



Universidad Nacional  
**SAN LUIS GONZAGA**



## **Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0 Internacional**

Esta licencia es la más restrictiva de las seis licencias principales Creative Commons, permitiendo a otras solo descargar sus obras y compartirlas con otras siempre y cuando den crédito, pero no pueden cambiarlas de forma alguna ni usarlas de forma comercial.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0>



NÚMERO: 2022 - 073

## EVALUACION DE ORIGINALIDAD

### CONSTANCIA

El que suscribe, deja constancia que se ha realizado el análisis con el software de verificación de similitud al documento cuyo título es:

### **“IDENTIDAD ORGANIZACIONAL Y LA SATISFACCIÓN LABORAL DE LOS TRABAJADORES DEL HOTEL CASA ANDINA CLASSIC DEL DISTRITO DE NASCA DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DE 2019”**

presentado por: HUAMÁN CHUQUIHUACCHA, RICARDO CHRISTIAN, del nivel de Pre Grado de la FACULTAD DE CCTYA, Escuela Profesional de Turismo. El resultado obtenido es: PORCENTAJE DE SIMILITUD 2 % por el cual se otorga el calificativo de:

APROBADO, según el Reglamento de Evaluación de Originalidad.

Se adjunta al presente el reporte de evaluación con el software de verificación de originalidad.

Observaciones:

Ninguna

Ica, 22 de Noviembre del 2022

UNIVERSIDAD NACIONAL "SAN LUIS GONZAGA"  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y ARQUEOLOGÍA  
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN  
  
Lic. Adm. MIRIAM GALA OLIVEROS  
DIRECTORA DE ADMINISTRACIÓN I

**UNIVERSIDAD NACIONAL “SAN LUIS GONZAGA”**

**VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN**

**Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Arqueología**

**Programa Académico de Turismo**



**“Identidad organizacional y la Satisfacción Laboral de los  
trabajadores del Hotel Casa Andina Classic del distrito de Nasca  
durante el primer semestre de 2019”**

**Línea de investigación:**

**Sociedad, Desarrollo Sostenible, Políticas Públicas y Ambientales**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

**PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADO EN TURISMO**

**Presentado por el Bachiller en Turismo:**

**Ricardo Christian Huamán Chuqui huaccha**

**Ica - Perú**

**2019**

**Trabajo de investigación**

**IDENTIDAD ORGANIZACIONAL Y LA  
SATISFACCIÓN LABORAL DE LOS  
TRABAJADORES DEL HOTEL CASA ANDINA  
CLASSIC DEL DISTRITO DE NASCA,  
DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DEL 2019**

## *DEDICATORIA*

A Dios por bendecir mis acciones cada día,

A mis padres por su invaluable apoyo y

A mi familia por su motivación diaria.

## Índice

Resumen .....	5
Abstract .....	6
Introducción .....	7
I. Título .....	9
II. Fundamentación del problema .....	9
2.1. Formulación del problema .....	9
2.1.1. Problema general .....	9
2.2.2. Problemas específicos .....	10
III. Marco teórico .....	10
3.1 Antecedentes .....	10
3.2 Marco conceptual .....	11
3.2.1 Compromiso laboral .....	11
IV. Objetivos .....	16
4.2. Objetivo general .....	17
4.3. Objetivo específico .....	17
4.3. Hipótesis .....	17
4.3.1. Hipótesis principal .....	17
4.3.2. Hipótesis específicas .....	17
4.4. Variables .....	17
4.5. Indicadores de variables .....	17
V. Importancia y justificación .....	18
5.1. Importancia .....	18
5.2. Justificación .....	18
VI. Diseño de la investigación .....	19
6.1. Tipo de investigación .....	19
6.2. Ámbito de la investigación .....	19
VII. Metodología operativa de la investigación .....	19
7.1. Población y muestra de la investigación .....	19
7.2. Métodos y técnicas de la investigación .....	20
7.3. Técnicas de análisis de datos .....	21
VIII. Cronograma .....	21
IX. Presupuesto .....	21
X. Conclusiones, descripción de resultados y sugerencias .....	22
10.1 Conclusiones .....	22
10.2 Descripción de resultados .....	22
10.2 Sugerencias .....	31
XI. Bibliografía y referencias .....	32
Anexos .....	34
- Encuesta realizada .....	34
- Interpretación de cuadros – entrevista .....	37
- Ficha técnica 1 .....	38
- Ficha técnica 2 .....	40

## RESUMEN

Durante mi estadía en las aulas universitarias y mi futura experiencia profesional siempre era de mi preocupación evaluar cómo se sentían los trabajadores del rubro hotelería y que tanto esa condición podría influir en la calidad del servicio a los turistas y en especial a los turistas nacionales respecto a su estadía y confort en las instalaciones de los hoteles tres estrellas en la ciudad de Nazca, es por ello que nuestra investigación tiene esa orientación y pretendemos estudiar cuál es el nivel de satisfacción laboral y la identidad organizacional.

Durante el desarrollo de la investigación buscamos establecer la relación que existe entre las variables de estudio elegidas la identidad organizacional y la satisfacción laboral.

Se tiene que considerar también que los clientes de los hoteles tres estrellas, en su mayoría son turistas y ven en busca de lugares agradables y cómodos dónde pernoctar, por este motivo es fundamental que, para cumplir con sus expectativas, debemos de contar con un personal motivado, que haga sentir al huésped como en su casa.

En razón a la parte metodológica se considera que es una investigación de tipo no experimental se utilizó el diseño de investigación básica descriptiva, por consecuencia no se manipulará deliberadamente las variables y solo se observarán los fenómenos en su ambiente natural.

La población estuvo conformada por los colaboradores del hotel Casa Andina125 la misma que se eligió de manera arbitraria.

Para la recolección de datos se elaboró una encuesta y una ficha de observación para evaluar el nivel de satisfacción de los colaboradores respecto al desarrollo de sus actividades de servicio.

Mientras que para el procesamiento de datos se utilizó la estadística descriptiva para la representación de resultados en tablas y figuras, además de la estadística inferencial para la comprobación de las hipótesis.

**Palabras claves:** Satisfacción laboral, identidad organizacional, Servicio, Turismo.

## ABSTRACT

During my stay in the university classrooms and my future professional experience, it was always of my concern to evaluate how hotel workers felt and how much that condition could influence the quality of service to tourist and especially national tourists regarding their Stay and comfort in the facilities of the three star hotels in the city of Nazca, that is why our research has that orientation and we intend to study what is the level of job satisfaction and organizational identity.

During the development of the research we seek to establish the relationship that exists between the chosen study variables, organizational identity and job satisfaction.

It must also be considered that the clients of the three-star hotels are mostly tourist and go in search of pleasant and comfortable places to spend the night, for this reason it is essential that to meet their expectations, we must have a motivated staff, make the guest feel at home.

Due to the methodological part, it is considered that it is a non-experimental investigation, the design of descriptive basic research was used, therefore the variables will not be deliberately manipulated and only the phenomena will be observed in their natural environment.

The population was made up of the employees of the Casa Andina125 hotel, which was chosen arbitrarily.

For the data collection, a survey and an observation sheet were prepared to assess the level of satisfaction of the employees regarding the development of their service activities.

While descriptive statistics were used for data processing for the presentation of results in tables and figures, in addition to the inferential statistics for testing the hypotheses.

**Keywords:** Job satisfaction, organizational identity, service, tourism.

## Introducción

Durante los últimos 20 años en el Perú, el crecimiento del turismo interno ha presentado cifras alentadoras, motivado por el crecimiento económico y el estímulo por parte del estado de promover destinos turísticos nacionales.

Es razón a ello la región de Ica es uno de los principales destinos turísticos por sus atractivos turísticos y la cercanía a la capital. Por tanto, la provincia de Nazca no es la excepción y en especial los atractivos turísticos como las líneas de Nazca, los acueductos de Cantalloc, entre otros destinos de interés de los turistas nacionales y extranjeros.

En relación al tema, preocupa mucho este aspecto del servicio, pues mucho de los visitantes reciben un servicio de calidad y en este trabajo trataré de investigar cómo es que se sienten las personas que brindan esos servicios.

Para poder probar la hipótesis, se ha trabajado a partir de lo observado y descrito en el planteamiento del problema, señalando en base a los resultados obtenidos en la investigación.

Este trabajo de investigación se elaboró de acuerdo a los lineamientos de la Universidad Nacional “San Luis Gonzaga” de Ica, estructurado en cinco capítulos:

**En la Fundamentación del problema**, se aborda constructos psicológicos que se enmarcan en el ámbito organizacional como el compromiso laboral definido por Kahn (1990) como un constructo único asociado al desempeño del individuo y la conexión con su labor, que se expresa en física, cognitiva y emocionalmente durante el desarrollo de su función, Schmitt et al. (1995) define a la identidad como el “grado en el cual la empresa ha logrado una imagen distintiva y coherente en su producción estética”, en tanto, Locke (1976) define la satisfacción laboral como “un estado emocional positivo o placentero, resultante de la percepción subjetiva de las experiencias laborales de la persona”.

**En el Marco Teórico**, se desarrolla el marco referencial, donde se habla sobre los antecedentes del problema de investigación, las bases teóricas de la investigación y desarrollo del marco conceptual.

**En los objetivos**, como objetivo general nos planteamos determinar en qué medida la identidad organizacional se relaciona con la satisfacción laboral de los colaboradores del hotel Casa Andina de la provincia de Nazca durante el primer semestre del 2019. Así mismo, identificamos la hipótesis general y específicas, así como el sistema de variables, tanto independiente y dependiente.

**En la importancia y justificación** del trabajo, se busca conocer y analizar las diversas situaciones en las que se involucra el trabajador del rubro hotelero que brindan el servicio turístico y si el personal está lo suficientemente motivado y preparado para brindar el servicio y se justifica el estudio porque a través del cual, se abre la posibilidad de obtener nuevos conocimientos que incrementarán la comprensión del problema de la satisfacción laboral, estos nuevos conocimientos podrían dar lugar a la optimización en el manejo de las empresas y esto a su vez puede quedar expresada en una mejor productividad.

**En el Diseño de la Investigación,** se propone una representación diagramada del diseño de investigación y se reconoce como Ámbito de la investigación el hotel casa Andina Classic de Nasca y el tiempo de duración de la investigación fue de 6 meses. De acuerdo a Hernández y Mendoza (2018), la población donde se realizará el estudio “debe situarse de manera concreta por sus características de contenido, lugar y tiempo, así como accesibilidad” (p.199).

