar mis funciones.</p> <p>12. Me agrada trabajar con mis compañeros.</p> <p>13. Prefiero tomar distancia con las personas con las que trabajo.</p> <p>14. La solidaridad es una virtud característica en nuestro grupo de trabajo.</p> <p>15. Existe buena comunicación entre mis compañeros de trabajo.</p> <p>16. Es grata la disposición de mi jefe cuando les pido alguna consulta.</p> <p>17. La relación que tengo con mis superiores es cordial.</p>		

			<p>18. No me siento a gusto con mis jefes.</p> <p>19. Mis jefes valoran el esfuerzo que hago en mi trabajo</p>		
	Incentivos	<p>•Grado de reconocimiento al trabajo realizado</p>	<p>20. Recibo buen trato en mi trabajo.</p> <p>21. En mi trabajo reconocen habitualmente la buena labor realizada.</p> <p>22. Los colaboradores planifican con anticipación sus actividades.</p> <p>23. Los beneficios que me ofrecen en mi trabajo son los adecuados.</p> <p>24. Existe un ambiente organizado en mi trabajo.</p> <p>25. Tengo la libertad de elegir mis métodos de trabajo.</p> <p>26. Existen programas de capacitación de parte del ministerio.</p> <p>27. Recibo apoyo de parte de la institución para realizar mi trabajo.</p> <p>28. Son flexibles para la entrega de documentos en mi trabajo.</p> <p>29. Reconocen mi labor realizada en actos públicos.</p> <p>30. Estoy conforme con el salario que recibo.</p>		

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN



**INSTRUMENTO PARA ESTABLECER LA IDENTIDAD ORGANIZACIONAL Y SATISFACCIÓN
LABORAL EN LA AGENCIA TAMBO MIBANCO-HUANCAYO 2021**

Finalidad: El instrumento tiene por finalidad establecer la identidad organizacional y satisfacción laboral.

Instrucciones: Favor de marcar una alternativa por cada ítem del cuestionario, la que más se acerca a su percepción y con la veracidad que caracteriza a su persona.

Valoración:

5 = Totalmente de acuerdo

4 = De acuerdo

3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo

2 = En desacuerdo

1 = Totalmente en desacuerdo

N°	DIMENSIONES / ITEM	ESCALA ORDINAL				
		1	2	3	4	5
D1: FILOSOFÍA ORGANIZACIONAL						
1	El trabajo que realiza es coherente con la misión-visión de la empresa	1	2	3	4	5
2	Al haber una vacante, la empresa toma en cuenta primero a los trabajadores internos para dicho cargo antes que personas externas.	1	2	3	4	5
3	A la empresa le interesa tanto su desarrollo profesional como familiar	1	2	3	4	5
4	En la empresa en donde usted labora se promueve el trabajo en equipo	1	2	3	4	5
5	Conoce la misión de la institución	1	2	3	4	5
6	Conoce la visión de la institución	1	2	3	4	5
7	Considera que sus actos se adaptan a los valores de la institución	1	2	3	4	5
8	Al ingresar a trabajar a la institución les dieron a conocer acerca de la misión –visión y valores de la misma	1	2	3	4	5
9	Consideras que los valores con las que cuenta la institución es aplicada por todos los colaboradores de la misma.	1	2	3	4	5
D2: CULTURA ORGANIZACIONAL						
10	En la empresa donde usted labora se fomenta la innovación	1	2	3	4	5
11	En la empresa en donde usted labora se promueve el trabajo en equipo	1	2	3	4	5
12	Para la empresa en donde usted trabaja lo más importante es el cumplimiento de metas.	1	2	3	4	5
13	Cree usted que se le suministran las herramientas necesarias para realizar adecuadamente su trabajo.	1	2	3	4	5
14	Percibe usted que la empresa le permite aprender y progresar como persona	1	2	3	4	5
15	Percibe usted un ambiente de cooperación dentro de la empresa	1	2	3	4	5
16	Percibe tener autonomía para tomar decisiones relacionadas con su trabajo	1	2	3	4	5
D3: DISEÑO ORGANIZACIONAL						
17	Consideras el perfil del diseño organizacional está elaborado de acuerdo a la necesidades de la empresa.	1	2	3	4	5
18	Consideras que la empresa está estructurada, ordenada sinérgicamente las diversas unidades orgánicas de una organización	1	2	3	4	5
19	La empresa cuenta con manuales organizacionales que contemple las explicaciones detalladas necesarias, para poder entender cómo opera la organizacional.	1	2	3	4	5



