



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**El compromiso organizacional y la comunicación interna de la
empresa Constructora y Consultoría J & J Hermanos S.A.C.
Chiclayo Perú**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Administración**

AUTORA:

Barrios Montenegro, Milagros Gianina (orcid.org/0000-0002-2972-9124)

ASESOR:

Dr. Villanueva Calderon, Juan Amílcar (orcid.org/0000-0001-5272-7277)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

Chiclayo – Perú

2022

Dedicatoria

Este trabajo va dedicado a mi familia ya y todos mis seres queridos ya que ellos siempre estuvieron apoyándome de una u otra forma de tal manera que yo no me dé por vencida y pueda seguir cumpliendo con mi sueño de convertirme en una gran profesional.

Agradecimiento

Agradezco a Dios por permitirme llegar a donde estoy por concederme la dicha de encontrarme en una universidad como la Cesar Vallejo, también agradezco a mis padres por todo el esfuerzo que ellos han realizado para mí, por darme lo mejor y hacerme sentir que están muy orgullosos de la persona que soy, también agradezco a mi hermanito por darme sus palabras de aliento y poder cuando sentía que ya no podía continuar. Muy agradecida con Dios y mi familia.

Índice de contenido

Caratula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenido	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	3
III. METODOLOGÍA	8
3.1 Tipo y diseño de la investigación.	8
3.2 Variables y operacionalización.....	9
3.3. Población, muestra y muestreo.....	10
3.4.Técnicas e instrumentos de recolección de datos	11
3.5.Procedimiento	11
3.7.Aspectos éticos.....	12
IV. RESULTADOS.....	13
V. DISCUSIÓN	25
VI. CONCLUSIONES	27
VII. RECOMENDACIONES.....	28
REFERENCIAS.....	29
ANEXOS	33

Índice de tablas

Tabla 1 Variable Compromiso organizacional.....	13
Tabla 2 Compromiso afectivo	14
Tabla 3 Compromiso de continuidad	15
Tabla 4 Compromiso normativo	16
Tabla 5 Variable Comunicación Interna	17
Tabla 6 Comunicación interpersonal.....	18
Tabla 7 Niveles de comunicación	19
Tabla 8 Manejo de conflicto	20
Tabla 9 Compromiso organizacional * comunicación interna.....	21
Tabla 10 Comunicación organizacional * interacción social	22
Tabla 11 La comunicación interna * acciones internas	23
Tabla 12 Comunicación interna * comprensión del mensaje de gestión.....	24

Índice de figuras

Figura 1. Variable Compromiso organizacional.....	13
Figura 2. Dimensión compromiso afectivo	14
Figura 3. Dimensión compromiso de continuidad.....	15
Figura 4. Dimensión compromiso normativo	16
Figura 5. Variable comunicación interna	17
Figura 6. Dimensión comunicación interpersonal.....	18
Figura 7. Dimensión niveles de comunicación	19
Figura 8. Dimensión manejo de conflictos.....	20

Resumen

La presente investigación titulada “El compromiso organizacional y la comunicación interna de la empresa Constructora y Consultoría J & J Hermanos S.A.C. Chiclayo Perú”, tuvo como objetivo Determinar el compromiso organizacional influye en la comunicación interna de la empresa Constructora y Consultoría J & J Hermanos S.A.C, Chiclayo, 2022, investigación no experimental transversal: correlacional, con una muestra de 15 colaboradores y donde se aplicó un cuestionario. Los resultados de la investigación, se realizaron mediante el análisis descriptivo de las variables y el análisis inferencial para conocer el nivel de correlación mediante la prueba de Rho de Spearman, el nivel de significancia ($\text{sig} = 0.000$) es menor que el p valor 0.05 $p < 0.05$ contestando de esta manera a los problemas, verificando el cumplimiento de los objetivos y rechazando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis alternativa. La comunicación interna es responsable de la interacción y compromiso de los empleados porque, ante todo, los mantiene informados de los problemas de la empresa. Los empleados pueden entender más fácilmente los cambios de negocio, nuevos objetivos o situaciones a las que se enfrenta la empresa en un momento dado.

Palabras clave: comunicación interna, interacción social, técnica de gestión, comprensión del mensaje en la gestión.

Abstract

The present research entitled "Organizational commitment and internal communication of the company Constructora y Consultoría J & J Hermanos S.A.C. S.A.C. Chiclayo Peru", had the objective of determining the organizational commitment influences the internal communication of the company Constructora y Consultoría J & J Hermanos S.A.C, Chiclayo, 2022, non-experimental transversal research: correlational, with a sample of 15 collaborators and where a questionnaire was applied. The results of the research, were carried out through the descriptive analysis of the variables and the inferential analysis to know the level of correlation through the Spearman's Rho test, the level of significance ($\text{sig} = 0.000$) is less than p value 0.05 $p < 0.05$ thus answering the problems, verifying the fulfillment of the objectives and rejecting the null hypothesis and accepting the alternative hypothesis. Internal communication is responsible for employee interaction and commitment because, first and foremost, it keeps them informed of the company's problems. Employees can more easily understand business changes, new objectives or situations facing the company at any given time.

Keywords: internal communication, social interaction, management technique, management message understanding.

I. INTRODUCCIÓN

A nivel internacional, específicamente en la sociedad de Estados Unidos se encuentra altamente informatizada, y se encuentra en una situación en la que el único entorno estable es el cambio, y las comunicaciones están transformando rápidamente la sociedad; de igual manera, nos enfrentamos a una nueva realidad política, social y económica que define a la sociedad que se está transformando, haciéndose cada vez más dinámica y compleja, convirtiendo a los países en mercados sin fronteras. Por ello, nos encontramos en un nuevo mundo marcado por el fenómeno de la comunicación, que evoluciona rápidamente a medida que la tecnología y las nuevas redes digitales se modernizan y cambian (Ancin y Espinoza, 2017)

Por tanto, se puede decir que la comunicación en las organizaciones del mundo adquiere nuevas formas y nuevos rumbos. Si en el pasado la carrera de comunicación era vista como un apoyo dentro de la empresa, es decir, como una forma menos relevante de asesoría complementaria, hoy esto ha cambiado y las empresas han dado paso a los comunicadores como parte de sus equipos y principalmente para la organización (Charry, 2018)

A nivel nacional, en Lima, las empresas con grandes ingresos económicos finalmente derrotarían a las empresas más pequeñas con menos producción. Ahora, las pequeñas empresas presentan nuevas soluciones innovadoras, exhiben nuevos productos y pueden aprovechar la capacidad de entregar los mismos productos con la misma estrategia a lo largo de los años (Charry, 2018)

En la empresa Constructora y Consultoría J & J Hermanos S.A.C Hay un caso muy especial para el personal administrativo, por ejemplo, donde existe una división de categorías explícita o implícita entre el personal en función de la antigüedad. Esto crea competencia, celos y chismes entre los empleados, lo que reduce la interacción social y crea un lugar de trabajo que es completamente desfavorable para sus propias capacidades.

Todo esto, a su vez, se manifiesta en la reducción de los lazos identitarios con sus propias instituciones, y debido a la gran cantidad de universidades privadas en el Perú, la fuga de cerebros no solo debe ser atendida y protegida de manera especial, característica que proviene de si no personal administrativo con amplia experiencia en gestión. Como parte del establecimiento de la nueva administración,

los gerentes de las empresas estudiadas se han embarcado en una continua rotación laboral interna.

Considere la reflexión; la innovación es una de las razones por las que las empresas comienzan a prestar atención a su cultura corporativa. Por lo tanto, los comunicadores que reclutan deben diseñar estrategias de comunicación que puedan adaptarse al entorno económico en el que operan para lograr un plan estratégico exitoso. La comunicación interna cada vez está más integrada en el mundo empresarial, el marketing, la publicidad y todas las actividades de información y comunicación (Lopez y Saboya, 2017).

Por todo lo anterior, una posible alternativa de solución a este problema es apostar por una cultura de trabajo en equipo y sistemas colaborativos que fomenten la innovación, que no solo desarrolle el talento, sino que optimice su nivel de confianza e identificación con la empresa. Solo aquellos con un clima laboral adecuado pueden desenvolverse bajo las condiciones operativas y psicológicas que las marcas juegan en su desempeño laboral.

Esta investigación se justifica porque nos permite aumentar la comprensión de la relación entre las variables en los estilos de gestión de las empresas estudiadas. Así mismo, esta investigación nos permitirá comprender cada uno de los miembros que la conforman. La cultura es valiosa desde la perspectiva de un empleado porque reduce la ambigüedad pero no debemos ignorar los aspectos potencialmente disfuncionales de la cultura, especialmente cuando se trata de la eficiencia organizacional.

Para lo cual se plantea el siguiente objetivo general: Determinar la relación entre el compromiso organizacional y la comunicación interna de la empresa Constructora y Consultoría J & J Hermanos S.A.C, Chiclayo, 2022

Y para los objetivos específicos:

- a. Analizar el compromiso organizacional de la empresa Constructora y Consultoría J & J Hermanos S.A.C.
- b. Establecer el nivel de comunicación de la empresa Constructora y Consultoría J & J Hermanos S.A.C.
- c. Establecer la relación entre las dimensiones del compromiso organizacional y la comunicación interna.

II. MARCO TEÓRICO

En la presente investigación se apoyará en la investigación internacional: En Colombia Araque et al. (2017) Se realizó una encuesta titulada “La Relación entre el Marketing Interno y el Compromiso Organizacional en el Centro de Desarrollo Tecnológico de Columbia”, en el mencionado estudio el propósito fue identificar la concordancia entre las dos variables y analizar. Los investigadores emplearon un estudio cuantitativo, particularmente porque no era experimentalmente relevante; participaron 100 empleados de dos empresas; y el tipo de muestreo utilizado para seleccionar la muestra fue no probabilístico. Para la recolección de datos, utilizaron 20 cuestionarios de marketing interno y una escala para medir el compromiso organizacional. Los hallazgos sugieren una relación positiva moderada y significativa entre el marketing interno y el compromiso organizacional.

Por su parte, Goncalves (2017) en Venezuela los investigadores se propusieron determinar la relación entre el marketing interno y el compromiso laboral. Se utilizó un muestreo aleatorio simple para la muestra conformada por todos los trabajadores de una empresa del sector de consumo masivo en Caracas. El tipo de estudio fue cuantitativo, con un diseño no experimental, lo que dio como resultado una relación entre las variables marketing interno y compromiso organizacional.

López (2016) en su trabajo: Relación entre la satisfacción comunicativa y el compromiso organizacional dentro de las instituciones de educación superior de Guayaquil encontró que, La Relación entre la Satisfacción Comunicacional Interna y el Compromiso Organizacional Comunicación y Compromiso Organizacional. Se realizó un estudio cuantitativo de correlación cruzada. Utilizando el cuestionario de Downs y Hazen. Los resultados obtenidos fueron en general positivos, y el nivel de significancia de las variables comunicación e identificación organizacional fue superior a 0,01, indicando que la comunicación organizacional se relacionó positivamente con la identificación de los colaboradores con sus instituciones. Se concluyó que la comunicación organizacional se relaciona positivamente con el compromiso organizacional de los empleados con su institución.

En un estudio a nivel país: Churquipa (2017), investigando “CLAS Santa Adriana - La Relación entre el Marketing Interno de los Colaboradores y el Compromiso Organizacional en el Centro de Salud de Juliaca”, su objetivo fue

identificar la relación entre las variables del marketing interno y el compromiso organizacional. Este estudio fue de tipo cuantitativo teniendo un diseño descriptivo no experimental. Para la selección de muestras se realizó un muestreo no probabilístico intencional, utilizando instrumentos de encuesta mediante técnicas de encuesta. Los investigadores llegaron a una conclusión que si existe una relación directa entre el marketing interno y el compromiso emocional.

Por su parte, Cabrera y Mojalott (2018) en su trabajo titulado “Marketing Interno y Compromiso Organizacional de Trabajadores Sindicalizados en Universidades Peruanas”, el objetivo principal fue Asemejar la relación entre marketing interno y compromiso organizacional, este estudio fue Cuantitativo, utilizando no -Métodos experimentales transversales y diseños correlacionales. El muestreo utilizado fue probabilístico, aleatorio, un total de 322 hombres y mujeres, la técnica que se realizó para la recolección de datos fue una encuesta, y dichos resultados confirmaron que las variables (mercadeo interno y compromiso organizacional) se correlacionaron positivamente con fuerza baja.. pero significativa , lo que significa que, según los autores, la universidad comercializa y se dirige internamente a sus colaboradores, y es más probable que la organización se comprometa con ellos.

