

UNIVERSIDAD DE HUANUCO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS



TESIS

**“El clima organizacional y la motivación intrínseca de los
trabajadores de la Empresa de Transporte Turismo Tingo María,
post pandemia Huánuco - 2022”**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

AUTOR: Pardave Fonseca, Joel Junior

ASESORA: Carbajal Alvarez, Magaly Haydee

HUÁNUCO – PERÚ

2023

U

TIPO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN:

- Tesis (X)
- Trabajo de Suficiencia Profesional ()
- Trabajo de Investigación ()
- Trabajo Académico ()

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN: Gestión Administrativa

AÑO DE LA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN (2020)

CAMPO DE CONOCIMIENTO OCDE:

Área: Ciencias Sociales

Sub área: Economía, Negocios

Disciplina: Negocios, Administración

DATOS DEL PROGRAMA:

Nombre del Grado/Título a recibir: Título Profesional de Licenciado en Administración de Empresas

Código del Programa: P13

Tipo de Financiamiento:

- Propio (X)
- UDH ()
- Fondos Concursables ()

DATOS DEL AUTOR:

Documento Nacional de Identidad (DNI): 75903590

DATOS DEL ASESOR:

Documento Nacional de Identidad (DNI): 09872196

Grado/Título: Magister en ciencias administrativas

gestión publica

Código ORCID: 0000-0002-9489-3588

DATOS DE LOS JURADOS:

Nº	APELLIDOS Y NOMBRES	GRADO	DNI	Código ORCID
1	Huerto Orizano, Diana	Maestra en gestión y negocios, mención en gestión de proyectos	40530605	0000-0003-1634-6674
2	Blanco Tipismana, Jose Martin	Maestro en gestión y negocios, mención en gestión de proyectos	22474198	0000-0001-7118-719X
3	Mercado Huertas, Janeth Rosemary	Licenciada en administración	22459383	0000-0002-3906-6563

D

H

UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Huánuco, siendo las 09:00 horas del día 16 del mes de mayo del año 2023, en el cumplimiento de lo señalado en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad de Huánuco, se reunieron el sustentante y el Jurado Calificador, integrado por los docentes:

Mtra. Diana Huerto Orizano	(Presidente)
Mtro. José Martín Blanco Tipismana	(Secretario)
Mtra. Janeth Rosemary Mercado Huertas	(Vocal)

Nombrados mediante la RESOLUCIÓN N.º 089-2023D-D-FCEMP-PAAE-UDH para evaluar la Tesis intitulada: "EL CLIMA ORGANIZACIONAL Y LA MOTIVACION INTRINSECA DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA DE TRANSPORTE TURISMO TINGO MARIA, POST PANDEMIA – HUÁNUCO 2022" presentada por el Bachiller, PARDAVE FONSECA, Joel Junior, para optar el título Profesional de Licenciado en Administración de Empresas.

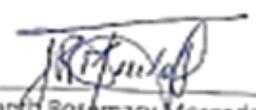
Dicho acto de sustentación se desarrolló en dos etapas: exposición y absolución de preguntas; procediéndose luego a la evaluación por parte de los miembros del Jurado.

Habiendo absuelto las objeciones que le fueron formuladas por los miembros del Jurado y de conformidad con las respectivas disposiciones reglamentarias, procedieron a deliberar y calificar, declarándolo APROBADO con el calificativo cuantitativo de 15 (Quince) y cualitativo de BUENO (Art. 47 - Reglamento General de Grados y Títulos).

Siendo las 10:00^{am} horas del día 16 del mes de mayo del año 2023, los miembros del Jurado Calificador firman la presente Acta en señal de conformidad.


Mtra. Diana Huerto Orizano
N° DNI 40530605
Código ORCID: 0000-0003-1634-6674
PRESIDENTE


Mtro. José Martín Blanco Tipismana
N° DNI 22474198
Código ORCID: 0000-0001-7118-719X
SECRETARIO


Mtra. Janeth Rosemary Mercado Huertas
N° DNI 22459383
Código ORCID: 0000-0002-3906-6563
VOCAL

DIRECTIVA N° 006- 2020- VRI-UDH PARA EL USO DEL SOFTWARE TURNITIN DE LA UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO Resolución N° 018-2020-VRI-UDH 03JUL20 y modificatoria R. N° 046-2020-VRI-UDH, 19OCT20

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD

Yo, **Magaly Haydée Carbajal Alvarez**, asesor(a) del PA **Administración de Empresas** y designado(a) mediante documento: **Resolución N° 608-2022-DFCEMP-PAAE-UDH** del estudiante(s) **Joel Junior Pardave Fonseca**, de la Investigación titulada: **“EL CLIMA ORGANIZACIONAL Y LA MOTIVACION INTRINSECA DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA DE TRANSPORTE TURISMO TINGO MARIA, POST PANDEMIA – HUÁNUCO 2022”**

Puedo constar que la misma tiene un índice de similitud del **23%** verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el Software Antiplagio Turnitin.

Por lo que concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con todas las normas de la Universidad de Huánuco.

Se expide la presente, a solicitud del interesado para los fines que estime conveniente.

Huánuco, 07 de junio de 2023



Carbajal Alvarez, Magaly Haydée

DNI N°09872198

Código Orcid N°0000-0002-9489-3588

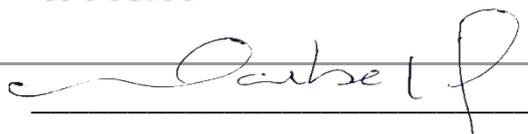
EJEMPLAR DEL INFORME FINAL TESIS

ORIGINALITY REPORT

23%	23%	3%	13%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repositorio.udh.edu.pe Internet Source	8%
2	distancia.udh.edu.pe Internet Source	2%
3	Submitted to Universidad de Huanuco Student Paper	1%
4	hdl.handle.net Internet Source	1%
5	repositorio.unjfsc.edu.pe Internet Source	1%
6	repositorio.ucv.edu.pe Internet Source	1%
7	repositorio.ulasamericas.edu.pe Internet Source	1%
8	ri.ues.edu.sv Internet Source	1%
9	www.significados.com Internet Source	<1%



Carbajal Alvarez, Magaly Haydée
DNI N°09872198
Código Orcid N°0000-0002-9489-3588

DEDICATORIA

“A mis padres por su importante apoyo en mi formación”

AGRADECIMIENTO

“A los conductores de la empresa, por su disponibilidad para llenar los instrumentos y contribuir con la investigación”

“Al gerente de la empresa, por su colaboración y contribución con el desarrollo de la tesis”

“A mi docente asesor, por su acompañamiento en la formulación de esta investigación”

“A todos los docentes de la Universidad de Huánuco, por su apoyo en mi formación profesional”

“A mis familiares por su acompañamiento y motivación”

ÍNDICE

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
ÍNDICE.....	IV
ÍNDICE DE TABLAS	VI
ÍNDICE DE FIGURAS.....	VIII
RESUMEN	X
ABSTRACT.....	XI
INTRODUCCIÓN.....	XII
CAPÍTULO I.....	14
PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN.....	14
1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	14
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	16
1.2.1. PROBLEMA GENERAL	16
1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS.....	16
1.3. OBJETIVOS.....	17
1.3.1. OBJETIVO GENERAL	17
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	17
1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	17
1.4.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA	17
1.4.2. JUSTIFICACIÓN PRACTICA	17
1.4.3. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA	18
1.5. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN	18
1.6. VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	18
CAPITULO II.....	19
MARCO TEÓRICO	19
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	19
2.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES	19
2.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES	20
2.1.3. ANTECEDENTES LOCALES.....	22
2.2. BASES TEÓRICAS.....	23
2.2.1. CLIMA ORGANIZACIONAL	23

2.2.2. MOTIVACIÓN INTRÍNSECA	31
2.3. DEFINICIONES CONCEPTUALES	40
2.4. SISTEMA DE HIPÓTESIS	41
2.4.1. HIPÓTESIS GENERAL	41
2.4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS.....	41
2.5. SISTEMA DE VARIABLES	42
2.5.1. VARIABLE INDEPENDIENTE.....	42
2.5.2. VARIABLE DEPENDIENTE	42
2.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	42
CAPÍTULO III	44
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	44
3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	44
3.1.1. ENFOQUE.....	44
3.1.2. ALCANCE O NIVEL	44
3.1.3. DISEÑO	44
3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA	45
3.2.1. POBLACIÓN	45
3.2.2. MUESTRA.....	45
3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	46
3.4. TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA	
INFORMACIÓN	46
CAPÍTULO IV.....	47
RESULTADO	47
4.1. PROCESAMIENTO DE DATOS	47
4.2. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS.....	71
CAPÍTULO V.....	77
DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	77
5.1. DISCUSIÓN RESPECTO A LOS ANTECEDENTES.....	77
5.2. DISCUSIÓN RESPECTO AL MARCO TEÓRICO	78
CONCLUSIONES	79
RECOMENDACIONES.....	81
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	82
ANEXOS	85

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 El gerente de la empresa tiene actitudes autoritarias	47
Tabla 2 El gerente de la empresa usa el autoritarismo solo cuando es necesario	48
Tabla 3 El gerente busca la participación de todos los trabajadores en la toma de decisiones	49
Tabla 4 El gerente de la empresa promueve la participación de todos en el cumplimiento de objetivos.....	50
Tabla 5 La empresa usa medios de comunicación para compartir logros importantes	51
Tabla 6 La empresa tiene como prioridad compartir buenas noticias siempre	52
Tabla 7 La empresa tiene grupos de comunicación para estar en contacto con todos los trabajadores	53
Tabla 8 La empresa no solo usa medios digitales para estar en contacto todos	54
Tabla 9 Me siento parte de un grupo humano importante.....	55
Tabla 10 La empresa me hace sentir importante para ellos	56
Tabla 11 La empresa fomenta equipos de trabajo eventuales.....	57
Tabla 12 La empresa cuando organiza actividades busca la espontaneidad	58
Tabla 13 El clima organizacional de la empresa me impulsa a tomar decisiones pensadas	59
Tabla 14 El clima organizacional de la empresa hace que medite las decisiones que vaya a tomar	60
Tabla 15 El clima organizacional nos permite tomar decisiones acertadas .	61
Tabla 16 El clima organizacional de la empresa nos genera conductas en base a la intuición	62
Tabla 17 El clima organizacional nos permite desarrollar nuestras competencias básicas.....	63
Tabla 18 El clima organizacional impulsa mejorar las competencias básicas (destreza en el área que trabajamos)	64
Tabla 19 La empresa nos permite contar con competencias genéricas	65

Tabla 20 La empresa impulsa competencias para adaptarnos mejor al trabajo con ellos.....	66
Tabla 21 Me siento seguro trabajando en la empresa	67
Tabla 22 Presento iniciativas y luego puedo informarlas	68
Tabla 23 El clima organizacional fomenta la práctica de la moral.....	69
Tabla 24 El clima organizacional motiva la práctica de la moral en la empresa.....	70
Tabla 25 Criterios de Análisis e Interpretación del Coeficiente de Pearson para determinar la relación entre el clima organizacional y la motivación intrínseca de los trabajadores de la empresa de transporte Turismo Tingo María – post pandemia Huánuco 2022	71
Tabla 26 Estimación de la correlación entre el clima organizacional y la motivación intrínseca de los trabajadores de la empresa de transporte turismo Tingo María Post Pandemia – Huánuco 2022.....	72
Tabla 27 Estimación de la correlación entre el liderazgo y la motivación intrínseca de los trabajadores de la empresa de transporte turismo Tingo María Post Pandemia – Huánuco 2022	73
Tabla 28 Estimación de la correlación entre la comunicación y la motivación intrínseca de los trabajadores de la empresa de transporte turismo Tingo María Post Pandemia – Huánuco 2022	74
Tabla 29 Estimación de la correlación entre la pertenencia y la motivación intrínseca de los trabajadores de la empresa de transporte turismo Tingo María Post Pandemia – Huánuco 2022	75

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 El gerente de la empresa tiene actitudes autoritarias	47
Figura 2 El gerente de la empresa usa el autoritarismo solo cuando es necesario	48
Figura 3 El gerente busca la participación de todos los trabajadores en la toma de decisiones	49
Figura 4 El gerente de la empresa promueve la participación de todos en el cumplimiento de objetivos.....	50
Figura 5 La empresa usa medios de comunicación para compartir logros importantes	51
Figura 6 La empresa tiene como prioridad compartir buenas noticias siempre	52
Figura 7 La empresa tiene grupos de comunicación para estar en contacto con todos los trabajadores	53
Figura 8 La empresa no solo usa medios digitales para estar en contacto todos	54
Figura 9 Me siento parte de un grupo humano importante	55
Figura 10 La empresa me hace sentir importante para ellos	56
Figura 11 La empresa fomenta equipos de trabajo eventuales	57
Figura 12 La empresa cuando organiza actividades busca la espontaneidad	58
Figura 13 El clima organizacional de la empresa me impulsa a tomar decisiones pensadas	59
Figura 14 El clima organizacional de la empresa hace que medite las decisiones que vaya a tomar	60
Figura 15 El clima organizacional nos permite tomar decisiones acertadas	61
Figura 16 El clima organizacional de la empresa nos genera conductas en base a la intuición	62
Figura 17 El clima organizacional nos permite desarrollar nuestras competencias básicas.....	63
Figura 18 El clima organizacional impulsa mejorar las competencias básicas (destreza en el área que trabajamos)	64
Figura 19 La empresa nos permite contar con competencias genéricas	65

Figura 20 La empresa impulsa competencias para adaptarnos mejor al trabajo con ellos.....	66
Figura 21 Me siento seguro trabajando en la empresa.....	67
Figura 22 Presento iniciativas y luego puedo informarlas.....	68
Figura 23 El clima organizacional fomenta la práctica de la moral	69
Figura 24 El clima organizacional motiva la práctica de la moral en la empresa.....	70

RESUMEN

La tesis que lleva como título “**EL CLIMA ORGANIZACIONAL Y LA MOTIVACION INTRINSECA DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA DE TRANSPORTE TURISMO TINGO MARIA, POST PANDEMIA – HUÁNUCO 2022**” ha sido elaborado en base a la necesidad de encontrar respuesta a la problemática planteada, dado que el clima organizacional y la motivación intrínseca son dos variables en la empresa de transporte que tenía indicios de no estar asociados entre sí. Tras aplicar los instrumentos de investigación, se ha podido corroborar que la familiaridad que hay entre ello, dando razón a lo que sostienen los autores en términos conceptuales, e investigativos. Al respecto, la tesis da fe de los hallazgos a partir de la discusión que hizo con las publicaciones citadas en el capítulo 2, donde se puede precisar que dichas conclusiones son un complemento ideal para comprender el comportamiento de las variables en la empresa estudiada. En ese sentido, la principal conclusión es planteada de la siguiente manera “La tesis demuestra la relación directa que existe entre el clima organizacional y la motivación INSTRINSECA DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA DE TRANSPORTE TURISMO Tingo Maria Post Pandemia – Huánuco 2022, esto se puede verificar con el coeficiente de correlación Pearson, cuyo valor del r^2 es igual a 0.623, el mismo que puede ser corroborado con la información de las tablas 1 y 17, donde se indica que el 61.1% caracteriza al gerente con un estilo de liderazgo autoritario, lo que genera que el 58.3% opine que el clima organizacional motive la consecución de competencias básicas”. Tras lo expresado la tesis es claro en poder hacer la siguiente recomendación “Considerando que la tesis ha demostrado que hay relación directa entre el clima organizacional y la motivación intrínseca, a pesar de que hay un porcentaje de trabajadores que no considera ello, es importante que la gerencia de la empresa de transporte base su trabajo en el fortalecimiento de habilidades blandas, dado que la empatía puede ser una característica que ayude al entendimiento entre todos”.

Palabras claves: Capacitación, desarrollo, empatía, integración, relaciones humanas.

ABSTRACT

The thesis entitled "**THE ORGANIZATIONAL CLIMATE AND THE INTRINSIC MOTIVATION OF THE WORKERS OF THE TINGO MARIA TOURISM TRANSPORT COMPANY, POST PANDEMIC - HUÁNUCO 2022**" has been prepared based on the need to find an answer to the problem raised, given that the organizational climate and intrinsic motivation are two variables in the transport company that had signs of not being associated with each other. After applying the research instruments, it has been possible to corroborate that the familiarity between them, giving reason to what the authors maintain in conceptual and investigative terms. In this regard, the thesis attests to the findings from the discussion made with the publications cited in chapter 2, where it can be specified that these conclusions are an ideal complement to understand the behavior of the variables in the company studied. In this sense, the main conclusion is stated as follows "The thesis demonstrates the direct relationship that exists between the organizational climate and the INTRINSIC motivation OF THE WORKERS OF THE TOURISM TRANSPORTATION COMPANY Tingo Maria Post Pandemic - Huánuco 2022, this can be verify with the Pearson correlation coefficient, whose value of r^2 is equal to 0.623, the same that can be corroborated with the information in tables 1 and 17, where it is indicated that 61.1% characterize the manager with an authoritarian leadership style, which generates that 58.3% think that the organizational climate motivates the achievement of basic competencies". After what was expressed, the thesis is clear in being able to make the following recommendation "Considering that the thesis has shown that there is a direct relationship between the organizational climate and intrinsic motivation, despite the fact that there is a percentage of workers who do not consider it, it is important that the management of the transport company bases its work on strengthening soft skills, given that empathy can be a characteristic that helps everyone understand each other".

Keywords: Training, development, empathy, integration, human relations

INTRODUCCIÓN

La tesis ha sido elaborada tomando en cuenta el reglamento de grados y títulos del Programa de Administración de Empresas de la Universidad de Huánuco, en ese considerando. El clima organizacional es una variable que determina el comportamiento de los trabajadores en una organización, en ese contexto, el problema planteado al ver como se relaciona el clima con la motivación intrínseca en la empresa en mención, es suficiente razón para haber estructurado la investigación, cuyos detalles se presentan a continuación.

En la primera sección de la tesis, se presenta la fundamentación del problema, donde se plantea los propósitos de la misma, así como la justificación respectiva en los ámbitos prácticos, teóricos, y como las limitaciones han sido superadas en el tiempo previsto. De igual forma, en la segunda sección se plantea el marco teórico, para ello se ha citado importantes investigaciones a nivel internacional, nacional y local, los mismos que nos dan luces respecto a los resultados que hemos obtenido, permitiendo contribuir con sus conocimientos. De igual forma, el marco teórico conceptual incluye citas importantes de autores que han planteado conceptos que enmarcan el desarrollo de la tesis. De esta manera, la metodología que ha sido planteado propuso el recojo de información en términos cuantitativos, permitiendo ellos la descripción del comportamiento de cada variable, siendo la tesis no experimental de tipo transversal.

En la cuarta y quinta sección se han planteado los resultados de manera descriptiva, valiéndose de los estadígrafos de Pearson para poder confirmar la relación entre las variables de estudio. Las figuras presentadas toman en cuenta los valores porcentuales para un mejor entendimiento. En la quinta sección, presenta la tesis la discusión de resultados con los antecedentes y marco teórico, pudiendo demostrar que efectivamente la tesis contribuye con la ciencia a partir de sus postulados, sin denegar lo que ya se sabe de la variable, por el contrario, tiene una contribución directa con el comportamiento de las variables, en un contexto sumamente específico. De esta manera, la

tesis es para la ciencia un antecedente efectivo que puede permitir la formulación de una investigación compleja en termino de demostrar algo.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Barrutia 2021 define que la pandemia es una enfermedad que se extiende a muchos países y continentes, traspasa gran número de fronteras, supera el número de casos esperados y persiste en el tiempo; además, ataca a casi todos los individuos de una localidad o región. Durante la pandemia uno de los principales sectores afectados en su totalidad fue el sector transporte. Se podría afirmar que el mundo está atravesando un estado de reinicio post pandemia, por todo el estancamiento y adaptabilidad que la humanidad tuvo que enfrentar en la pandemia, más que un problema de salud pública, afectó las demás dimensiones de la vida. Empresas en el mundo en este sector han quebrado dada las restricciones de tránsito a la población. Sin embargo, durante el periodo post pandemia, la demanda por este servicio se incrementó significativamente, en Europa el turismo aumento 35% más respecto a indicadores del 2019. Reflejando que el sector transporte encontraba una brillante oportunidad para reactivarse. En ese contexto, empresas que se dedicaron a esta actividad debieron tener un clima organizacional apropiado que determine la motivación intrínseca en sus choferes, personal administrativo, entre otros. En el contexto descrito, respecto al problema que ha generado la pandemia en el mundo el clima organizacional de las principales empresas en el mundo ha sido un factor que afectado la motivación intrínseca de los trabajadores, a decir esto la variable motivación intrínseca es según el autor Ryan y Deci (2002) Aquellos cuya motivación se basa en la satisfacción inherente a la propia actividad, más que en contingencias o refuerzos que puedan ser operativamente separables de ella, como se ha podido entender en el concepto mencionado la motivación intrínseca es un aspecto que debe de ser valorado por todas las empresas dado el comportamiento que define el comportamiento de todos los trabajadores.