**En la Metodología operativa de la investigación,** identificamos la estrategia metodológica de la investigación, señalamos el tipo, nivel y diseño de investigación, la población y muestra materia de investigación. Asimismo, se explica las técnicas e instrumentos de investigación: técnicas de recolección de datos, instrumentos de recolección de datos, y las técnicas de procesamiento de datos, el análisis e interpretación de resultados.

**Cronograma.** Se presenta un cuadro cronograma de actividades.

**Presupuesto.** Se presenta un cuadro presupuestal de la investigación

**Conclusiones y recomendaciones,** Finalmente, se redacta las conclusiones y recomendaciones del caso, así como se menciona las fuentes de información y los anexos.

## I. Título

Identidad organizacional y la satisfacción laboral de los trabajadores del hotel Casa Andina Classic del distrito de Nasca durante el primer semestre del 2019

## II. Fundamentación del problema

En los últimos años, se ha observado en nuestra sociedad grandes cambios, producto de la economía más competitiva y vertiginosa que se ve reflejada en los mercados de capitales, la modernización y la tecnología, en tal sentido, las instituciones privadas, así como las instituciones del estado, deben asimilar estos cambios y procurar adecuar las prácticas administrativas, especialmente en la gestión de los recursos humanos.

En este sentido, en este estudio se aborda constructos psicológicos que se enmarcan en el ámbito organizacional como el compromiso laboral definido por Kahn (1990) como un constructo único asociado al desempeño del individuo y la conexión con su labor, que se expresa en física, cognitiva y emocionalmente durante el desarrollo de su función, Schmitt et al. (1995) define a la identidad como el “grado en el cual la empresa ha logrado una imagen distintiva y coherente en su producción estética”, en tanto, Locke (1976) define la satisfacción laboral como “un estado emocional positivo o placentero, resultante de la percepción subjetiva de las experiencias laborales de la persona”.

Este estudio se realiza porque a través del cual, se abre la posibilidad de obtener nuevos conocimientos que incrementarán la comprensión del problema de la satisfacción organizacional, estos nuevos conocimientos podrían dar lugar a la optimización en el manejo de las empresas y esto a su vez puede quedar expresada en una mejor productividad.

La industria hotelera juega un papel muy importante en cuanto a la satisfacción del cliente, es por esto, que las empresas que brindan el servicio de alojamiento deben poseer una estructura organizacional, ya que los turistas al llegar al establecimiento esperan mucho más que un lugar donde descansar, esperan comodidad, seguridad, accesibilidad y un servicio de calidad, que pueda satisfacer sus necesidades y supere sus expectativas.

El distrito de Nazca cuenta con hoteles de diferentes categorías siendo una gran variedad de alternativas para los turistas, estos hoteles ofrecen una calidad de servicio muy diferente entre ellas, que son importante de conocer y analizar. Hoteles como Casa Andina y el Hotel Alegría son los más reconocidos en su categoría al tener una muy buena y adecuada ubicación, y brindar los principales servicios de calidad que busca el turista.

Por ello, el desarrollo de este trabajo de investigación se centrará en determinar la relación entre la identidad organizacional y la satisfacción laboral de los colaboradores de estos hoteles ya mencionados para conocer aquellos puntos débiles que influyen en la calidad del servicio hacia el turista y así hacer frente a este nuevo panorama.

## **2.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.**

### **2.1.1. PROBLEMA GENERAL:**

P.G. ¿En qué medida la identidad organizacional se relaciona con la satisfacción laboral de los colaboradores del hotel Casa Andina de la Provincia de Nazca durante el primer semestre del 2019?

### **2.1.2. PROBLEMAS ESPECIFICOS:**

P.E.1: ¿En qué medida la identidad organizacional se relaciona con la satisfacción laboral de los colaboradores según su edad del hotel Casa Andina de la provincia de Nazca durante el primer semestre del 2019?

P.E.2: ¿En qué medida la identidad organizacional se relaciona con la satisfacción laboral de los colaboradores según su sexo del hotel Casa Andina de la provincia de Nazca durante el primer semestre del 2019?

P.E.3: ¿En qué medida la identidad organizacional se relaciona con la satisfacción laboral de los colaboradores según los años de servicio del hotel Casa Andina de la provincia de Nazca durante el primer semestre del 2019?

### **III. Marco teórico**

A continuación, precisamos antecedentes, así como aspectos teóricos y académicos que le darán soporte al presente trabajo de investigación.

## **3.1. ANTECEDENTES**

Revisando la literatura, encontramos algunos casos e investigaciones vinculadas a nuestro tema de investigación. Veamos:

**Título de Tesis:** “La calidad de servicio en la industria hotelera como resultado de la cultura organizacional”

**Título a:** Licenciatura en Hotelería

**Autor:** Paula Vanesa Iva

**Fecha:** Setiembre, 2007 – Argentina

**Universidad:** Universidad abierta interamericana – Facultad de Turismo y Hospitalidad.

Esta investigación tiene el propósito de demostrar que la cultura organizacional es una estructura de valores y creencias compartidas, y a partir de esta investigación, el punto de partida para el desarrollo de esta cultura es la definición de la visión, misión y valores de la organización, y entre los valores que el empresario hotelero deberá considerar hacia el huésped es hacer de la calidad una práctica habitual, fijar de manera clara sus productos y/o servicios, asumir una actitud de servicio, anticiparse a las expectativas del huésped, escuchar reclamos o sugerencias y sobretodo, respeto

y sinceridad a los huéspedes invitándolos a comunicar aquello que no les gusta. Se tiene que definir una cultura que se centra en todos aquellos que integran la organización, altamente participativa y con un verdadero trabajo en equipo y de servicio al huésped.

**Título de Tesis:** “Evaluación de la calidad del servicio en el Hotel Girasoles de la ciudad de Lima, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas”

**Título a:** Licenciatura en Hotelería y Turismo

**Autor:** Hendrix Garcia

**Fecha:** 2015 – Perú

**Universidad:** Universidad Norbert Wiener

Esta investigación tiene como objetivo principal evaluar la calidad del servicio del Hotel Girasoles, bajo el cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas. La información presentada referente al hotel se obtuvo mediante técnicas e instrumentos de investigación como la observación, la entrevista y la aplicación de cuestionarios. Respecto al perfil del personal se determinó que, si cuentan con una formación profesional, ya que el hotel cuenta con un certificado con el sello de calidad turística, otorgado por MINCETUR. Finalmente, la investigación mostró resultados que, en términos generales, el Hotel Girasoles cumple con el 98% de los estándares evaluados, lo que da como resultado que la calidad que brinda la empresa a sus clientes sea buena y/o excelente, sin embargo, existen leves situaciones por mejorar en la gestión de su Cultura Organizacional.

**Título de Tesis:** “Análisis de un proceso de cambio cultural como soporte de una estrategia de negocio en una empresa peruana”

**Título a:** Licenciatura en Hotelería

**Autor:** Orbegozo & Duffo

**Fecha:** 2018 – Perú

Los autores concluyen que una cultura organizacional alineada con las estrategias de la empresa aporta y genera resultados consistentes en la empresa, las estrategias soportadas en la cultura organizacional repercuten en las creencias de los demás subordinados y en el afianzamiento de la cultura de la empresa. Cuando los líderes son los impulsores en el cambio, el impacto tiene mayor fuerza y genera transformación, pero el cambio de cultura organizacional es un proceso a largo plazo.

### 3.2. Marco Conceptual

Revisamos algunos aspectos teóricos que nos permitirán fundamentar el Marco Conceptual de nuestro trabajo de investigación:

### **3.2.1. Compromiso laboral.**

Desde su aparición hace más de dos décadas, el concepto de compromiso laboral resulta difícil de definir, partiendo del hecho de que aún no existe una traducción al español que sea apropiada y abarque la dimensión total del concepto. No obstante, desde los distintos marcos teóricos, existe coincidencia con respecto a sus componentes: conductual-energético (vigor), emocional (dedicación) y cognitivo (absorción) (Lorente y Vera 2010). Para Kahn (1990), el compromiso laboral es un constructo único que está asociado con el desempeño individual y conexión de la persona con su trabajo, que se expresa en forma física, cognitiva y emocional durante el desarrollo de su rol (Saks 2006). Para Maslach y Leiter (1997), el compromiso laboral posee tres componentes: energía, implicación y eficacia, los cuales son opuestos a las tres dimensiones del burnout, a saber: agotamiento, cinismo y falta de eficacia profesional respectivamente (Salanova et al. 2000)

#### **Beneficios del compromiso laboral.**

Lorente y Vera (2019) sostienen que en el seno de psicología ocupacional positiva (POP), se desarrolló una serie de estudios relacionados con el capital psicológico positivo, y se identificaron ciertas características o fortalezas que deben presentar los trabajadores saludables, entre ellos, destacan la auto eficiencia y el compromiso laboral, los cuales aumentan las conductas positivas y las mejores en el desempeño organizacional.

#### **Modelos y teorías del compromiso laboral.**

El compromiso laboral puede ser explicado a través de una serie de modelos, muchos de los cuales han evolucionado a través del tiempo y en forma secuencial. No obstante, existen dos grandes líneas de investigación o corrientes. La primera está relacionada con las condiciones psicológicas vinculadas con el compromiso laboral, como el significado, la seguridad y la disponibilidad (Kahn 1990) y la segunda corriente procedente de estudios derivados del burnout (Cordero y Matallana 2014).

Apoyándose en el modelo circunflejo del afecto de Rusell, Baker y Oerlemans (2011) plantearon que el compromiso laboral se diferencia de otros tipos de bienestar laboral (satisfacción laboral, adicción al trabajo y burnout) porque los estados afectivos surgen de dos sistemas neurofisiológicos primordiales, el primero relacionado con el continuo placer-displacer y el otro, con la activación, alerta o vigilia. Bajo esta premisa, las emociones experimentadas por las personas representarán una combinación lineal de estas dos dimensiones, y los diferentes grados de placer y activación de sus variaciones.

En tal sentido, el compromiso laboral se posiciona en el cuadrante superior derecho del modelo circunflejo, ya que conlleva altos niveles de placer (dedicación y absorción) y activación (vigor). Por el contrario, el burnout supone bajos niveles de placer y activación, y se ubica en el cuadrante inferior izquierdo del modelo. Cabe

indicar que el compromiso laboral se distingue de la satisfacción laboral a partir de las diferencias existentes en los niveles de activación y placer, en el sentido de que es una experiencia mucho más activa (Bakker et al. 2011).