Bendezu, (2016) En su tesis: La comunicación interna y su impacto en el fortalecimiento de la imagen corporativa del distrito de La Perla, Callao identificó la relación entre la comunicación interna y la imagen corporativa del distrito de La Perla. Para esto, utilicé la población de la ciudad de 552 trabajadores. Se realizaron investigaciones cuantitativas de correlación y transversales. En la recolección de datos se utilizaron dos instrumentos, para la variable cultura organizacional el instrumento utilizado utilizó 7 dimensiones de la escala de Likert, y para la segunda variable comunicación interna también se utilizó un instrumento propio. Se encontró que, entre los trabajadores del distrito de La Perla, hubo una correlación significativa, lo que indica una correlación positiva, ya que el valor p (0.0) fue menor que el valor alfa (0.01), lo que permite concluir que el funcionamiento la comunicación está relacionada con la innovación y la aceptación del riesgo.

Con respecto a las variables a estudiar para el compromiso organizacional

Chiavenato (2018) menciona el compromiso organizacional como la forma en que los individuos se identifican con una organización y su apego a ella. Es decir, desea participar activamente, ser parte de sus metas y objetivos.

Robbins y Coulter (2017) mencionaron que el compromiso organizacional es la calidad en que los empleados se sienten identificados con una empresa en particular, junto con sus objetivos y metas para asegurar que pertenecen a esa organización. Meyer y Allen (1997, p. 64) definen al compromiso organizacional como "un estado psicológico que a través de ello se describe la relación entre un empleado y una organización.

Es por esto que, según Arias (2019), la calidad del compromiso organizacional es una de las mejores muestras de estabilidad en un empleo, ya que los colaboradores deben involucrarse con la empresa.

Rodas (2017) explica que el compromiso organizacional es importante principalmente porque afecta la postura y comportamientos de dichos colaboradores, como aceptación de objetivos, valores y cultura organizacionales.

Betanzos y Paz (2017) en la perspectiva del trabajador, ya que puede tener un impacto esperado en el bienestar, jubilación, bienestar social, cubriendo necesidades psicológicas, ya que puede conducir a la estabilidad laboral (reconocimiento, desarrollo de habilidades), también tiene un impacto aumentando así el rendimiento organizacional al reducir el ausentismo y la rotación de empleados. (De la Rosa Navarro y Carmona Lavado, 2017)

Se debe estar comprometidos con la renovación, brindando desafíos laborales del primer año, promoviendo el enriquecimiento y empoderamiento laboral, promoviendo internos, brindando actividades de desarrollo y brindando seguridad garantizada a los empleados.

Para las variables de comunicación interna se definen las siguientes teorías, a diferencia de las ciencias, las llamadas humanidades no tienen un sistema teórico único. La investigación, su papel en la sociedad cambia.

La comunicación se conceptualiza de manera muy amplia, con más de 126 definiciones según Dance y Larson (2016) y 11 acepciones en el REA (2017).

Para Fonseca (2017), la comunicación es la capacidad de compartir algo sobre uno mismo. Es una cualidad que ocurre tanto racional como emocionalmente

en respuesta a la necesidad de conectarse con otros, de intercambiar ideas significativas o importantes entre sí (p. 4)

Para Lamb, et., al., (2016), la comunicación equivale al proceso de intercambiar y compartir significados a través de símbolos compartidos por ambas partes. (p.484)

Además, Stanton et al. (2016) agregaron que para la comunicación, la transferencia de información entre quienes quieren expresar una idea y quienes esperan recibir la idea puede ser verbal o no verbal. (pág. 511)

Como hemos visto, en los estudios de comunicación, dependiendo del método que se quiera estudiar, y del estudio de la sociedad misma, porque ambos están íntimamente relacionados. El cambio constante de la segunda hace que la definición de la primera sea constantemente trascendida, y cómo podemos ver del autor, la existencia de la comunicación, no basta con transmitir un mensaje, sino una experiencia trascendente palabra.

Por eso la comunicación es un proceso que solo puede completarse después de haber superado todos los pasos que la componen, y como cualquier otro proceso, y si un nuevo proceso reemplaza al anterior se reactiva o reiniciado, no se puede decir que la comunicación se ha completado.

Por otro lado, en cuanto a la comunicación en la empresa, podemos estar seguros que al igual que los cambios constantes, ni controlable ni predecible. Esta ha sido la necesidad desde hace más de cuatro décadas de estudiar la comunicación en particular desde una perspectiva organizacional. Esto se conoce como comunicación organizacional, comunicación comercial, comunicación institucional o comunicación corporativa, y todas se refieren al mismo concepto de organizaciones privadas, públicas e híbridas.

Andrade (2018) conceptualizó la comunicación organizacional como un conjunto de información intercambiada por todos los miembros de una organización, la cual puede ser intercambiada de múltiples formas y en todos los niveles, utilizando medios interpersonales o tradicionales, circulares, anuncios, carteleras, afiches y manuales de organización para uso en programas multimedia, audiovisuales, CCTV, o a través de medios masivos, para uso del público externo. (p. 30)

No hay consenso sobre la definición de comunicación intraorganizacional, y ha cambiado con el tiempo a medida que cambian las sociedades y las organizaciones. Claramente, en un mundo cada vez más interconectado y competitivo, un diálogo efectivo que contribuya a las metas de la empresa, en contraste con el tradicional El concepto de comunicación organizacional es muy diferente de vertical e información unidireccional de jefe a trabajador.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de la investigación.

Esta investigación es aplicada y descriptiva, que tiene como objetivo abordar una problemática en la empresa Constructora y Consultoría J & J Hermanos S.A.C., es decir, sobre el compromiso organizacional y la influencia en la comunicación interna.

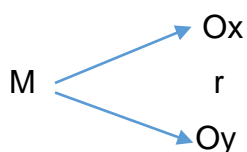
Hernández y Mendoza (2018) investigan aplicadamente a partir de la averiguación y posterior integración de conocimientos dentro de un espacio específico, dichos resultados abordan problemáticas sociales en particular permitiendo describir el problema.

Además, la hipótesis que se ha formulado, se afrontará a la teoría de dos variables de investigación, su intención es determinar la validez de la hipótesis para manifestar el grado de influencia, cuyo método es hipotético deductivo, para formular una hipótesis que será sometida a un proceso para confirmar su validez (Pinto, 2018)

El método por el que se optó fue cuantitativo por utilizar un procedimiento ordinal en cuanto a la medición de dos variables a través de cuestionarios.

Según Hernández y Mendoza (2018), los métodos cuantitativos provocan un proceso de recopilación y análisis de una información necesaria, para realizar las interrogaciones previamente planteadas, para de esa manera poder dar a conocer la especificidad de la población de estudio.

El diseño de esta investigación es no experimental ya que no hay manipulación de las variables de investigación, pues solo se enfoca en el fenómeno observado en el estado actual por lo tanto los diseños no experimentales incluyen la observación de peculiaridades, mas no la manipulación deliberada.



Donde:

M es la muestra de investigación

Ox es la primera variable

Oy es la segunda variable

r es el grado de relación entre ambas variables

3.2 Variables y operacionalización.

Variable independiente: Compromiso organizacional

Definición conceptual

Son las impresiones y/o creencias de un colaborador sobre la empresa, que es la misma característica que la correlación entre los individuos y su entorno. (Peña, et., al., 2016).

Definición operacional

La medición del compromiso organizacional adopta un cuestionario tipo Likert con 16 ítems y 16 dimensiones en total: tres dimensiones de compromiso emocional, compromiso continuo y compromiso normativo.

Indicadores

Compromiso afectivo, de Continuidad y Normativo.

Escala de medición

Escala de Likert

Variable dependiente: Comunicación interna

Definición conceptual. García, (2017) explica que la comunicación interna es lo que sucede dentro de una organización y está destinada a ser utilizada para integrar los ámbitos internos de los empleados de la empresa, la dirección, los accionistas, los departamentos sindicales y otros grupos, que pueden comunicarse a través de diarios internos, trabajo documentos, seminarios, eventos internos y talleres

Definición operacional

Para la encuesta actual se están considerando la comunicación interpersonal, el nivel de comunicación y el manejo de conflictos, lo que permite integrar sistemáticamente las tres dimensiones de la comunicación interna.

Indicadores

Comunicación interpersonal, Niveles de comunicación y Manejo de conflicto

Escala de medición

Escala de Likert

3.3. Población, muestra y muestreo

La población de mi estudio estuvo conformada por 15 colaboradores de la Empresa Constructora y Consultoría J&J Hermanos S.A.C. De esta forma, la población es un conjunto de personas con características comunes que pueden ser estudiados, medidos y cuantificados para revelar qué estudiar. (Hernández y Mendoza, 2018)

Una muestra es como una selección de un pequeño subconjunto que ha heredado un algo particular que lo hace diferente, con el objetivo de recopilar información de la misma para llegar a tener una evidencia de un rasgo particular, que luego puede generalizarse al subconjunto (Hernández y Mendoza, 2018).

La totalidad de la población, es decir 15 colaboradores de la Empresa Constructora y Consultoría J&J Hermanos S.A.C

Se utilizó el muestreo probabilístico intencional, ya que se conoce la población, lo cual es muy ventajoso porque de ella se extrae una fracción representativa a la hora de determinar el factor de escala, manteniendo cada representación de rango y fracción. De esta forma, el muestreo es el proceso de selección de un grupo de personas con las mismas características que conforman una población con el propósito de recopilar información sobre un fenómeno (Hernández y Mendoza, 2018).

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Esta encuesta fue escogida para medir variables, cuya característica fundamental es la utilidad de recolectar información, ya que muchas veces se realiza en un solo momento específico (Carhuancho et al., 2019).

Para abordar el cuestionario sobre variables de compromiso organizacional se diseñaron dos herramientas, en las cuales se construyeron 10 ítems en la dimensión 1, 6 ítems se construyeron en la dimensión 2, y 5 ítems se construyeron en la dimensión 3, y para las variables de comunicación interna se construyeron tres dimensiones y 6 artículos para la Dimensión 1, la dimensión 2 tiene 6 artículos y la dimensión 3 tiene 8 artículos.

El cuestionario recopilara datos sobre las variables de estudio apoyado en los juicios críticos y facilitar su toma de decisiones.

Para medir los resultados se tomará en cuenta los rangos bajo, medio y alto para cada variable siendo los puntajes los siguientes: para bajo de 56 a 73, para el rango medio de 73 a 93 y para el rango alto de 93 a 1047 aplicados para cada variable.

Para lograr el resultado se aplicará el alfa de Cronbach.

Navarro et al. (2017), la propiedad que tiene un instrumento cuando se aplica repetidamente para lograr el mismo resultado es la confiabilidad, obteniendo un α 0.940, siendo confiable.

3.5. Procedimiento

Se utilizarán procedimientos posteriores para analizar los datos, la tecnología facilitará datos cuantitativos con cierta plausibilidad.

Finalmente, se explicarán las figuras, presentando la información y comprender la evolución entre períodos, elementos y otros aspectos.

3.6. Método de análisis de datos

Se realizaron análisis descriptivos e inferenciales de resultados e hipótesis. Para ello se utilizó el programa Excel y la aplicación SPSS 24 Data con un nivel de significación de $p < 0,05$.

Al trabajar se utilizará el coeficiente de correlación de Pearson no paramétrico, apoyado en categorías de información en base a la información recolectada, si no son aptas para la investigación, se pueden obtener datos ordenados y enfocarse en el medio.

3.7. Aspectos éticos

Estableceremos una comisión de Lealtad al tiempo que tome la investigación, propuesto por la escuela según sea necesario para de tal manera llevar a cabo la cooperación escolar.

Las empresas seleccionadas seguirán las pautas vigentes desde 2017 por lo tanto empezarán con la conformidad previa de cada hogar. La edad máxima para participar en la asociación es de 18 a 35 años.

Los colaboradores aprenderán sobre los objetivos del estudio y también el propósito, su participación será voluntaria y anónima.