En el caso de Perú, este no ha sido la excepción, por el contrario, se ha logrado observar que empresas como CIVA han podido contar con una

estructura administrativa que sostuvo un clima organizacional la cual mantuvo motivado a sus trabajadores para poder atender el proceso de reactivación post pandemia. Reconocimiento, respeto a las normas internas, recompensas, seguridad ofrecida a través de trabajo formal, son algunos aspectos que se ha sido motivo de inversión en la empresa. En suma, estas decisiones, han generado en sus choferes, ferromozas, administrativos y personal auxiliar un clima de trabajo con una motivación importante para mantener satisfecho a los que demandaban el servicio. Similar a esta experiencia, las empresas de transporte que usan vehículos menores y que cuentan con asociaciones, también han entendido que era necesario contar con una organización capaz de mantener trabajadores en buen estado de ánimo. Por ello, el clima organizacional en este tipo de empresas suele ser jovial, tal como expresa las investigaciones planteadas post pandemia. Meriño (2020).

Respecto a la empresa Transporte Turismo Tingo María en Huánuco, inicio sus actividades de manera informal en los años 90, a la fecha se encuentra constituida como empresa, contando con 28 vehículos tipo SEDAN que ofrecen traslado a la ruta Huánuco – Tingo María. Cada vehículo a la fecha está haciendo dos viajes diarios post pandemia, lo que rentablemente es importante para la empresa. A los 28 choferes que tiene, se suma 6 (3 en Huánuco – 3 en Tingo) trabajadores en el área administrativa que suelen rotar turnos. Se suma a ello, 2 trabajadores que se dedican a articular pasajeros, en total 36 trabajadores. Respecto al clima organizacional, la empresa ha entendido que los estilos de liderazgo son esencial para garantizar que estos 36 trabajadores tengan motivaciones internas apropiadas y puedan sumar a los propósitos que tiene la empresa, ya que la gerencia ha expresado que se puede trabajar en equipo y con liderazgo. Por otro lado, la empresa ha hecho una apuesta por el clima organizacional, estandarizando el uso de aplicaciones para que los trabajadores fomente las normas y valores para que surja un trato adecuado entre todos, lo que indudablemente les debe dar un sentido de pertenencia apropiado. Empresa de Transporte Turismo de Tingo María (2021). La problemática es que dentro de la empresa no se esta dando un clima organizacional adecuado, lo cual impide el desempeño de los

trabajadores, esto se debe a que no hay un buen liderazgo, comunicación ni pertenencia en la organización. Por ello, la empresa entiende que debe conocer cómo se está relacionando el clima organizacional en la motivación intrínseca de todos sus trabajadores, en un ambiente de reactivación post pandemia. La motivación intrínseca en la empresa a consecuencia de la pandemia ha sido sumamente negativa, se traduce en un comportamiento pesimista de los trabajadores en malas relaciones entre otros aspectos, probablemente esta motivación intrínseca haya sido a consecuencia de un pésimo clima organizacional como se puede líneas arriba, es fundamental que la motivación intrínseca siendo un aspecto negativo de los trabajadores tenga que ser atendido por la empresa a efecto de superar este problema. Estos resultados, mejoraran la capacidad para tomar decisiones en torno a cómo está organizada la empresa y si debe persistir ello para poder enfrentar la competencia, por ello el problema que se plantea a continuación busca esos fines en todo el estudio.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. PROBLEMA GENERAL

¿De qué manera se relaciona el clima organizacional con la motivación intrínseca de los trabajadores de la Empresa de Transportes Turismo Tingo María Post Pandemia – Huánuco 2022?

1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS

¿De qué manera se relaciona los estilos de liderazgo con la motivación intrínseca de los trabajadores de la Empresa de Transportes Turismo Tingo María post Pandemia – Huánuco 2022?

¿De qué manera se relaciona la comunicación con la motivación intrínseca de los trabajadores de la Empresa de Transportes Turismo Tingo María post Pandemia – Huánuco 2022?

¿De qué manera se relaciona la pertenencia con la motivación intrínseca de los trabajadores de la Empresa de Transportes Turismo Tingo María post Pandemia – Huánuco 2022?

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar de qué manera se relaciona el clima organizacional con la motivación intrínseca de los trabajadores de la Empresa de Transportes Turismo Tingo María post Pandemia – Huánuco 2022

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Determinar de qué manera se relaciona los estilos de liderazgo con la motivación intrínseca de los trabajadores de la Empresa de Transportes turismo Tingo María post Pandemia – Huánuco 2022

Determinar de qué manera se relaciona la comunicación con la motivación intrínseca de los trabajadores de la Empresa de Transportes Turismo Tingo María post Pandemia – Huánuco 2022

Determinar de qué manera se relaciona la pertenencia con la motivación intrínseca de los trabajadores de la Empresa de Transportes Turismo Tingo María post Pandemia – Huánuco 2022

1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA

Hernández et al. (2018). La tesis de investigación planteó importantes cuestionamientos a la teoría existente de las variables de estudio, a partir del cual buscará contribuir al nivel entendimiento de ello en el contexto mencionado.

1.4.2. JUSTIFICACIÓN PRACTICA

Hernández et al. (2018). La tesis se desarrolló en un escenario post pandemia, donde la reactivación de todas las actividades económicas es permanente, con el propósito de brindar información al gerente de esta empresa para que tome decisiones y analice como están respondiendo

sus trabajadores, de esta manera podrá desarrollar estrategias de clima organizacional y así mejorar la motivación intrínseca

1.4.3. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA

Hernández et al. (2018). La tesis planteó instrumentos apropiados, diseñado de acuerdo a una metodología que permita el recojo de información oportuna, pudiendo estos ser validado para ser usado en otras investigaciones de similar naturaleza.

1.5. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

La tesis presentó las siguientes limitaciones:

- Posible demora en la aplicación de instrumentos a los choferes, dado que están en permanente viaje por la naturaleza de su actividad. Sin embargo, estas fueron superadas con constancia.

1.6. VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

La tesis fue viable por las siguientes razones:

- Se cuenta con los recursos económicos para solventar los gastos que demande la tesis
- Se cuenta con bibliografía especializada para entender las variables
- Se cuenta con asesoría especializada para el desarrollo de la tesis

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES

López (2021) en su tesis titulada “Clima Organizacional y Desempeño Laboral: Propuesta Metodologica para la Universidad Politécnica Salesiana SEDE Guayaquil” presentada a la Universidad Politecnica Salesiana; Ilego a las siguientes conclusiones:

- En primera instancia de los resultados captan que la comunicación tiene influencia de manera directa con el desempeño laboral del personal administrativo de la UPS sede Guayaquil.
- Se determinó según los resultados obtenidos que la motivación si influye directamente con el desempeño laboral de los colaboradores administrativo UPS SEDE Guayaquil.
- Concluyendo, con los resultados generales donde se determina que el clima organización tiene una gran influencia ante el desempeño laboral que tengan los administrativos de la UPS SEDE Guayaquil.

Roberto et. al. (2021) en su tesis titulada “La motivación intrínseca hacia el trabajo como criterio de felicidad organizacional” presentada a la Universidad Andina Simón Bolívar; Ilego a las siguientes conclusiones:

- Esta investigación constaba de tres partes. En la primera, se revisó teóricamente la idea de motivación intrínseca y placer, las numerosas teorías que las abordan y su conexión con el lugar de trabajo. Para ello, se comenzó por tomar posición sobre la noción de las dos variables de Herzberg y cómo afectan al lugar de trabajo. Sus conceptos sirvieron de base para analizar en este artículo la conexión entre la motivación autónoma y los estudios

recientes sobre la felicidad. La eudaimonía, además del hedonismo, es uno de los aspectos del disfrute que planteó la cuestión. Los componentes motivadores sobre los que Herzberg fundamentó sus postulados a este respecto tienen que ver con el desarrollo, las acciones con propósito y el disfrute de hacer cosas; en otras palabras, son facetas que parecen estar relacionadas con la eudaimonía; por tanto, con la felicidad.

- En cuanto a las impresiones descubiertas a través de los grupos focales, existe una discrepancia entre lo que la empresa cree que hace eficazmente por el bienestar de sus empleados y lo que la gente cree que debería hacer. En este sentido, la empresa emplea técnicas como espacios de integración y programas de reconocimiento que no son bien recibidas por los empleados, que en general creen que no hay tiempo suficiente para mejorar el trabajo diario.

2.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES

Guzmán (2018) en su tesis titulada “El clima organizacional y su relación con la satisfacción laboral de los colaboradores en una empresa de carga internacional en el contexto global” presentada a la Universidad Ricardo Palma; llegó a las siguientes conclusiones:

- Según los resultados obtenidos se logra observar que el clima organizacional no tiene una aceptación para obtener una relación con la satisfacción laboral ya que no son correspondientes para la organización de carga internacional. Por ello, se da una afirmación de la existencia positiva o negativa del clima organizacional afirmar que la existencia de un adecuado clima organizacional repercusión la influencia del desempeño laboral de los trabajadores en carga internacional.
- La realización personal es insuficiente, ya que los empleados dependen de la empresa de transporte internacional para fomentar su crecimiento profesional y personal. En consecuencia,

se sienten insatisfechos con la empresa, lo que va en detrimento de su éxito. Examinando el estudio de la Terminal de Operaciones Portuarias de Kaohsiung, podemos concluir que la cultura del lugar de trabajo afecta significativamente a la satisfacción laboral y que los empleados tienen fuertes incentivos para Las personas que reciben recompensas por hacer un buen trabajo en el puesto se expresan con más claridad y eficacia y rinden más. Se sienten más seguros en la organización y, en consecuencia, tienen más satisfacción laboral.

- El control es inapropiado debido a que los superiores no muestran un apoyo ni consideración para los trabajadores, ocasionando una inestabilidad de respaldo sea negativamente en la eficiencia de desarrollo de sus actividades con grado de poca satisfacción laboral dentro de la empresa.

Vigil (2021) en su tesis titulada “La motivación intrínseca y el desempeño laboral del personal administrativo de la sede de Breña de los Servicios postales del Perú - SERPOST” presentada a la Universidad Inca Garcilaso de la Vega; llego a las siguientes conclusiones:

- Las capacidades del personal administrativo de la sede central de Brea de los servicios postales están altamente correlacionadas con el componente de orientación a objetivos. Los resultados del personal administrativo de la sede de Brea de los servicios postales peruanos, SERPOST, están fuertemente correlacionados con el componente de orientación a objetivos. Los resultados del personal administrativo de la sede de Brea de los servicios postales peruanos, SERPOST, están fuertemente correlacionados con el componente de orientación a objetivos.
- Las aptitudes del personal administrativo de la sede de Brea de los servicios postales están fuertemente relacionadas con el componente psicológico. Las habilidades del personal administrativo de la sede de Brea de los servicios postales están fuertemente correlacionadas con el componente psicológico. Los

resultados del personal administrativo de la sede de Brea de los servicios postales están fuertemente correlacionados con la dimensión psicológica.

2.1.3. ANTECEDENTES LOCALES

Valdivia (2021) en su tesis titulada “Motivación extrínseca y satisfacción del cliente en la empresa Happyland Huánuco 2021” redactada a la Universidad de Huánuco; llegó a las siguientes conclusiones:

- La motivación extrínseca y la felicidad del cliente en Happyland Huánuco 2021 tienen un vínculo sustancial, ya que los resultados de la prueba apoyan la hipótesis de estudio y refutan la hipótesis nula. La correlación algo positiva entre estas variables, que tiene un valor de 0,566, también muestra una asociación directa entre ellas.
- En la empresa Happyland Huánuco 2021, existe una correlación considerable entre el clima laboral y la satisfacción del cliente, como lo demuestra la prueba de hipótesis al aceptar la hipótesis de investigación y rechazar la hipótesis nula. La correlación algo positiva entre estas variables, que tiene un valor de 0,595, muestra también una asociación directa entre ellas.
- En la empresa Happyland Huánuco 2021, existe una relación sustancial entre los incentivos y la felicidad de los clientes, como lo demuestra la aceptación de la hipótesis de estudio y el rechazo de la hipótesis nula. El coeficiente de correlación positiva débil entre estas variables, que tiene un valor de 0,157, muestra también una asociación directa entre ellas.

Churampi (2020) en su tesis titulada “Clima Organizacional y Desempeño Laboral en los trabajadores administrativos de la Red Asistencial Essalud Huancavelica 2019” presentada a la Universidad de Huánuco; llegando de esta forma a las conclusiones:

- El tesista pudo demostrar que hay una correlación que describe la complementación positiva entre las variables de estudio, con un valor 0832 este estadígrafo respalda las opiniones de los trabajadores en cuanto al diseño organizacional 50% cultura organizacional 67% y la última dimensión potencial de las personas 39%. Ello generando compromisos en los trabajadores que responde al 55%, respetando procedimientos pudiendo observar que es el 56% y finalmente la productividad a medida en orden del 52%,
- El autor sostiene además el desempeño laboral de los trabajadores sobre todo tiene motivaciones específicas claras en la organización analizada. El indicador conflicto y cooperación tiene una relevancia en la variable dependiente dado que la motivación que influencia en los trabajadores determina la identidad que estos tienen con ESSALUD de Huancavelica.

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. CLIMA ORGANIZACIONAL

Uribe (2014) sostiene que el clima organizacional está definido como un conjunto de propiedades que se pueden medir en el área de trabajo directo o indirectamente, por los propios trabajadores de la empresa, ya que mantener el ambiente son es una motivación de rendimiento laboral.

Según González et. al. (2021) define que el clima organizacional se relaciona con el sentido compartido tiene que ver con el sentido compartido alrededor de las políticas, prácticas y medidas de una organización que se relacionan con la experiencia de los empleados. Es de importancia destacar que la conceptualización dicha por los empleados que tienen una dependencia de juicio y esto le da valor que le da una variación en las personas, ya que tiene la inclusión dimensiones físicas, mentales y emocionales. Pero ante todo ello se verifica que el peso de influencia es importante en la productividad,

comportamiento y motivación de los empleados. Por su parte Sevilla (2022) define que el clima organizacional puede ser un eslabón positivo dentro de la organización o un obstáculo para su desempeño. En cuanto al clima organizacional, los factores internos y externos de la organización inciden en el desempeño de los integrantes de la empresa. Esto se debe a que las características del ambiente de trabajo percibido por los empleados afectan directa o indirectamente su comportamiento y desempeño laboral en algún aspecto.

2.2.1.1. CARACTERISTICAS DEL CLIMA ORGANIZACIONAL

Según Sevilla (2022) sostiene que un ambiente de trabajo negativo tiene el potencial de afectar directamente la rentabilidad y la imagen de una empresa en el mercado. Para realizar la comprensión precisa de la gestión de recursos humanos que tiene una pesima estructurada la cual efecta a la organización, debemos aclarar las características clave del entorno organizacional. Algunos de ellos son:

- **Subjetividad:** son definidas como el mejoramiento dentro de una institución como condición de percepción para los empleados tengan una eficiencia. (Sevilla, 2022).
- **Complejidad:** está establecida por su propia naturaleza, esto se al gestionar el clima organizacional son muy complejas y es dependiente de varios factores sean de tangibilidad o no. (Sevilla, 2022).
- **Alta expectativa:** dentro de las empresas los propios empleados generan sus expectativas altas de interés de lograr cumplir sus metas y objetivos. (Sevilla, 2022).

2.2.1.2. CONSECUENCIAS DE UN CLIMA ORGANIZACIONAL DESFAVORABLE

Uribe (2014) nos dice que mediante la observacion en la gestion de fluencias existen principales problemas dentro del clima organizacional podemos mencionar:

- Cuando se hace una disminución en la productividad general ocasiona una decadencia en la calidad de atención.
- Los Rumores interno y externo que dan un aspecto negativo a la organización (dentro de ellos se encuentran algunas quejas, los comentarios de tipo negativo que se da dentro y fuera de la empresa);
- La existencia del individualismo y la máxima competitividad para realizar las actividades;
- El cambio constante de los trabajadores genera mayor costo en los gastos con las contrataciones y capacitaciones;
- las pérdidas que pueden ser de naturaleza exclusiva de los trabajadores con talento, es decir profesionales que tienen buen rendimiento que deciden abandonar la empresa,
- Si hay un decrecimiento de motivación también existe bajo compromiso y una gran desalineación con los objetivos de negocio;
- Las tardanzas y faltas frecuentes;
- La aprobación de solicitudes constantes de las licencias y permisos;
- Las agitaciones en producción, también en como repara y hacerlo en poco tiempo.
- La mínima expresión de forma creativa o innovadora de las actividades.

2.2.1.3. IMPORTANCIA DE UN BUEN CLIMA ORGANIZACIONAL

Según Uribe (2014) obtener un ambiente de trabajo negativo tiene el potencial de afectar directamente la rentabilidad y la imagen de una empresa en el mercado. A efectos de poder comprender exactamente la gestión de recursos humanos y su efecto en la empresa es necesario que se deba aclarar cuáles son las características del entorno organizacional para ver el grado de

influencia que se da respecto a otras variables. Algunos de ellos son:

- **El ambiente.** Logar un ambiente confortable facilitará la comunicación entre los miembros de tu empresa, además de ayudarte a velar por tu seguridad y la del equipo. El estrés, el estrés y el miedo son malos aliados cuando se quiere conseguir algo (Uribe, 2014).
- **El interés.** Cuando todos conviven y trabajan en conjunto al mismo ritmo el ambiente es muy deseado, agradable, confortable, tranquilo y armonio para lograr nuevas metas. (Uribe, 2014).
- **La satisfacción.** Para logar el mejoramiento dentro de la empresa es necesario obtener la comunicación y el reconocimiento. (Uribe, 2014).
- **El absentismo.** El motivo de la salida de la escuela se debe al mal ambiente organizacional, además de generar malestar en el trabajo. (Uribe, 2014).

Dimensiones del Clima organizacional, en este caso para plantear las dimensiones se tomó en cuenta al autor Duelo, ya que en su teoría explica sobre el clima organizacional y sus dimensiones y sus dimensiones.

2.2.1.4. ESTILO DE LIDERAZGO

Según Duelo (2021) sustenta que para ser lider es tener responsabilidad ya que son vistos como figuras fundamentales para la empresa. Con la complejidad de acciones, habilidades y comportamientos, pueden favorecer o inhibir el crecimiento de un equipo y de toda una empresa. Sin embargo, no existe un modelo único que sirva para ser líder o se adapte a todas las situaciones y es por eso que surgen diferentes tipos de liderazgo.

Ayoub (2011) sostiene que el liderazgo, e refiere a la actitud, cualidad o habilidad que le da a una persona la capacidad de influir

en los demás. Por tanto, la dependencia de las características no tiene una exactitud de igual entre todas las personas, situaciones o momentos, lo que ha llevado a la necesidad de clasificar diferentes tipos de líderes.

2.2.1.5. CARACTERÍSTICAS DE LOS ESTILOS DE LIDERAZGO

Ayoub (2011) señala que no existe enunciados secretos que funcione para todas las empresas o grupos de trabajo. De hecho, cada empresa, cultura organizacional, modelo de negocio y empleado es diferente. Poniendo en razón, de que hay muchos tipos diferentes de liderazgo. Para seleccionar el estilo de liderazgo que mejor se adapte al contexto de un grupo de trabajo en particular, los expertos recomiendan considerar las características del gerente, las partes interesadas y la organización. Esto ayudará a tomar decisiones más precisas sobre qué tipo de liderazgo tomar para que se adapte a las singularidades de la compañía.

2.2.1.6. TIPOS DE ESTILOS DE LIDERAZGO

- **Estilo de liderazgo autoritario:** En un estilo autoritario, los empleados les dicen a sus jefes que las hagan. Este estilo es muy útil en emergencias donde necesita responder rápidamente. De esta forma, todos los empleados van en la misma dirección y evitan largas discusiones sobre decisiones. (Duelo, 2021).
- **Estilo de liderazgo autoritativo:** Para durar un buen medio ambiente de compromiso se puede achacar la lengua de liderazgo autoritativo. Se manejó de una alternativa a activo en abalorio, especialmente en los momentos de crisis, cuando se producen cambios en el organismo o cuando los empleados carecen de perspectiva. Aquí, el emplazamiento de documentación se encuentra en el equipo. El mentor decide el radicar a dilatado plazo, aunque tiene en abalorio la

permiso y secesión de los empleados. Todo ello promueve la estipulación de la comisión del equipo (Duelo, 2021).

- **Estilo de liderazgo afiliativo: las características como** La empatía y las habilidades sociales están dentro de los principales estilos de como lidera. La gestión de afiliados se trata de construir relaciones saludables entre colegas y promover una comunicación abierta. Esta es una opción plausible si hay un problema con el dispositivo. (Duelo, 2021).
- **Estilo de liderazgo democrático:** Como en cualquier democracia, las decisiones se toman en equipo. Una de las cosas buenas de este estilo de gestión es que los empleados pueden participar y están en pie de igualdad. Esto motiva al equipo y crea un buen ambiente a largo plazo. Los empleados también se sienten parte del equipo, por lo que asumen la tarea con mayor responsabilidad. (Duelo, 2021).
- **Liderazgo orientado al rendimiento:** un estilo de gestión orientado al rendimiento es la solución adecuada para guiar a su equipo en una dirección y lograr juntos el máximo rendimiento en un corto período de tiempo. Esto podría deberse, por ejemplo, a la escasez de personal en caso de enfermedad da la necesidad de cumplir con los plazos inflexibles del proyecto. (Duelo, 2021).
- **El coaching:** Este estilo de gestión considera el futuro de nuestros empleados. Con ellos se planifican estrategias para perseguir objetivos comunes. Si se logra el éxito de los empleados individuales, la empresa en su conjunto también tendrá éxito. Por ejemplo, si un empleado quiere continuar su educación o está en peligro personal, este método es muy efectivo. (Duelo, 2021).