En resumen, Bakker y Oerlemans (2011) plantearon que, mientras el compromiso laboral es una combinación de placer por el trabajo (dedicación) con elevados niveles de activación (vigor y absorción), la satisfacción laboral es una forma pasiva de bienestar en el trabajo (Rodríguez-Muñoz y Bakker 2013).

Bakker y Demerouti (2013) plantearon el modelo de recursos y demandas laborales con la finalidad de predecir el burnout, la conexión con el trabajo y el compromiso laboral, y pronosticar las consecuencias de estas experiencias como el absentismo por enfermedad y el rendimiento laboral. Con el paso de los años, el modelo evolucionó hasta arribar a la teoría de demandas y recursos laborales (JD-R), la cual postula que las demandas y recursos laborales causan un efecto directo e indirecto en el estrés y motivación laboral (Bakker y Demerouti 2013).

De acuerdo con la teoría JD-R, los diferentes entornos laborales puede dividirse en dos categorías: demanda y recursos laborales. Las demandas son aquellos aspectos físicos, psicológicos, organizacionales o sociales del trabajo que requieren un esfuerzo sostenido, y conllevan costes fisiológicos y psíquicos, tal como la fatiga (Bakker y Demerouti 2013).

Los recursos laborales son los aspectos físicos, psicológicos, organizacionales o sociales del trabajo que pueden reducir las exigencias del mismo, los costes fisiológicos y psicológicos asociados, ser decisivos en la consecución de los objetivos del trabajo, y estimular el crecimiento personal, el aprendizaje y el desarrollo (Bakker y Demerouti 2013).

Para efectos de este estudio, se tomaron en consideración, el modelo propuesto por Rusell, Bakker, y Oerlemans (2011) quienes plantearon que el compromiso laboral se diferencia de otros tipos de bienestar laboral (satisfacción laboral, adicción al trabajo y burnout) porque los estados afectivos surgen de dos sistemas neurofisiológicos primordiales.

### **Identificación organizacional.**

Schmitt et al. (1995) afirman que la identidad se refiere al grado en el cual la empresa ha logrado una imagen distintiva y coherente en su producción estética. De este modo, se convierte prácticamente en un instrumento encargado de generar la imagen que se está buscando desde la organización misma.

Por otro lado, la identidad organizacional es la suma de todas las cosas que dicen los grupos de stakeholders que piensan de si mismos, y cómo esto apunta a ser percibido por otros (Davis & Yugay, 2012). Para hacerlo más sencillo, en palabras de Balmer (2010), la identidad es lo que la organización es, es eso que define a la empresa, que

hace de ella ser lo que es y cuya percepción es transmitida por sus diferentes audiencias.

### **Modelos teóricos de Dutton, Dukerich y Harquail (1994).**

Según estos autores, este modelo muestra cómo el proceso de solidificación de 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 resultado. Ellos plantean la importancia que tiene para la gente sentir que tienen una identidad social positiva, ya que esto genera diferentes resultados positivos, que se plantean en diez proposiciones diferentes, a través de las cuales se explican las relaciones existentes entre los factores que intervienen en el 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 contribuyen en los principios de autodefinición de la organización, logrando no solo buenos resultados en la mente de sus consumidores, sino 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.

### **Modelo de identificación organizacional de Giola et al. (2000)**

Estos autores enfocan la relación entre la identidad y la imagen de la organización específicamente en la audiencia interna y lo basan en las preguntas clave que debería hacerse cualquier organización a la hora de mejorar su reputación. Por eso se plantean preguntas clave como la base para identificar las falencias que se haya y poder tomar decisiones acerca de cuál es más conveniente atacar o si es necesario trabajar en las dos paralelamente, gracias a esto se decide si el enfoque debe estar en sí mismos como organización o el problema radica en como los actores externos la perciben.

Según Carrillo y Ruño (2005), en cualquier organización existe la necesidad de planificar la presentación pública de su identidad en la línea de conseguir imagen a corto plazo y reputación a largo plazo. Es decir, es un factor determinante en el éxito o el fracaso que pueda tener la organización en la mente de sus diferentes audiencias a lo largo de su historia.

Para efectos de esta investigación, se tomará como modelos teóricos el propuesto por Dutton, Dukerich y Harquail (1994), quienes sostienen que el proceso de solidificación de la identificación organizacional comienza con la identidad organizacional percibida y termina con una imagen externa construida, gracias a factores que intervienen para lograr dicho resultado.

## **Satisfacción Laboral.**

Los estudios sobre satisfacción laboral se desarrollan con más auge en la década de 1960. Actualmente, no existe una definición unívoca, y muchos autores elaboraron y plantearon nuevas enunciaciones para el desarrollo de sus trabajos (Cascio y Guillén 2010). Por tal motivo, será importante realizar una breve revisión de las principales conceptualizaciones para arribar a la definición que considerará la presente investigación.

Para Locke (1976), la satisfacción laboral es un estado emocional positivo o placentero, resultante de la percepción subjetiva de las experiencias laborales de la persona.

Para Newstrom y Davis (1993), la satisfacción laboral es una actitud afectiva, y el componente afectivo de esta actitud resalta como el más importante.

Para Robbins y Judges (2009), la satisfacción laboral es un sentimiento positivo sobre el trabajo propio que surge de evaluar sus características.

Para Peiró (1984), la satisfacción laboral es «una actitud generalizada ante el trabajo, considerando que las actitudes responden a un modelo tridimensional compuesto por una dimensión afectiva, cognitiva y comportamental» (Cascio y Guillén 2010:156). Los tres componentes de la definición de satisfacción laboral propuesta por Peiró están relacionados con los siguientes aspectos:

**Dimensión afectiva:** son los sentimientos y las emociones positivas o negativos que pueda experimentar la persona con relación a su trabajo.

**Dimensión cognitiva:** son los pensamientos o las evaluaciones del trabajo de acuerdo con el conocimiento previo de la persona.

**Dimensión comportamental:** son las predisposiciones de comportamientos de intención de la persona con relación al trabajo (Cavalcante 2004).

Por lo expuesto, para la presente investigación se considerará a la satisfacción laboral como una actitud o conjunto de actitudes que serán influenciados por una serie de factores internos y externos en el entorno laboral. Por ser una actitud, la satisfacción laboral está basada en las creencias y valores desarrollados por las propias personas hacia su trabajo (Flórez 2013).

### **Modelos y teorías de satisfacción laboral**

En cuanto a los factores que influyen o impactan en la satisfacción laboral, existen varios modelos, los cuales podrían agruparse en dos:

**Modelo unidimensional:** según este modelo, la actitud hacia el trabajo en general podría tener una única medida por persona y actividad laboral.

**Modelo multidimensional:** según este modelo, la satisfacción está relacionada con distintos aspectos concretos del trabajo o dimensiones, los cuales pueden ser evaluados independientemente (Cascio y Guillén 2010).

Ambos modelos conceptualizan la satisfacción laboral como una “actitud”, sin embargo, el primero de ellos postula una medición única por persona en relación con la actividad laboral desarrollada, a diferencia del segundo modelo, que postula la existencia de aspectos o dimensiones vinculados con el trabajo que pueden ser evaluados independientemente. Tomando como referencia el modelo multidimensional, Locke (1976) afirmó que existen hasta nueve dimensiones de la satisfacción laboral (Casio y Guillén 2010, Cavalcante 2004), tal como se muestra a continuación:

- Satisfacción con el trabajo
- Satisfacción con el sueldo
- Satisfacción con las promociones
- Satisfacción con el reconocimiento de los demás
- Satisfacción con los beneficios
- Satisfacción con la supervisión
- Satisfacción con los compañeros de trabajo
- Satisfacción con las condiciones de trabajo
- Satisfacción con la organización y con la dirección

Fuente: Cascio y Guillén, 2010, Cavalcante, 2004.

Las cinco dimensiones de la satisfacción laboral propuestas por Peiró están relacionadas con los siguientes aspectos:

**Satisfacción intrínseca:** está vinculada con las satisfacciones que brinda el trabajo por sí mismo, con las oportunidades que este brinda de realizar aquello que gusta o en lo que se destaca, y con los objetivos, las metas y la producción por alcanzar.

**Satisfacción con las prestaciones:** se refiere al grado de cumplimiento de la empresa respecto de los convenios, la forma en que se desarrolla la negociación, el salario recibido, las oportunidades de promoción y las de formación.

**Satisfacción con el ambiente físico de trabajo:** está relacionada con la limpieza, la higiene y la salubridad, la temperatura, la ventilación y la iluminación en el entorno físico, y el espacio en el lugar de trabajo.

**Satisfacción con la supervisión:** se refiere a la forma en que los superiores juzgan la tarea, la supervisión recibida, la proximidad y la frecuencia de supervisión, el apoyo recibido de los superiores, las relaciones personales con los superiores, y la igualdad de trato recibida de la empresa.

**Satisfacción con la participación:** está vinculada con la satisfacción con la participación en las decisiones del grupo de trabajo, del departamento o sección, y con la propia tarea (Meliá y Peiró 1989).

Se considerará para efectuar el estudio, el modelo multidimensional, según el cual, la satisfacción está relacionada con distintos aspectos concretos del trabajo o dimensiones, los que pueden ser evaluados independientemente (Cascio y Guillén 2010).

#### IV. Objetivos

Formulado el problema, nos planteamos los siguientes objetivos:

##### **4.1. Objetivo General**

O.G. Determinar en qué medida la identidad organizacional se relaciona con la satisfacción laboral de los colaboradores del hotel Casa Andina de la provincia de Nazca durante el primer semestre del 2019.

##### **4.2. Objetivo específico**

O.E. Determinar en qué medida la identidad organizacional se relaciona con la satisfacción laboral de los colaboradores según su edad del hotel Casa Andina de la provincia de Nazca durante el primer semestre del 2019.

##### **4.3. Hipótesis**

Nuestras hipótesis presentan una relación causa – efecto de dos variables, lo que nos permitió identificar y describir la relación que existe entre la identidad organizacional y la satisfacción laboral en los colaboradores del Hotel Casa Andina de Nazca.