IV. RESULTADOS

Tabla 1

Variable Compromiso organizacional

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	5	35	0	0
Medio	6	37.5	40	40
Alto	4	27	60	100
Total	15	100	100,0	

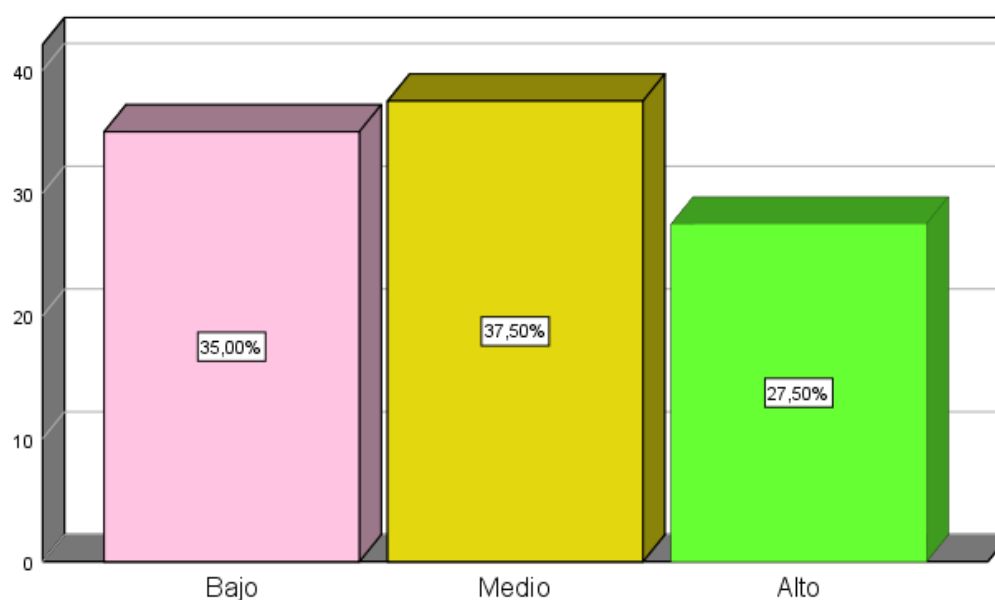


Figura 1. *Variable Compromiso organizacional*

Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos en base a la respuesta de 15 participantes se obtuvo lo siguiente para la variable compromiso organizacional: para el rango bajo se obtuvo un 35%, rango medio 37.5% y finalmente con el rango alto se alcanzó un 27%.

Tabla 2

Compromiso afectivo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	17	42,5	42,5	42,5
	Medio	9	22,5	22,5	65,0
	Alto	14	35,0	35,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

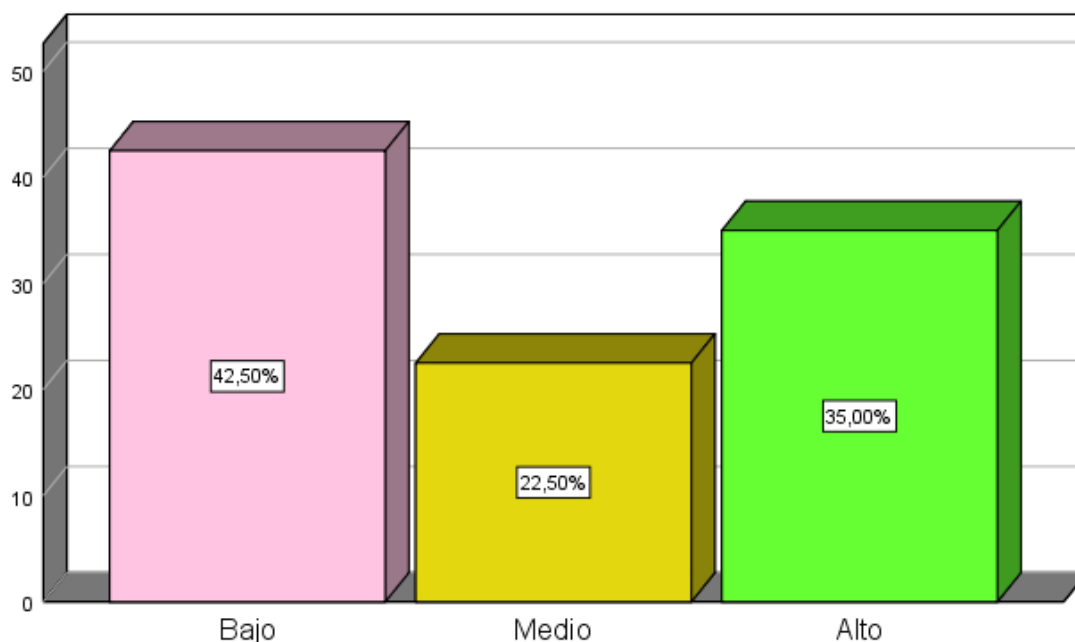


Figura 2. Dimensión compromiso afectivo

Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos en base a la respuesta de 15 participantes se obtuvo lo siguiente para la dimensión compromiso afectivo: para el rango bajo se obtuvo un 42.5%, para el rango medio se obtuvo un 22.5% y finalmente para el rango alto se obtuvo un 35%.

Tabla 3

Compromiso de continuidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	5	32,5	32,5	32,5
	Medio	4	30,0	30,0	62,5
	Alto	6	37,5	37,5	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

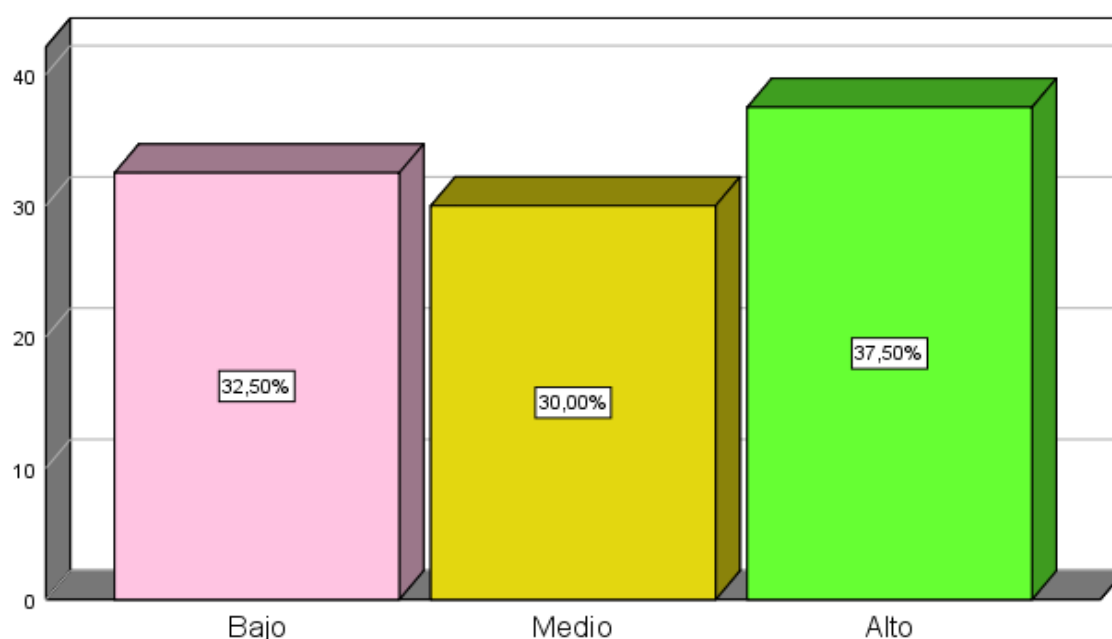


Figura 3. Dimensión compromiso de continuidad

Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenido en base a la respuesta de 15 participantes se obtuvo lo siguiente para la dimensión compromiso de continuidad para el rango bajo se obtuvo un 32.5%, para el rango medio se obtuvo un 30% y finalmente para el rango alto se obtuvo un 37.5%

Tabla 4

Compromiso Normativo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	5	37.5	37.5	37.5
	Medio	9	57.5	57.5	95
	Alto	1	5.0	5	100
	Total	40	100,0	100,0	

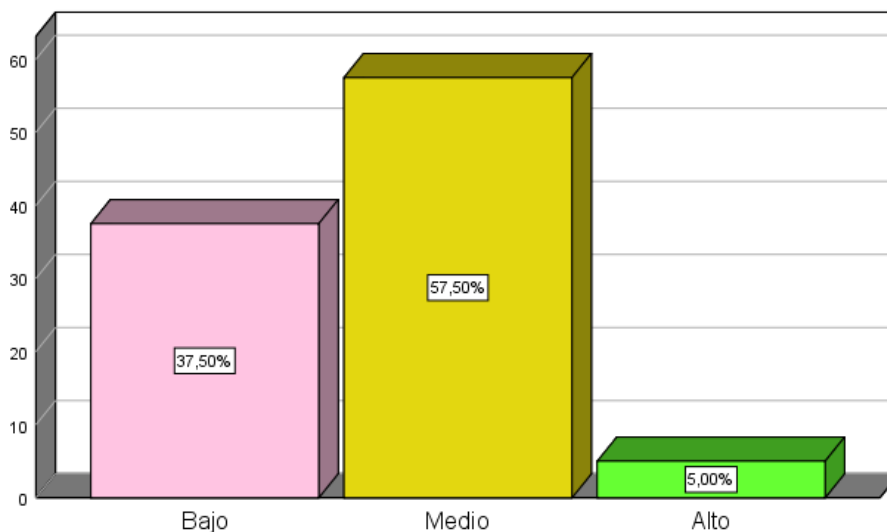


Figura 4. Dimensión compromiso normativo

Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos en base a la respuesta de 15 participantes se obtuvo lo siguiente para la dimensión compromiso normativo para el rango bajo se obtuvo un 37.5%, para el rango medio se obtuvo un 57.5% y finalmente para el rango alto se obtuvo un 5%

Tabla 5

Variable Comunicación Interna

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	15	37,5	37,5	37,5
Medio	14	35,0	35,0	72,5
Alto	11	27,5	27,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

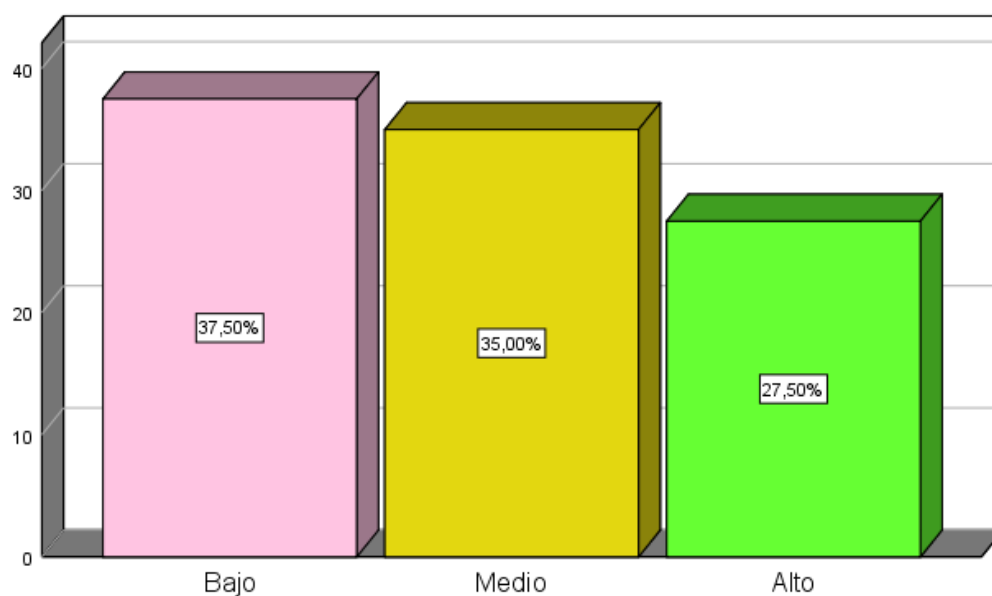


Figura 5. Variable comunicación interna

Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos en base a la respuesta de 15 participantes se obtuvo lo siguiente para la variable comunicación interna para el rango bajo se obtuvo un 37.5%, para el rango medio se obtuvo un 35% y finalmente para el rango alto se obtuvo un 27,5%

Tabla 6

Comunicación interpersonal

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	7	45,0	45,0	45,0
	Medio	3	20,0	20,0	65,0
	Alto	5	35,0	35,0	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

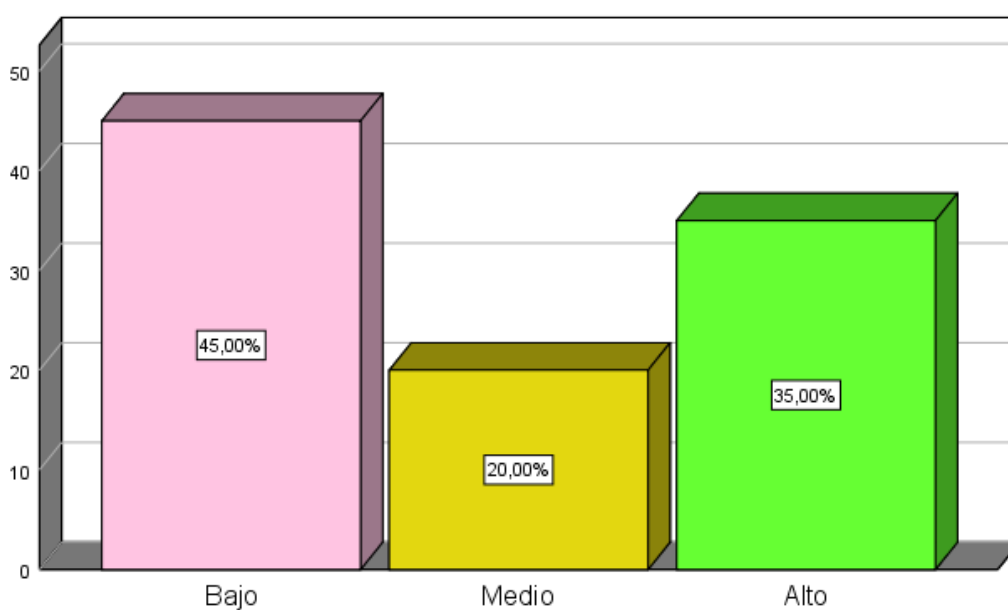


Figura 6. Dimensión comunicación interpersonal

Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenido en base a la respuesta de 15 participantes se obtuvo lo siguiente para la dimensión comunicación interpersonal para el rango bajo se obtuvo un 45%, para el rango medio se obtuvo un 20% y finalmente para el rango alto se obtuvo un 35%