**INSTRUMENTO PARA ESTABLECER LA IDENTIDAD ORGANIZACIONAL Y SATISFACCIÓN
LABORAL EN LA AGENCIA TAMBO MIBANCO-HUANCAYO 2021**

Finalidad: El instrumento tiene por finalidad establecer la satisfacción laboral

Instrucciones: Favor de marcar una alternativa por cada ítem del cuestionario, la que más se acerca a su percepción y con la veracidad que caracteriza a su persona.

Valoración:

5 = Totalmente de acuerdo

4 = De acuerdo

3= Ni de acuerdo ni en desacuerdo

2 = En desacuerdo

1 = Totalmente en desacuerdo

N°	DIMENSIONES / ITEM	ESCALA ORDINAL ¹¹⁶				
		1	2	3	4	5
D1: MOTIVACIÓN						
1	Mi contribución juega un papel importante con el éxito de la institución..	1	2	3	4	5
2	La labor que desempeño es valorada por todos los agentes de la institución	1	2	3	4	5
3	Me desenvuelvo responsablemente	1	2	3	4	5
4	Siento que estoy realizando algo valioso	1	2	3	4	5
5	Mi trabajo me ofrece hacer las cosas que me gustan	1	2	3	4	5
6	Me siento complacido con la actividad que realizo	1	2	3	4	5
7	El trabajo que realizo es motivador	1	2	3	4	5
8	Disfruto de cada labor que realizo en mi trabajo	1	2	3	4	5
9	Mi trabajo permite desarrollarme personalmente	1	2	3	4	5
D2: RELACIONES INTERPERSONALES						
10	La relación con mis compañeros de trabajo es buena	1	2	3	4	5
11	El ambiente creado por mis compañeros es el ideal para desempeñar mis funciones .	1	2	3	4	5
12	Me agrada trabajar con mis compañeros	1	2	3	4	5
13	Prefiero tomar distancia con las personas con las que trabajo	1	2	3	4	5
14	La solidaridad es una virtud característica en nuestro grupo de trabajo	1	2	3	4	5
15	Existe buena comunicación entre mis compañeros de trabajo	1	2	3	4	5
16	Es grata la disposición de mi jefe cuando les pido alguna consulta	1	2	3	4	5
17	La relación que tengo con mis superiores es cordial	1	2	3	4	5
18	No me siento a gusto con mis jefes	1	2	3	4	5
19	Mis jefes valoran el esfuerzo que hago en mi trabajo .	1	2	3	4	5
D3: INCENTIVOS						
20	Recibo buen trato en mi trabajo ..	1	2	3	4	5
21	En mi trabajo reconocen habitualmente la buena labor realizada .	1	2	3	4	5
D4: ORGANIZACIÓN						
22	Los colaboradores planifican con anticipación sus actividades.	1	2	3	4	5

23	Los beneficios que me ofrecen en mi trabajo son los adecuados	1	2	3	4	5
24	Existe un ambiente organizado en mi trabajo	1	2	3	4	5
25	Tengo la libertad de elegir mis métodos de trabajo	1	2	3	4	5
26	Existen programas de capacitación de parte del ministerio	1	2	3	4	5
27	Recibo apoyo de parte de la institución para realizar mi trabajo	1	2	3	4	5
28	Son flexibles para la entrega de documentos en mi trabajo	1	2	3	4	5
29	Reconocen mi labor realizada en actos públicos	1	2	3	4	5
30	Estoy conforme con el salario que recibo	1	2	3	4	5