Así, se plantearon las siguientes hipótesis:

###### **4.3.1. Hipótesis Principal**

HP: La identidad organizacional se relaciona considerablemente con la satisfacción laboral de los colaboradores del hotel Casa Andina de la Provincia de Nazca durante el primer semestre del 2019.

###### **4.3.2. Hipótesis Específicas**

H.E.1: La identidad organizacional se relaciona considerablemente con la satisfacción laboral de los colaboradores según su edad del hotel Casa Andina de la provincia de Nazca durante el primer semestre del 2019.

H.E.2: La identidad organizacional se relaciona considerablemente con la satisfacción laboral de los colaboradores según su sexo del hotel Casa Andina de la provincia de Nazca durante el primer semestre del 2019.

H.E.3: La identidad organizacional se relaciona considerablemente con la satisfacción laboral de los colaboradores según los años de servicio del hotel Casa Andina de la provincia de Nazca durante el primer semestre del 2019.

#### 4.4. Variables

##### 4.4.1. Variable Independiente

Identidad Organizacional

##### 4.4.2. Variable Dependiente

Satisfacción Laboral

#### 4.5. Indicadores de Variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores
Identificación Organizacional	Aquella parte de la concepción del yo que se deriva de la pertenencia a diferentes grupos sociales, unida a ciertos significados emocionales y valorativos ligados a esa pertenencia (Tajfel, 1982; Turner, 1982).	Las respuestas obtenidas en la aplicación de la escala gráfica de identidad. Adaptado por (Moriano, 2009)	Mono factorial	(1-2) no se identifica (3-4) ni de acuerdo ni en desacuerdo (5-6) se identifica (7) se identifica totalmente
Satisfacción Laboral	La satisfacción laboral es vista como el conjunto de actitudes que se tienen ante el trabajo, considerándose lo que el sujeto piensa acerca de él, las actitudes y sentimientos que se generan a partir de ello. (Boluarte 2014).	Son los resultados obtenidos en la aplicación de la escala de satisfacción laboral de (Warr, Cook y Wall 1979), adaptado por (Merino Soto 2015) Mono factorial	Intrínseca Extrínseca	(1) muy insatisfecho (2) insatisfecho (3) moderadamente insatisfecho (4) ni satisfecho ni insatisfecho (5) moderadamente satisfecho (6) satisfecho (7) muy satisfecho

## **V. Importancia y justificación**

### **5.1.Importancia**

El presente trabajo de investigación busca conocer y analizar las diversas situaciones en las que se involucra el trabajador del rubro hotelero que brindan el servicio turístico y si el personal está lo suficientemente motivado y preparado para brindar el servicio.

### **5.2.Justificación**

Este estudio se realiza porque a través del cual, se abre la posibilidad de obtener nuevos conocimientos que incrementarán la comprensión del problema de la satisfacción laboral, estos nuevos conocimientos podrían dar lugar a la optimización en el manejo de las empresas y esto a su vez puede quedar expresada en una mejor productividad.

Dado que se trata de un estudio de carácter organizacional, los resultados de esta investigación podrían beneficiar directamente a las empresas, tanto a las privadas como a las públicas, y en especial a las del rubro turístico.

Desde el punto de vista metodológico, esta investigación aporta con un plan metodológico, que asegura un análisis exhaustivo de las correlaciones involucradas en el problema, las que se van a evaluar globalmente y según las variables socio-demográficas, mediante herramientas estadísticas adecuadas, que incluyen el uso de pruebas paramétricas y no paramétricas, según el caso, así como también coeficiente de confiabilidad.

Desde el punto de vista práctico, se busca hacer aportes prácticos de aplicabilidad mediata al mejoramiento de la salud mental en la población de estudio, identificando relaciones entre variables mencionadas en el problema.

## **VI. Diseño de la investigación**

### **6.1. Tipo de la investigación**

La presente investigación se define como de TIPO APLICADA, pues busca generar conocimiento con aplicación directa a los problemas de la sociedad o de algún sector en específico.

Asimismo, la investigación aplicada tiene por finalidad analizar y dar solución de problemas de varias índoles que acontecen en nuestra vida, con especial énfasis en lo social, por ello, el presente estudio reúne las condiciones metodológicas de una de la investigación aplicada a razón de que se utilizaron herramientas de comunicación para explorar la forma de llegar hacia los colaboradores del hotel Casa Andina Classic en la provincia de Nazca.

#### **6.1.1. Diseño de la investigación**

## Representación diagramada del diseño de investigación

$$O_1 \rightarrow I_1$$

$$O_2 \rightarrow I_2$$

Dónde:

$O_1, O_2 \rightarrow$  Observación de la muestra escogida

$I_1, I_2 \rightarrow$  Información de la observación

### 6.2. **Ámbito de la investigación**

El ámbito de la investigación es el hotel casa Andina Classic de Nasca y el tiempo de duración de la investigación fue de 6 meses. De acuerdo a Hernández y Mendoza (2018), la población donde se realizará el estudio “debe situarse de manera concreta por sus características de contenido, lugar y tiempo, así como accesibilidad” (p.199).

## VII. Metodología operativa de la investigación

### 7.1. POBLACIÓN Y MUESTRA DE INVESTIGACIÓN

#### 7.1.1. POBLACIÓN

Nuestra población total está integrada por los colaboradores del hotel casa andina quienes laboran de manera permanente y rotativa durante el año 2019.

#### 7.1.2. MUESTRA

Por las características de la población infinita (no se reportan datos oficiales) se procederá a escoger una muestra arbitraria e intencionada. En tanto nuestros instrumentos de investigación serán aplicados a 20 colaboradores.

### 7.2. MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.

En la presente investigación se va a emplear las siguientes técnicas de recolección de datos:

**Cuestionario**, como instrumento de investigación la encuesta.

**Observación**, como instrumento de investigación es la ficha de observación.

#### 7.2.1. MÉTODOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Durante nuestra investigación aplicamos el instrumento de recolección de datos de la entrevista lo que nos permitió recoger in situ información valiosa para nuestra investigación en relación a la identidad organizacional y la satisfacción laboral en el hotel Casa Andina de Nazca.

Respecto a la dimensión identidad organizacional se consultó con los colaboradores teniendo un criterio de selección de sexo, se pudo interpretar que en el establecimiento existen mayor cantidad de mujeres que varones que laboran en el hotel Casa Andina de Nazca. Se pudo apreciar que las mujeres reflejan una mayor identidad organizacional que los hombres y por consecuencia están más satisfechas con su trabajo (ver anexo).

Por consiguiente, se continuo con la entrevista y se preselecciono a los colaboradores con la variable de edad lo que nos permite interpretar que los trabajadores de menor edad están más predispuestos a desarrollar la identidad organizacional y que su comportamiento e interés con las actividades encomendadas fortalecen su identidad corporativa lo que nos permite concluir que están más satisfechos con su centro de trabajo. Se puede notar que los que tienen contacto directo con los turistas son ellos y por consecuencia desarrollan una comunicación fluida y asertiva para con los turistas.

En razón a la dimensión tiempo de servicio, luego de realizar las entrevistas se pudo notar que las personas que tienen más tiempo laborando en el hotel Casa Andina en razón a los nuevos, están mostrando rasgos de disconformidad esto se pudo recoger con la entrevista y a la vez la observación de su lenguaje no verbal, lo que nos da una información de orden cualitativa que se puede reflejar con otro tipo de instrumento de recolección de datos.

En razón a la determinación de los resultados, luego de realizarse el recorrido observamos que los turistas comentaban entre ellos la experiencia de manera positiva en su mayoría, muy pocos comentarios negativos por consecuencia la experiencia es positiva y su percepción del servicio de calidad se tonifica.

Los métodos empleados para la recolección de datos fueron los convencionales, es decir los que se desarrollan de forma manual.

### **7.2.2. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.**

Los instrumentos de medición empleados en nuestras unidades de estudio fueron:

La técnica de la entrevista de profundidad, como instrumento de investigación la batería de preguntas, lo que permitirá verificar el nivel de respuesta de los trabajadores del Hotel Casa Andina respecto a la percepción de los turistas nacionales en relación al servicio prestado.

Para el caso de la técnica de **la encuesta** se elaboró un listado de 08 interrogantes cerradas valorativas utilizando la escala de Likert, las que fueron aplicadas a los turistas nacionales mayores de edad que tomaron el servicio de vehículos tubulares, lo que permitirá obtener sus apreciaciones.

### 7.3. TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS.

En la actual investigación se empleó la **Tabulación en SPSS** para el procesamiento y análisis de la información que recopiló a través de los diferentes instrumentos utilizados.

Para el procesamiento y análisis de los datos recolectados se utilizó el programa Microsoft Office Excel 2018 que facilita el proceso de los datos de forma automática y generar una base de datos de frecuencias absolutas y relativas, para el mejor análisis de los datos recogidos en campo.

### VIII. Cronograma

La investigación se desarrolló de acuerdo al siguiente cronograma.

ACTIVIDAD \ MESES	Jun	Jul	Ag	Set	Oct	Nov
01. Recolección de la literatura						
02. Elaboración del marco teórico						
03. Aplicación de encuestas y observación						
04. Tabulación e Interpretación de datos						
05. Preparación del informe						
06. Presentación del Informe						
07. Sustentación						

### IX. Presupuesto

Los gastos totales serán cubiertos por la parte interesada.