2.2.1.7. COMUNICACIÓN

Medranda (2020) dice que La comunicación se mediante la mezcla y captacion de información entre dos o varias personas con

el fin de proporcionar y recibir estos archivos. Además de los mensajes publicados, en este proceso también intervienen remitentes y destinatarios.

Según Otero (2020) Sostienen que la aviso es cardinal para lograr un buen juicio entre las personas. Es una causa de intercambio de ideas, datos o nueva sobre una raya determinada.

2.2.1.8. OBJETIVO DE LA COMUNICACIÓN

Otero (2020) Cree que las personas tienen la necesidad de poder comunicarse para expresar sus sentimientos, organizarse con la misma sociedad, hacer preguntas, resolver sus dudas y llegar a acuerdos efectivos. Mediante la comunicación se aplica la practica del lenguaje verbar o no. Ya que la comunicación no verbal es un aspecto basada a lo corporal.

2.2.1.9. FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN

Medranda et. al. (2020) afirman que las siguientes son algunas de las finalidades primordiales de la comunicación:

- **Función representativa:** cuando se realiza una buena información hay un determino objetivo dentro de ello Medranda et. al. (2020).
- **Función emotiva:** esto se da mediante la expresión sentimientos o emociones, generando así de una comunicación emotiva y que brinda una intuición emocional Medranda et. al. (2020).
- **Característica de apelación:** ocurre cuando el propósito es llamar la atención del destinatario o afectar al destinatario de alguna manera. Por ejemplo, si te piden que realices algunas tareas pendientes Medranda et. al. (2020).
- **Función de contacto:** Todos los mensajes destinados a iniciar, continuar o interrumpir una conversación en un momento específico tienen esta función Medranda et. al. (2020).

- **Función de metalenguaje:** función que explica el código y el uso de una regla del lenguaje para practicarla correctamente Medranda et. al. (2020).
- **Rasgos poéticos:** Se centra en la parte estética del mensaje. Es de uso común que se da mediante el campo de la literatura, también se dan por la publicidad Medranda et. al. (2020).
- **Función de comunicación:** Medranda et. al. (2020) afirma que los elementos claves de la comunicación son: indispensable para profundizar que las personas se entiendan para que pueden aclarar dudas, resolverlas o informarse sobre hechos relacionados.

2.2.1.10. PERTENENCIA

Según Turner (2021) Sostener que se dice que pertenece a algo o a una persona en la medida en que se considera su objeto. Así podemos hablar de pertenecer a un país, a un grupo social, a una familia, etc.

Uribe (2014) La membresía generalmente se considera formal e informal. Es decir, pueden tener un estatus legal o pueden ocurrir solo ocasionalmente. En el primer caso, podemos hablar de la relación temporal entre obligaciones y derechos. Por ejemplo, pertenecer a una empresa está asociado a un cobro de dinero que se debe ganar en un período de tiempo determinado.

2.2.1.11. GRUPOS DE PERTENENCIA

- **Característica de apelación:** ocurre cuando el propósito es llamar la atención del destinatario o influir en el destinatario de alguna manera. Por ejemplo, si te piden que completes una tarea pendiente Medranda et. al. (2020) .
- **Función de contacto:** Todos los mensajes destinados a iniciar, continuar o interrumpir una conversación en un

momento determinado tienen esta función Medranda et. al. (2020).

- **Funciones de Metalenguaje:** Funciones que explican el código y el uso de las reglas del lenguaje para ponerlo en práctica correctamente Medranda et. al. (2020).
- **Rasgos poéticos:** Centrarse en la parte estética del mensaje. Muy utilizado no solo en el campo de la literatura, sino también en el campo de la publicidad Medranda et. al. (2020).

2.2.1.12. FUNCIÓN DE COMUNICACIÓN

Otero (2020) afirma que las principales características de la comunicación son:

- Indispensable para profundizar el entendimiento entre personas. Ayuda a aclarar, responder y conocer eventos relacionados (Otero, 2020).
- **Los roles siempre se intercambian.** Se aplica mediante la conversación, del emisor y del receptor pueden intercambiar roles en algún momento (Otero, 2020).
- **Mejora de la organización social.** Las personas que establecen la comunidad y la sociedad lo hacen con la comunicación para crear consensos, reglas y normas para vivir de manera organizada y respetuosa (Otero, 2020).

2.2.2. MOTIVACIÓN INTRÍNSECA

Según Fishman (2014) argumenta que la motivación esencial proviene del interior de cada uno y es independiente de todo tipo de estímulos externos. Las recompensas de fomentar este tipo de motivación son puramente íntimas.

- **Amor propio:** poder satisfacerse, teniendo independencia, fuerza interior, confianza en uno mismo, etc. Charleux et. al. (2017) afirma que la teoría de tipo motivacional tiene su base original en los

componentes y jerarquías, la alimentación y otras necesidades psicológicas fundamentales son ejemplos de deseos humanos. está relacionada con la teoría de la autodeterminación y la psicología social, ya que se enmarca para potenciar las investigaciones de esa naturaleza sugiriendo que los seres humanos logran la autodeterminación siempre y cuando puedan lograr satisfacer algunas de las necesidades que estos tienen.

2.2.2.1. EFECTOS Y FACTORES DE LA MOTIVACIÓN INTERNA

Como líder Charleux et. al. (2017) afirma que es de importancia que usted y como varios líderes que forman un equipo que realizan consideraciones con los factores que impulsan la motivación esencial. permite poder identificarlos a partir del impacto que un plan de motivación tiene en los colaboradores y en toda la organización en general. Sin motivación de tipo interna sin lugar a dudas va hacer que los trabajadores sean felices y estén insatisfechos describiendo conductas de agotamiento, por ello se describe a continuación los factores que pueden promover la motivación de tipo esencial:

- **Curiosidad:** es la llamada de atención, motiva a las personas. Esta curiosidad anima a los miembros del equipo a explorar y aprender en el trabajo. Tanto la curiosidad física (curiosidad sensorial) como la curiosidad por los estímulos que pueden motivar a una persona a trabajar en algo Charleux et. al. (2017).
- **Desafíos:** Ya sea que tenga o no objetivos específicos o niveles de logro en mente, los desafíos lo mantienen comprometido con su trabajo, lo alientan a dar lo mejor de sí y lo motivan a continuar (Charleux et. al. (2017) .

- **Conciencia:** Al reconocer tu trabajo, puedes sentir que tu trabajo es importante y luchar por nuevos resultados Charleux et. al. (2017).
- **Atribución:** Trabajar con miembros del equipo crea un significado de comunidad y hace que los empleados se sientan involucrados. Esta satisfacción proviene de ayudar a los demás y puede potenciar su motivación esencial Charleux et. al. (2017).
- **Resolución de problemas:** participar en juegos virtuales para elevar el espíritu del equipo puede estimular las habilidades de resolución de problemas y alentarlos a pensar críticamente para cambiar su comportamiento Charleux et. al. (2017).

2.2.2.2. CARACTERÍSTICAS DE LA MOTIVACIÓN INTRÍNSECA

- **Autodeterminación:** es el talento personal para dirigir el camino de la vida. Así mismo, implica dos componentes: la capacidad en decidir respecto al entorno de efectividad, la plantación de metas y propuestas que dan una autorización en los proyectos de las personas (Fischman, 2014).
- **Competencia:** conocimientos que tiene cada persona para guiar sus proyectos personales. Las practicas nos determinan como individuos y nos distinguimos del resto de las personas con las que habitamos (Fischman, 2014).
- **Interrelación:** aunque la motivación intrínseca es ocupación de cada individuo, las conexiones interpersonales siguen siendo importante para que cada uno disponga cuáles son sus disposiciones. Es importante fijarnos en los demás (Fischman, 2014).
- **Curiosidad:** es el estado natural de las personas para el entendimiento. La curiosidad es una razón de sí mismo que tiene que ser llevado en función hacia nuestras metas como

persona. Mientras los intereses son peculiares, posiblemente es porque nuestra curiosidad también lo es. Por medio de ésta, podemos indagar respuestas sin recibir incentivos exteriores (Fischman, 2014).

Dimensiones de la motivación intrínseca: en este caso para plantear las dimensiones se tomó en cuenta al autor Moreno, ya que en su teoría explica sobre la motivación intrínseca y sus dimensiones.

2.2.2.3. DECISIONES

Según Moreno (2021) mantiene que la toma de decisiones es un desarrollo que pasan las personas cuando deben escoger entre distintas alternativas. Cotidianamente a cada persona se le presenta momentos donde debe elegir por algo, y esa elección no siempre es favorable. El proceso de toma de decisiones se utiliza cuando un conflicto en varios ámbitos de la vida necesita que se identifique la mejor respuesta factible.

Alvarado (2017) mantiene que la toma de una decisión ha necesitado constantemente conocer el problema y entenderlo para así poder resolverlo o, al menos, decidir en efecto de la información procesada. En el entorno de las empresas, la toma de decisiones suele recurrir a metodologías cuantitativas para disminuir el margen de error.

2.2.2.4. PROCESO DE TOMA DE DECISIONES

Alvarado (2017) afirma que en el enfrentamiento de una situación a resolver es importante que el individuo siga ciertos pasos:

- **Definir el problema.** Es identificar un análisis con la situación que se encuentre para enfrentarlo.
- **Detectar las alternativas posibles.** Se trata en definir y reconocer las combinaciones de que acciones tomar.

- **Prever los resultados.** Se da una detección de posibles consecuencias a las alternativas y sobre el contexto de estudiar la toma de decisiones.
- **Optar una alternativa.** Es poder tener el poder de elegir alguna de las opciones obtenidas.
- **Control.** La supervisión de los resultados de las opciones determinadas, la cual es una responsabilidad y tener una actitud positiva.
- **Evaluación.** Realizar un criterio de las ventajas y desventajas de la toma de decisiones ya influye dentro del aprendizaje y toma futuras.

2.2.2.5. TIPOS DE TOMA DE DECISIONES

Según Alvarado (2017) Afirma que el proceso de toma de decisiones tiene lugar de manera regular y constante en la vida de un individuo. A menudo, aborda conflictos cotidianos y otros conflictos ocasionales. Algunos ocurren en áreas privadas, mientras que otros ocurren dentro de una empresa u organización. Dependiendo de las diferentes características, el proceso de toma de decisiones es el siguiente:

- **Racional.** Es el proceso en el que se definen las posibles alternativas la cual son utilizadas en el raciocinio dentro de las bases como fuentes y pruebas comprobables (Alvarado, 2017).
- **Intuitivo.** La intuición y la experiencia personal se tienen en cuenta a la hora de elegir entre las opciones. (Alvarado, 2017).
- **Personal.** El Pproceso de toma de decisiones de un individuo en su vida personal. (Alvarado, 2017).
- **De rutina.** Los procesos realizados de manera regular por individuos o grupos suelen ser situaciones donde el análisis

detallado es insoportable o no aborda temas complejos (Alvarado, 2017).

- **Urgente.** El proceso por el cual un individuo o grupo toma decisiones ante situaciones nuevas e inusuales (Alvarado, 2017).
- **Grupo.** Un proceso que se ejecuta colectivamente entre los miembros de un grupo. Hay consenso y se seleccionan alternativas que producen mayor fuerza adhesiva (Alvarado, 2017).
- **Individual.** Proceso que ejecuta una persona de manera autónoma dentro de un contexto como una organización o empresa (Alvarado, 2017).
- **Organizacional.** Proceso que realizan uno o varios individuos miembros de una organización para tomar una decisión que repercute en el futuro de la institución (Alvarado, 2017).

2.2.2.6. COMPETENCIA

Según Deardorff (2020) el autor hace un argumento donde describe que la competencia puede ser una cualidad que posee a alguien en un área en particular. Incluye en su teoría aspectos específicos como el pensamiento la personalidad, la práctica de valores y cómo el sujeto puede enfrentar situaciones problemáticas.

Según Gómez (2020) para el autor las competencias con habilidades pueden ser obtenidas en diferentes ámbitos, pudiendo describir estas como competencias básicas como generales y específicas los que pasamos a describir en los siguientes ítems;

2.2.2.7. TIPOS DE COMPETENCIAS

Según Gómez (2020) las habilidades se definen según el ámbito en el que se ejercen. Existen diferentes tipos de

competencias, las cuales se pueden dividir en competencias básicas, competencias generales y competencias específicas.

- **Habilidades básicas:** Las habilidades, también conocidas como habilidades básicas o habilidades para la vida, ayudan a las personas a adaptarse a situaciones sociales específicas, como la adaptación, el respeto y la tolerancia. Se suele asociar a valores universales (Gómez, 2020)
- **Habilidades transferibles:** Las habilidades transferibles también se definen como habilidades básicas. Las habilidades comunes son habilidades que son útiles para todo tipo de profesiones y trabajos, incluido el trabajo en equipo, la positividad, la empatía y la creatividad (Gómez, 2020).
- **Habilidades Específicas:** Las habilidades específicas son habilidades que se requieren en un área o área en particular.
- **Habilidades Laborales:** Habilidades que se definen en el contexto de un puesto o profesión y determinan el desempeño y eficiencia en el trabajo, Motivación, conocimientos, habilidades (Gómez, 2020).
- **Habilidades educativas:** Habilidades definidas para transmitir conocimientos de manera efectiva.

Algunas habilidades pedagógicas organizan y facilitan situaciones educativas, gestionan el progreso de los estudiantes y pueden informar e involucrar a los padres en el aprendizaje de sus hijos. (Gómez, 2020).

Habilidades de comunicación: son habilidades que demuestran la capacidad de comunicarse de manera efectiva, respetando tanto las reglas de la gramática como las reglas del dominio del idioma. (Gómez, 2020).

2.2.2.8. IMPORTANCIA DE LAS COMPETENCIAS LABORALES

Gómez (2020) sostiene que la formación profesional tiene como finalidad principal la obtención de un puesto de trabajo, es dotar a esta persona de todos los conocimientos necesarios para ejercer una determinada profesión, ya que ello se realiza con el fin de mejorar las habilidades y técnicas propias de dicha profesión, y en estos casos, los estudiantes están listos para sus futuros trabajos. Los cargos y cargos que ocupan han sufrido ciertos cambios en los últimos años, en otros, como el de resolución de problemas. Independencia y flexibilidad. Esto es parte de la importancia de las habilidades profesionales.

2.2.2.9. AUTONOMÍA

Según Freire (2014) la autonomía es generalmente una condición, condición o capacidad para la autonomía o algún grado de independencia. Los sinónimos de autonomía incluyen soberanía, autonomía, independencia, liberación y poder. Los antónimos son dependencias y dependencias. La autonomía humana es la capacidad o condición para realizar una tarea de forma independiente.

Caamaño (2013) sostiene que la autonomía como habilidad se refiere a la capacidad que tiene cada persona de tomar sus propias decisiones, tomar decisiones y asumir la responsabilidad de las consecuencias. Para el autor la autonomía surge de un proceso de aprendizaje que se obtiene mediante diferentes ejercicios partiendo por uno mismo y teniendo como fuente la interacción social se trata en sí de un ejercicio que se desarrolla entre personas y a partir del mismo autocontrol que tiene el sujeto.

Según Pinazo (2011) Afirma que la autonomía como derecho se refiere a la afirmación de que las personas, independientemente de sus capacidades, pueden desarrollar un proyecto importante

basado en y controlando su identidad personal. En el caso de las personas gravemente afectadas, el ejercicio de la autonomía es generalmente indirecto, es decir, mediado por otros y con el apoyo necesario.

2.2.2.10. TIPOS DE AUTONOMIA

- **Autonomía personal:** La idea de autonomía personal se encuentra en campos como la filosofía, la educación y la psicología. A grandes rasgos, puede definirse como la capacidad de decidir y actuar sobre cosas que son relevantes para usted. Estamos trabajando la independencia en varios campos como la educación infantil y la educación para personas con discapacidad (Pinazo, 2011).
- **Autonomía Moral:** La autonomía moral es la capacidad humana para evaluar aspectos de la personalidad moral, tales como:
- **Autonomía y Heteronomía:** La heteronomía es un concepto filosófico que define un estado de voluntad que se rige por órdenes provenientes de agentes externos y no por sí misma (Pinazo, 2011).
- **Autonomía Universitaria:** La autonomía universitaria es uno de los principios que rigen en muchas universidades. Muestra que los aspectos organizativos y administrativos se realizan con independencia de otras organizaciones y grupos como el poder político (Pinazo, 2011)
- **Autonomía e Independencia:** No es lo mismo autonomía que independencia. La independencia es una nación independiente, la libertad de actuar, trabajar y tomar decisiones sin estar sujeto a la misión. Independencia es un término utilizado en política para referirse a un estado liberado del control de otro estado (Pinazo, 2011)

2.3. DEFINICIONES CONCEPTUALES

- ✓ **Burocracia:** Moreno (2021) es un método administrativo que cuenta con técnicas y reglas perfectamente precisas con una clasificación organizacional notoriamente definidas y con los vínculos individuales que debe haber entre los componentes de la organización.
- ✓ **Cohesión:** Uribe (2014) es el aglutinante unificador que actúa sobre las personas reuniendo y conectando a los individuos, para mantenerlos unidos en torno a determinados valores, necesidades o funciones de carácter social.
- ✓ **Comportamiento:** Gómez (2020) es la autorización de poder visualizar la compleja e intrincada sociedad de organizaciones y la trama de interacciones entre estas.
- ✓ **Conflictos:** Gómez (2020) está relacionado con la existencia de las ideas, sentimientos, actitudes o habilidades que pueden llegar a mezclarse. Eso genera un conflicto dentro de los procesos dando inicio a una de las partes y concluyendo con la otra parte.
- ✓ **Control:** Alvarado (2017) es el acto de ajustar el desempeño a objetivos predeterminados; Su base de funcionamiento es la retroalimentación. Control trata de que todo vaya según el plan aprobado y los objetivos preestablecidos, señala las faltas y errores para corregirlos y evitar que se repitan.
- ✓ **Estructura:** Alvarado (2017) definida formalmente de dos o más elementos y no cambia, independientemente del cambio, incluso en la variedad de contenido, es decir, la estructura se mantiene incluso cuando hay un cambio en uno de los elementos, sus elementos o relaciones.
- ✓ **Gerencia:** Gómez (2020) en esta área se habla más de la organización, actuación y control de las operaciones dentro de la empresa que permitirá la coordinación de los recursos más esenciales como estrategia de cumplimiento de los objetivos.
- ✓ **Grupo:** Alvarado (2017) es una cantidad de individuos para lograr resolver con una organización táctica en los problemas que se encuentran relacionadas en el mejoramiento de la calidad.

- ✓ **Gestión:** Uribe (2014) es el departamento donde se consideran los diseños, las operacionalizaciones y de donde se controlan los sistemas de organización conectadas a los factores de esfuerzo en el trabajo, en la petición de materiales, en como planificar la producción y mejorar cada día en su control.
- ✓ **Líder:** Alvarado (2017) se trata de encargarse de diferentes actividades de poder liderar frente a un propio jefe, pero a su vez también brinda una libertad de decisiones a los demás, para ayudar a los errores y flauncias que se pueda tener del subordinado.
- ✓ **Principios:** Gómez (2020) es la consideración como extensión o en una cosa, que es determinada como base, origen, razón, y como proceso en cualquier materia para dar como principio de algo.

2.4. SISTEMA DE HIPÓTESIS

2.4.1. HIPÓTESIS GENERAL

Ho: El clima organizacional tiene una relación directa con la motivación intrínseca de los trabajadores de la empresa de transportes turismo Tingo María Post Pandemia – Huánuco 2022

Hi: El clima organizacional no tiene una relación directa con la motivación intrínseca de los trabajadores de la empresa de transportes turismo Tingo María Post Pandemia – Huánuco 2022

2.4.2. HIPÓTESIS ESPECIFICAS

- El estilo de liderazgo tiene una relación directa con la motivación intrínseca de los trabajadores de la empresa de transportes turismo Tingo María Post Pandemia – Huánuco 2022.
- La comunicación tiene una relación directa con la motivación intrínseca de los trabajadores de la empresa de transportes turismo Tingo María Post Pandemia – Huánuco 2022.
- La pertenencia tiene una relación directa con la motivación intrínseca de los trabajadores de la empresa de transportes turismo Tingo María Post Pandemia – Huánuco 2022.