CONFIABILIDAD VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO

TITULO DE LA TESIS: IDENTIDAD ORGANIZACIONAL Y SATISFACCIÓN LABORAL EN LA AGENCIA TAMBO MIBANCO-HUANCAYO 2021

DIRIGIDO A: AGENCIA TAMBO MIBANCO-HUANCAYO

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: LLIHUA CARRASCO, Neftalí

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: MAESTRO EN GESTIÓN PÚBLICA

FECHA: 12/03/2022

VALORACIÓN:

Muy Alto	Alto	Medio	Bajo	Muy Bajo
----------	-----------------	-------	------	----------

FIRMA DEL EVALUADOR

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO

TITULO DE LA TESIS: IDENTIDAD ORGANIZACIONAL Y SATISFACCIÓN LABORAL EN LA AGENCIA TAMBO MIBANCO-HUANCAYO 2021

DIRIGIDO A: AGENCIA TAMBO MIBANCO-HUANCAYO

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: PAUL DENIS MARTINEZ VITOR

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: MAESTRO EN ADMINISTRACION ESTRATEGICA DE EMPRESAS

FECHA: 10/03/2022

VALORACIÓN:

Muy Alto	Alto	Medio	Bajo	Muy Bajo
----------	-----------------	-------	------	----------

Mtro. Paul Denis Martinez Vitor
ADMINISTRADOR
CLAD - 03489

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE INSTRUMENTO**NOMBRE DEL INSTRUMENTO:** CUESTIONARIO**TÍTULO DE LA TESIS:** IDENTIDAD ORGANIZACIONAL Y SATISFACCIÓN LABORAL EN LA AGENCIA TAMBO MIBANCO-HUANCAYO 2021**DIRIGIDO A:** AGENCIA TAMBO MIBANCO-HUANCAYO**APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR:** MIGUEL CERRON ALIAGA**GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR:** _ MAGISTER EN GESTION PUBLICA**FECHA:** 25/03/2022**VALORACIÓN:**

Muy Alto	Alto	Medio	Bajo	Muy Bajo
----------	-----------------	-------	------	----------


Mg. Miguel Cerrón Aliaga
Reg. CLAD N° 03686

DATA Y PROCESAMIENTO DE DATOS

VARIABLE	IDENTIDAD ORGANIZACIONAL																		
DIMENSIONES	FILOSOFÍA ORGANIZACIONAL									CULTURA ORGANIZACIONAL							DISEÑO ORGANIZACIONAL		
ITEMS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
SUJETOS																			
1	2	3	4	2	1	1	3	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2
2	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4
3	4	5	4	4	3	4	4	3	3	3	5	3	3	4	4	4	5	4	3
4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	3	4	4	4	4	3	4	4
5	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3
6	4	4	3	5	4	4	5	4	3	4	5	5	4	3	4	3	4	5	4
7	3	2	3	1	3	3	2	2	4	3	2	2	3	3	3	3	3	4	3
8	4	3	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4	5	4	3	4
9	2	3	4	2	1	1	3	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2
10	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4
11	4	5	4	4	3	4	4	3	3	3	5	3	3	4	4	4	5	4	3
12	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	3	4	4	4	4	3	4	4
13	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3
14	4	4	3	5	4	4	5	4	3	4	5	5	4	3	4	3	4	5	4
15	3	2	3	1	3	3	2	2	4	3	2	2	3	3	3	3	3	4	3
16	4	3	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4	5	4	3	4
17	2	3	4	2	1	1	3	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2
18	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4
19	4	5	4	4	3	4	4	3	3	3	5	3	3	4	4	4	5	4	3
20	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	3	4	4	4	4	3	4	4
21	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3
22	4	4	3	5	4	4	5	4	3	4	5	5	4	3	4	3	4	5	4
23	3	2	3	1	3	3	2	2	4	3	2	2	3	3	3	3	3	4	3
24	4	3	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4	5	4	3	4
25	2	3	4	2	1	1	3	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2
26	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4
27	4	5	4	4	3	4	4	3	3	3	5	3	3	4	4	4	5	4	3
28	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	3	4	4	4	4	3	4	4
29	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3
30	4	4	3	5	4	4	5	4	3	4	5	5	4	3	4	3	4	5	4
31	3	2	3	1	3	3	2	2	4	3	2	2	3	3	3	3	3	4	3
32	4	3	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4	5	4	3	4
33	2	3	4	2	1	1	3	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2
34	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4
35	4	5	4	4	3	4	4	3	3	3	5	3	3	4	4	4	5	4	3
36	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	3	4	4	4	4	3	4	4
37	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3
38	4	4	3	5	4	4	5	4	3	4	5	5	4	3	4	3	4	5	4