Tabla 7

Niveles de comunicación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	13	32,5	32,5	32,5
	Medio	12	30,0	30,0	62,5
	Alto	15	37,5	37,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

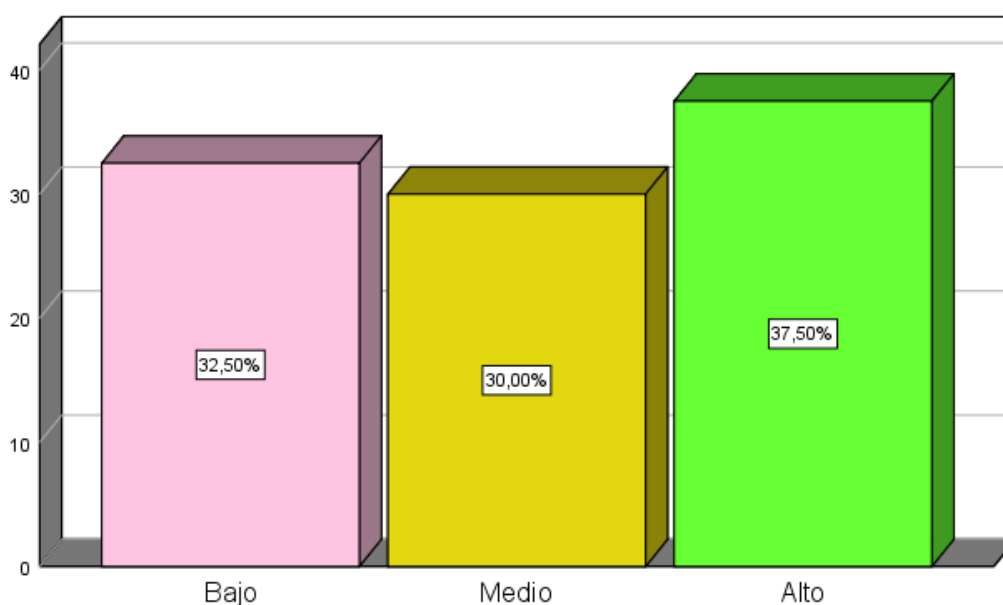


Figura 7. Dimensión niveles de comunicación

Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenido en base a la respuesta de 15 participantes se obtuvo lo siguiente para la dimensión niveles de comunicación para el rango bajo se obtuvo un 32,5%, para el rango medio se obtuvo un 30% y finalmente para el rango alto se obtuvo un 37,5%

Tabla 8

Manejo de conflicto

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	4	32,5	32,5	32,5
	Medio	5	30,0	30,0	62,5
	Alto	6	37,5	37,5	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

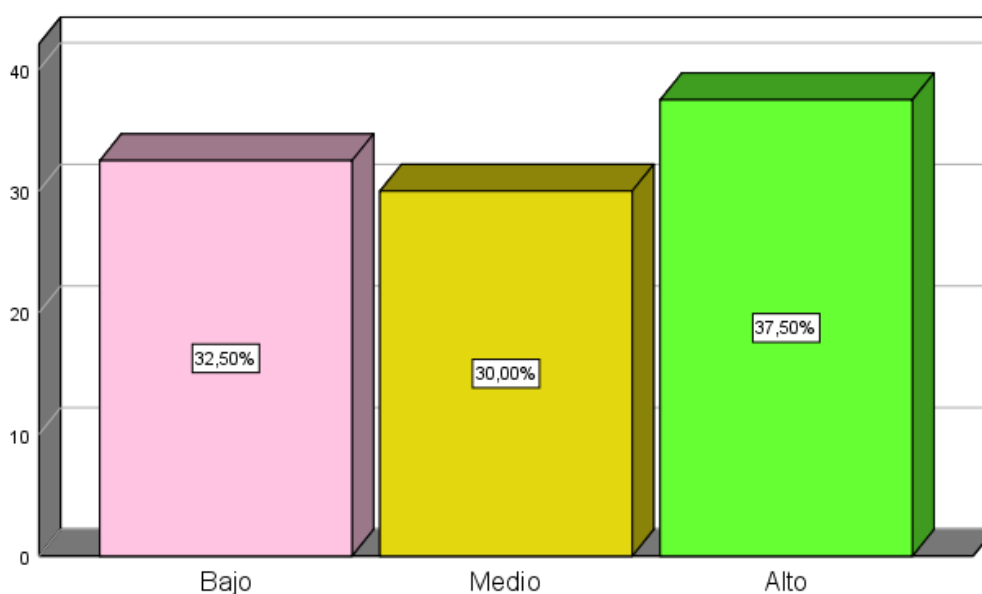


Figura 8. Dimensión manejo de conflictos

Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenido en base a la respuesta de 15 participantes se obtuvo lo siguiente para la dimensión manejo de conflictos para el rango bajo se obtuvo un 32,5%, para el rango medio se obtuvo un 30% y finalmente para el rango alto se obtuvo un 37,5%

4.1. Validación de hipótesis

Hipótesis General

1º Planteamiento de hipótesis:

H⁰: El compromiso organizacional no influye significativamente en la comunicación interna de la empresa Constructora y Consultoría J & J Hermanos S.A.C.

H¹: El compromiso organizacional influye significativamente en la comunicación interna de la empresa Constructora y Consultoría J & J Hermanos S.A.C

5. Resultados:

Tabla 9

*Compromiso organizacional * comunicación interna*

		Valor	Error típ. asint.(a)	T aproximada(b)	Sig. aproximada
Intervalo por intervalo	Correlación de Ch2	.962	.960	.690	.038(c)
Ordinal por ordinal	Correlación de Pearson(*)	.964	.956	.690	.034(c)
N de casos válidos		15			

Fuente: Del autor

6. Conclusión:

Del estadístico de prueba Ch2 R, los resultados relevantes muestran que el índice es 0.962, o 96.2%, y el índice de libertad es 0.038, o 3.8%, que usamos para probar nuestra hipótesis alternativa de que "el compromiso organizacional afecta significativamente Constructora y Comunicación interna de la empresa Consultoría J & J Hermanos S.A.C. Hacerla alterna y validarla.

Hipótesis Específica 1

1º Planteamiento de hipótesis:

H⁰: La comunicación no influye significativamente en la interacción social de los trabajadores en la empresa Constructora y Consultoría J & J Hermanos S.A.C.

H¹: La comunicación influye significativamente en la interacción social de los trabajadores en la empresa Constructora y Consultoría J & J Hermanos S.A.C.

Tabla 10

*Comunicación organizacional * interacción social*

		Valor	Error típ. asint.(a)	T aproximada (b)	Sig. aproximada
Intervalo por intervalo	Correlación de Ch2	.137	.877	0.870	.0154(c)
Ordinal por ordinal	Correlación de Pearson ^(c)	.136	.814	0.807	.0148(c)
N de casos válidos		15			

Fuente: Del autor

De la aplicación del estadístico de prueba Ch2 R, los resultados de la correlación arrojan un índice de 0,877 o 87,7% y un índice libre de ,154 o 15,4%, por lo que revertimos nuestra hipótesis alternativa de que la “comunicación” afecta significativamente a Constructora y Consultoría Interacción social de los trabajadores de la empresa J & J Hermanos S.A.C, invalidando y aceptando supuestos específicos.

Hipótesis Específica 2

1º Planteamiento de hipótesis:

H0: La comunicación interna es una técnica de gestión que mejora significativamente las acciones internas en la empresa Constructora y Consultoría J & J Hermanos S.A.C.

H1: La comunicación interna es una técnica de gestión que mejora significativamente las acciones internas en la empresa Constructora y Consultoría J & J Hermanos S.A.C.

Tabla 11

*Tabla 11 – La comunicación interna * acciones internas*

	<i>La comunicación interna * acciones internas</i>
<i>Correlación de Ch2</i>	<i>,964</i>
<i>Sig. (bilateral)</i>	<i>,036</i>
<i>Suma de cuadrados y productos cruzados</i>	<i>2,000</i>
<i>Covarianza</i>	<i>,027</i>
<i>N</i>	<i>15</i>

** La correlación es significativa al nivel 0,05 (unilateral)*

Fuente: Del autor

De la aplicación del estadístico de prueba Ch2 R, los resultados de la correlación arrojaron un índice de 0,964 o 96,4% y un índice libre de ,036 o 3,6%, con lo cual probamos nuestra hipótesis alternativa, indicando que “la comunicación interna es una técnica de gestión, podría mejorar significativamente el comportamiento interno de la empresa Constructora y Consultoría J&J Hermanos S.A.C y validarlo.

Hipótesis Específica 3

H⁰: La comunicación interna no permite significativamente una mejor comprensión del mensaje en la gestión en los colaboradores de la empresa Constructora y Consultoría J & J Hermanos S.A.C.

H¹: La comunicación interna permite significativamente una mejor comprensión del mensaje en la gestión en los colaboradores de la empresa Constructora y Consultoría J & J Hermanos S.A.C.

5. Resultados:

Tabla 12 - *Comunicación interna * comprensión del mensaje de gestión*

		Valor	Error típ. asint.(a)	T aproximada(b)	Sig. aproximada
Intervalo por intervalo	Correlación de Ch2	.962	.960	.690	.038(c)
Ordinal por ordinal	Correlación de Pearson ^(*)	.964	.956	.690	.034(c)
N de casos válidos		15			

Fuente: Del autor

6. Conclusión:

De la aplicación del estadístico de prueba Ch2 R, los resultados de la correlación arrojan un índice de 0.962 o 96.2% y un índice libre de 0.038 o 3.8%, que utilizamos para probar nuestra hipótesis alternativa de que la “comunicación interna” permite significativamente a los Colaboradores en Constructora y Consultoría J & J Hermanos S.A.C para comprender mejor la información de la gestión, alternarla y validarla.

V. DISCUSIÓN

Para el objetivo general se apoyó en la investigación de Cabrera y Mojalott (2018), En sus resultados verificaron que las variables eran relaciones positivas, de baja intensidad, pero significativas, es decir, según los autores, esto significa que el marketing interno universitario y la focalización en sus colaboradores, más es posible que la organización para llegar a ellos. Pero para este estudio, se obtuvo una prueba R para Ch2 y la correlación mostró que el índice fue de 0.962 o 96.2 % y el índice de libertad fue de 0.038 o 3.8 %, por eso la implementación de estrategias de comunicación para comprometer y permitir la organización necesaria para que todos los empleados participen. Ramírez y Zuta (2019) se realizó una encuesta para comprobar la relación de las variables estudiadas en los empleados, y los resultados obtenidos por el análisis estadístico Rho de Spearman mostraron correlaciones moderadas entre las variables. Se concluyó que cuanto mejor es la comunicación interna entre los colaboradores, mayor es el compromiso organizacional. Por tanto, cuando se establece mejor el flujo de mensajes e información, mejora el comportamiento de las personas que forman un grupo, por lo que la conexión entre las personas y la organización es mayor. En efecto, se aceptó la hipótesis alternativa, indicando que existía relación entre las variables estudiadas.

Para el objetivo específico 1, según Churquipa (2017), los investigadores consideran que hay relación directa entre variables. Nuestra hipótesis alternativa no es válida que sugiere que “La comunicación influye significativamente en la interacción social de los trabajadores en la empresa Constructora y Consultoría J & J Hermanos S.A.C, Chiclayo, 2022,”, en la correlación entre la comunicación interna y las dimensiones del compromiso afectivo es muy alta (0.989), Los resultados son consistentes con la teoría de Meyer & Allen (1997) relacionada con la motivación intrínseca, que el cooperador realiza la acción que quiere realizar sin ningún estímulo externo, formando influencias centradas en él, ganando y resistiendo las aspiraciones personales. Esta sección tiene en cuenta el nivel de autonomía que tienen. Esto nos mostró que la mayoría de la población evaluada respondió positivamente a las variables y dimensiones estudiadas, lo que sugiere que una mayor comunicación interna aumentaría el compromiso emocional.