2.5. SISTEMA DE VARIABLES

2.5.1. VARIABLE INDEPENDIENTE

Clima Organizacional

Dimensiones: Estilo de Liderazgo, Comunicación, Pertenencia

2.5.2. VARIABLE DEPENDIENTE

Motivación Intrínseca

Dimensiones: Decisiones, Competencia, Autonomía

2.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	Ítems
Clima Organizacional	Estilo de Liderazgo	Liderazgo Autoritario	1. El gerente de la empresa tiene actitudes autoritarias.
			2. El gerente de la empresa usa el autoritarismo solo cuando es necesario.
		Liderazgo democrático	3. El gerente busca la participación de todos los trabajadores en la toma de decisiones.
			4. El gerente de la empresa promueve la participación de todos en el cumplimiento de objetivos.
	Comunicación	Emotiva	5. La empresa usa medios de comunicación para compartir logros importantes.
			6. La empresa tiene como prioridad compartir buenas noticias siempre.
		Contacto	7. La empresa tiene grupos de comunicación para estar en contacto con todos los trabajadores.
			8. La empresa no solo usa medios digitales para estar en contacto todos.
	Pertenencia	Formales	9. Me siento parte de un grupo humano importante.
			10. La empresa me hace sentir importante para ellos.
		Informales	11. La empresa fomenta equipos de trabajo eventuales.
			12. La empresa cuando organiza actividades busca la espontaneidad.

Motivación Intrínseca	Toma de Decisiones	Racional	13. El clima organizacional de la empresa me impulsa a tomar decisiones pensadas 14. El clima organizacional de la empresa hace que medite las decisiones que vaya a tomar.
		Intuitivo	15. El clima organizacional nos permite tomar decisiones acertadas. 16. El clima organizacional de la empresa nos genera conductas en base a la intuición
	Competencia	Básicas	17. El clima organizacional nos permite desarrollar nuestras competencias básicas. 18. El clima organizacional impulsa mejorar las competencias básicas (destreza en el área que trabajamos).
		Genéricas	19. La empresa nos permite contar con competencias genéricas. 20. La empresa impulsa competencias para adaptarnos mejor al trabajo con ellos.
	Autonomía	Personal	21. Me siento seguro trabajando en la empresa 22. Presento iniciativas y luego puedo informarlas
		Moral	23. El clima organizacional fomenta la práctica de la moral. 24. El clima organizacional motiva la práctica de la moral en la empresa

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Ñaupas et al. (2014) en su libro de metodología sostiene que las tesis pueden ser aplicadas cuando estos desarrollan conocimiento tras aplicar los que ya existen, y básica cuando contribuyen a entender a profundidad las variables. En ese contexto la tesis es de tipo aplicada, dado que usará conocimientos existentes para enriquecer lo que se sabe de las variables de estudio propuesta.

3.1.1. ENFOQUE

Hernández et al. (2018) sostiene que las tesis pueden ser escritas con enfoques cuantitativos. En el contexto descrito y comprendiendo la naturaleza de las variables, la tesis planteada será de tipo cuantitativo, dado que se emplean variables cuyas dimensiones serán juzgadas con números tal como plantea su propia concepción.

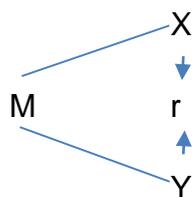
3.1.2. ALCANCE O NIVEL

Hernández et al. (2018) la tesis planteada es de tipo descriptiva correlacional, entendiendo que el autor citado plantea dicho alcance para investigaciones que tienen la finalidad de caracterizar las particularidades de cada variable, pudiendo establecer la correlación correspondiente a partir de estos resultados. Es este contexto que justifica el alcance o nivel respectivo.

3.1.3. DISEÑO

Hernández et al. (2018) La investigación es no experimental, de tipo transversal, dado que no se manipulará ninguna de las variables, por el contrario, se establecerán criterios para poder describirlos, aplicando para ello encuestas de manera uniforme a toda la muestra seleccionada. Esto está determinado por la siguiente figura:

Diseño de la investigación



Dónde:

X = Observación variable independiente

Y = observación variable dependiente

M= muestra

R= relación

3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.2.1. POBLACIÓN

Hernández et al. (2018) sostiene que la población esta comprendida como el universo de sujetos o personas de quien se dice en la investigación. En ese contexto, la tesis tiene como población a la totalidad de trabajadores de la empresa, según siguiente detalle:

Choferes 28

Administrativos 6

Jaladores 2

Población total = 36

3.2.2. MUESTRA

Hernández et al. (2018) sostiene que la muestra es una proporción representativa de la población. Sin embargo, cuando esta población es accesible la población es la misma que la muestra, por ello, la tesis considera el total de la población, es decir $N = n = 36$ personas de quienes se obtendrá información para emitir los juicios correspondientes.

3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Ñaupas et al. (2014) en su libro de metodología sostiene que la tesis puede usar diferentes técnicas, siendo el más importante para el recojo de información las “**encuestas**” técnica estructurada que será aplicada de manera directa a la totalidad de la muestra. El instrumento de esta técnica es **la guía de cuestionario**, preguntas cerradas con categorías de Likert para un mejor análisis.

3.4. TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Ñaupas et al. (2014) las técnicas para el proceso de información se detallan a continuación:

Para el proceso Para el Análisis



- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Tablas de doble entrada | <input type="checkbox"/> Paquete Office para la redacción del informe |
| <input type="checkbox"/> Gráficos con información porcentual | <input type="checkbox"/> comparación de resultados con antecedente |
| <input type="checkbox"/> tablas de inferencia y correlación Pearson | <input type="checkbox"/> Power point para la presnetación y sustentación |

CAPÍTULO IV

RESULTADO

4.1. PROCESAMIENTO DE DATOS

Tabla 1

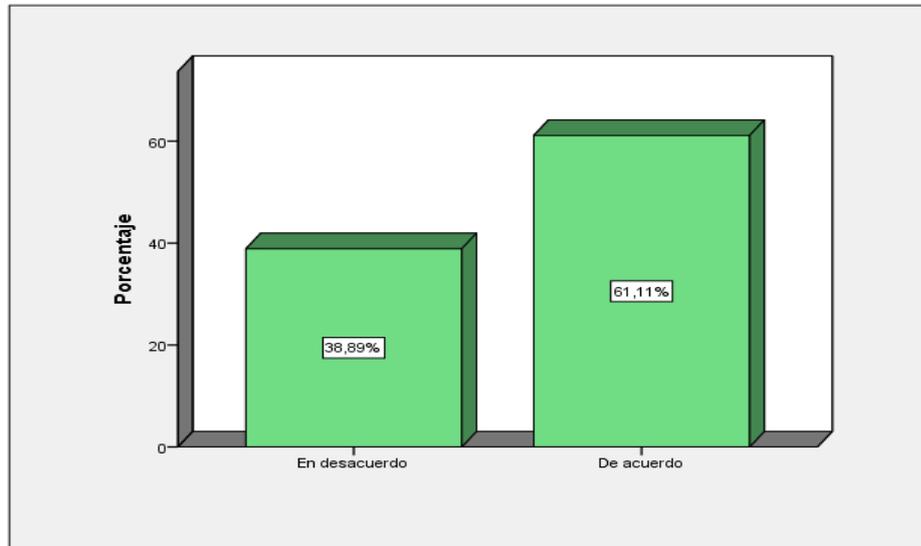
El gerente de la empresa tiene actitudes autoritarias

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	14	38,9	38,9	38,9
	De acuerdo	22	61,1	61,1	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Nota: Encuestas

Figura 1

El gerente de la empresa tiene actitudes autoritarias



Nota: Tabla 1

Análisis e Interpretación: contar con un gerente autoritario dentro de una organización hace que los trabajadores sientan que no los valoran, los trabajadores se sentirán presionados, No obstante, un liderazgo autoritario ayuda a tener estabilidad, cada trabajador sabe sus funciones un gerente autoritario no está acostumbrado a lanzar indirectas como tampoco ser ambiguo. En la Figura 1 podemos observar que el 38,89% de los encuestados afirman estar en desacuerdo con que en la empresa de transportes el gerente tiene actitudes autoritarias, sin embargo, el 61,11% de los encuestados afirma estar de acuerdo con que en la empresa de transportes afirma que el gerente tiene actitudes autoritarias.

Tabla 2

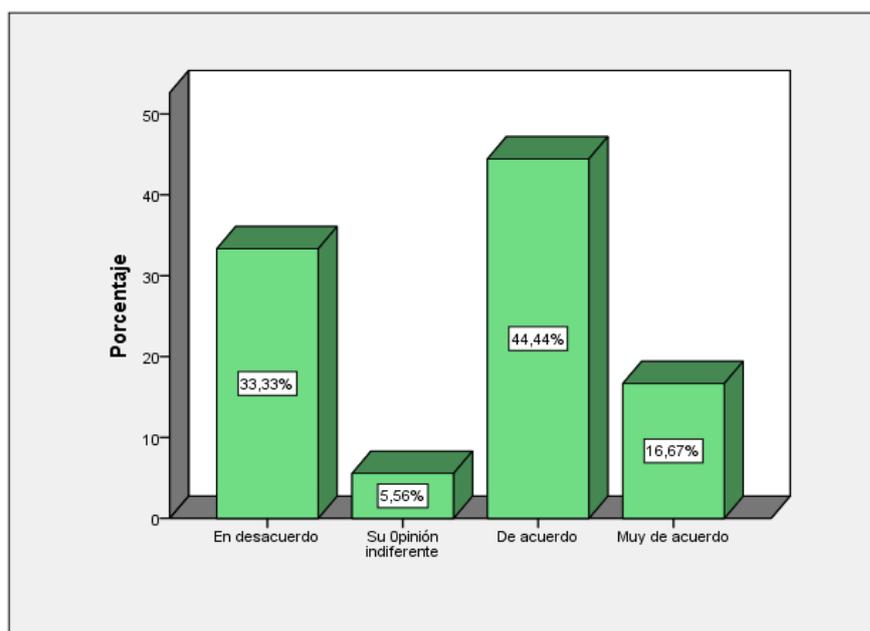
El gerente de la empresa usa el autoritarismo solo cuando es necesario

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	12	33,3	33,3	33,3
	Su Opinión indiferente	2	5,6	5,6	38,9
	De acuerdo	16	44,4	44,4	83,3
	Muy de acuerdo	6	16,7	16,7	100,0
Total		36	100,0	100,0	

Nota: Encuestas

Figura 2

El gerente de la empresa usa el autoritarismo solo cuando es necesario



Nota: Tabla 2

Análisis e Interpretación: como lo mencionamos en el gráfico anterior y contar con un líder autoritarista puede traer ventajas y desventajas para la empresa, de tal modo que si se define el tipo de líder que se tiene en la organización ayudará a que los trabajadores tengan un mejor desempeño, conozcan mejor sus funciones y logren objetivos propuestos la organización. en la Figura dos podemos observar que el 33,33% de los encuestados sostiene estar en desacuerdo con que el gerente de la empresa úsala el autoritarismo solo cuando es necesario, 5,56% afirma que su opinión es indiferente, el 44,44% de los encuestados afirman estar de acuerdo con que el gerente de la empresa usa el autoritarismo solo cuando es necesario y el 16,67% de los encuestados sostienen estar muy de acuerdo con que el gerente de la empresa usa el autoritarismo solo cuando es necesario.

Tabla 3

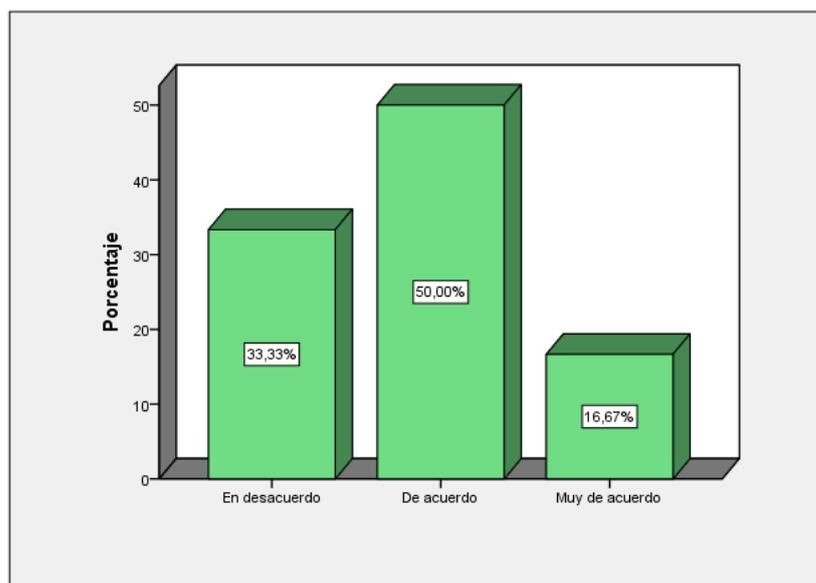
El gerente busca la participación de todos los trabajadores en la toma de decisiones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	12	33,3	33,3	33,3
	De acuerdo	18	50,0	50,0	83,3
	Muy de acuerdo	6	16,7	16,7	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Nota: Encuestas

Figura 3

El gerente busca la participación de todos los trabajadores en la toma de decisiones



Nota: Tabla 3

Análisis e Interpretación: para las empresas contar con la participación de los trabajadores ayuda a conocer lo que piensan y encontrarle una solución esos déficits que existen en su ámbito laboral, lo cual es fundamental ya que de este modo se podrá tomarse decisiones en el método de trabajo, esto se logrará por medio de reuniones, comités, entre otras, lo cual ayudará a la empresa ya que los trabajadores contarán con mayor control de su área laboral cuando participan en la toma de decisiones. en la Figura 3 podemos observar que el 33,33% de los encuestados afirman estar en desacuerdo en que el gerente busca la participación de todos los trabajadores en la toma de decisiones, el 50,00% de los encuestados sostiene estar de acuerdo con que el gerente busca la participación de todos los trabajadores para la toma de decisiones y el 16,67% de los encuestados sostiene estar muy de acuerdo con que el gerente busca la participación de los trabajadores para la toma de decisiones.

Tabla 4

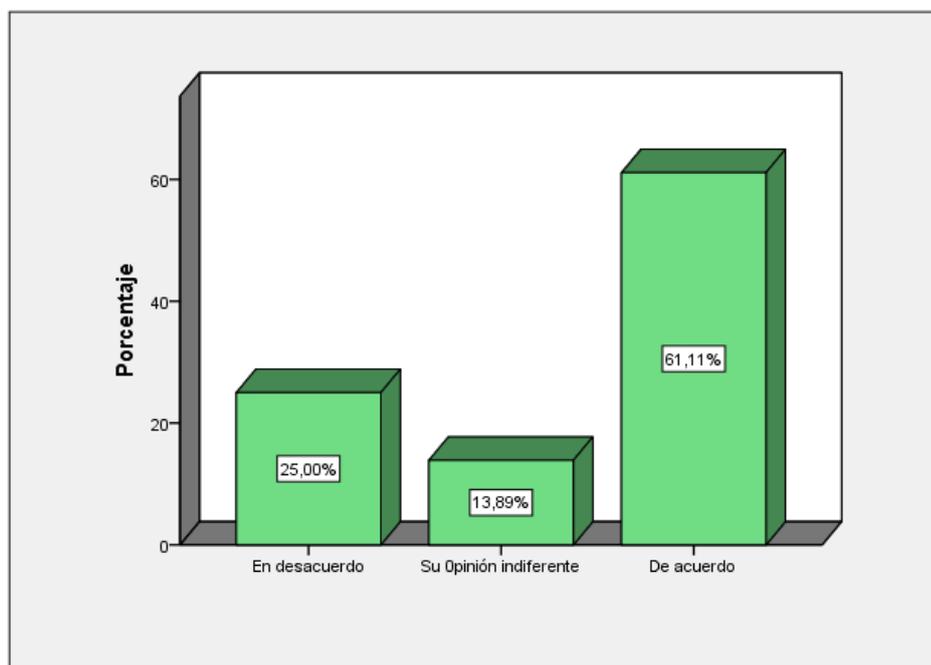
El gerente de la empresa promueve la participación de todos en el cumplimiento de objetivos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	9	25,0	25,0	25,0
	Su Opinión indiferente	5	13,9	13,9	38,9
	De acuerdo	22	61,1	61,1	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Nota: Encuestas

Figura 4

El gerente de la empresa promueve la participación de todos en el cumplimiento de objetivos



Nota: Tabla 4

Análisis e Interpretación: como lo mencionamos antes en la figura anterior contar con la participación de todos los trabajadores en la empresa ayuda a tener mayor eficiencia en el ámbito laboral, de tal manera la empresa cumplirá los objetivos que se propone en los tiempos determinados, de esta forma se logra obtener los resultados y mayor crecimiento de la empresa. en la Figura cuatro podemos observar que el 25,00% de los encuestados sostienen estar en desacuerdo con que el gerente de la empresa promueva la participación de todos en el cumplimiento de objetivos el 13,89% de los encuestados sostiene que su opinión es indiferente y el 61,11% de los encuestados afirma estar de acuerdo con qué el gerente de la empresa promueve la participación de todos los trabajadores para el cumplimiento de objetivos.

Tabla 5

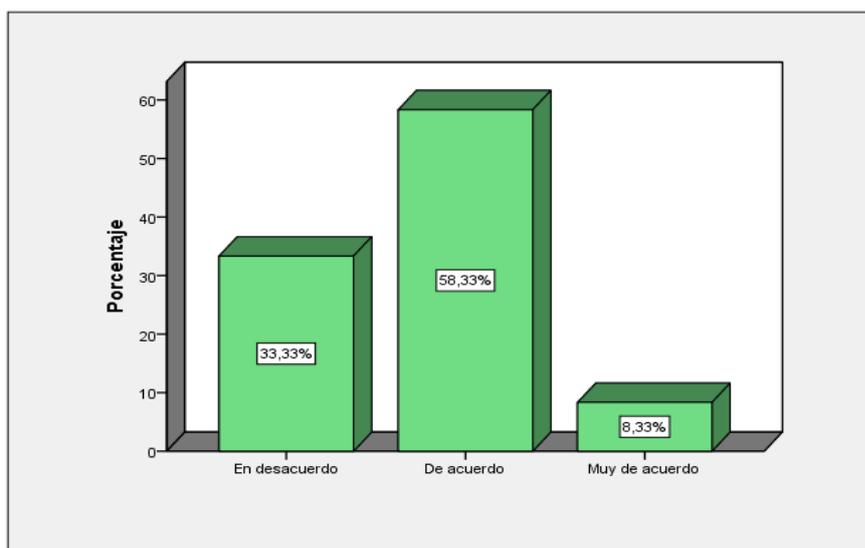
La empresa usa medios de comunicación para compartir logros importantes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	12	33,3	33,3	33,3
	De acuerdo	21	58,3	58,3	91,7
	Muy de acuerdo	3	8,3	8,3	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Nota: Encuestas

Figura 5

La empresa usa medios de comunicación para compartir logros importantes



Nota: Tabla 5

Análisis e Interpretación: los medios de comunicación hoy en día tienen un rol fundamental dentro de la sociedad, como también influye demasiado en el ámbito empresarial, los cuales influirán de manera drástica en la publicidad de la marca, producto, entre otros, los cuales tienen el propósito de promocionar y dar a conocer a la organización, del mismo modo la empresa puede usar estos medios para publicar sus logros importantes y así demostrar que está en constante trabajo para mejorar para los clientes. en la Figura 5 podemos observar que el 33,33% de los encuestados sostienen estar en desacuerdo con que la empresa usa los medios de comunicación para compartir logros importantes, el 58,33% de los encuestados afirma estar de acuerdo con que la empresa usa los medios de comunicación para compartir los logros importantes y el 8,33% de los encuestados afirma estar muy de acuerdo con que la empresa usa los medios de comunicación para compartir los logros importantes.

Tabla 6

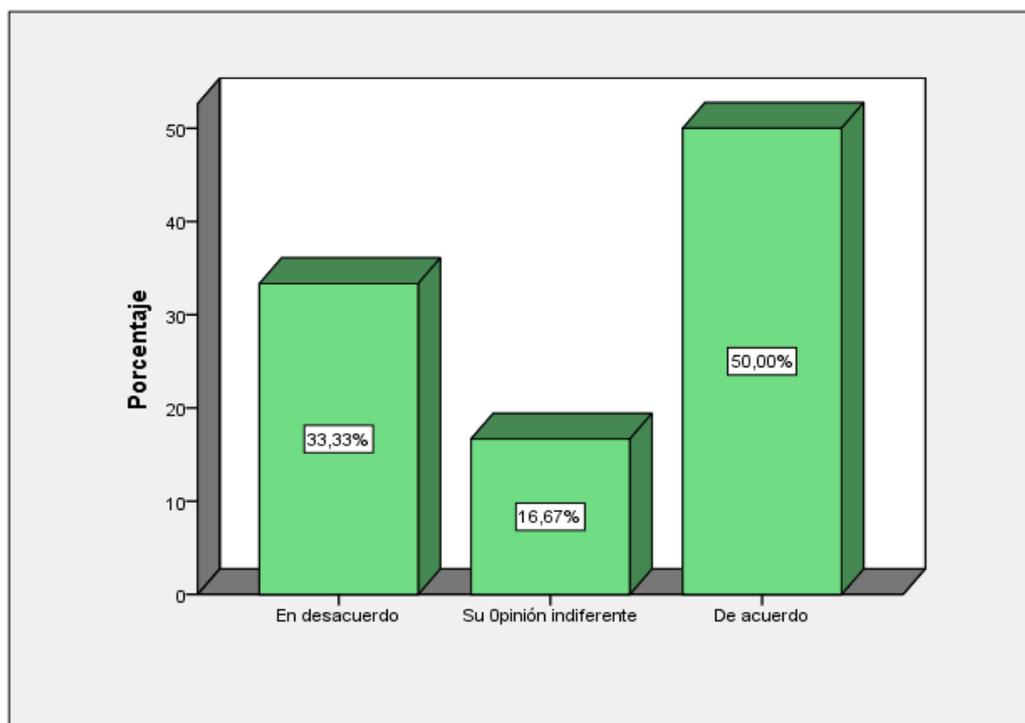
La empresa tiene como prioridad compartir buenas noticias siempre

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	12	33,3	33,3	33,3
	Su Opinión indiferente	6	16,7	16,7	50,0
	De acuerdo	18	50,0	50,0	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Nota: Encuestas

Figura 6

La empresa tiene como prioridad compartir buenas noticias siempre



Nota: Tabla 6

Análisis e Interpretación: para las empresas priorizar las buenas noticias en todo momento hacia los trabajadores es fundamental ya que gracias a esta información los individuos realizarán sus labores del mismo modo como las venían haciendo y buscarán solucionar las pequeñas deficiencias que existen en los diversos ámbitos de la empresa. en la Figura 6 podemos observar que el 33,33% de los encuestados sostiene estar en desacuerdo con que la empresa tiene como prioridad compartir buenas noticias siempre, el 16,67% de los encuestados afirman que su opinión es indiferente y el 50,00% de los encuestados sostiene estar de acuerdo con que la empresa tiene como prioridad compartir las buenas noticias siempre.