PRESUPUESTO DE GASTOS			
PARTIDA		PARCIAL S/.	TOTAL S/.
01	BIENES: - Materiales de escritorio - Compra de libros y revistas especializadas - Impresión	400.00 150.00 600.00	1150.00
02	SERVICIOS: - Movilidad - Empastado y anillados - Tabulación en el SPSS - Asesoría externa	300.00 380.00 550.00 1000.00	2230.00
		TOTAL:	3380.00

## X. Conclusiones, descripción de resultados y sugerencias

### 10.1. Conclusiones

La presente investigación, identidad organizacional y la satisfacción laboral de los trabajadores del hotel Casa Andina Classic del distrito de Nazca, durante el primer semestre del 2019, presenta las siguientes conclusiones:

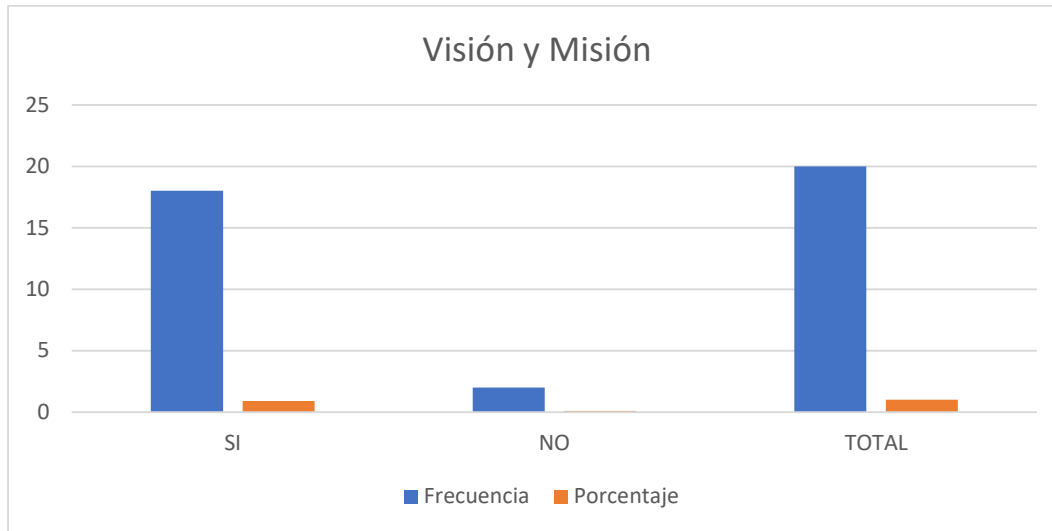
- Existe moderada correlación directa y altamente significativa entre la variable identidad organizacional y la satisfacción laboral en los colaboradores del hotel Casa Andina Classic, durante el primer semestre del año 2019.
- En los colaboradores menores de 30 años, existe moderada correlación directa y significativa entre identificación organizacional con la satisfacción laboral, mientras que los colaboradores mayores de 30 años, se halló moderada correlación directa en la identificación organizacional y baja correlación con la variable satisfacción laboral.
- En varones, que están menos motivados e identificado con la organización y que sus actividades laborales no satisfacen plenamente sus expectativas.
- En el caso de las mujeres, se puede identificar que se encuentran mucho más motivadas que los hombres y por tanto su satisfacción laboral se ve reflejada en las diversas actividades que realizaron logrando calidad en el servicio.
- En colaboradores con 5 menos años de permanencia en sus labores existe una clara identificación organizacional lo que se refleja en el nivel de satisfacción laboral.
- En tanto los trabajadores con más de 5 años de servicio, se halló moderada identificación organizacional y eso se refleja en la calidad de su trabajo, lo que manifiesta un deteriorado nivel de satisfacción laboral.

### 10.2. Descripción de resultados

**Tabla 01:** Visión y Misión del hotel Casa Andina Classic del distrito de Nasca durante el primer semestre del 2019

#### ¿Conoce la visión y la misión del hotel en el que trabaja?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	18	90%
NO	2	10%
TOTAL	20	100%



**Figura 01: Visión y Misión del hotel Casa Andina Classic del distrito de Nasca durante el primer semestre del 2019**

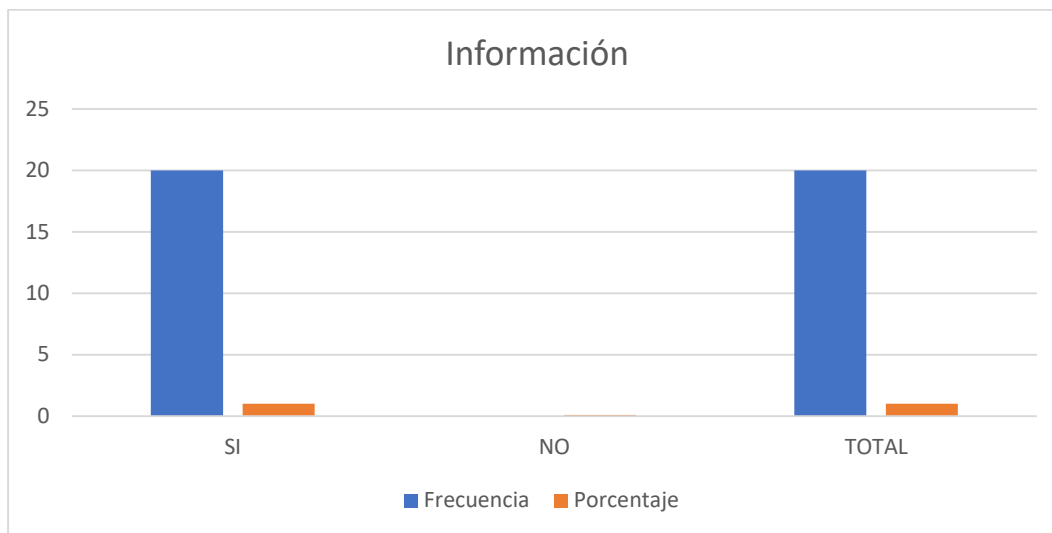
**Interpretación:** Conocer la Visión y la Misión del establecimiento en donde se elabora es importante, ya que los colaboradores se sienten más identificados con los objetivos del hotel.

Al respecto a la respuesta que da el personal en esta pregunta, se puede observar que el 90% respondieron “SI” (18 de ellos), el 10% respondieron “NO” (02 de ellos), lo que significa que la mayoría de los encuestados conoce la cultura de la compañía de la que son parte, resultado de la capacitación constante.

**Tabla 02: Información necesaria para empezar en el puesto de trabajo del hotel Casa Andina Classic del distrito de Nasca durante el primer semestre del 2019**

**¿Usted ha recibido la información que consideraba necesario para empezar en su puesto de trabajo?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	20	100%
NO	0	0%
TOTAL	20	100%



**Figura 02: Información necesaria para empezar en el puesto de trabajo del hotel Casa Andina Classic del distrito de Nasca durante el primer semestre del 2019**

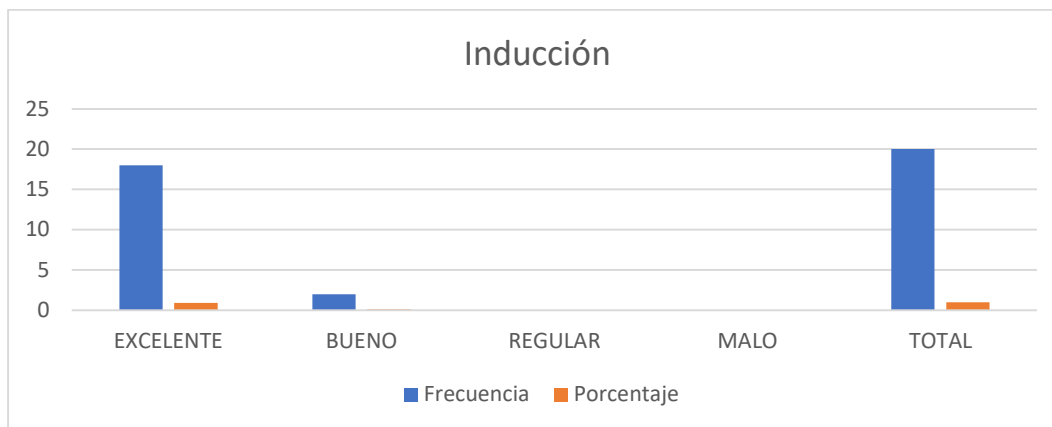
**Interpretación:** Esta pregunta se enfoca en la información que la organización brinda al personal para empezar a realizar sus labores, en donde el 100% respondieron “SI”.

Todo el personal encuestado se encuentra satisfecho con la información que se le fue brindada antes de empezar a realizar su trabajo, un punto bastante importante para el nuevo personal.

**Tabla 03: Inducción en los trabajadores del hotel Casa Andina Classic del distrito de Nasca durante el primer semestre del 2019**

**¿Cómo evalúa usted su proceso de inducción? (Presentación en el sector, a los otros empleados, al hotel)**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
EXCELENTE	18	90%
BUENO	2	10%
REGULAR	0	0%
MALO	0	0%
TOTAL	20	100%



**Figura 03: Inducción en los trabajadores del hotel Casa Andina Classic del distrito de Nasca durante el primer semestre del 2019**

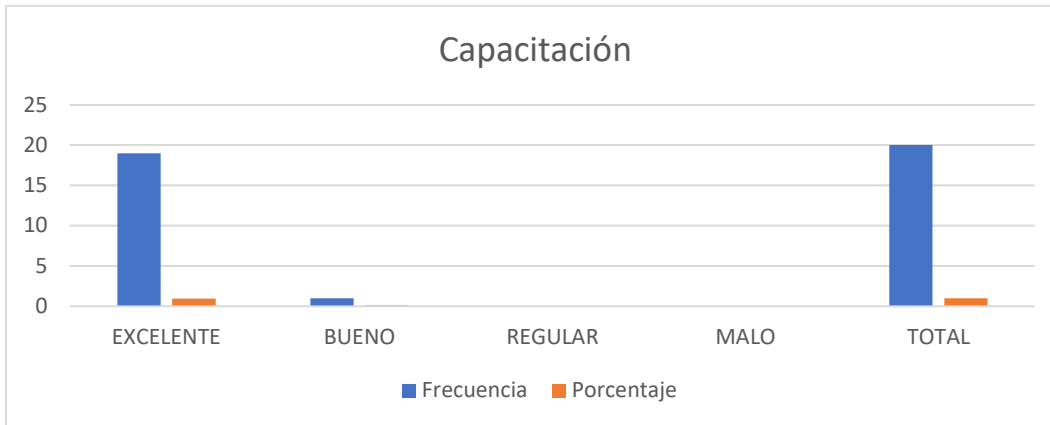
**Interpretación:** El buen proceso de inducción que desarrolla el establecimiento es reconocido por la mayoría de sus colaboradores, siendo un proceso muy importante ya que brinda un grado de confianza al nuevo personal, lo cual puede influir directamente en la motivación para realizar sus labores.

En esta pregunta hay respuestas múltiples para el encuestado en donde puede calificar de cierta manera el proceso de inducción que tuvo dentro de la organización, es bastante resaltante que el 90% respondieron “EXCELENTE” (18 de ellos) y solo el 10% respondieron “BUENO” (02 de ellos).