Para el objetivo específico 2, se apoya en la investigación de Araque et al. (2017) Los hallazgos muestran que entre las variables existe una relación positiva, por lo que el empleado considera y mide lo que gana de la organización y lo que puede dejar de recibir cuando se va, equilibrando esfuerzo, esfuerzo y el costo de adoptar una nueva habilidad, las condiciones del lugar, y manteniendo su lugar en su caso. Esto nos muestra la relación entre las variables, pues al facilitar el diálogo se busca comprometer y de esta forma persuadir al ser que las personas evaluadas quieren sentir la energía y el esfuerzo que ponen en su trabajo no es en vano, y de la misma manera se puede inferir que al promocionar su trabajo o premiarlo, aumentarán su buen desempeño y la cooperación el compromiso de la persona.

VI. CONCLUSIONES

Para el objetivo general se concluyó que la comunicación interna se complementa con las labores de los colaboradores, lo más importante, los mantiene informados sobre los problemas de la empresa. Cuando la gerencia enfatiza la comunicación con los empleados, automáticamente sienten que son una parte realmente importante de la empresa. Esto aumenta la satisfacción, inspira motivación y compromiso, y tiene un impacto positivo en la empresa.

Para el objetivo específico 1, concluyendo que las empresas consideran que el predominio del compromiso organizacional en el clima organizacional, difundirlo e implementarlo, estimulando así el interés de los trabajadores por el éxito organizacional; porque la principal ventaja de las empresas exitosas es el capital humano.

Para el objetivo específico 2, se concluye es que las empresas están cambiando sus modelos organizativos gracias a la riqueza de herramientas que proporciona la tecnología, haciendo más fáciles y eficientes las tareas y procesos que realizan los empleados de los diferentes departamentos para facilitar los compromisos empresariales.

Para el objetivo específico 3, se concluyó que la comunicación interna efectiva es fundamental para que las organizaciones eviten malentendidos, priorización inapropiada, secuencias fuera de orden, duplicación de esfuerzos y falta de comprensión de las metas. Estas situaciones crean un clima organizacional caótico e ineficaz, por lo que la comunicación efectiva.

VII. RECOMENDACIONES

Se debe implementar un plan de comunicación interna orientado a establecer una comunicación lo más fluida y multidireccional posible, reconociendo la diversidad ejecutiva, traduciéndola en fortaleza del equipo y ayudando a resolver los conflictos en el menor tiempo posible.

Se recomienda que los departamentos de RR.HH. establezcan programas de formación periódicos destinados a desarrollar el compromiso organizacional y fomentar las relaciones entre los empleados a través de actividades grupales e interdepartamentales no necesariamente laborales.

El área de Comunicación e Imagen Institucional recomienda el uso de medios escritos y digitales para recordar a los universitarios los fines de la Universidad y el trabajo de manera amena e informal. Alcanzar estos objetivos como equipo.

Se recomienda que el área administrativa resalte los valores y virtudes que la universidad necesita de sus empleados para que las metas organizacionales resuenen con los valores personales de los administradores y autoridades

REFERENCIAS

- Aldana Rivera, E., Tafur Castillo, J. y Leal Guerra, M. (2018). Compromiso organizacional como dinámica de las instituciones del Sector Salud en Barranquilla - Colombia. *Espacios*, 39, 11
- Alarcón, M. y Huamán, G. (2019). El marketing interno y compromiso organizacional de los trabajadores de la empresa King Kong Lambayeque. Tesis de pregrado. Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo.
- Allen, N. y Meyer J. (2018). *Compromiso en el lugar de trabajo; Teoría, investigación y aplicación*. California: Publicaciones sabias
- Amorós, E. (2018). *Comportamiento organizacional*. Juan Carlos Martínez Coll.
- Amorós, Eduardo (2019). *Comportamiento Organizacional*, Escuela de Economía, Perú.
- Ancín, A. I., & Espinosa, T. J. (Abril de 2017). La Relación entre la Comunicación Interna y el Clima Laboral: Estudio de Caso en PYMES de la Ciudad de Guayaquil. *PODIUM*, 65-77.
<http://revistas.uees.edu.ec/index.php/Podium/article/download/79/78>
- Andrade, H. (2020). *Comunicación organizacional interna: proceso, disciplina y técnica*. Netbiblo
- Antón, Ch. (2019). Comunicación interna en organizaciones agrarias administradoras de agua, Perú. *Revista Venezolana de Gerencia*, 2,557-572. ISSN:1315-9984. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29063446031>
- Apolo, D. (2018) *Gestión de Comunicación Corporativa: consideraciones para el abordaje de su estudio y práctica*. *Revista Latina de Comunicación Social*, (72),521-539. ISSN: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81952828027>
- Baez-Santana, R., Zayas-Agüero, P., Velázquez-Zaldívar, R. y Lao-León, Y. (2019). Modelo conceptual del compromiso organizacional en empresas cubanas. *Ingeniería Industrial*, 40(1), 14–23.
- Belén, P. (2018). *Gestión de la comunicación interna a través de las aplicaciones para móviles. Caso de estudio Prisma Social: revista de investigación social*, ISSNe 1989-3469, N°. 22, 2018, págs. 113-126.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6562959>

- Blanco, M. y Castro, P. (2018). Análisis comparativo del compromiso organizacional manifestado por madres y mujeres sin hijos. *Ajayu*, 9(2), 215–233.
- Castro, A. (2018). *Comunicación organizacional - Técnicas y estrategias*. Libro electrónico. Editorial Universidad del Norte, ECOE ediciones.
- Concha, G. (2020). Progreso en Comunicación Interna, qué ha cambiado en los últimos años. *Capital humano: revista para la integración y desarrollo de los recursos humanos*, ISSN 1130-8117, N° 357, 2020. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7607019>
- Contreras, D. et al. (2020). Comunicación organizacional: Historia, desarrollo y perspectivas de un concepto en constante construcción en América Latina. *Inmediaciones de la Comunicación*, 15(2), 43-70. Epub 01 de diciembre de 2020. <https://dx.doi.org/10.18861/ic.2020.15.2.3018>
- Dantas, M. y De Oliveira, M. (2018). *Comunicación organizacional: histórico, conceitos e dimensões*. Intercom -Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 1-15
- Charry, C. H. (2018). La gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en el sector público. *Comunicación*, IX(1), 25-34. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682018000100003
- Chiavenato I. (2016). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. (7ma ed.) México: McGraw-Hill
- Favaro, D. (2018). *Comunicación organizacional. planificación de la comunicación en grupos y organizaciones*. Impreso por E, grancharoff e hijo. Tapalque 5868- Buenos Aires – Argentina.
- Félix, A. (2019): La comunicación en las teorías de las organizaciones. El cruzar del siglo XX y la revolución de las nuevas tecnologías. Una visión histórica. Universidad Complutense de Madrid *Historia y Comunicación Social*. Vol. 19. Núm. Especial Febrero. Págs. 195- 210.
- Fonseca, M. (2018) *Comunicación Oral Fundamentos y Práctica Estratégica*. México: Pearson Educación.
- Gastañadui, R. y Purizaca, C. (2018). *Relación entre el compromiso organizacional y trabajo en equipo en docentes de la institución educativa Liceo Trujillo*, 2017, Tesis de Maestría. Lima UCV.

- Gómez, D. (2021). Características de la cultura organizacional y comunicación interna en una comercializadora de lácteos de Cali. *Pensamiento Psicológico*, 9(17), 57-68. Retrieved January 06, 2022 http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-89612011000200006&lng=en&tlng=es.
- González, L. (2020). Clima laboral y compromiso organizacional de los trabajadores de las MYPES constructoras en obras públicas, en Lima Metropolitana, 2020. Tesis UNMSM, Lima, Perú.
- Guevara Ruiz, F. M. (2018). Compromiso organizacional basado en el modelo de Meyer y Allen en los colaboradores de un banco chiclayano, 2018. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.
- Invernizzi E., Mazzei A., (2016). La comunicazione interna, Manuale di relazioni pubbliche. Volume 2. Milano: McGraw-Hill.
- Jhonson, R y Chang, C (2016). "I is to continuance as we is to affective: the relevance of the self-concept for organizational commitment". *Journal of organizational behavior*, Vol 27, N 5,
- Johnsson, H (2018): La Gestión de la Comunicación. Madrid España Ciencias Sociales, Madrid
- Juscamayta, L. (2018). el Compromiso Organizacional y el Desempeño Laboral los empleados administrativos de la Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, año 2016. Tesis Para optar al Grado Académico de Maestro en Administración con Mención Administración. UNE, Cantuta Lima – Perú 2017.
- Kreps, G. (2016). La comunicación en las organizaciones. Delaware, USA: AddisonWesley iberoamericana.
- López, Q. M., & Saboya, R. N. (2017). Influencia de la comunicación interna en el nivel de clima organizacional en la Municipalidad de Chaclacayo. *Revista de Investigación Universitaria*, V(1), 44-51. doi:10.17162/riu.v5i1.859
- Lamb C., Hair J. y Mc Daniel C. (2016), *Marketing* (8va ed.) USA: International Thomson Editores.
- Neciosup Ríos, C. (2020). Motivación y compromiso organizacional en los colaboradores del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público Nueva Esperanza, La Esperanza [UCV]. In Universidad Cesar Vallejo (Vol.

- 0). <http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/3000/SilvaAcosta.pdf?sequence=1&isAllowed=y%0Ahttps://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/1046>
- Ongallo, C. (2017) Manual de comunicación (2° ed.) Madrid: Ed
- Robbins S. y Coulter M. (2017). Administración., (8va ed.) Mexico: Pearson Educación.
- Peraza, M. (2018). Sistema de gestión comunicacional para el mejoramiento de la comunicación organizacional interna y formal del colegio Class IED.
- Peña, M., Díaz, G., Chávez, A. y Sánchez, C. (2018). El compromiso organizacional como parte del comportamiento de los trabajadores de las pequeñas empresas. *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 9(5), 95–105.
- Portugal, R. (2018). Fundamentos de la Comunicación Institucional: una aproximación histórica y conceptual de la profesión. *Revista de comunicación*, (11), 212-234
- Reyes, K. y Ayarza, A. (2018). La comunicación organizacional y su influencia en el clima organizacional de los operarios de industrias san miguel en el 2017. Tesis en doctorado en Recursos Humanos. Lima: UPC.
- Robbins, S. (2018). Comportamiento organizacional. Pearson educación
- Ruiz de Alba Robledo, J. (2018). El Compromiso Organizacional: Un Valor Personal Y Empresarial En El Marketing Interno Organizational Commitment: a Personal and Business Value in the Internal. *Revista de Estudios Empresariales. Segunda Época*, 1, 67–86
- Salvador, E y Sánchez, J (2018) Liderazgo de los directivos y compromiso organizacional Docente. *Rev. investig. Altoandin.* [online]. 2018, vol.20, n.1, pp.115-124. ISSN 2313-2957. <http://dx.doi.org/10.18271/ria.2018.335>.

ANEXOS

Anexo 1

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: Dr. Lino Gamarra Edgar Laureano

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la escuela de Administración, en la sede de Los Olivos San, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación para optar el Título de Licenciado en Administración.

El título del proyecto de investigación es: El compromiso organizacional y la comunicación interna de la empresa Constructora y Consultoría J & J Hermanos S.A.C. Chiclayo Perú y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas de Administración y/o investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de Operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración, me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Firma

Barrios Montenegro Milagros Gianina

DNI 73796261

Anexo N° 2 Definición conceptual de las variables y dimensiones

Variable Compromiso organizacional

Es “un conjunto de impresiones y/o creencias relativas del empleado hacia la organización, las mismas que se caracterizan en la correlación entre una persona y la organización. Es algo que manifiesta un deseo, una necesidad y/o una obligación de mantenerse dentro de una organización” (Peña, et., al., 2016).

Dimensiones

1. Compromiso afectivo

Es el apego emocional de un colaborador hacia la empresa, lo que lo motiva a seguir en la organización más allá de su salario. También podría definirse como la identificación psicológica del colaborador con los valores y filosofía de la empresa.

2. Compromiso de Continuidad

Es el reconocimiento de la persona, con respecto a los costos como los financieros, físicos y psicológicos, así como las oportunidades de encontrar otro empleo, si decidiera renunciar a la organización. Es decir, el colaborador se siente vinculado a la institución porque ha invertido tiempo, dinero y esfuerzo, y dejar la organización implicaría perder mucho y si éste percibe que sus oportunidades fuera de la organización serán reducidas.

3. Compromiso Normativo

El compromiso organizacional es un tema que ha cobrado gran importancia para los expertos en Recursos Humanos, pues se considera fundamental que los empleados tengan “bien puesta la camiseta”, es decir, que quieran a su empresa y que hagan bien su trabajo (Arciniega, 2002). Por lo tanto, es importante entender la naturaleza, el desarrollo y las implicaciones del compromiso de los empleados.