Tabla 7

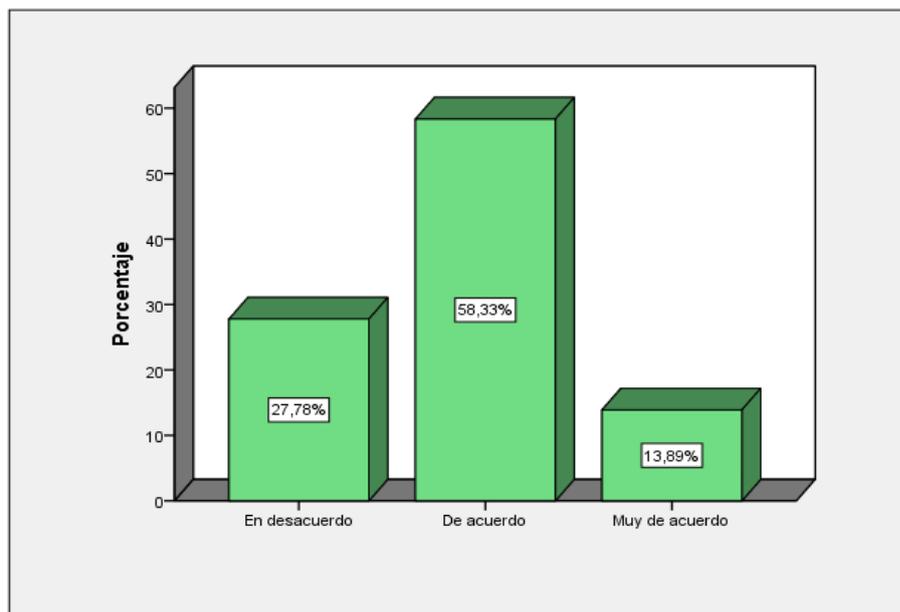
La empresa tiene grupos de comunicación para estar en contacto con todos los trabajadores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	10	27,8	27,8	27,8
	De acuerdo	21	58,3	58,3	86,1
	Muy de acuerdo	5	13,9	13,9	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Nota: Encuestas

Figura 7

La empresa tiene grupos de comunicación para estar en contacto con todos los trabajadores



Nota: Tabla 7

Análisis e Interpretación: dentro de la empresa realizar métodos para poder comunicarse con todos los trabajadores ayuda a que se disminuyan los errores en los diversos objetivos que se plantean dentro de ella, del mismo modo contar con grupos de comunicación ayuda a tener trabajadores más comprometidos y buscarán brindarles un mejor desempeño en el trabajo. en la Figura 7 podemos observar que el 27,78% de los encuestados afirman estar en desacuerdo con que la empresa tiene grupos de comunicación para estar en contacto con todos los trabajadores, el 58,33% de los encuestados sostiene estar de acuerdo con que la empresa tiene grupos de comunicación para estar en contacto con todos los trabajadores y el 13,89% de los encuestados sostiene estar muy de acuerdo con que la empresa tiene grupos de comunicación para estar en contacto con todos los trabajadores.

Tabla 8

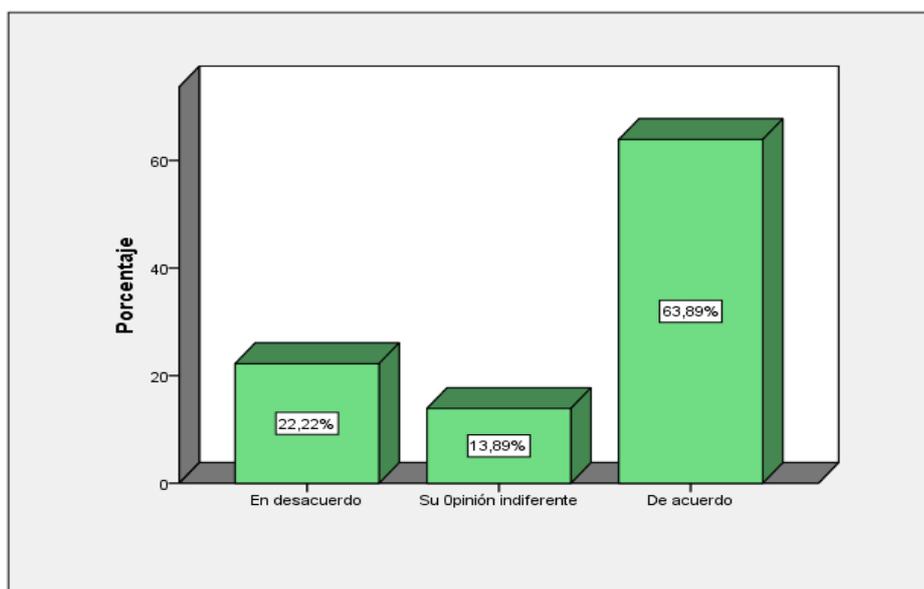
La empresa no solo usa medios digitales para estar en contacto todos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	8	22,2	22,2	22,2
	Su Opinión indiferente	5	13,9	13,9	36,1
	De acuerdo	23	63,9	63,9	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Nota: Encuestas

Figura 8

La empresa no solo usa medios digitales para estar en contacto todos



Nota: Tabla 8

Análisis e Interpretación: como lo habíamos mencionado antes hoy en día los medios digitales son muy influyentes para las empresas, sin embargo, en las empresas tiene que existir una buena comunicación con todos los trabajadores lo cual se logrará por medio de charlas, reuniones, comités, entre otros, de esta manera podrán mantenerse en constante comunicación con todos los colaboradores y no tan solo será por los medios digitales. en la Figura 8 podemos observar que el 22,22% de los encuestados afirma estar en desacuerdo con que la empresa no solo usa medios digitales para estar en contacto con todos los trabajadores, el 13,89% de los encuestados afirman ser indiferentes a la pregunta y el 63,89% de los encuestados afirman estar de acuerdo con que la empresa no solo usa medios digitales para estar en contacto con todos los trabajadores.

Tabla 9

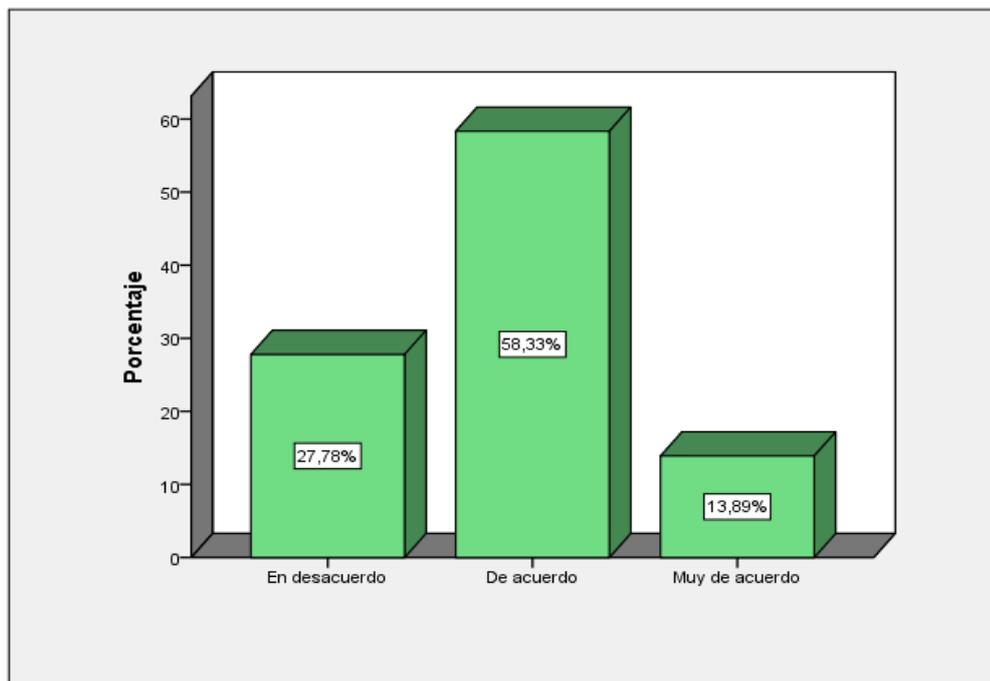
Me siento parte de un grupo humano importante

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	10	27,8	27,8	27,8
	De acuerdo	21	58,3	58,3	86,1
	Muy de acuerdo	5	13,9	13,9	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Nota: Encuestas

Figura 9

Me siento parte de un grupo humano importante



Nota: Tabla 9

Análisis e Interpretación: para las empresas hacer que los trabajadores se sientan importantes y partes de ella es fundamental ya que de este modo se logra obtener mejores resultados y el rendimiento de los trabajadores es eficiente, del mismo modo contar con compañeros que brindan apoyo de acuerdo a los propósitos que éstos tengan ayuda a contar con un ambiente laboral óptimo para todos en general. en la Figura 9 podemos observar que el 27,78% de los encuestados afirman estar en desacuerdo con que se sienten parte de un grupo humano importante, el 58,33% de los encuestados afirman estar de acuerdo con que se sienten parte de un grupo humano importante y el 13 como 89% de los encuestados afirman estar muy de acuerdo con que se sienten parte de un grupo humano importante.

Tabla 10

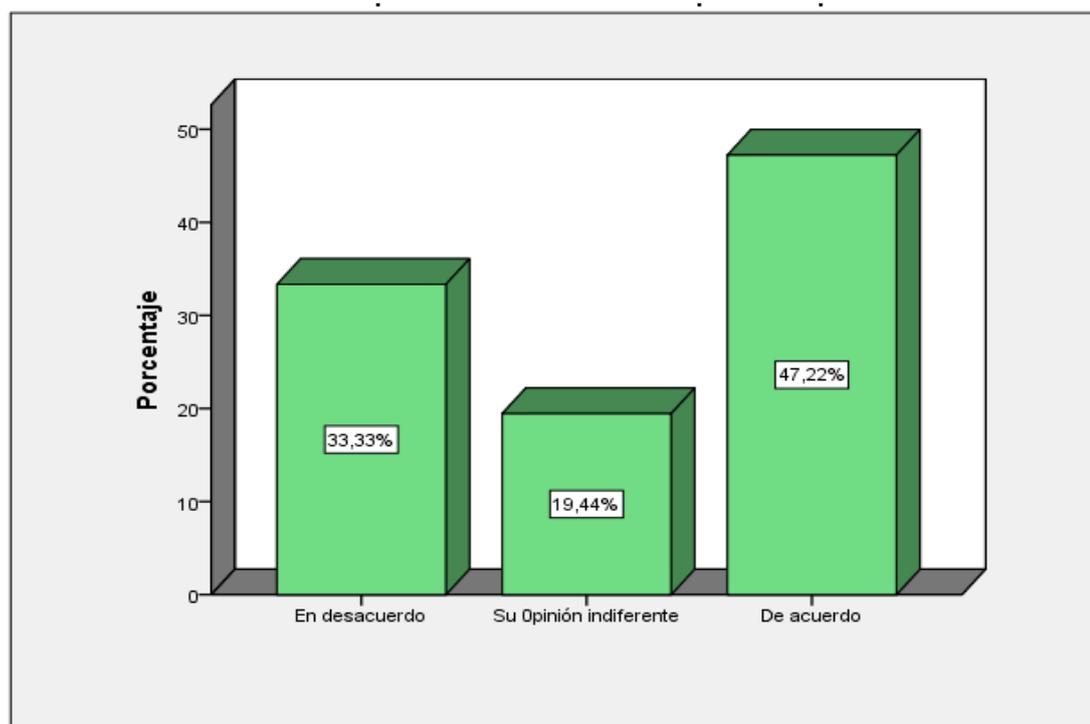
La empresa me hace sentir importante para ellos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	12	33,3	33,3	33,3
	Su Opinión indiferente	7	19,4	19,4	52,8
	De acuerdo	17	47,2	47,2	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Nota: Encuestas

Figura 10

La empresa me hace sentir importante para ellos



Nota: Tabla 10

Análisis e Interpretación: los trabajadores son una parte esencial muy importante para la empresa, ya que de ellos depende el éxito que se logrará obtener, Es por ello qué escuchar sus opiniones, preocuparnos por su seguridad, brindarle las herramientas necesarias para sus labores ayudará a que estos individuos se sientan importantes y que su rendimiento mejore para la pensión de objetivos planteados dentro de la empresa. en la Figura 10 podemos observar que el 33,33% de los encuestados afirman estar en desacuerdo con que la empresa los hace sentir importante para ellos, el 19,44% sostiene que su opinión es indiferente y el 47,22% de los encuestados afirma estar de acuerdo con que la empresa los hace sentir importante para ellos.

Tabla 11

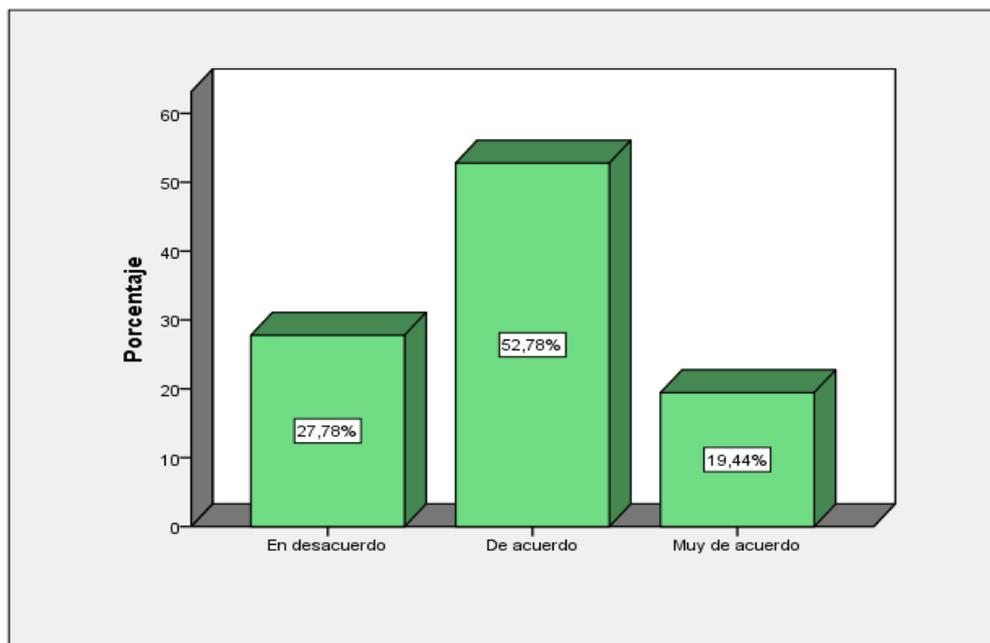
La empresa fomenta equipos de trabajo eventuales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	10	27,8	27,8	27,8
	De acuerdo	19	52,8	52,8	80,6
	Muy de acuerdo	7	19,4	19,4	100,0
Total		36	100,0	100,0	

Nota: Encuestas

Figura 11

La empresa fomenta equipos de trabajo eventuales



Nota: Tabla 11

Análisis e Interpretación: dentro de las empresas fomentar equipos de trabajo eventuales sucede sabiendo que existan imprevistos o contingencias sobre algunos eventos o proyectos que están en proceso, de tal modo las empresas toman estas decisiones de formar equipos de trabajo eventuales para darle solución a todos estos imprevistos y para ello necesitan la colaboración de trabajadores externos a la empresa. En la Figura 11 podemos observar que el 27,78% de los encuestados afirman estar en desacuerdo con que la empresa fomente equipos de trabajo eventuales, el 52,78% de los encuestados afirman estar de acuerdo con que la empresa fomente equipos de trabajo eventuales y el 19,44% de los encuestados afirman estar muy de acuerdo con que la empresa fomente equipos de trabajo eventuales.

Tabla 12

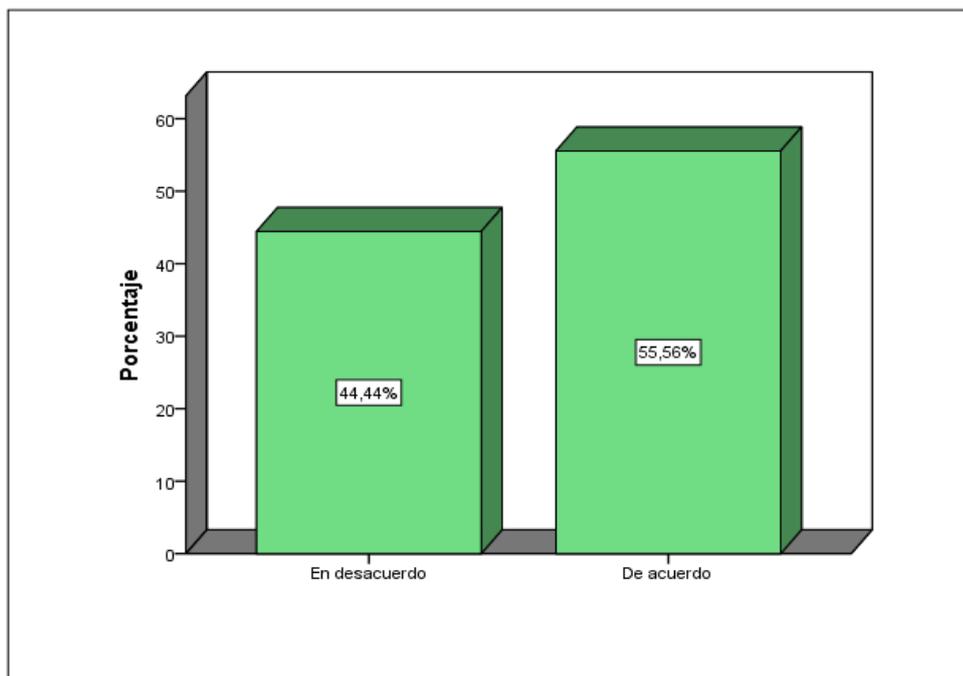
La empresa cuando organiza actividades busca la espontaneidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	16	44,4	44,4	44,4
	De acuerdo	20	55,6	55,6	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Nota: Encuestas

Figura 12

La empresa cuando organiza actividades busca la espontaneidad



Nota: Tabla 12

Análisis e Interpretación: cuando las empresas realizar actividades tiene la finalidad de hacer que los trabajadores se interrelacionen con los compañeros y que estos individuos sean espontáneos al momento de comunicarse con los demás, de tal manera ayudará a conocer su forma de pensar, sus ideas y poder saber las falencias o deficiencias que tiene. De tal manera se puede contar con trabajadores que se sientan con la libertad de ser ellos mismos en dichos eventos que organiza la empresa. La Figura 12 podemos observar que el 44,44% de los encuestados afirman estar en desacuerdo con que la empresa cuando organiza actividades busca la espontaneidad de cada trabajador y el 55,56% de los encuestados afirman estar de acuerdo con que la empresa cuando organiza actividades tiene la finalidad de los trabajadores sean espontáneos.