VARIABLES	SATISFACCION LABORAL																														
	MOTIVACIÓN									RELACIONES INTERPERSONALES										INCENTIVOS		ORGANIZACIÓN									
DIMENSIONES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
ITEMS																															
SUJETOS																															
1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2		
2	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	
3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	2	5	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	2	4	3	4	3	
4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	3	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3	
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	3	3	4	4	2	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	
6	5	3	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	1	4	4	4	4	1	5	5	5	4	4	4	3	2	4	4	4	4	
7	3	4	1	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	4	2	3	2	4	4	3	4	3	4	
8	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	
9	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	
10	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	
11	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	2	5	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	2	4	3	4	3	
12	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	3	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3	
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	3	3	4	4	2	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	
14	5	3	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	1	4	4	4	4	1	5	5	5	4	4	4	3	2	4	4	4	4	
15	3	4	1	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	4	2	3	2	4	4	3	4	3	4	
16	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	
17	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	
18	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	
19	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	2	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	3	4	3
20	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	3	4	3	4	5	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	3	3	
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	3	3	4	4	2	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	
22	5	3	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	1	4	4	4	4	1	5	5	5	4	4	4	3	2	4	4	4	4	
23	3	4	1	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	4	2	3	2	4	3	4	3	4	4	
24	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	
25	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	
26	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	
27	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	2	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	3	4	3
28	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	3	4	3	4	5	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	3	3	
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	3	3	4	4	2	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	
30	5	3	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	1	4	4	4	4	1	5	5	5	4	4	4	3	2	4	4	4	4	
31	3	4	1	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	4	2	3	2	4	4	3	4	3	4	
32	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	
33	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
34	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
35	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	2	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	3	4	3
36	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	3	4	3	4	5	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	3	3	
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	3	3	4	4	2	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	
38	5	3	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	1	4	4	4	4	1	5	5	5	4	4	4	3	2	4	4	4	4	

FOTOS DE LA APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO

El cuestionario se aplicó de manera virtual por motivos de la Pandemia

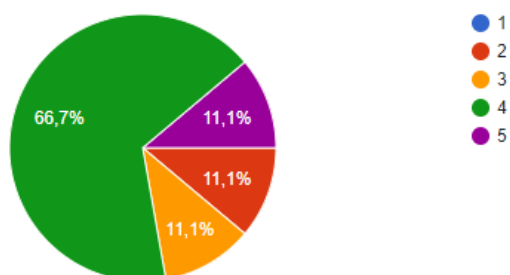
VARIABLE (1) : IDENTIDAD ORGANIZACIONAL

DIMENSION 1: FILOSOFÍA ORGANIZACIONAL

1. El trabajo que realiza es coherente con la misión-visión de la empresa.

[Copiar](#)

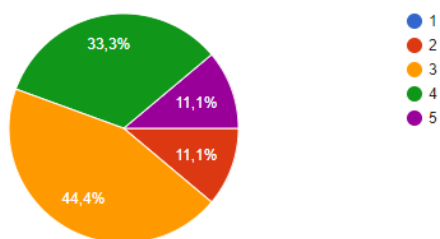
9 respuestas



2. Al haber una vacante, la empresa toma en cuenta primero a los trabajadores internos para dicho cargo antes que personas externas.