**Tabla 04: Capacitación de los trabajadores del hotel Casa Andina Classic del distrito de Nasca durante el primer semestre del 2019**

**¿En general, cómo usted evalúa la capacitación que brinda la empresa? (Cantidad, Calidad)**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
EXCELENTE	19	95%
BUENO	1	5%
REGULAR	0	0%
MALO	0	0%
TOTAL	20	100%



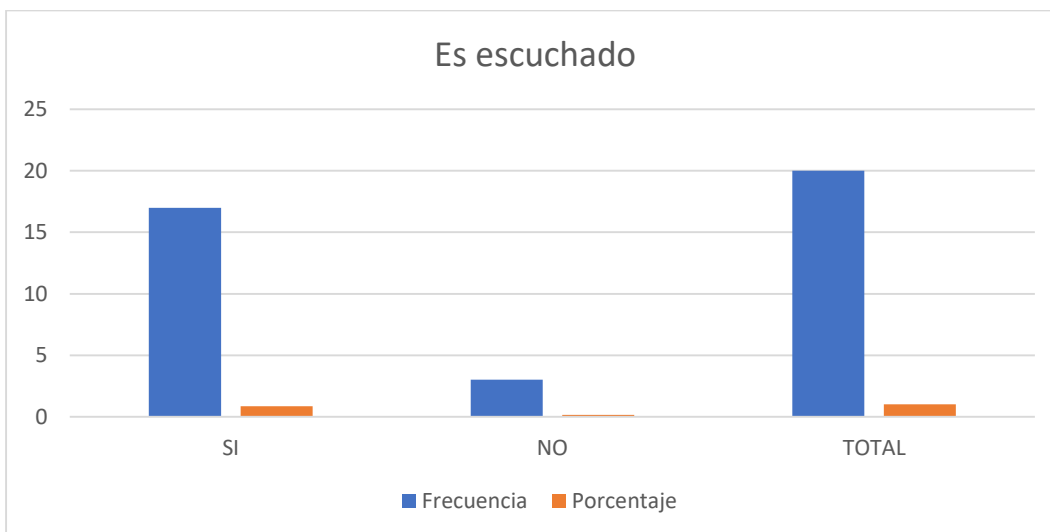
**Figura 04: Capacitación de los trabajadores del hotel Casa Andina Classic del distrito de Nasca durante el primer semestre del 2019**

**Interpretación:** El gráfico muestra que un gran porcentaje indica que la capacitación que reciben por parte del hotel es “EXCELENTE”, mientras que un porcentaje menor respondió que la capacitación es “BUENA”. Cabe resaltar que ningún empleado considera que la capacitación que recibe sea “MALA” o incluso “REGULAR”, siendo uno de los factores claves para el correcto funcionamiento interno de la empresa.

**Tabla 05:** Es escuchado el trabajador del hotel Casa Andina Classic del distrito de Nasca durante el primer semestre del 2019

**¿Considera que es escuchado por su supervisor al expresar sus sugerencias?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	17	85%
NO	3	15%
TOTAL	20	100%



**Figura 05: Es escuchado el trabajador del hotel Casa Andina Classic del distrito de Nasca durante el primer semestre del 2019**

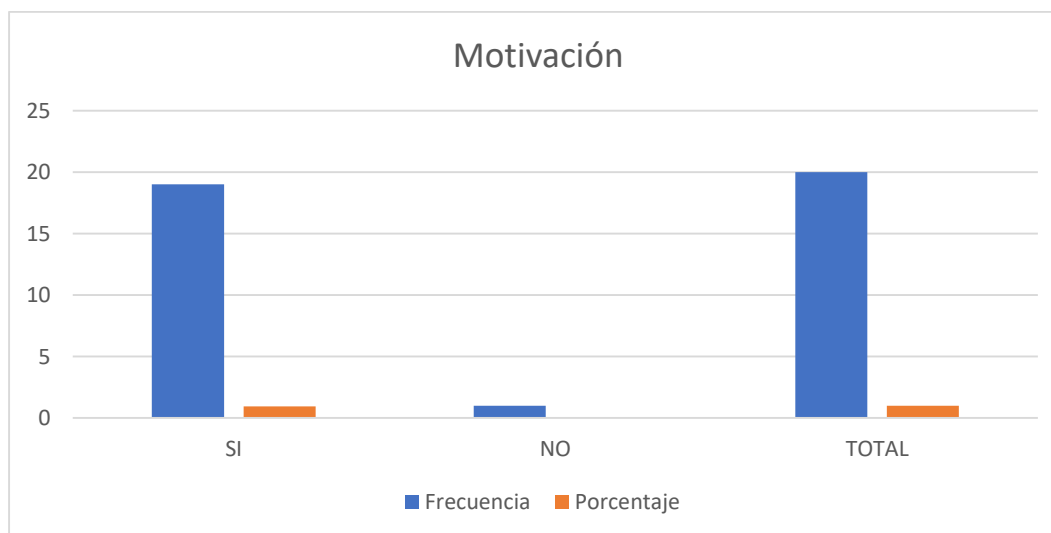
**Interpretación:** En la presente pregunta los encuestados respondieron con un 85% “SI” (17 de ellos), 15% “NO” (03 de ellos), respecto a si se sienten escuchados por su líder.

Esto refleja un poco la relación que existe entre el personal y su superior de turno, la mayoría de los encuestados considera que sus sugerencias son bien tomadas y posiblemente discutidas o mencionadas en cada reunión de equipo.

**Tabla 06: Motivación de los trabajadores del hotel Casa Andina Classic del distrito de Nasca durante el primer semestre del 2019**

**¿Usted se siente motivado a trabajar en este hotel?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	19	95%
NO	1	5%
TOTAL	20	100%



**Figura 06: Motivación de los trabajadores del hotel Casa Andina Classic del distrito de Nasca durante el primer semestre del 2019**

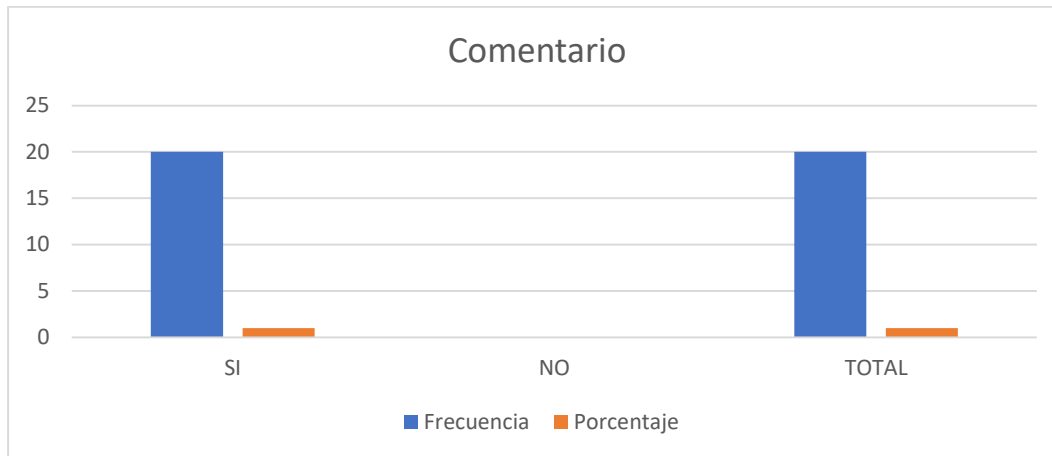
**Interpretación:** La motivación es fundamental para el buen desempeño del equipo de trabajo y es destacable que la mayoría responda de manera positiva.

Cuando se les pregunta a los encuestados si se sienten motivados a trabajar en el hotel donde se encuentran, en 95% responde que “SI” (19 de ellos), el 5% responde que “NO” (01 de ellos).

**Tabla 07: Comenta acerca de la empresa con su familia o amigos el trabajador del hotel Casa Andina Classic del distrito de Nasca durante el primer semestre del 2019**

**¿Comenta con su familia o amigos acerca de la empresa positivamente?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	20	100%
NO	0	0%
TOTAL	20	100%



**Figura 07: Comenta acerca de la empresa con su familia o amigos el trabajador del hotel Casa Andina Classic del distrito de Nasca durante el primer semestre del 2019**

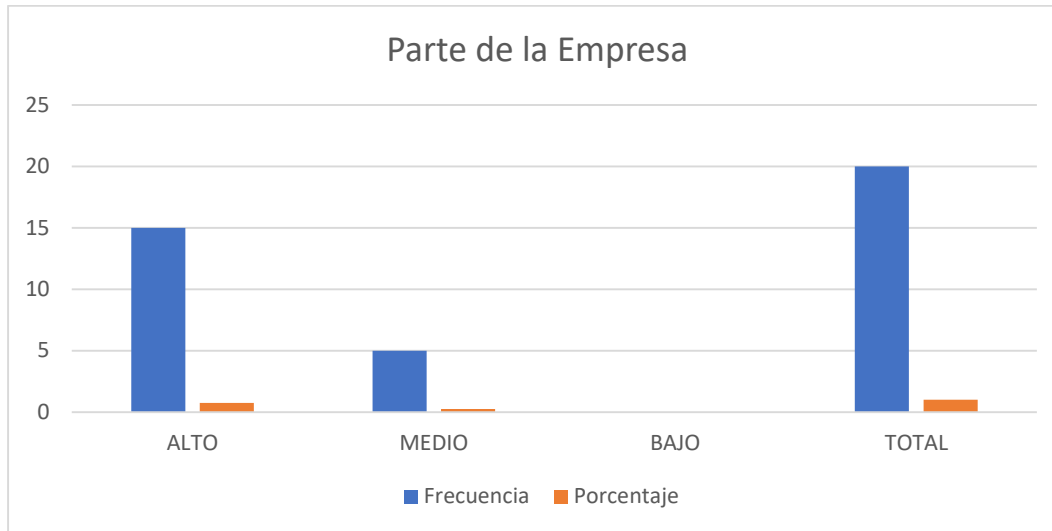
**Interpretación:** A través de la consulta se muestra como el personal comenta de manera positiva sobre la empresa a sus amigos o familia, en donde el 100% responde que “SI”.

Se debe resaltar que los primeros clientes para la organización, debe de ser su personal, ya que ellos serán los primeros en comentar sobre el establecimiento de manera positiva o negativa.