Anexo Nº 3

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Items	Medición	
Compromiso organizacional	Es “un conjunto de impresiones y/o creencias relativas del empleado hacia la organización, las mismas que se caracterizan en la correlación entre una persona y la organización. Es algo que manifiesta un deseo, una necesidad y/o una obligación de mantenerse dentro de una organización” (Peña, et., al., 2016).	El compromiso organizacional fue medido por un cuestionario tipo escala de Likert en tres dimensiones: Compromiso afectivo, compromiso de continuidad y compromiso normativo con un total de 16 ítems	Compromiso afectivo	• Identificación con la organización	¿En qué medida los problemas de la empresa los considero como míos?	Escala de likert	
					¿Comparto plenamente los objetivos y valores de la empresa?		
				• Involucramiento con la organización	¿Me considero como "parte de la familia" trabajando en la empresa?		
					¿Comento con otras personas que formo parte de la empresa?		
			Compromiso de Continuidad	• Percepción de las alternativas.	¿He tenido otras alternativas laborales?		
					¿Considero que en otra empresa me brindarían mejores beneficios?		
					• Inversiones en la organización.		¿He considerado renunciar a la empresa porque la remuneración no cubre mis expectativas?
							¿He considerado en cambiar de empresa para mejorar mi desarrollo personal?

			Compromiso Normativo	<ul style="list-style-type: none"> • Lealtad. 	Una de las principales razones por las que permanezco trabajando en mi organización es porque siento la obligación moral de permanecer en ella.		
						La organización donde trabajo merece mi lealtad	
					<ul style="list-style-type: none"> • Sentido de la obligación. 	Ahora mismo no abandonaría mi organización, porque me siento obligado con toda su gente.	
						Me sentiría culpable si dejase ahora mi organización considerando todo lo que me ha dado	

Anexo Nº 4 Certificado de validez de contenido del instrumento

VARIABLE COMPROMISO ORGANIZACIONAL		Pertenenencia		Relevancia		claridad		Sugerencias
INTERNA / Items								
Dimensión 1 Compromiso Afectivo		Si	No	Si	No	Si	No	
1.	¿En qué medida los problemas de la empresa los considero como míos?							
2.	¿Comparto plenamente los objetivos y valores de la empresa?							
3.	¿Me considero como "parte de la familia" trabajando en la empresa?							
4.	¿Comento con otras personas que formo parte de la empresa?							
Dimensión 2 Compromiso de continuidad		Si	No	Si	No	Si	No	
5.	¿He tenido otras alternativas laborales?							
6.	¿Considero que en otra empresa me brindarían mejores beneficios?							
7.	¿He considerado renunciar a la empresa porque la remuneración no cubre mis expectativas?							

8.	¿He considerado en cambiar de empresa para mejorar mi desarrollo personal?							
Dimensión 3 Compromiso normativo		Si	No	Si	No	Si	No	
9.	¿Estoy comprometido con la empresa por toda la inversión que ha realizado en mí?							
10.	¿Considero que la empresa merece mi lealtad?							
11.	Una de las principales razones por las que permanezco trabajando en mi organización es porque siento la obligación moral de permanecer en ella.							
12.	Aunque tuviese ventajas con ello, no creo que fuese correcto dejar ahora mi organización.							
13.	Me sentiría culpable si dejase ahora mi organización considerando todo lo que me ha dado							
14.	Ahora mismo no abandonaría mi organización, porque me siento obligado con toda su gente.							
15.	La organización donde trabajo merece mi lealtad.							
16.	Creo que le debo mucho a mi organización.							

Anexo N° 6

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la *Gerencia Educativa*

Observaciones: _____ Existe Suficiencia _____

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador Dr.: Lino Gamarra Edgar Laureano **DNI: 326540876**

Especialidad del validador: Lic. En Administración de Empresas. -Lic. En Educación. - Matemática e Informática. – Dr. en Administración

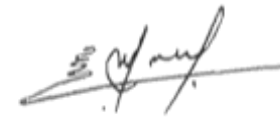
¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Los Olivos, 08 de junio de 2022



Dr. Lino Gamarra Edgar Laureano

Especialidad

Anexo N° 7

Definición conceptual de las variables y dimensiones

Variable Comunicación Interna

García, (2017) explica que la comunicación interna es la que se produce dentro de la organización, y que está destinada al ámbito interno que integra al propio personal, la dirección, accionistas, secciones sindicales y demás grupos de la empresa, los cuales pueden comunicarse por medio de revistas internas, documentos de trabajo, seminarios, eventos internos y talleres

Dimensiones

1. Comunicación interpersonal

Cuando se habla de la comunicación interpersonal, sin embargo, no sólo se alude a la verbal, es decir, a la protagonizada por el lenguaje. Está claro que los seres humanos distinguimos de los animales por justamente nuestra capacidad de organizar y comunicar nuestra realidad mediante un sistema de signos representados sonora y gráficamente pero no es exclusivamente a través de este mecanismo que nos transmitimos información.

2. Niveles de comunicación

Esta comunicación es aquella que se lleva a cabo en el interior de una persona, y no hay una exteriorización de la misma. Es decir, es un proceso reflexivo que tiene lugar en el ámbito privado, en donde el individuo es emisor y receptor del mismo mensaje.

3. Manejo de conflicto

Es una habilidad socioemocional que nos permite enfrentar, de manera constructiva, los conflictos con otras personas, limitando los aspectos negativos e incrementando los positivos para lograr un máximo aprendizaje y obtener los mejores resultados para el grupo

Anexo N° 8

Matriz de Operacionalización

Variable de estudio	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Items	Escala de medición
Comunicación interna	García, (2017) explica que la comunicación interna es la que se produce dentro de la organización, y que está destinada al ámbito interno que integra al propio personal, la dirección, accionistas, secciones sindicales y demás grupos de la empresa, los cuales pueden comunicarse por medio de revistas internas, documentos de trabajo, seminarios, eventos internos y talleres.	Para la presente investigación se está considerando la comunicación interpersonal, los niveles de comunicación y el manejo de conflicto, que permiten integrar de manera sistemática las tres dimensiones de la comunicación interna.	Comunicación interpersonal	Escucha colaborador	¿Usted piensa y reflexiona antes de emitir una comunicación?	Escala de Likert
					¿Usted sabe callar y escuchar en vez de hablar impulsivamente?	
					¿Usted dice claramente lo que piensa?	
				Entiende colaborador	¿Tiene claramente definido sus funciones y la responsabilidad de su puesto?	
			¿Cuenta con la preparación necesaria para realizar su trabajo?			
			¿Usted aprovecha las críticas oportunas para crecer profesionalmente?			
			Niveles de comunicación	Tipo de salario	¿Se siente satisfecho con las condiciones salariales?	
					¿La remuneración percibida está de acuerdo a su desempeño y logros?	
Capacitación	¿Se siente comprometida con el éxito de su institución?					
	¿Existe oportunidad de procesar en su institución?					

				Beneficios	<p>¿Cumplir con las tareas diarias en el trabajo, le permite su desarrollo personal?</p> <p>¿En su organización se valora los niveles de desempeño y se reconoce los esfuerzos y logros?</p>	
			Manejo de conflicto	Empatía	<p>¿Su organización genera espacios guiados que favorecen al encuentro presencial y al dialogo cara a cara?</p> <p>¿En su organización realizan talleres de escucha para detectar oportunidades de mejora?</p> <p>¿se siente escuchado por su organización y su opinión importa?</p>	
					Emisión	<p>¿Se siente para la organización y está comprometido con sus logros y metas?</p> <p>¿Cree usted que a su organización le interesa que piensa y que siente con respecto a su trabajo?</p> <p>¿La información que recibe siempre es a través de los canales formales de comunicación ?</p>

Anexo Nº 9

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la Gestión Pedagógica

VARIABLE COMPROMISO ORGANIZACIONAL		Pertenenencia		Relevancia		claridad		Sugerencias
INTERNA / Items								
Comunicación interpersonal		Si	No	Si	No	Si	No	
1.	¿Usted piensa y reflexiona antes de emitir una comunicación?							
2.	¿Usted sabe callar y escuchar en vez de hablar impulsivamente?							
3.	¿Usted dice claramente lo que piensa?							
4.	¿Tiene claramente definido sus funciones y la responsabilidad de su puesto?							
5.	¿Cuenta con la preparación necesaria para realizar su trabajo?							
6.	¿Usted aprovecha las criticas oportunas para crecer profesionalmente?							
Niveles de comunicación		Si	No	Si	No	Si	No	
7.	¿Se siente satisfecho con las condiciones salariales?							

8.	¿La remuneración percibida está de acuerdo a su desempeño y logros?							
9.	¿Se siente comprometida con el éxito de su institución?							
10.	¿Existe oportunidad de procesar en su institución?							
11.	¿Cumplir con las tareas diarias en el trabajo, le permite su desarrollo personal?							
12.	¿En su organización se valora los niveles de desempeño y se reconoce los esfuerzos y logros?							
Manejo de conflicto		Si	No	Si	No	Si	No	
13.	¿Su organización genera espacios guiados que favorecen al encuentro presencial y al dialogo cara a cara?							
14.	¿En su organización realizan talleres de escucha para detectar oportunidades de mejora?							
15.	¿se siente escuchado por su organización y su opinión importa?							
16.	¿Se siente para la organización y está comprometido con sus logros y metas?							

17.	¿Cree usted que a su organización le interesa que piensa y que siente con respecto a su trabajo?							
18.	¿La información que recibe siempre es a través de los canales formales de comunicación ?							

Anexo Nº 11

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la Gestión Pedagógica

Observaciones: suficiencia

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [x]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

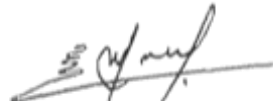
Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Lino Gamarra Edgar Laureano **DNI** 326540876

Especialidad del validador Lic. En Administración de Empresas. -Lic. En Educación. - Matemática e Informática. – Dr. en Administración

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo



Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Los Olivos, 08 de junio 2022

Dr. Lino Gamarra Edgar Laureano

Señor: MBA Oscar Enrique Carbonel Salazar Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la escuela de Administración, en la sede de Los Olivos San, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación para optar el Título de Licenciado en Administración.

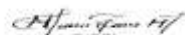
El título del proyecto de investigación es: El compromiso organizacional y la comunicación interna de la empresa Constructora y Consultoría J & J Hermanos S.A.C. Chiclayo Perú y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas de Administración y/o investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de Operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración, me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Firma

Barrios Montenegro Milagros Gianina

DNI 73796261

Anexo Nº 13 Definición conceptual de las variables y dimensiones

Variable Compromiso organizacional

Es “un conjunto de impresiones y/o creencias relativas del empleado hacia la organización, las mismas que se caracterizan en la correlación entre una persona y la organización. Es algo que manifiesta un deseo, una necesidad y/o una obligación de mantenerse dentro de una organización” (Peña, et., al., 2016).

Dimensiones

1. Compromiso afectivo

Es el apego emocional de un colaborador hacia la empresa, lo que lo motiva a seguir en la organización más allá de su salario. También podría definirse como la identificación psicológica del colaborador con los valores y filosofía de la empresa.

2. Compromiso de Continuidad

Es el reconocimiento de la persona, con respecto a los costos como los financieros, físicos y psicológicos, así como las oportunidades de encontrar otro empleo, si decidiera renunciar a la organización. Es decir, el colaborador se siente vinculado a la institución porque ha invertido tiempo, dinero y esfuerzo, y dejar la organización implicaría perder mucho y si éste percibe que sus oportunidades fuera de la organización serán reducidas.

3. Compromiso Normativo

El compromiso organizacional es un tema que ha cobrado gran importancia para los expertos en Recursos Humanos, pues se considera fundamental que los empleados tengan “bien puesta la camiseta”, es decir, que quieran a su empresa y que hagan bien su trabajo (Arciniega, 2002). Por lo tanto, es importante entender la naturaleza, el desarrollo y las implicaciones del compromiso de los empleados.

Anexo Nº 14

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
Compromiso organizacional	Es “un conjunto de impresiones y/o creencias relativas del empleado hacia la organización, las mismas que se caracterizan en la correlación entre una persona y la organización. Es algo que manifiesta un deseo, una necesidad y/o una obligación de mantenerse dentro de una organización” (Peña, et., al., 2016).	El compromiso organizacional fue medido por un cuestionario tipo escala de Likert en tres dimensiones: Compromiso afectivo, compromiso de continuidad y compromiso normativo con un total de 16 ítems	Compromiso afectivo	<ul style="list-style-type: none"> • Identificación con la organización • Involucramiento con la organización
			Compromiso de Continuidad	<ul style="list-style-type: none"> • Percepción de las alternativas. • Inversiones en la organización.
			Compromiso Normativo	<ul style="list-style-type: none"> • Lealtad. • Sentido de la obligación.