Tabla 13

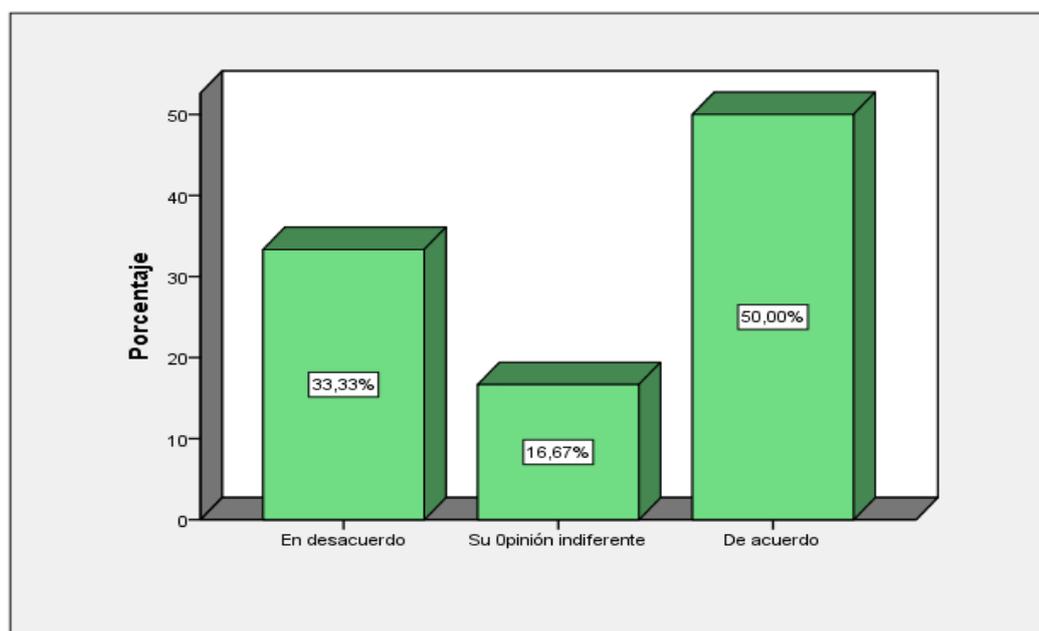
El clima organizacional de la empresa me impulsa a tomar decisiones pensadas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	12	33,3	33,3	33,3
	Su Opinión indiferente	6	16,7	16,7	50,0
	De acuerdo	18	50,0	50,0	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Nota: Encuestas

Figura 13

El clima organizacional de la empresa me impulsa a tomar decisiones pensadas



Nota: Tabla 13

Análisis e Interpretación: el clima organizacional de todas las organizaciones es algo fundamental para que los trabajadores puedan desarrollar su trabajo con mayor eficiencia y que tengan resultados en el menor tiempo posible, de esta manera ayudará a que los trabajadores tomen decisiones pensadas cuando se presenten inconvenientes o para darle mejores métodos de trabajo para obtener los propósitos que se propongan para la empresa. en la Figura 13 podemos observar que el 33,33% de los encuestados afirman estar en desacuerdo con que el clima organizacional de la empresa impulsa a tomar decisiones pensadas, el 16,67% de los encuestados afirma que su opinión es indiferente y el 50,00% de los encuestados afirma estar de acuerdo con que el clima organizacional de la empresa algo así impulsa a tomar decisiones pensadas.

Tabla 14

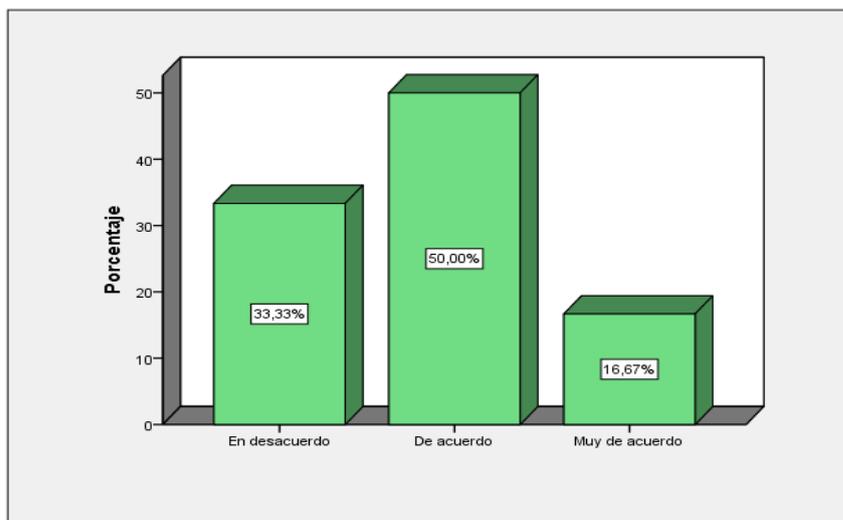
El clima organizacional de la empresa hace que medite las decisiones que vaya a tomar

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	12	33,3	33,3	33,3
	De acuerdo	18	50,0	50,0	83,3
	Muy de acuerdo	6	16,7	16,7	100,0
Total		36	100,0	100,0	

Nota: Encuestas

Figura 14

El clima organizacional de la empresa hace que medite las decisiones que vaya a tomar



Nota: Tabla 14

Análisis e Interpretación: como ya lo habíamos mencionado anteriormente contar con un clima organizacional óptimo en las compañías es fundamental, del mismo modo los trabajadores al tomar sus decisiones luego de haberlos meditado ayudan a que estas acciones que vayan a tomar sean más seguros y que se reduzcan los riesgos que pueden tener, del mismo modo meditar las decisiones que se vayan a tomar ayuda a que estos trabajadores sientan más confianza al momento de realizar dichas actividades. en la Figura 14 podemos observar que el 33,33% de los encuestados afirman estar en desacuerdo con que el clima organizacional de la empresa hace que mediten las decisiones que vayan a tomar, el 50,00% de los encuestados afirman estar de acuerdo con que el clima organizacional de la empresa hace que mediten las decisiones que se vayan a tomar y el 16,67% de los encuestados afirman estar muy de acuerdo con que el clima organizacional de la empresa hace que mediten las decisiones que se vayan a tomar.

Tabla 15

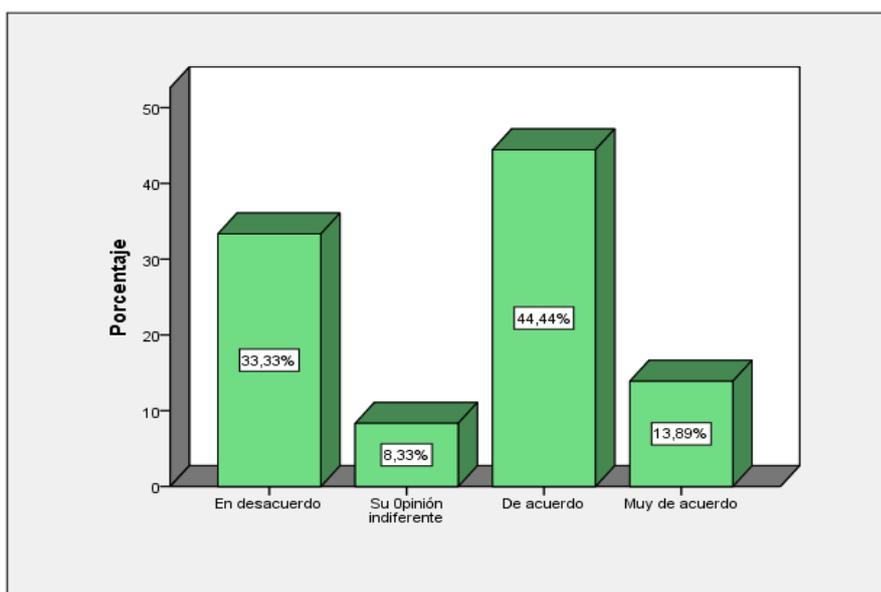
El clima organizacional nos permite tomar decisiones acertadas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	12	33,3	33,3	33,3
	Su Opinión indiferente	3	8,3	8,3	41,7
	De acuerdo	16	44,4	44,4	86,1
	Muy de acuerdo	5	13,9	13,9	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Nota: Encuestas

Figura 15

El clima organizacional nos permite tomar decisiones acertadas



Nota: Tabla 15

Análisis e Interpretación: en las empresas centrarse en mejorar el clima laboral ayuda a que estos trabajadores se sientan tranquilos y que al momento que se presenten inconvenientes o cuando se pueda proponer nuevos proyectos estos tomen decisiones acertadas, Es por ello que es importante contar con un buen clima organizacional ya que esta influirá en la motivación que los trabajadores tengan al momento de realizar sus funciones. en la Figura 15 podemos observar que el 33,33% de los encuestados afirman estar en desacuerdo con que el clima organizacional de la empresa los permite tomar decisiones acertadas, el 8,33% afirma que su opinión es indiferente, el 44,44% de los encuestados afirman estar de acuerdo con qué clima organizacional de la empresa les permite tomar decisiones acertadas y el 13,89% de los encuestados afirman estar muy de acuerdo con que el clima organizacional de la empresa les permite tomar decisiones acertadas.

Tabla 16

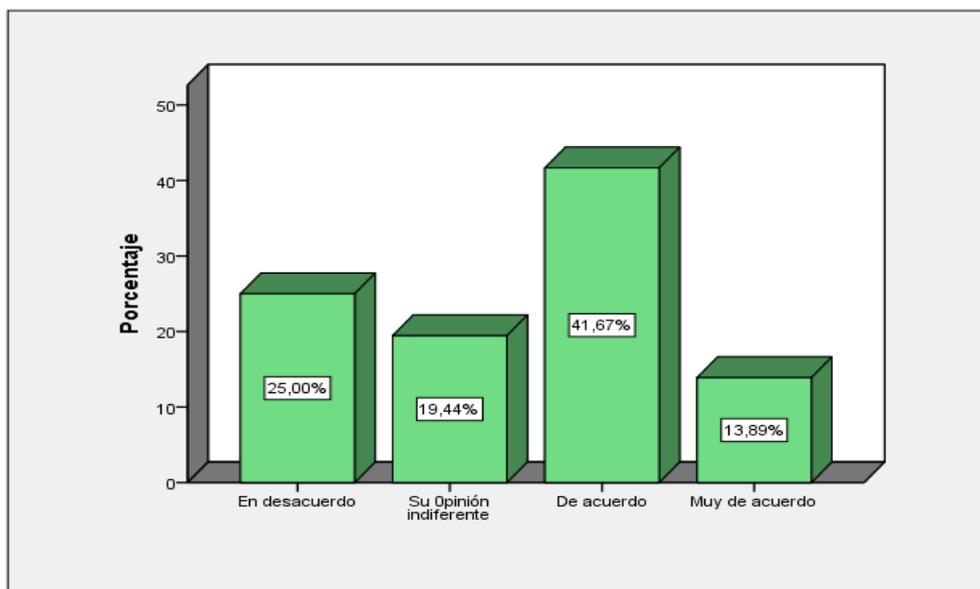
El clima organizacional de la empresa nos genera conductas en base a la intuición

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	9	25,0	25,0	25,0
	Su Opinión indiferente	7	19,4	19,4	44,4
	De acuerdo	15	41,7	41,7	86,1
	Muy de acuerdo	5	13,9	13,9	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Nota: Encuestas

Figura 16

El clima organizacional de la empresa nos genera conductas en base a la intuición



Nota: Tabla 16

Análisis e Interpretación: cuando los trabajadores cuentan con conductas intuitivas se debe a que estos individuos cuentan con conocimientos un método inmediato para realizar sus labores, y no necesitan de un análisis previo o razonamientos para desarrollarlos de manera eficiente. En la Figura 16 podemos observar que el 25,00% de los encuestados afirman estar en desacuerdo con que el clima organizacional de la empresa les genera conductas en base a la intuición, el 19,44% de los encuestados afirman que su opinión es indiferente, el 41,67% de los encuestados afirman estar de acuerdo con que el clima organizacional de la empresa genera conductas en base a la intuición y el 13,89% de los encuestados afirman estar muy de acuerdo con que el clima organizacional de la empresa genera conductas en base a la intuición.

Tabla 17

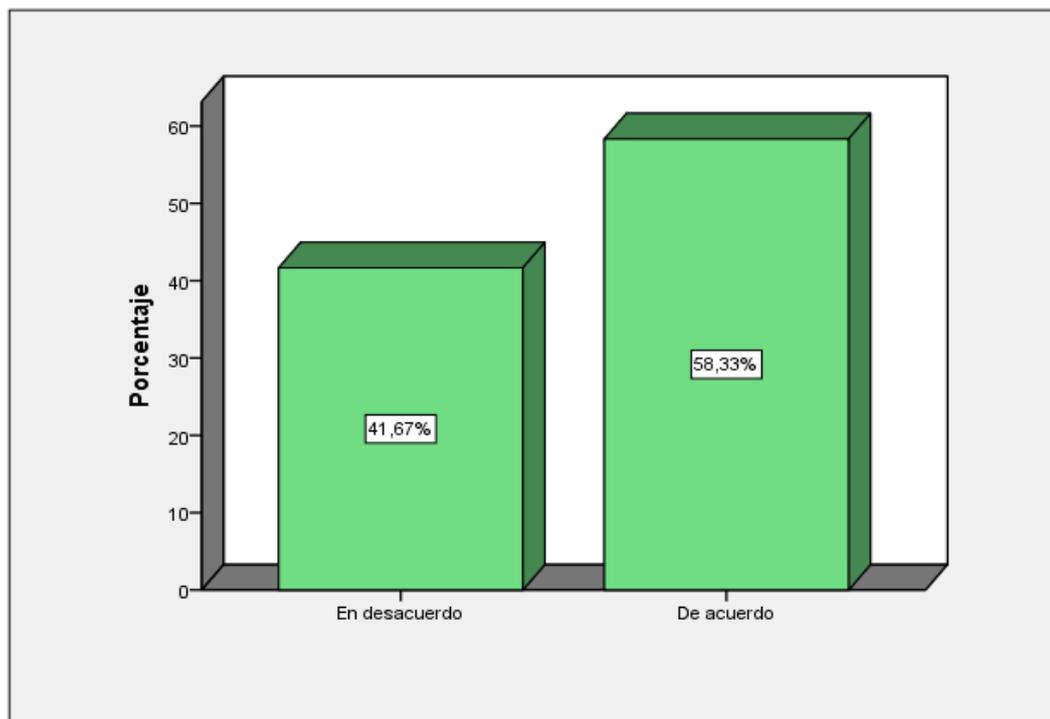
El clima organizacional nos permite desarrollar nuestras competencias básicas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	15	41,7	41,7	41,7
	De acuerdo	21	58,3	58,3	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Nota: Encuestas

Figura 17

El clima organizacional nos permite desarrollar nuestras competencias básicas



Nota: Tabla 17

Análisis e Interpretación: en las empresas contar con trabajadores competentes y que busquen métodos de mejorar en su ámbito laboral ayuda a obtener mejores resultados, del mismo modo un buen clima laboral ayudar a que el desarrollo de cada trabajador para mantenerse en competencia es muy importante. Es por ello que un buen clima organizacional influye de cierto modo para que puedan desarrollar sus competencias básicas de cada trabajador. en la Figura 17 podemos observar que el 41,67% de los encuestados afirman estar en desacuerdo con que el clima organizacional los permite a desarrollar sus competencias básicas y el 58,33% de los encuestados afirman estar de acuerdo con que el clima organizacional de la empresa les ayuda a desarrollar sus competencias básicas dentro de la empresa.

Tabla 18

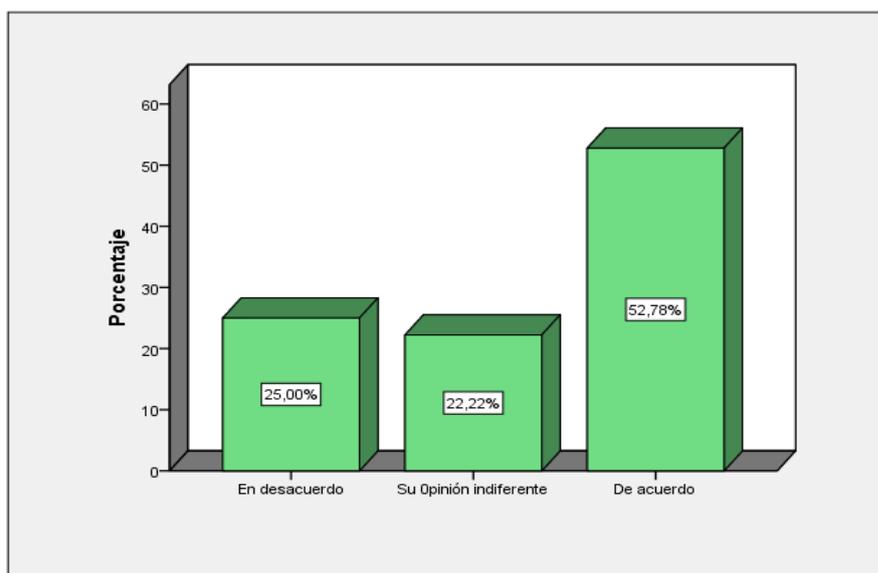
El clima organizacional impulsa mejorar las competencias básicas (destreza en el área que trabajamos)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	9	25,0	25,0	25,0
	Su Opinión indiferente	8	22,2	22,2	47,2
	De acuerdo	19	52,8	52,8	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Nota: Encuestas

Figura 18

El clima organizacional impulsa mejorar las competencias básicas (destreza en el área que trabajamos)



Nota: Tabla 18

Análisis e Interpretación: el clima organizacional de las empresas no solo ayuda a que se tenga un ambiente óptimo, sino también que ayudar a que los trabajadores tengan el pensamiento de ser competentes en todo aspecto dentro de su ámbito laboral, del mismo modo, ayuda a que estos trabajadores mejoren su destreza y busquen métodos de trabajo mejores para obtener los resultados que la empresa espera de ellos, en la Figura 18 podemos observar que el 25,00% de los encuestados afirman estar en desacuerdo con que el clima organizacional de la empresa impulsa a mejorar las competencias básicas en su área laboral, el 22,22% de los encuestados afirman que su opinión es indiferente respecto al tema y el 52,78% de los encuestados afirman estar de acuerdo con que el clima organizacional de la empresa los impulsa a mejorar las competencias básicas dentro de su área de trabajo.

Tabla 19

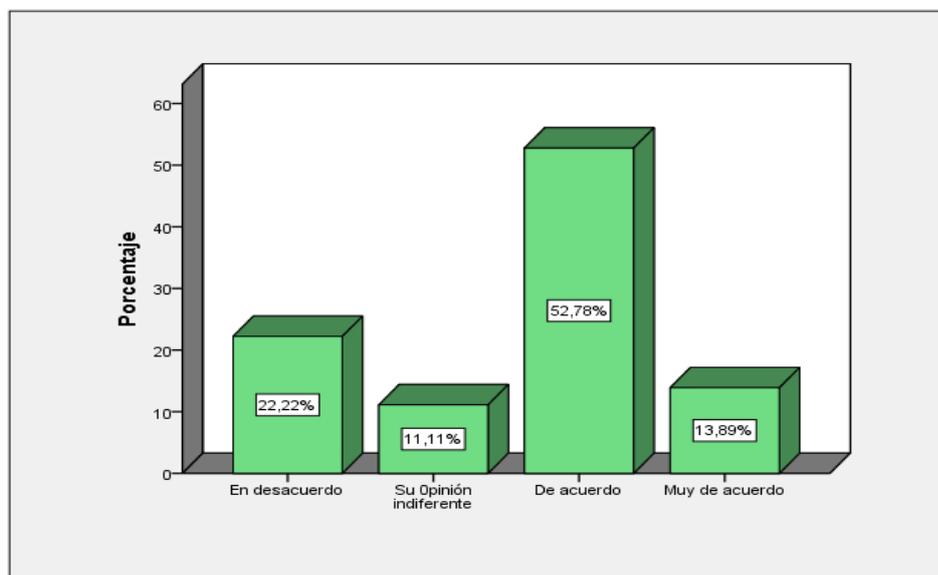
La empresa nos permite contar con competencias genéricas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	8	22,2	22,2	22,2
	Su Opinión indiferente	4	11,1	11,1	33,3
	De acuerdo	19	52,8	52,8	86,1
	Muy de acuerdo	5	13,9	13,9	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Nota: Encuestas

Figura 19

La empresa nos permite contar con competencias genéricas



Nota: Tabla 19

Análisis e Interpretación: las competencias genéricas se encuentran relacionadas con la inteligencia emocional de cada individuo y les ayuda a que se comuniquen de manera positiva, que puedan liderar diferentes procesos, que hagan análisis críticos y que desarrollen sus habilidades al momento de negociar, de tal modo estos aspectos ayudarán a que sean contribuyentes al crecimiento productivo de la empresa. en la Figura 19 podemos observar que el 22,22% de los encuestados afirman estar en desacuerdo con que la empresa les permite contar con competencias genéricas, el 11,11% de los encuestados afirma que su opinión es indiferente, el 52,78% de los encuestados sostiene que estar de acuerdo con que la empresa les permite contar con competencias genéricas y el 13,89% de los encuestados afirma estar muy de acuerdo con que la empresa les permite tener competencias genéricas dentro de ello.