**Tabla 08: Parte de la empresa como sentimiento de pertenencia del trabajador del hotel Casa Andina Classic del distrito de Nasca durante el primer semestre 2019**

**¿En qué grado se siente responsable y parte de la empresa?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
ALTO	15	75%
MEDIO	5	25%
BAJO	0	0%
TOTAL	20	100%



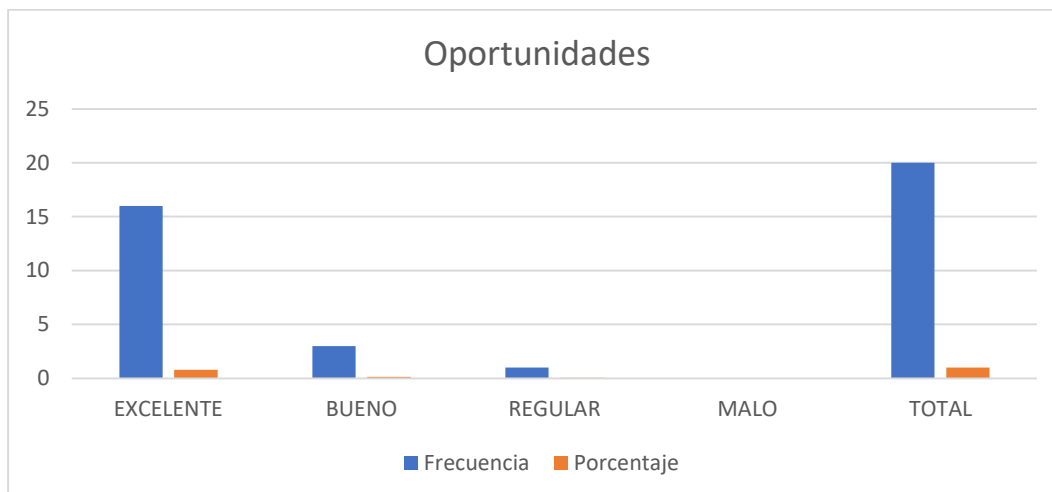
**Figura 08:** Parte de la empresa como sentimiento de pertenencia del trabajador del hotel Casa Andina Classic del distrito de Nasca durante el primer semestre 2019

**Interpretación:** Respecto a la pregunta sobre si se sienten parte de la empresa, concretamente, cuanta responsabilidad sienten hacia el hotel. El 75% (15 de ellos) tiene un sentimiento de pertenencia “ALTO” mientras que un 25% (05 de ellos) tiene un sentimiento de pertenencia “MEDIO” y ninguno de los encuestados manifiesta un nivel “BAJO”.

**Tabla 09:** Oportunidades de desarrollo profesional de los trabajadores del hotel Casa Andina Classic del distrito de Nasca durante el primer semestre 2019

**¿Cómo evalúa usted las oportunidades de desarrollo profesional que la empresa ofrece?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
EXCELENTE	16	80%
BUENO	3	15%
REGULAR	1	5%
MALO	0	0%
TOTAL	20	100%



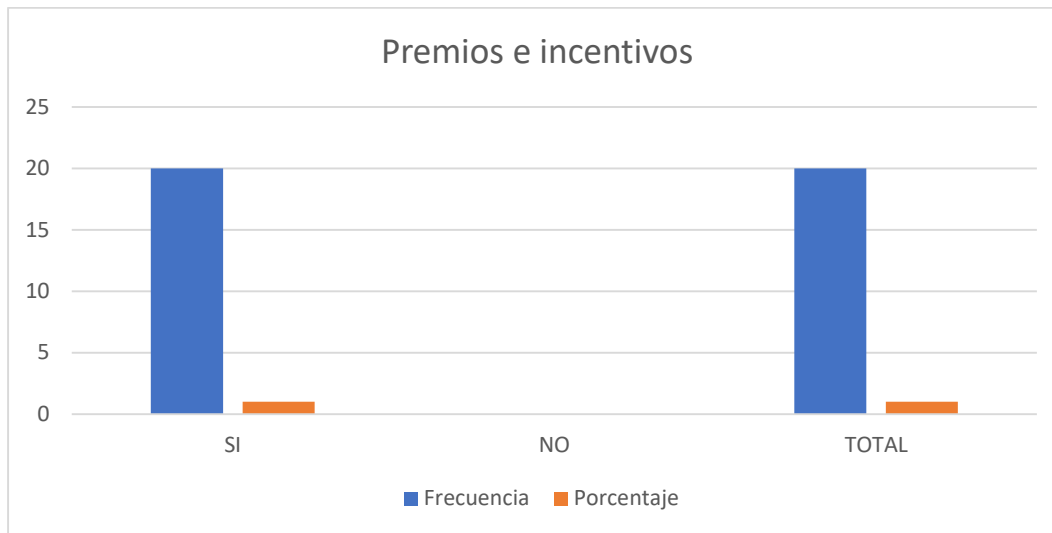
**Figura 09: Oportunidades de desarrollo profesional de los trabajadores del hotel Casa Andina Classic del distrito de Nasca durante el primer semestre 2019**

**Interpretación:** Como se ve en el gráfico el 80% (16 de ellos) considera que las oportunidades de desarrollo profesional son “EXCELENTES”, el 15% (03 de ellos) las considera “BUENAS”, mientras que el 5% (01 de ellos) responde que son “REGULARES”, y ninguno de los encuestados considera que las oportunidades que ofrece el hotel sean “MALAS”.

**Tabla 10: Premios e Incentivos de los trabajadores del hotel Casa Andina Classic del distrito de Nasca durante el primer semestre del 2019**

**¿Ha recibido premios o incentivos por su desempeño laboral?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	20	100%
NO	0	0%
TOTAL	20	100%



**Figura 10: Premios e Incentivos de los trabajadores del hotel Casa Andina Classic del distrito de Nasca durante el primer semestre del 2019**

**Interpretación:** En cuanto a la pregunta de si han recibido un incentivo o premio por el desempeño laboral, el 100% respondió “SI” (20 de ellos), algo importante de resaltar.

Reconocer el esfuerzo del recurso humano dentro de una organización, es un punto importante para seguir motivando al personal y así declarar las metas propuestas.

### 10.3. Sugerencias

La presente investigación, identidad organizacional y la satisfacción laboral de los trabajadores del hotel Casa Andina Classic del distrito de Nazca, durante el primer semestre del 2019, presenta las siguientes sugerencias:

- Estimular la identidad organizacional a fin de fortalecer la satisfacción laboral en los colaboradores del hotel Casa Andina Classic, durante el primer semestre del año 2019.
- Empoderar a los colaboradores menores de 30 años, en aspectos vinculados a la identificación organizacional y con los colaboradores mayores de 30 años generar espacios de diálogo para empatizar con ellos y contribuir al fortalecimiento de la identidad organizacional.
- Identificar a los varones, que están menos motivados e identificados con la organización y que sus actividades laborales se reorienten a estos aspectos.
- Desarrollar políticas institucionales para el empoderamiento de las mujeres y se puedan motivar a los hombres y que esto se refleje en las diversas actividades que realizan logrando calidad en el servicio.
- Desarrollar políticas de incentivos dirigidas a los colaboradores para fortalecer la identificación organizacional y que se refleje en el nivel de satisfacción laboral.

## XI. Bibliografía / referencias

- Álvarez, Ionela, Marín, Marrero, Mas Cuesta y Muñoz (2014). Identificación Organizacional y Satisfacción Laboral: Diferencia entre Empresas Públicas y Privadas. *Reidocrea*. 3(5). 34-40
- Bakker, A., Demerouti, E., y Xanthopoulou, D. (2011). “¿Cómo los empleados *engaged* mantienen su *compromiso laboral* en el trabajo?”. *Ciencia y Trabajo*, 13(41), p. 135-142.
- Bakker, A., y Demerouti, E. (2013). “La teoría de las demandas y los recursos laborales”. *Journal of Work and Organizational Psychology*, vol. 29 (3), p. 107-115.
- Bakker, A., y Oerlemans, W. (2011). “Subjective Well-Being in Organization”. En: K. Cameron y G. Spreitzer (eds.). *Handbook of Positive Organizational Scholarship*. Oxford: Oxford University Press, p. 178-189.
- Benavides, Caro. (2017). Deterioro cognitivo en el adulto mayor. *Rev Mex Anesthesiol*. 40(2):107-12. Disponible en: <http://www.medigraphic.com/pdfs/rma/cma-2017/cma172f.pdf>
- Candía Alvarado, M., Castro Hilario, C. & Sánchez Román, E. (2017). Relación entre la satisfacción laboral y el compromiso laboral en la intención de rotar en una empresa minera. (Trabajo de investigación para grado de magister). Universidad del Pacífico, Lima, Perú.
- Calderón, G., Murillo, S., y Torres, K. (2003). “Cultura organizacional y bienestar laboral”. *Cuadernos de Administración*, vol. 16 (25), p. 109-137.
- Candía Alvarado, M., Castro Hilario, C. & Sánchez Román, E. (2017). Relación entre la satisfacción laboral y el Engagement en la intención de rotar en una empresa minera. (Trabajo de investigación para grado de magister). Universidad del Pacífico, Lima, Perú.
- Cascio, A. y Guillén, C. (2010). *Psicología del trabajo*. Barcelona: Planeta.
- Cavalcante, J. (2004). *Satisfacción en el trabajo de los directores de escuelas secundarias públicas*. Tesis para optar al grado de doctor en Calidad y Procesos de Innovación Educativa. Facultad de Ciencias de la Educación. Universidad Autónoma de Barcelona. Barcelona.
- Córdova Reyes, N. (2015). Niveles de Compromiso laboral en los colaboradores de una industria de detergentes ubicado en Escuintla. (Tesis de grado). Universidad Rafael Landívar. Escuintla, Guatemala.
- Cornejo, Pérez, y Santiago, (2015) Bienestar psicológico, metas de estudio e identidad institucional en jóvenes universitarios. *Horizonte de la Ciencia* 5 (9) Pag. 168.
- Cumpa Romero, M. D. (2015). Compromiso laboral en colaboradores de tres empresas de comercialización de bebidas y alimentos de la ciudad de Chiclayo-2015. Universidad Señor de Sipán.