Anexo N° 14 Certificado de validez de contenido del instrumento que mide el Compromiso Organizacional

VARIABLE COMPROMISO ORGANIZACIONAL INTERNA / Ítems		Pertenenencia		Relevancia		claridad		Sugerencias
Dimensión 1 Compromiso Afectivo		Si	No	Si	No	Si	No	
1.	¿En qué medida los problemas de la empresa los considero como míos?	X		X		X		
2.	¿Comparto plenamente los objetivos y valores de la empresa?	X		X		X		
3.	¿Me considero como "parte de la familia" trabajando en la empresa?	X		X		X		
4.	¿Comento con otras personas que formo parte de la empresa?	X		X		X		
Dimensión 2 Compromiso de continuidad		Si	No	Si	No	Si	No	
5.	¿He tenido otras alternativas laborales?	X		X		X		
6.	¿Considero que en otra empresa me brindarían mejores beneficios?	X		X		X		
7.	¿He considerado renunciar a la empresa porque la remuneración no cubre mis expectativas?	X		X		X		
8.	¿He considerado en cambiar de empresa para mejorar mi desarrollo personal?	X		X		X		
Dimensión 3 Compromiso normativo		Si	No	Si	No	Si	No	
9.	¿Estoy comprometido con la empresa por toda la inversión que ha realizado en mí?	X		X		X		
10.	¿Considero que la empresa merece mi lealtad?	X		X		X		

11.	Una de las principales razones por las que permanezco trabajando en mi organización es porque siento la obligación moral de permanecer en ella.	X		X		X		
12.	Aunque tuviese ventajas con ello, no creo que fuese correcto dejar ahora mi organización.	X		X		X		
13.	Me sentiría culpable si dejase ahora mi organización considerando todo lo que me ha dado	X		X		X		
14.	Ahora mismo no abandonaría mi organización, porque me siento obligado con toda su gente.	X		X		X		
15.	La organización donde trabajo merece mi lealtad.	X		X		X		
16.	Creo que le debo mucho a mi organización.	X		X		X		

Anexo Nº 16 Certificado de validez de contenido del instrumento que mide el Compromiso Organizacional

Observaciones: Existe suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validado Salazar Carbonel Oscar Enrique

DNI: 80676706

Especialidad del validador: Magíster en Administración y Negocios - MBA

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Chiclayo 02 de julio del 2022



MBA Oscar Enrique Salazar Carbonel
Magíster en Administración de Negocios

Anexo N° 17 Definición conceptual de las variables y dimensiones

Variable Comunicación Interna

García, (2017) explica que la comunicación interna es la que se produce dentro de la organización, y que está destinada al ámbito interno que integra al propio personal, la dirección, accionistas, secciones sindicales y demás grupos de la empresa, los cuales pueden comunicarse por medio de revistas internas, documentos de trabajo, seminarios, eventos internos y talleres

Dimensiones

1. Comunicación interpersonal

Cuando se habla de la comunicación interpersonal, sin embargo, no sólo se alude a la verbal, es decir, a la protagonizada por el lenguaje. Está claro que los seres humanos distinguimos de los animales por justamente nuestra capacidad de organizar y comunicar nuestra realidad mediante un sistema de signos representados sonora y gráficamente pero no es exclusivamente a través de este mecanismo que nos transmitimos información.

2. Niveles de comunicación

Esta comunicación es aquella que se lleva a cabo en el interior de una persona, y no hay una exteriorización de la misma. Es decir, es un proceso reflexivo que tiene lugar en el ámbito privado, en donde el individuo es emisor y receptor del mismo mensaje.

3. Manejo de conflicto

Es una habilidad socioemocional que nos permite enfrentar, de manera constructiva, los conflictos con otras personas, limitando los aspectos negativos e incrementando los positivos para lograr un máximo aprendizaje y obtener los mejores resultados para el grupo

Matriz de Operacionalización

Variable Comunicación Interna

Variable de estudio	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Comunicación interna	García, (2017) explica que la comunicación interna es la que se produce dentro de la organización, y que está destinada al ámbito interno que integra al propio personal, la dirección, accionistas, secciones sindicales y demás grupos de la empresa, los cuales pueden comunicarse por medio de revistas internas, documentos de trabajo, seminarios, eventos internos y talleres.	Para la presente investigación se está considerando la comunicación interpersonal, los niveles de comunicación y el manejo de conflicto, que permiten integrar de manera sistemática las tres dimensiones de la comunicación interna.	Comunicación interpersonal Niveles de comunicación Manejo de conflicto	Escucha al colaborador Entiende al colaborador Tipo de salario Capacitación Beneficios Empatía Emisión	Escala de Likert

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la Comunicación Interna

VARIABLE COMPROMISO ORGANIZACIONAL INTERNA / Ítems		Pertenenencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
Comunicación interpersonal		Si	No	Si	No	Si	No	
1.	¿Usted piensa y reflexiona antes de emitir una comunicación?	X		X		X		
2.	¿Usted sabe callar y escuchar en vez de hablar impulsivamente?	X		X		X		
3.	¿Usted dice claramente lo que piensa?	X		X		X		
4.	¿Tiene claramente definido sus funciones y la responsabilidad de su puesto?	X		X		X		
5.	¿Cuenta con la preparación necesaria para realizar su trabajo?	X		X		X		
6.	¿Usted aprovecha las criticas oportunas para crecer profesionalmente?	X		X		X		
Niveles de comunicación		Si	No	Si	No	Si	No	
7.	¿Se siente satisfecho con las condiciones salariales?	X		X		X		
8.	¿La remuneración percibida está de acuerdo a su desempeño y logros?	X		X		X		
9.	¿Se siente comprometida con el éxito de su institución?	X		X		X		
10.	¿Existe oportunidad de procesar en su institución?	X		X		X		

11.	¿Cumplir con las tareas diarias en el trabajo, le permite su desarrollo personal?	X		X		X		
12.	¿En su organización se valora los niveles de desempeño y se reconoce los esfuerzos y logros?	X		X		X		
Manejo de conflicto		Si	No	Si	No	Si	No	
13.	¿Su organización genera espacios guiados que favorecen al encuentro presencial y al dialogo cara a cara?	X		X		X		
14.	¿En su organización realizan talleres de escucha para detectar oportunidades de mejora?	X		X		X		
15.	¿se siente escuchado por su organización y su opinión importa?	X		X		X		
16.	¿Se siente para la organización y está comprometido con sus logros y metas?	X		X		X		
17.	¿Cree usted que a su organización le interesa que piensa y que siente con respecto a su trabajo?	X		X		X		
18.	¿La información que recibe siempre es a través de los canales formales de comunicación ?	X		X		X		

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la Comunicación Interna

Observaciones: Existe suficiencia

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador Salazar Carbonel Oscar Enrique

DNI: 80676706

Especialidad del validador: Magíster en Administración y Negocios - MBA

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Chiclayo 02 de julio 2022



MBA Oscar Enrique Salazar Carbonel

Magister en Administración y Negocios

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: MBA Oscar Enrique Carbonel Salazar Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la escuela de Administración, en la sede de Los Olivos San, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación para optar el Título de Licenciado en Administración.

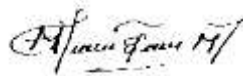
El título del proyecto de investigación es: El compromiso organizacional y la comunicación interna de la empresa Constructora y Consultoría J & J Hermanos S.A.C. Chiclayo Perú y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas de Administración y/o investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de Operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración, me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Firma

Barrios Montenegro Milagros Gianina

DNI 73796261

Definición conceptual de las variables y dimensiones

Variable Compromiso organizacional

Es “un conjunto de impresiones y/o creencias relativas del empleado hacia la organización, las mismas que se caracterizan en la correlación entre una persona y la organización. Es algo que manifiesta un deseo, una necesidad y/o una obligación de mantenerse dentro de una organización” (Peña, et., al., 2016).

Dimensiones

1. Compromiso afectivo

Es el apego emocional de un colaborador hacia la empresa, lo que lo motiva a seguir en la organización más allá de su salario. También podría definirse como la identificación psicológica del colaborador con los valores y filosofía de la empresa.

2. Compromiso de Continuidad

Es el reconocimiento de la persona, con respecto a los costos como los financieros, físicos y psicológicos, así como las oportunidades de encontrar otro empleo, si decidiera renunciar a la organización. Es decir, el colaborador se siente vinculado a la institución porque ha invertido tiempo, dinero y esfuerzo, y dejar la organización implicaría perder mucho y si éste percibe que sus oportunidades fuera de la organización serán reducidas.

3. Compromiso Normativo

El compromiso organizacional es un tema que ha cobrado gran importancia para los expertos en Recursos Humanos, pues se considera fundamental que los empleados tengan “bien puesta la camiseta”, es decir, que quieran a su empresa y que hagan bien su trabajo (Arciniega, 2002). Por lo tanto, es importante entender la naturaleza, el desarrollo y las implicaciones del compromiso de los empleados.

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
Compromiso organizacional	Es “un conjunto de impresiones y/o creencias relativas del empleado hacia la organización, las mismas que se caracterizan en la correlación entre una persona y la organización. Es algo que manifiesta un deseo, una necesidad y/o una obligación de mantenerse dentro de una organización” (Peña, et., al., 2016).	El compromiso organizacional fue medido por un cuestionario tipo escala de Likert en tres dimensiones: Compromiso afectivo, compromiso de continuidad y compromiso normativo con un total de 16 ítems	Compromiso afectivo	<ul style="list-style-type: none"> • Identificación con la organización • Involucramiento con la organización
			Compromiso de Continuidad	<ul style="list-style-type: none"> • Percepción de las alternativas. • Inversiones en la organización.
			Compromiso Normativo	<ul style="list-style-type: none"> • Lealtad. • Sentido de la obligación.

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide el Compromiso Organizacional

VARIABLE COMPROMISO ORGANIZACIONAL INTERNA / Ítems		Pertenenencia		Relevancia		claridad		Sugerencias
Dimensión 1 Compromiso Afectivo		Si	No	Si	No	Si	No	
1.	¿En qué medida los problemas de la empresa los considero como míos?	X		X		X		
2.	¿Comparto plenamente los objetivos y valores de la empresa?	X		X		X		
3.	¿Me considero como "parte de la familia" trabajando en la empresa?	X		X		X		
4.	¿Comento con otras personas que formo parte de la empresa?	X		X		X		
Dimensión 2 Compromiso de continuidad		Si	No	Si	No	Si	No	
5.	¿He tenido otras alternativas laborales?	X		X		X		
6.	¿Considero que en otra empresa me brindarían mejores beneficios?	X		X		X		
7.	¿He considerado renunciar a la empresa porque la remuneración no cubre mis expectativas?	X		X		X		
8.	¿He considerado en cambiar de empresa para mejorar mi desarrollo personal?	X		X		X		
Dimensión 3 Compromiso normativo		Si	No	Si	No	Si	No	
9.	¿Estoy comprometido con la empresa por toda la inversión que ha realizado en mí?	X		X		X		
10.	¿Considero que la empresa merece mi lealtad?	X		X		X		

11.	Una de las principales razones por las que permanezco trabajando en mi organización es porque siento la obligación moral de permanecer en ella.	X		X		X		
12.	Aunque tuviese ventajas con ello, no creo que fuese correcto dejar ahora mi organización.	X		X		X		
13.	Me sentiría culpable si dejase ahora mi organización considerando todo lo que me ha dado	X		X		X		
14.	Ahora mismo no abandonaría mi organización, porque me siento obligado con toda su gente.	X		X		X		
15.	La organización donde trabajo merece mi lealtad.	X		X		X		
16.	Creo que le debo mucho a mi organización.	X		X		X		

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la Comunicación Interna

Observaciones: Si aplicas

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. **Morasaki Mego Jesús Daniel**

DNI: 17442123

Especialidad del validador: **Magíster en Administración**


¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Chiclayo 02 de julio del 2022



MG. MORISAKI MEGO JESUS D.
Firma del Experto Informante.
ADMINISTRACION
Especialidad

Definición conceptual de las variables y dimensiones

Variable Comunicación Interna

García, (2017) explica que la comunicación interna es la que se produce dentro de la organización, y que está destinada al ámbito interno que integra al propio personal, la dirección, accionistas, secciones sindicales y demás grupos de la empresa, los cuales pueden comunicarse por medio de revistas internas, documentos de trabajo, seminarios, eventos internos y talleres

Dimensiones

1. Comunicación interpersonal

Cuando se habla de la comunicación interpersonal, sin embargo, no sólo se alude a la verbal, es decir, a la protagonizada por el lenguaje. Está claro que los seres humanos distinguimos de los animales por justamente nuestra capacidad de organizar y comunicar nuestra realidad mediante un sistema de signos representados sonora y gráficamente pero no es exclusivamente a través de este mecanismo que nos transmitimos información.

2. Niveles de comunicación

Esta comunicación es aquella que se lleva a cabo en el interior de una persona, y no hay una exteriorización de la misma. Es decir, es un proceso reflexivo que tiene lugar en el ámbito privado, en donde el individuo es emisor y receptor del mismo mensaje.