Tabla 20

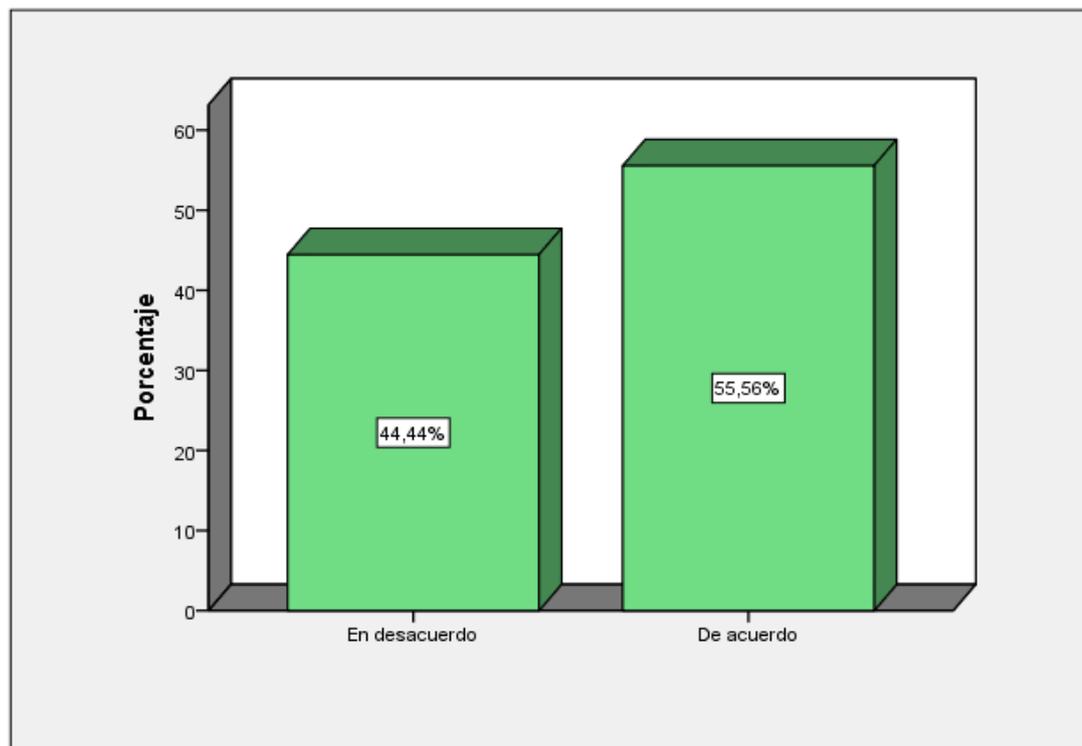
La empresa impulsa competencias para adaptarnos mejor al trabajo con ellos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	16	44,4	44,4	44,4
	De acuerdo	20	55,6	55,6	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Nota: Encuestas

Figura 20

La empresa impulsa competencias para adaptarnos mejor al trabajo con ellos



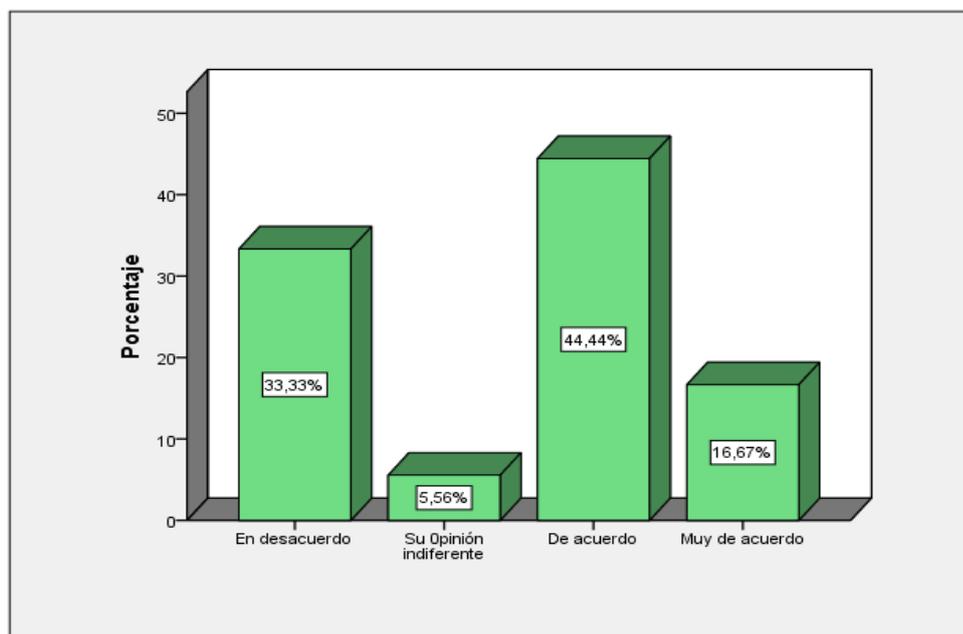
Nota: Tabla 20

Análisis e Interpretación: realizar competencias dentro de la empresa ayuda a que los trabajadores encuentren nuevos métodos de trabajo y que se adapten manera eficiente dentro de ellos, Es por ello que impulsar el ámbito competitivo de cada trabajador es importante, ya que de ellos depende el éxito de la empresa y que se pueda lograr los propósitos que se plantean. en la Figura 20 podemos observar que el 44,44% de los encuestados afirman estar en desacuerdo con que la empresa impulsa competencias para adaptarse mejor en el ámbito de trabajo con ellos y el 55,56% de los encuestados afirma estar de acuerdo con que la empresa impulsa competencias para que se adapten los trabajadores con su ambiente laboral de manera efectiva.

Tabla 21*Me siento seguro trabajando en la empresa*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	12	33,3	33,3	33,3
	Su Opinión indiferente	2	5,6	5,6	38,9
	De acuerdo	16	44,4	44,4	83,3
	Muy de acuerdo	6	16,7	16,7	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Nota: Encuestas

Figura 21*Me siento seguro trabajando en la empresa*

Nota: Tabla 21

Análisis e Interpretación: contar con trabajadores satisfechos dentro de la empresa es importante, de tal manera, brindarles seguridad para que desarrollen sus actividades ayudará a que estos trabajadores se esfuercen por lograr concluir de manera positiva dichas actividades. Es por ello que contar con trabajadores seguros al momento de realizar sus funciones es fundamental para la empresa. en la Figura 21 podemos observar que el 33,33% de los encuestados afirma estar en desacuerdo con que se sienten seguros trabajando en la empresa, el 5,56% de los encuestados sostiene que su opinión es indiferente, el 44,44% de los encuestados afirma estar de acuerdo con que se sienten seguros trabajando dentro de la empresa y el 16,67% de los encuestados afirman estar muy de acuerdo con que se sienten seguros trabajando dentro de la empresa.

Tabla 22

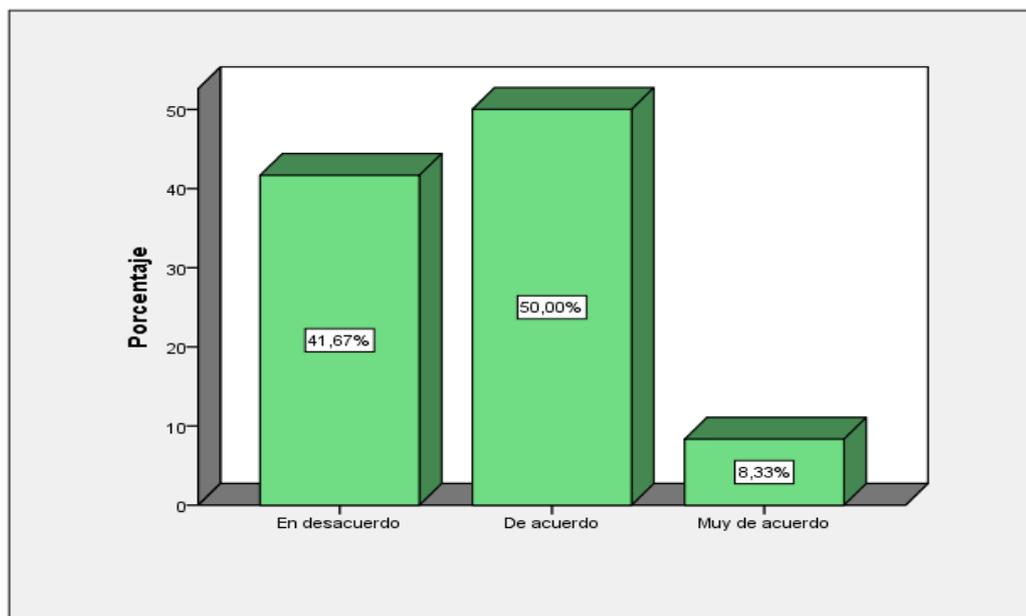
Presento iniciativas y luego puedo informarlas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	15	41,7	41,7	41,7
	De acuerdo	18	50,0	50,0	91,7
	Muy de acuerdo	3	8,3	8,3	100,0
Total		36	100,0	100,0	

Nota: Encuestas

Figura 22

Presento iniciativas y luego puedo informarlas



Nota: Tabla 22

Análisis e Interpretación: como lo mencionamos anteriormente contar con trabajadores seguros dentro de su ámbito laboral es importante ya que gracias a ello estos trabajadores tendrán iniciativa para nuevos proyectos y realizarán el análisis óptimo para poder presentarlos a los encargados de sus ámbitos laborales. en la Figura 22 podemos observar que el 41,67% de los encuestados afirman estar en desacuerdo con que el trabajador presenta iniciativas y luego pueden informarlas, el 50,00% de los encuestados afirman estar de acuerdo con que presentan iniciativas y luego pueden informarlas y el 8,33% de los encuestados sostiene estar muy de acuerdo con que el trabajador presenta iniciativas y luego puede informarlas.

Tabla 23

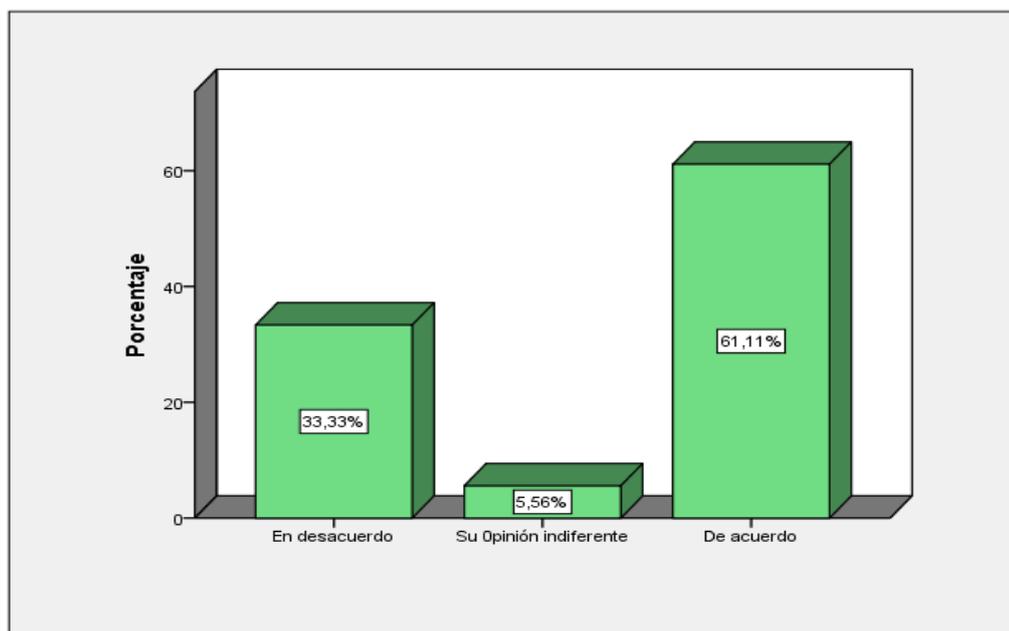
El clima organizacional fomenta la práctica de la moral

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	12	33,3	33,3	33,3
	Su Opinión indiferente	2	5,6	5,6	38,9
	De acuerdo	22	61,1	61,1	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Nota: Encuestas

Figura 23

El clima organizacional fomenta la práctica de la moral



Nota: Tabla 23

Análisis e Interpretación: dentro de las empresas contar con aspectos normativos de orden moral es importante para los trabajadores, ya que de este modo estos individuos podrán demostrar su conformidad o disconformidad sobre las actividades o funciones que se les encargue para que puedan desarrollarlas, como también ayudará a que estos individuos se comprometan con la empresa y brinden su mejor desempeño. en la Figura 23 podemos observar que el 33,33% de los encuestados afirman estar en desacuerdo con que el clima organizacional fomenta práctica de moral, el 5,56% de los encuestados sostiene que su opinión es indiferente y el 61,11% de los encuestados afirma estar de acuerdo con que el clima organizacional de la empresa fomenta la práctica de moral en los trabajadores.

Tabla 24

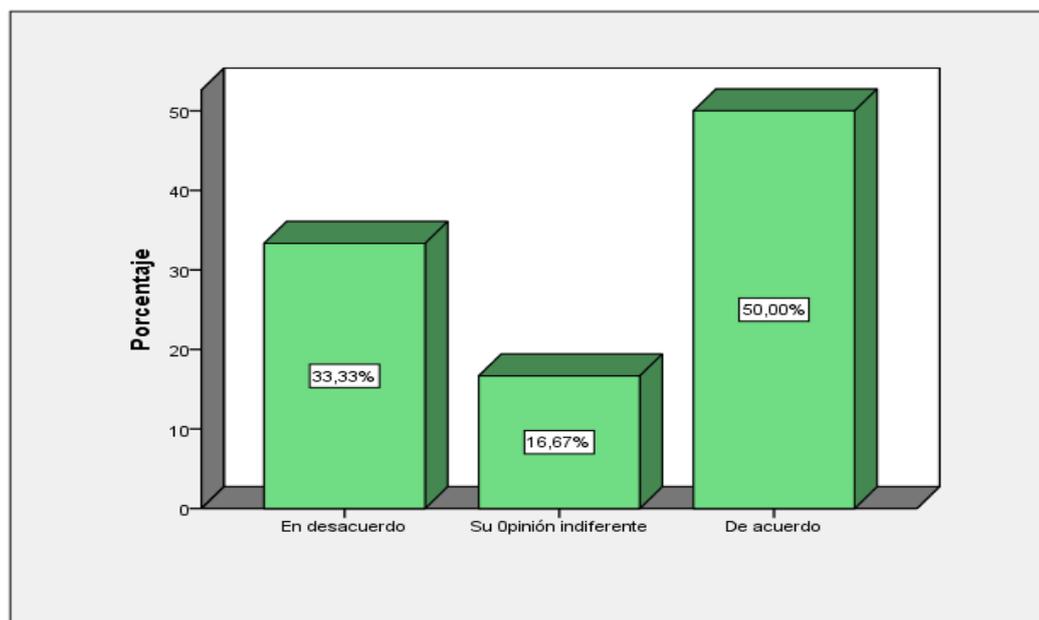
El clima organizacional motiva la práctica de la moral en la empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	12	33,3	33,3	33,3
	Su Opinión indiferente	6	16,7	16,7	50,0
	De acuerdo	18	50,0	50,0	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Nota: Encuestas

Figura 24

El clima organizacional motiva la práctica de la moral en la empresa



Nota: Tabla 24

Análisis e Interpretación: como ya lo habíamos mencionado anteriormente la práctica de moral de los trabajadores es muy importante ya que de este modo los trabajadores pueden expresarse e identificarse con la empresa para que puedan realizar sus funciones, de tal modo el clima organizacional tiene que motivar a que los trabajadores practiquen moral dentro de la empresa. en la Figura 24 podemos observar que el 33,33% de los encuestados afirma estar en desacuerdo con que el clima organizacional motiva la práctica de la moral en la empresa, el 16,67% de los encuestados afirma que su opinión es indiferente y el 50,00% de los encuestados afirma estar de acuerdo con que el clima organizacional de la empresa motiva a la práctica de moral dentro de su ámbito laboral.

4.2. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

Tras haber concluido el análisis descriptivo de las dimensiones de la variable clima organizacional y motivación intrínseca, los mismos que fueron expuestos en tablas/figuras con información porcentual, se procede a continuación establecer los criterios de análisis para poder argumentar y demostrar que las hipótesis destacadas tienen asidero en base a la información obtenida en los considerandos anteriores. Al respecto, tras no haber manipulado ninguna de las variables, y comprendiendo que las alternativas tienen la misma categoría, se ha procedido a usar como técnica el estadígrafo de Pearson, cuyos valores se presentan en la siguiente tabla. De igual forma es importante entender que el modelo de valoración de la relación entre ambas variables, parte por comprender el comportamiento de cada uno de ellos. Se ha agrupado las preguntas correspondientes a cada una de las variables, dado que la operacionalización expresa los ítems para cada elemento de las variables planteadas.

Tabla 25

Criterios de Análisis e Interpretación del Coeficiente de Pearson para determinar la relación entre el clima organizacional y la motivación intrínseca de los trabajadores de la empresa de transporte Turismo Tingo María – post pandemia Huánuco 2022

CORRELACIÓN	VALOR
Correlación negativa perfecta	(-1 - -0.5)
Correlación negativa fuerte moderada débil	(-0.5 – 0)
Ninguna correlación	0
Correlación positiva modera fuerte	(0 - 0.5)
Correlación positiva perfecta	(0.5 – 1)

Fuente: Estadística para Administración y Economía de Richard I. Levin. Pearson Education

HIPÓTESIS GENERAL

H1: El clima organizacional tiene una relación directa con la motivación intrínseca de los trabajadores de la empresa de transportes turismo Tingo María Post Pandemia – Huánuco 2022

Tabla 26

Estimación de la correlación entre el clima organizacional y la motivación intrínseca de los trabajadores de la empresa de transporte turismo Tingo María Post Pandemia – Huánuco 2022

		Clima organizacional	Motivación intrínseca
Clima organizacional	Correlación de Pearson	1	,623
	Sig. (bilateral)		,014
	N	36	36
Motivación intrínseca	Correlación de Pearson	,623	1
	Sig. (bilateral)	,014	
	N	36	36

Nota. Tablas aplicadas

Análisis e Interpretación. - tras haber hecho un análisis respecto a las variables de estudio, y haberlas agrupado convenientemente, el coeficiente de correlación Pearson arroja un valor positivo entre la variable independiente y dependiente cuyo valor es 0.623 con un nivel de significancia menor a 0.05, este indicador sostiene que hay una relación directa entre ambas variables. Estos considerandos no son suficientes para confirmar la relación, en la tabla número 1 podemos observar que el 61. 1% expresa que el gerente en la empresa de transporte es autoritario, reconocen los trabajadores en la tabla 17 que esta actitud del gerente es propicia para generar competencias básicas requeridas en dicha empresa de transporte, 58 3% así lo afirma. Bajo estas ideas, la tesis está en condiciones de afirmar que si hay una relación directa entre el clima organizacional y la motivación intrínseca. Esta expresión que válida la hipótesis general planteada, se hace en el sentido de definir las relaciones inferenciales y descriptivas propiamente dicha. Pudiendo usar como referencia los argumentos descritos en la tabla y figuras expuesto en las hojas anteriores. De esta manera pues se confirma la hipótesis general planteada para esta investigación.

HIPÓTESIS ESPECIFICAS

El estilo de liderazgo tiene una relación directa con la motivación intrínseca de los trabajadores de la empresa de transportes turismo Tingo María Post Pandemia – Huánuco 2022.

Tabla 27

Estimación de la correlación entre el liderazgo y la motivación intrínseca de los trabajadores de la empresa de transporte turismo Tingo María Post Pandemia – Huánuco 2022

		Liderazgo	Motivación intrínseca
Liderazgo	Correlación de Pearson	1	,661
	Sig. (bilateral)		,024
	N	36	36
Motivación intrínseca	Correlación de Pearson	,661	1
	Sig. (bilateral)	,024	
	N	36	36

Nota. Tablas aplicadas

Análisis inferencial y descriptivo, como se puede observar en la tabla anterior el coeficiente de correlación obtenida para la primera dimensión liderazgo y motivación intrínseca arroja un valor positivo de 0661, con un nivel de significancia menor a 005 lo que valida el resultado correlacional. esta información podría ser suficiente para confirmar la hipótesis planteada, sin embargo, los argumentos descriptivos ayudarían a un mejor entendimiento de lo que establece la correlación. En la tabla número dos al preguntar a los encuestados y el gerente usa el autoritarismo solo cuando es necesario muy de acuerdo mencionaron 16 7% y de acuerdo 44 4%, lo que indica una percepción del uso del liderazgo de esa naturaleza. En la tabla número 18 podemos observar las respuestas a la pregunta sii el clima organizacional impulsa la mejora de competencias, el 52 8% sostiene que sí está de acuerdo. Siendo el gerente autoritario obliga a que los chóferes de la empresa de transporte se capaciten dada la demanda del público y la obligación de garantizar seguridad y confianza. De esta manera bajo los argumentos mencionados se confirma la hipótesis específica donde el liderazgo si tiene relación con la motivación intrínseca a pesar de que el tipo de dirección no sea el adecuado, empero, en la empresa de transporte se hace necesario para

contar con las habilidades que demanda el sector, confirmando la hipótesis planteada.

La comunicación tiene una relación directa con la motivación intrínseca de los trabajadores de la empresa de transportes turismo Tingo María Post Pandemia – Huánuco 2022.