- Contreras, Q. (2015). Determinación el nivel de Compromiso laboral en trabajadores de una planta de producción de petróleo Gas Costa Afuera de México. *Ciencia & trabajo*, 52,37-52.
- Diario gestión. Recuperado de gestión. D'Agostino, A. (21 de noviembre del 2015). El 87% de empresas considera que la falta de compromiso laboral es su principal problema: <https://bit.ly/2pXQYYn>
- Díaz, S., & Barra, A. (2017). Resiliencia y satisfacción laboral en profesores de colegios municipales y particulares subvencionados de la comuna de Machali. *Estudio pedagógico*, 43(1), 75-86.
- Flores, J., Fernández, A., & Juárez, G. (2015). “Entusiasmo por el trabajo (Compromiso laboral): un estudio de validez en profesionales de la docencia en Lima, Perú. *Liberabit*, 21(2), 195-206.
- Harris, G. E., & Cameron, J. E. (2005). *Multiple Dimensions of organizational identification and commitment as predictors of turnover intentions and psychological well-being*. *Canadian Journal of Behavioural Science*, 37(3), 159-169. (En red). Recuperado el 30 de abril 2013 de: [http://logos.psykhe.org/2008\\_11\\_01\\_archive.htm](http://logos.psykhe.org/2008_11_01_archive.htm)
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Herrera Villegas, C. (2017). “Impacto de la cultura organizacional sobre sobre la satisfacción laboral. Caso empresa farmacéutica ubicada en Guacara, Estado Carabobo. (Trabajo de grado presentado para optar al título de Magister en Administración del trabajo y Relaciones Laborales). Universidad de Carabobo, Bárbula, Venezuela.
- Huamán Lozano, S. (2015). Identificación de los factores limitantes o promotores de programa nacional para la promoción de oportunidades laborales “Vamos Perú” para la inserción laboral de las personas de 30 años a más edad en la región Lambayeque. (Tesis para optar el grado de magister en gerencia). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.
- Jiménez, J. (2007). *El compromiso laboral*. (En red). Recuperado de: <http://www.elpais.com/articulo/primer/plano/compromiso/laboral>
- Juárez García, Arturo. (2015). Compromiso laboral laboral, una concepción científica: entrevista con Wilmar Schaufeli. *Liberabit*, 21(2), 187-194.
- Varona, M. F. (1993): Conceptualización y supervisión de la comunicación y el compromiso organizacional. *Diálogos de la comunicación*, No 35- 1993.
- Villegas, C. (2017). Impacto de la cultura organizacional sobre la satisfacción laboral. Caso empresa farmacéutica ubicada en Guacara Estado Carabobo. (Tesis para optar grado de Magister). Universidad de Carabobo, Carabobo – Venezuela.

## ANEXOS

### ENCUESTA REALIZADA AL PERSONAL DEL HOTEL CASA ANDINA CLASSIC

**1. ¿Conoce la visión y la misión del hotel en el que trabaja?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	18	90%
NO	2	10%
TOTAL	20	100%

**2. ¿Usted ha recibido la información que consideraba necesario para empezar en su puesto de trabajo?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	20	100%
NO	0	0%
TOTAL	20	100%

**3. ¿Cómo evalúa usted su proceso de inducción? (Presentación en el sector, a los otros empleados, al hotel)**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
EXCELENTE	18	90%
BUENO	2	10%
REGULAR	0	0%
MALO	0	0%
TOTAL	20	100%

**4. ¿En general, cómo usted evalúa la capacitación que brinda la empresa? (Cantidad, Calidad)**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
EXCELENTE	19	95%
BUENO	1	5%
REGULAR	0	0%
MALO	0	0%
TOTAL	20	100%

**5. ¿Considera que es escuchado por su supervisor al expresar sus sugerencias?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	17	85%
NO	3	15%
TOTAL	20	100%

**6. ¿Usted se siente motivado a trabajar en este hotel?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	19	95%
NO	1	5%
TOTAL	20	100%

**7. ¿Comenta con su familia o amigos acerca de la empresa positivamente?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	20	100%
NO	0	0%
TOTAL	20	100%

**8. ¿En qué grado se siente responsable y parte de la empresa?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
ALTO	15	75%
MEDIO	5	25%
BAJO	0	0%
TOTAL	20	100%

**9. ¿Cómo evalúa usted las oportunidades de desarrollo profesional que la empresa ofrece?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
EXCELENTE	16	80%
BUENO	3	15%
REGULAR	1	5%
MALO	0	0%
TOTAL	20	100%

**10. ¿Ha recibido premios o incentivos por su desempeño laboral?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	20	100%
NO	0	0%
TOTAL	20	100%

## Interpretación de Cuadros – Entrevista

Atendiendo a cómo usted se siente respecto a distintos aspectos en el ámbito de su trabajo, se presentan varias opciones entre las que usted se posicionará marcando con una X aquella casilla que mejor represente su parecer.								
COLABORADOR 1,5,7,8,9,12,13,15,16,17,18	<b>CRITERIO: SEXO MASULINO Y FEMENINO</b>	1	2	3	4	5	6	7
	Condiciones físicas de su trabajo			X				
	Libertad para elegir tu propio método de trabajo				X			
	Tus compañeros de trabajo					X		
	Reconocimiento que obtienes por el trabajo bien hecho				X			
	Tu superior inmediato			X				
	Responsabilidad que se te ha asignado				X			
	La posibilidad de utilizar tus capacidades							
	Relaciones entre dirección y trabajadores en tu empresa			X				
	Tus posibilidades de obtener un asenso		X					
La atención que se presta a las sugerencias que haces					X			
COLABORADOR 1,5,7,9,13,16,17,18	<b>CRITERIO: EDAD ENTRE 18 A 30 AÑOS</b>	1	2	3	4	5	6	7
	Condiciones físicas de su trabajo					X		
	Libertad para elegir tu propio método de trabajo		X					
	Tus compañeros de trabajo					X		
	Reconocimiento que obtienes por el trabajo bien hecho					X		
	Tu superior inmediato						X	
	Responsabilidad que se te ha asignado						X	
	La posibilidad de utilizar tus capacidades						X	
	Relaciones entre dirección y trabajadores en tu empresa				X			
	Tus posibilidades de obtener un asenso			X				
La atención que se presta a las sugerencias que haces						X		
COLABORADOR 2,3,4,6,10,11,14,19,20	<b>CRITERIO: AÑOS DE SERVICIO DE 5 A MÁS</b>	1	2	3	4	5	6	7
	Condiciones físicas de su trabajo		X					
	Libertad para elegir tu propio método de trabajo			X				
	Tus compañeros de trabajo				X			
	Reconocimiento que obtienes por el trabajo bien hecho				X			
	Tu superior inmediato			X				
	Responsabilidad que se te ha asignado			X				
	La posibilidad de utilizar tus capacidades						X	
	Relaciones entre dirección y trabajadores en tu empresa						X	
	Tus posibilidades de obtener un asenso					X		
La atención que se presta a las sugerencias que haces						X		

1 = Muy insatisfecho
2 = Insatisfecho
3 = Moderadamente insatisfecho
4 = Ni satisfecho ni insatisfecho
5 = Moderadamente satisfecho
6 = Satisfecho
7 = Muy satisfecho

## FICHA TÉCNICA 1

### Escala Gráfica de identidad Organizacional (EGIO)

### Escala de Identificación con la Organización (EIO)

**Nombre:** Escala Gráfica de Identidad Organizacional (EGIO)

**Autor:** Shamir Kark (2004)

**Enfoque:** Evaluar con un solo ítem el grado de identificación de la persona con su organización.

**Forma interna:** Consta de 7 rectángulos enumerados, el primero representa una situación la cual no se identifica con la organización y por el contrario el último representa una situación que se identifica totalmente.

En segundo lugar, se recurrió a:

**Nombre:** Escala de Identificación con la Organización (EIO)

**Composición:** por 3 ítems adaptados

**Autor:** Van Dick, Wagner, Stellmacher y Christ (2004).

**Evaluación:** Con una escala descriptiva de 0 al 2 donde 0 es nada y 2 es mucho. Se comprueba que todas las cargas estandarizadas y los coeficientes críticos superan ampliamente los niveles mínimos recomendados.

**Fiabilidad:** 74 de fiabilidad.

**Adaptación:** Escala de Satisfacción laboral. Se utilizó la escala breve de satisfacción laboral de (Warr, Cook, y Wall 1979) adaptado por Merino (2015).

**Enfoque:** Se basa en los factores dicotómicos intrínsecos y extrínsecos de Herzberg. El cuestionario consta de 10 ítems cuya respuesta se da en una escala descriptiva discontinua de Likert que atribuye adjetivos a los distintos puntos del continuo ¿Grado de satisfacción con el ambiente de trabajo?: Muy insatisfecho – insatisfecho – poco insatisfecho – neutro – poco satisfecho – satisfecho – muy satisfecho. Todos los ítems son variables cualitativas ordinales de respuesta única.

**Confiabilidad:** Mayores a 0.80 para esta versión breve.

**Introducción.** - Atendiendo a cómo usted se siente respecto a distintos aspectos en el ámbito de su trabajo, se presentan varias opciones (desde muy satisfecho a muy insatisfecho) entre las que usted se posicionará marcando con una X aquella casilla que mejor represente su parecer.

1 = Muy satisfecho

2 = Insatisfecho

3 = Moderadamente satisfecho

4 = Ni satisfecho ni insatisfecho

5 = Moderadamente satisfecho

6 = Satisfecho

7 = Muy satisfecho

		1	2	3	4	5	6	7
1	Condiciones físicas de su trabajo							
2	Libertad para elegir tu propio método de trabajo							
3	Tus compañeros de trabajo							
4	Reconocimiento que obtienes por el trabajo bien hecho							
5	Tu superior inmediato							
6	Responsabilidad que se te ha asignado							
7	La posibilidad de utilizar tus capacidades							
8	Relaciones entre dirección y trabajadores en tu empresa							
9	Tus posibilidades de obtener un asenso							
10	La atención que se presta a las sugerencias que haces							

## FICHA TÉCNICA 2

### Escala de satisfacción laboral

**Nombre:** Escala breve de satisfacción laboral de

**Autor:** Warr, Cook y Wall 1979

**Adaptación:** Merino 2015

**Composición:** Se basa en los factores dicotómicos intrínsecos y extrínsecos de Herzberg. El cuestionario consta de 10 ítems cuya respuesta se da en una escala descriptiva discontinua de Likert que atribuye adjetivos a los distintos puntos del continuo ¿Grado de satisfacción con el ambiente de trabajo?: Muy satisfecho – Insatisfecho – Poco insatisfecho – Neutro – Poco satisfecho – Satisfecho – Muy satisfecho). Todos los ítems son variables cualitativas ordinales de respuesta única.

**Confiabilidad:** mayores de 0.80 para esta versión breve.