[Copiar](#)

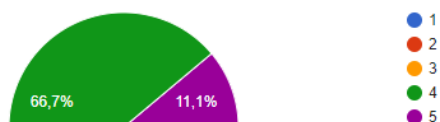
9 respuestas



3. A la empresa le interesa tanto su desarrollo profesional como familiar.

[Copiar](#)

9 respuestas



BASE DE DATOS DE LOS COLABORADORES DE LA AGENCIA

TAMBO MI BANCO

NUEVA CONFORMACION DE EQUIPOS					
LIDER: MIAEL ALEJANDRO MENDEZ			LIDER: AUGUSTO EGOAVIL GALINDO		
	EQUIPO 1	CODIGO		EQUIPO 2	CODIGO
22	JAVIER JESUS ROMERO LIVANO	84488	APOYO	JOSE LUIS HUACHOHUILCA ANTEZANA	72392
23	ERIKA YENY RAMOS ALCANTARA	85724	APOYO	CYNTHIA #AHUI ORTIZ	79209
24	JOHANA URETA SANCHEZ	73060	APOYO	MARIELI ROSA CRISOSTOMO CARDENAS	16165
25	FABIO OMAR GONZALEZ ZARATE	19693	APOYO	LENA MARYLIN DAVILA GONZALES	13161
26	SHEYLA DAISY HUANAY PITUY	81380	APOYO	GABRIELA LUZ CONTRERAS ROJAS	19913
27	JUAN JOSE GUICAPUZA GUTARRA	70504	APOYO	KAREN XIMENA MARTINEZ GASPAR	65691
28	PALMIRA CLARA BUENO RODRIGUEZ	86886	APOYO	MALENY GINA VILLANUEVA ROSALES	82639
29	JHOSELYNE VEGA CHUQUILLANQUI	78555	APOYO	YOLANDA CELIA FERNANDEZ FLORES	64662
30					
31	EDITH SOLANO QUISPE	86885	remoto/vulnerable		
32	PILAR EPIFANIA TICSE QUISPE	15437	c/ LICENCIA		
33					
34					
35					

"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de independencia"

SOLICITO: CONSENTIMIENTO INFORMADO

Señor:

AUGUSTO EGOAVIL GALINDO

Gerente de Agencia Tambo Mibanco

De mi especial consideración:

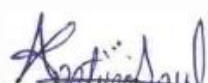
Le damos un cordial saludo y a la vez hacer de su conocimiento que nosotras PAMELA PATRICIA CAJA PONCE, identificada con DNI N° 71716276 y ARTURO SAUL ALTAMIRANO GARAY, identificado con DNI N° 74088225 en la calidad de investigadores, nos dirigimos a su despacho con la finalidad de solicitarle el permiso correspondiente a fin de que pueda brindarnos las facilidades del caso ya que tenemos el interés de realizar la investigación en la Agencia Tambo Mibanco, cuyo título es IDENTIDAD ORGANIZACIONAL Y SATISFACCIÓN LABORAL EN LA AGENCIA TAMBO MIBANCO-HUANCAYO 2021, el objeto de esta solicitud, es determinar la relación que tiene la identidad organizacional con la satisfacción laboral de los colaboradores. Asimismo, comprometernos que una vez terminado el proceso de análisis de los datos se entregara un ejemplar a su despacho.

Es importante mencionar que esta actividad no conlleva ningún gasto por parte de su institución y que tomara resguardo necesario para no interferir con el normal funcionamiento de las actividades propias de la institución, de igual manera se entregará al personal un consentimiento informado donde se le invita a participar del proyecto y se le explique en qué consistirá la investigación.

Sin otro en particular y seguras de contar con su apoyo, hago propicia la ocasión para reiterarle las muestras de mi especial consideración y deseándole éxitos en la gestión que viene desarrollando en beneficio de la población estudiantil.

Huancayo, 07 de octubre del 2021


 Pamela Patricia Caja Ponce
 DNI N°71716276


 Arturo Saul Altamirano Garay
 DNI N°74088225


 Johana Elsa Huaman Salazar
 Ejecutivo de Banca de Servicio
 mibanco