Tabla 28

Estimación de la correlación entre la comunicación y la motivación intrínseca de los trabajadores de la empresa de transporte turismo Tingo María Post Pandemia – Huánuco 2022

		La comunicación	Motivación intrínseca
La comunicación	Correlación de Pearson	1	,701
	Sig. (bilateral)		,022
	N	36	36
Motivación intrínseca	Correlación de Pearson	,701	1
	Sig. (bilateral)	,022	
	N	36	36

Nota. Tablas aplicadas

Análisis e interpretación, la comunicación como dimensión del clima organizacional tiene el propósito de mejorar no solo las relaciones entre el personal en una empresa, sino también transmitir mensajes que estén vinculadas con el desarrollo personal de cada miembro. En ese sentido en la tabla 28 podemos observar que el coeficiente de correlación entre la comunicación y la motivación intrínseca es positivo 0701 con un nivel de significancia menor a 005 lo que valida la relación entre la dimensión y la variable. En la tabla número 5 podemos observar que la empresa tiene logros importantes que son comunicados a través de diferentes medios a los trabajadores así percibe el 58 3% que está de acuerdo con dicha afirmación y el 8 3% de los encuestados. A partir de ello podemos afirmar que el clima organizacional genera conductas en base a intuición práctica de los trabajadores en esta empresa de transporte tal como afirma en la tabla 16 el 41 7% que está de acuerdo y 13.9% con la presente pregunta. De esta manera se confirma que si existe relación directa entre la comunicación y la motivación intrínseca de los trabajadores de la empresa de transporte turismo Tingo María Huánuco 2022. Los argumentos siendo sólidos para dicha afirmación

toman en cuenta los considerandos descriptivos planteados en los ítems correspondientes, haciendo que el trabajo hay contrastación sea valedero en el contexto que analiza la presente investigación.

La pertenencia tiene una relación directa con la motivación intrínseca de los trabajadores de la empresa de transportes turismo Tingo María Post Pandemia – Huánuco 2022.

Tabla 29

Estimación de la correlación entre la pertenencia y la motivación intrínseca de los trabajadores de la empresa de transporte turismo Tingo María Post Pandemia – Huánuco 2022

		La pertenencia	Motivación intrínseca
La pertenencia	Correlación de Pearson	1	,677
	Sig. (bilateral)		,021
	N	36	36
Motivación intrínseca	Correlación de Pearson	,677	1
	Sig. (bilateral)	,021	
	N	36	36

Nota. Tablas aplicadas

Análisis e Interpretación: finalmente para concluir con las contrastaciones respectivas podemos observar que el coeficiente de correlación entre el sentido de pertenencia y la motivación intrínseca es positivo 0677, con un nivel de significancia menor a 005 pudiendo de esta manera confirmar el nivel de asociatividad entre ambas variables. En ese contexto, la afirmación de los trabajadores de la empresa de transporte en la tabla 9 corroboran dicha relación inferencial, dado que el 58 3% y 13 9% afirma sentirse en un grupo humano importante, que a la fecha ha logrado cosas importantes en términos organizacionales. En el en el sentido descrito en la tabla número 22 el 50% de los encuestados, y 8 3% afirman estar de acuerdo y muy de acuerdo con la posibilidad que le genera a la empresa presentando en sí mismo iniciativas que pueden ser informadas de manera directa a la gerencia respectiva. De esta manera, la empresa entiende que el aspecto personal es sumamente importante para los propósitos que persigue haciendo fundamentalmente que los trabajadores sientan motivación en base a las políticas que establece la gerencia para garantizar dicho estado emocional entre todos. De esta manera confirmamos la hipótesis específica 3

planteada donde el sentido de pertenencia si tiene un nivel de asociatividad con la motivación intrínseca en la empresa de transporte turismo Tingo María en tiempos de post pandemia.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

5.1. DISCUSIÓN RESPECTO A LOS ANTECEDENTES

Considerando los argumentos del ítem anterior, la tesis ha demostrado que efectivamente existe una relación directa entre la variable clima organizacional y la motivación de los trabajadores de la empresa de transporte estudiada, este entendimiento no es ajena a lo que efectivamente dicen los autores que han escrito respecto a ella. López (2021) en su tesis titulada **“Clima Organizacional y Desempeño Laboral: Propuesta Metodologica para la Universidad Politécnica Salesiana SEDE Guayaquil”** es claro en su análisis al comprender que su propuesta puede generar un comportamiento eficiente en la universidad, a decir de nuestros resultados, se ha podido observar que el tipo de dirección planteada, fomenta además que los trabajadores de la empresa cumplan con la tarea asignada, obligándose a tener competencias específicas para responder a la demanda de sus clientes. Guzmán (2018) en su tesis titulada **“El clima organizacional y su relación con la satisfacción laboral de los colaboradores en una empresa de carga internacional en el contexto global”** este autor de la misma manera comprende que el clima laboral genera importantes motivaciones de satisfacción en los trabajadores de carga global, similar a los resultados que se ha obtenido en la investigación, donde se observa que el clima organizacional parte por entender que el tipo de liderazgo, sentido de pertenencia en la empresa de transporte están asociada con la motivación intrínseca. Valdivia (2021) en su tesis titulada **“Motivación extrínseca y satisfacción del cliente en la empresa Happyland Huánuco 2021”** es pues para el autor la motivación un factor clave en la satisfacción de los clientes. En el sentido de esta tesis, nuestros resultados son coherentes, puesto que efectivamente los trabajadores que expresan buena motivación a causa de un clima organizacional tienen expresiones empáticas en sus clientes. De esta manera se demuestra el nivel de entendimiento que hay entre lo escrito en la tesis y lo planteado por los investigadores.

5.2. DISCUSIÓN RESPECTO AL MARCO TEÓRICO

Para los autores citados en la presente investigación, comprenden conceptualmente que el clima organizacional, es una variable que fundamenta el actuar en la organización. Uribe (2014) sostiene que el clima organizacional está definido como un conjunto de propiedades se define como un conjunto de propiedades que se pueden medir en el área de trabajo directo o indirectamente, por los propios trabajadores de la empresa, ya que mantener el ambiente son es una motivación de rendimiento laboral. Según González et. al. (2021) define que el clima organizacional se relaciona con el sentido compartido tiene que ver con el sentido compartido alrededor de las políticas, prácticas y medidas de una organización que se relacionan con la experiencia de los empleados. Es de importancia destacar que la conceptualización dicha por los empleados que tienen una dependencia de juicio y esto le da valor que le da una variación en las personas, ya que tiene la inclusión dimensiones físicas, mentales y emocionales. Pero ante todo ello se verifica que el peso de influencia es importante en la productividad, comportamiento y motivación de los empleados. En ese entendido, la tesis es clara en precisar que efectivamente la naturaleza organizacional que tiene aspectos que ayuden a mejorar la performance de los trabajadores ayuda a su motivación intrínseca, entendido ello como plantea Fishman (2014) argumenta que la motivación esencial proviene del interior de cada uno y es independiente de todo tipo de estímulos externos. Las recompensas de fomentar este tipo de motivación son puramente íntimas. En este sentido la comprensión tanto de la teorica como de los resultados obtenidos dan pie a que se pueda detemrnar la utilidad de ellos en la tarea realizada. Las teorías citadas tienen vigencia en el contexto específico, dado que los resultados no contradicen sus postulados, por el contrario contribuyen para que se pueda entender que el alcance que estos tengan sean comprendidos en una real dimension. De esta manera la tesis, es un referente que puede ser citado en investigacion en contextos especifico en el mundo, logrando que se deba enmarcar las variables como socios comunes en la organización.

CONCLUSIONES

1. La tesis demuestra la relación directa que existe entre el clima organizacional y la motivación INSTRINSECA DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA DE TRANSPORTE TURISMO Tingo María Post Pandemia – Huánuco 2022, esto se puede verificar con el coeficiente de correlación Pearson, cuyo valor del r^2 es igual a 0.623, el mismo que puede ser corroborado con la información de las tablas 1 y 17, donde se indica que el 61.1% caracteriza al gerente con un estilo de liderazgo autoritario, lo que genera que el 58.3% opine que el clima organizacional motive la consecución de competencias básicas.
2. La tesis demuestra la relación directa que existe entre el liderazgo y la motivación intrínseca de los trabajadores de la empresa de transportes turismo Tingo María post pandemia – Huánuco 2022, evidenciado con el coeficiente de correlación Pearson, cuyo valor es 0.661, corroborado con información descriptiva de las tablas 2 y 18, donde los trabajadores (16.7% muy de acuerdo y 44.4% de acuerdo) expresan que el liderazgo está permitiendo que los trabajadores se capaciten y preparen para el servicio que brinden (52.8% de acuerdo).
3. La tesis demuestra la relación directa que existe entre la comunicación y la motivación intrínseca de los trabajadores de la empresa de transportes turismo Tingo María post pandemia – Huánuco 2022, evidenciado con el coeficiente de correlación obtenida cuyo valor es igual a 0.701, corroborado en las tablas 5 y 16, donde el 58.3% percibe que la empresa usa los medios de comunicación para transmitir los logros, lo que permite que el 41.7% y 13.9% este de acuerdo con que esta actitud fomenta un clima que incluye trabajadores que responden a la intuición frente a ciertos problemas.
4. La tesis demuestra la relación directa que existe entre la pertenencia y la motivación intrínseca de los trabajadores de la empresa de transportes turismo Tingo María post pandemia – Huánuco 2022, evidenciado en el coeficiente de correlación Pearson obtenido cuyo valor es igual a 0.677, corroborado con las tablas 9 y 22 donde se observa que el 58.3% y

13.9% están identificados con el grupo humano al cual pertenecen, lo que les permite presentar iniciativas.

RECOMENDACIONES

1. Considerando que la tesis ha demostrado que hay relación directa entre el clima organizacional y la motivación intrínseca, existe un gran porcentaje de trabajadores que piensan que la gerencia no busca la participación de todos los trabajadores en la toma de decisiones, por lo que se recomienda que esta toma de decisiones tenga en cuenta más participación de trabajadores.
2. Considerando que los trabajadores en cerca al 60% consideran que el liderazgo de tipo autoritario ayuda con el clima organizacional, sin embargo, es importante que dicho liderazgo sea más integrador dado que hay un porcentaje importante que no considere como una conducción ideal para la empresa de transporte.
3. Se recomienda a la empresa implementar un mejor clima organizacional tal así que la empresa haga sentir importante y de esa manera la motivación intrínseca se fortalezca.
4. Si bien es cierto la tesis ha demostrado que la comunicación es usada para compartir logros, pero hay un grupo que no considera ello, por eso se recomienda a la empresa que use medios gráficos impresos donde se transmita los logros de la empresa, es por ello que deben adquirir tecnologías para poder imprimirlas y difundirlas oportunamente, debiendo ello ser complementario al uso de las redes sociales.
5. Tomando en cuenta el sentido de pertenencia que existe en la empresa, es importante que la gerencia desarrolle talleres de integración y buenas relaciones entre todos los choferes de la empresa, dado que sus resultados pueden determinar fomento del trabajo en equipo, y otros aspectos valorados en el clima organizacional de la empresa.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Alvarado Ruiz, H. L. (2017). *Comportamiento organizacional*. México D.F.: Grupo Editorial Patria.
- Andrade Monteros, J. A. (2019). *Clima Organizacional y Desempeño Laboral de los trabajadores del Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Napo*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Ayoub Perez, J. (2011). *Estilos de liderazgo y su eficacia en la administración pública mexicana*. México D.F.: Editorial MLQ.
- Barrutia, B. (2021). Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-25962021000100285
- Caamaño López, J. M. (2013). *Autonomía moral*. Vigo: Universidad Pontificia Comillas.
- Charleux, F. &. (2017). *Motivar y animar equipos en trabajo social*. Madrid: Narcea Ediciones.
- Churampi Pérez, R. E. (2020). *Clima Organizacional y Desempeño Laboral en los trabajadores administrativos de la Red Asistencial Essalud Huancavelica 2019*. Huánuco: Universidad de Huánuco.
- Deardorff, D. K. (2020). *Manual para el desarrollo de competencias interculturales*. Madrid: UNESCO Publishing.
- Duelo Ferrer, G. (2021). *Lo que he aprendido del liderazgo*. Sevilla: Plataforma.
- Fischman, D. (2014). *Motivación 360°*. Santiago: Editorial Chile.
- Freire, P. (2014). *Pedagogía de la autonomía*. México D.F.: Siglo XXI Editores México.
- Galarreta Aragón, S. J. (2020). *Análisis del clima organizacional y el desempeño laboral de los empleados en el área de operaciones MiBanco Agencia Miraflores Arequipa - Perú 2020*. Arequipa: Universidad Continental.
- Gómez Lopez, J. M. (2020). *Las metodologías didácticas innovadoras como estrategia para afrontar los desafíos educativos del siglo XXI*. Madrid: Dykinson.

- González Acedo, J. C. (2021). *Formación y orientación laboral. Fundamentos 2.ª edición 2021*. Madrid: Editorial Paraninfo.
- Guzmán Rojo, A. d. (2018). *El clima organizacional y su relación con la satisfacción laboral de los colaboradores en una empresa de carga internacional en el contexto global*. Lima: Universidad Ricardo Palma.
- Hernández Sampieri, Roberto & Mendoza Torres, Christian. (2018). *Metodología de la Investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- López Neira, A. A. (2021). *Clima Organizacional y Desempeño Laboral: Propuesta Metodológica para la Universidad Politécnica Salesiana SEDE Guayaquil*. Guayaquil: Universidad Politécnica Salesiana.
- María, E. d. (2021). Obtenido de <https://compuempresa.com/info/empresa-de-transportes-de-automoviles-turismo-n-6-clase-a-huanuco-tingo-maria-srl-20489381088>
- Medranda Morales, N. &. (2020). *Comunicación y ciudad*. Quito: Editorial Abya Yala.
- Meriño. (2020). Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n84/0120-8160-ean-84-00043.pdf>
- Moreno Rebato, M. (2021). *Inteligencia artificial*. Madrid: Aranzadi / Civitas.
- Ñaupas Paitan, Humberto & Mejía Mejía Elías & Novoa Ramírez, Eliana, Villagomez Paucar, Alberto. (2014). *Metodología de la Investigación Cuantitativa - cualitativa y redacción de la tesis*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Otero, E. (2020). *Teorías de la comunicación*. Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Pinazo Hernandis, S. (2011). *Autonomía personal y dependencia*. Valencia: Universitat de València.
- Roberto, S., & Ubidia, L. (2021). Obtenido de <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/8198/1/T3583-MDTH-Larrea-La%20motivacion.pdf>
- Ryan, & Deci. (2002). Modelos de motivación académica: una visión panorámica.
<http://reme.uji.es/articulos/numero25/article1/texto.html#:~:text=En%2>

Ocuanto%20a%20las%20actividades,ser%20operacionalmente%20se
parables%20de%20ella%E2%80%9D.

Sanchez Tacuchi, J. J. (2017). *Influencia del Clima Organizacional en la Satisfacción Laboral en los colaboradores de la Dirección Regional de Salud Huánuco, 2017*. Huánuco: Universidad de Huánuco.

Sevilla Bernardo, J. (2022). *Caso OKR y clima laboral*. Madrid: Editorial ESIC.

Turner, T. (2021). *El Verdadero Significado de la Pertenencia*. Vigo: EDIT SIRIO.

Uribe Prado, J. F. (2014). *Clima y ambiente organizacional*. México D.F.: Editorial El Manual Moderno.

Valdivia Gonsalez, M. L. (2021). Obtenido de <https://repositorio.unheval.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13080/7313/TAD00734V19.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Vigil Cornejo, F. R. (2021). Obtenido de <http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/5875>

COMO CITAR ESTE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Pardave Fonseca, J. (2023). *El clima organizacional y la motivación intrínseca de los trabajadores de la Empresa de Transporte Turismo Tingo María, post pandemia Huánuco - 2022* [Tesis de pregrado, Universidad de Huánuco]. Repositorio Institucional UDH. <http://...>

ANEXOS

Matriz de Consistencia

Tesis: EL CLIMA ORGANIZACIONAL Y LA MOTIVACION INTRINSECA DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA DE TRANSPORTE TURISMO TINGO MARIA POST PANDEMIA – HUÁNUCO 2022
Autor: BACH. PARDAVE FONSECA, JOEL JUNIOR

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología	Instrumentos
<p>General ¿De qué manera se relaciona el clima organizacional con la motivación intrínseca de los trabajadores de la empresa de transportes turismo Tingo María Post Pandemia – Huánuco 2022?</p> <p>Específicos ¿De qué manera se relaciona los estilos de liderazgo con la motivación intrínseca de los trabajadores de la empresa de transportes turismo Tingo María Post Pandemia – Huánuco 2022?</p> <p>¿De qué manera se relaciona la comunicación con la motivación intrínseca</p>	<p>General Determinar de qué manera se relaciona el clima organizacional con la motivación intrínseca de los trabajadores de la empresa de transportes turismo Tingo María Post Pandemia – Huánuco 2022</p> <p>Específicos Determinar de qué manera se relaciona los estilos de liderazgo con la motivación intrínseca de los trabajadores de la empresa de transportes turismo Tingo María Post Pandemia – Huánuco 2022</p> <p>Determinar de qué manera se relaciona la comunicación con la motivación intrínseca de los trabajadores de la empresa de transportes</p>	<p>General Ho El clima organizacional tiene una relación directa con la motivación intrínseca de los trabajadores de la empresa de transportes turismo Tingo María Post Pandemia – Huánuco 2022</p> <p>H1 El clima organizacional no tiene una relación directa con la motivación intrínseca de los trabajadores de la empresa de transportes turismo Tingo María Post Pandemia – Huánuco 2022</p> <p>Específicos El estilo de liderazgo tiene una relación</p>	<p>Independiente - Clima Organizacional</p> <p>Dimensiones: - Estilo de liderazgo - Comunicación - Pertenencia</p> <p>Dependiente Motivación intrínseca</p> <p>Dimensiones - Decisiones - Competencia - Autonomía</p>	<p>Tipo: Enfoque: La tesis es de tipo cuantitativa, comprende el establecimiento de categorías para cada ítem que medirá las dimensiones de las variables establecidas.</p> <p>Nivel: El nivel de investigación Explicativa, en el sentido que se determinara causa y efecto entre las variables.</p> <p>Diseño: La tesis es no experimental, no manipulara ninguna de las variables, es no experimental de tipo transversal</p>	<p>Encuesta</p> <p>Entrevista</p> <p>Información secundaria</p>

<p>de los trabajadores de la empresa de transportes turismo Tingo María Post Pandemia – Huánuco 2022?</p>	<p>turismo Tingo María Post Pandemia – Huánuco 2022</p>	<p>directa con la motivación intrínseca de los trabajadores de la empresa de transportes turismo Tingo María Post Pandemia – Huánuco 2022</p>
<p>¿De qué manera se relaciona la pertenencia con la motivación intrínseca de los trabajadores de la empresa de transportes turismo Tingo María Post Pandemia – Huánuco 2022?</p>	<p>Determinar de qué manera se relaciona la pertenencia con la motivación intrínseca de los trabajadores de la empresa de transportes turismo Tingo María Post Pandemia – Huánuco 2022</p>	<p>La comunicación tiene una relación directa con la motivación intrínseca de los trabajadores de la empresa de transportes turismo Tingo María Post Pandemia – Huánuco 2022</p> <p>La pertenencia tiene una relación directa con la motivación intrínseca de los trabajadores de la empresa de transportes turismo Tingo María Post Pandemia – Huánuco 2022</p>



INTRUCCIONES: a continuación, se presenta la siguiente encuesta, el mismo que tiene como propósito ver como se relaciona en la empresa el clima organizacional con su motivación intrínseca. Todo ello tiene fines académicos, sus respuestas ayudarán a contestar dicha pregunta. Llene según lo siguiente:

- Conteste A si está muy en desacuerdo
- Conteste B si está en desacuerdo
- Conteste C si su opinión es indiferente
- Conteste D si esta de cuerdo
- Conteste E si está muy en de acuerdo

Guía del cuestionario	A	B	C	D	E
Clima Organizacional					
1. El gerente de la empresa tiene actitudes autoritarias.					
2. El gerente de la empresa usa el autoritarismo solo cuando es necesario.					
3. El gerente busca la participación de todos los trabajadores en la toma de decisiones.					
4. El gerente de la empresa promueve la participación de todos en el cumplimiento de objetivos.					
5. La empresa usa medios de comunicación para compartir logros importantes.					
6. La empresa tiene como prioridad compartir buenas noticias siempre.					
7. La empresa tiene grupos de comunicación para estar en contacto con todos los trabajadores.					
8. La empresa no solo usa medios digitales para estar en contacto todos.					
9. Me siento parte de un grupo humano importante.					
10. La empresa me hace sentir importante para ellos.					
11. La empresa fomenta equipos de trabajo eventuales.					
12. La empresa cuando organiza actividades busca la espontaneidad.					
Motivación Intrínseca					
13. El clima organizacional de la empresa me impulsa a tomar decisiones pensadas					

14. El clima organizacional de la empresa hace que medite las decisiones que vaya a tomar.					
15. El clima organizacional nos permite tomar decisiones acertadas.					
16. El clima organizacional de la empresa nos genera conductas en base a la intuición					
17. El clima organizacional nos permite desarrollar nuestras competencias básicas.					
18. El clima organizacional impulsa mejorar las competencias básicas (destreza en el área que trabajamos).					
19. La empresa nos permite contar con competencias genéricas.					
20. La empresa impulsa competencias para adaptarnos mejor al trabajo con ellos.					
21. Me siento seguro trabajando en la empresa					
22. Presento iniciativas y luego puedo informarlas					
23. El clima organizacional fomenta la práctica de la moral.					
24. El clima organizacional motiva la práctica de la moral en la empresa					

¡Muchas gracias por su colaboración!