3. Manejo de conflicto

Es una habilidad socioemocional que nos permite enfrentar, de manera constructiva, los conflictos con otras personas, limitando los aspectos negativos e incrementando los positivos para lograr un máximo aprendizaje y obtener los mejores resultados para el grupo.

Matriz de Operacionalización

Variable Comunicación Interna

Variable de estudio	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Comunicación interna	García, (2017) explica que la comunicación interna es la que se produce dentro de la organización, y que está destinada al ámbito interno que integra al propio personal, la dirección, accionistas, secciones sindicales y demás grupos de la empresa, los cuales pueden comunicarse por medio de revistas internas, documentos de trabajo, seminarios, eventos internos y talleres.	Para la presente investigación se está considerando la comunicación interpersonal, los niveles de comunicación y el manejo de conflicto, que permiten integrar de manera sistemática las tres dimensiones de la comunicación interna.	Comunicación interpersonal Niveles de comunicación Manejo de conflicto	Escucha al colaborador Entiende al colaborador Tipo de salario Capacitación Beneficios Empatía Emisión	Escala de Likert

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la Comunicación Interna

VARIABLE COMPROMISO ORGANIZACIONAL INTERNA / Ítems		Pertenenencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
Comunicación interpersonal		Si	No	Si	No	Si	No	
1.	¿Usted piensa y reflexiona antes de emitir una comunicación?	X		X		X		
2.	¿Usted sabe callar y escuchar en vez de hablar impulsivamente?	X		X		X		
3.	¿Usted dice claramente lo que piensa?	X		X		X		
4.	¿Tiene claramente definido sus funciones y la responsabilidad de su puesto?	X		X		X		
5.	¿Cuenta con la preparación necesaria para realizar su trabajo?	X		X		X		
6.	¿Usted aprovecha las criticas oportunas para crecer profesionalmente?	X		X		X		
Niveles de comunicación		Si	No	Si	No	Si	No	
7.	¿Se siente satisfecho con las condiciones salariales?	X		X		X		
8.	¿La remuneración percibida está de acuerdo a su desempeño y logros?	X		X		X		
9.	¿Se siente comprometida con el éxito de su institución?	X		X		X		
10.	¿Existe oportunidad de procesar en su institución?	X		X		X		

11.	¿Cumplir con las tareas diarias en el trabajo, le permite su desarrollo personal?	X		X		X		
12.	¿En su organización se valora los niveles de desempeño y se reconoce los esfuerzos y logros?	X		X		X		
Manejo de conflicto		Si	No	Si	No	Si	No	
13.	¿Su organización genera espacios guiados que favorecen al encuentro presencial y al dialogo cara a cara?	X		X		X		
14.	¿En su organización realizan talleres de escucha para detectar oportunidades de mejora?	X		X		X		
15.	¿se siente escuchado por su organización y su opinión importa?	X		X		X		
16.	¿Se siente para la organización y está comprometido con sus logros y metas?	X		X		X		
17.	¿Cree usted que a su organización le interesa que piensa y que siente con respecto a su trabajo?	X		X		X		
18.	¿La información que recibe siempre es a través de los canales formales de comunicación?	X		X		X		

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la Comunicación Interna

Observaciones: Existe suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Morisaki Mego Jesús Daniel

DNI: 17442123

Especialidad del validador: Magíster en Administración


¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión
Chiclayo 02 de julio del 2022

Chiclayo 02 de julio del 2022



MG. MORISAKI MEGO JESUS D.
Firma del Experto Informante.
ADMINISTRACION
Especialidad

Anexo N.º 2 DEL PROTOCOLO PARA LA REVISIÓN DE LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN POR PARTE DEL COMITÉ DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN

Ficha de evaluación de los proyectos de investigación

Título del proyecto de Investigación:

El compromiso organizacional y la comunicación interna en la empresa constructora y consultora hermanos J&J S.A.C.

Autor/es: Barrios Montenegro Milagros Gianina

Escuela profesional: ADMINISTRACIÓN

Lugar de desarrollo del proyecto (ciudad, país): Chiclayo – Perú

Criterios de evaluación	Alto	Medio	Bajo	No precisa
I. Criterios metodológicos				
1. El proyecto cumple con el esquema establecido en la guía de productos de investigación.	Cumple totalmente	----	No cumple	-----.
2. Establece claramente la población/participantes de la investigación.	La población/participantes están claramente establecidos	----	La población/participantes no están claramente establecidos	-----
II. Criterios éticos				
1. Establece claramente los aspectos éticos a seguir en la investigación.	Los aspectos éticos están claramente establecidos	----	Los aspectos éticos no están claramente establecidos	-----
2. Cuenta con documento de autorización de la empresa o institución (Anexo 3 Directiva de Investigación N° 001-2022-VI-UCV).	Cuenta con documento debidamente suscrito	----	No cuenta con documento debidamente suscrito	No es necesario
3. Ha incluido el ítem del consentimiento informado en el instrumento de recojo de datos.	Ha incluido el ítem	----	No ha incluido el ítem	-----

Mgr. Macha Huamán Roberto
Presidente

Dr. Fernández Bedoya Víctor Hugo
Vicepresidente

Ramos Farroñán Emma Verónica
Vocal 1

Mgr. Huamaní Paliza Frank David
Vocal 2 (opcional)

**Anexo N.º 3 DEL PROTOCOLO PARA LA REVISIÓN DE LOS PROYECTOS
DE INVESTIGACIÓN POR PARTE DEL COMITÉ DE ÉTICA EN
INVESTIGACIÓN**

Dictamen del Comité de Ética en Investigación

El que suscribe, presidente del Comité de Ética en Investigación de la Facultad de Ciencias Empresariales, deja constancia que el proyecto de investigación titulado El compromiso organizacional y la comunicación interna en la empresa constructora y consultora hermanos J&J S.A.C., presentado por la autora Barrios Montenegro Milagros Gianina, ha sido evaluado, determinándose que la continuidad del proyecto de investigación cuenta con un dictamen: favorable () observado () desfavorable ().

12, de junio de 2022

Mgtr. Macha Huamán Roberto
Presidente del Comité de Ética en Investigación
Facultad de Ciencias Empresariales

Anexo N° AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

Datos Generales

Nombre de la Organización:	RUC: 20603508654
CONSTRUCTORA Y CONSULTORA J&J HERMANOS SAC	
Nombre del Titular o Representante legal: ALVEAR MANAYAY LEONARDO	
Nombres y Apellidos	DNI: 45076825

Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal “f” del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (*), autorizo [x], no autorizo [] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación	
El compromiso organizacional y la comunicación interna de la empresa Constructora y Consultoría J & J Hermanos S.A.C. Chiclayo Perú.	
Nombre del Programa Académico: Pregrado	
Autor: Nombres y Apellidos Barrios Montenegro Milagros Gianina	DNI: 73796261

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

Lugar y Fecha:


CONSTRUCTORA Y CONSULTORA
J & J HERMANOS S.A.C.
Alvear Manayay Leonardo
GERENTE GENERAL

(Titular o Representante legal de la Institución)

(*). Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 7º, literal “f” **Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución. Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en los informes o tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, pero sí será necesario describir sus características.**

MODELO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO “CUESTIONARIO”

Estimado/a participante, Alvear Manayay Leonardo

Esta es una investigación llevada a cabo dentro de la escuela de Administración de la Universidad César Vallejo; los datos recopilados son anónimos, serán tratados de forma confidencial y tienen finalidad netamente académica. Por tanto, en forma voluntaria; SÍ () NO () doy mi consentimiento para continuar con la investigación que tiene por objetivo El compromiso organizacional y la comunicación interna de la empresa Constructora y Consultoría J & J Hermanos S.A.C. Chiclayo Perú, Asimismo, autorizo para que los resultados de la presente investigación se publiquen a través del repositorio institucional de la Universidad César Vallejo.

Cualquier duda que les surja al contestar esta encuesta puede enviarla al correo: mbarriosmo16@ucvvirtual.edu.pe.

**CUESTIONARIO PARA LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA
CONSTRUCTORA Y CONSULTORÍA J & J HERMANOS S.A.C. CHICLAYO
PERÚ**

VARIABLE: COMPROMISO ORGANIZACIONAL

Estimado Colaborador:

El presente cuestionario se realiza con fines de investigación, es anónima que permitirá realizar una serie de afirmaciones, las mismas que deberán de leerse atentamente y contestar de acuerdo con las instrucciones.

INSTRUCCIONES: Lea atentamente cada afirmación y marca la respuesta que usted crea que se adecue a su necesidad.

Escala	Denominación
1	Siempre
2	Casi siempre
3	A veces
4	Casi nunca
5	Nunca

I. DATOS PERSONALES

1. Edad :
2. Estado civil :
3. Religión :
4. Zona de residencia :
5. Profesión :

Compromiso Afectivo		1	2	3	4	5
17.	¿En qué medida los problemas de la empresa los considero como míos?					
18.	¿Comparto plenamente los objetivos y valores de la empresa?					
19.	¿Me considero como "parte de la familia" trabajando en la empresa?					
20.	¿Comento con otras personas que formo parte de la empresa?					
Compromiso de continuidad		1	2	3	4	5
21.	¿He tenido otras alternativas laborales?					
22.	¿Considero que en otra empresa me brindarían mejores beneficios?					
23.	¿He considerado renunciar a la empresa porque la remuneración no cubre mis expectativas?					
24.	¿He considerado en cambiar de empresa para mejorar mi desarrollo personal?					
Compromiso normativo		1	2	3	4	5
25.	¿Estoy comprometido con la empresa por toda la inversión que ha realizado en mí?					

26.	¿Considero que la empresa merece mi lealtad?					
27.	Una de las principales razones por las que permanezco trabajando en mi organización es porque siento la obligación moral de permanecer en ella.					
28.	Aunque tuviese ventajas con ello, no creo que fuese correcto dejar ahora mi organización.					
29.	Me sentiría culpable si dejase ahora mi organización considerando todo lo que me ha dado					
30.	Ahora mismo no abandonaría mi organización, porque me siento obligado con toda su gente.					
31.	La organización donde trabajo merece mi lealtad.					
32.	Creo que le debo mucho a mi organización.					

CUESTIONARIO

VARIABLE: COMUNICACIÓN INTERNA

Estimado Colaborador:

El presente cuestionario se realiza con fines de investigación, es anónima que permitirá realizar una serie de afirmaciones, las mismas que deberán de leerse atentamente y contestar de acuerdo con las instrucciones.

INSTRUCCIONES: Lea atentamente cada afirmación y marca la respuesta que usted crea que se adecue a su necesidad.

Escala	Denominación
1	Siempre
2	Casi siempre
3	A veces
4	Casi nunca
5	Nunca

II. DATOS PERSONALES

1. Edad :
2. Estado civil :
3. Religión :
4. Zona de residencia :
5. Profesión :

Comunicación interpersonal		1	2	3	4	5
19.	¿Usted piensa y reflexiona antes de emitir una comunicación?					
20.	¿Usted sabe callar y escuchar en vez de hablar impulsivamente?					
21.	¿Usted dice claramente lo que piensa?					
22.	¿Tiene claramente definido sus funciones y la responsabilidad de su puesto?					
23.	¿Cuenta con la preparación necesaria para realizar su trabajo?					
24.	¿Usted aprovecha las críticas oportunas para crecer profesionalmente?					
Niveles de comunicación		1	2	3	4	5
25.	¿Se siente satisfecho con las condiciones salariales?					
26.	¿La remuneración percibida está de acuerdo a su desempeño y logros?					
27.	¿Se siente comprometida con el éxito de su institución?					
28.	¿Existe oportunidad de procesar en su institución?					

29.	¿Cumplir con las tareas diarias en el trabajo, le permite su desarrollo personal?					
30.	¿En su organización se valora los niveles de desempeño y se reconoce los esfuerzos y logros?					
Manejo de conflicto		1	2	3	4	5
31.	¿Su organización genera espacios guiados que favorecen al encuentro presencial y al dialogo cara a cara?					
32.	¿En su organización realizan talleres de escucha para detectar oportunidades de mejora?					
33.	¿se siente escuchado por su organización y su opinión importa?					
34.	¿Se siente para la organización y está comprometido con sus logros y metas?					
35.	¿Cree usted que a su organización le interesa que piensa y que siente con respecto a su trabajo?					
36.	¿La información que recibe siempre es a través de los canales formales de comunicación ?					



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, VILLANUEVA CALDERON JUAN AMILCAR, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHICLAYO, asesor de Tesis titulada: "El compromiso organizacional y la comunicación interna de la empresa Constructora y Consultoría J & J Hermanos S.A.C. Chiclayo Perú", cuyo autor es BARRIOS MONTENEGRO MILAGROS GIANINA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 23.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

CHICLAYO, 29 de Noviembre del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
VILLANUEVA CALDERON JUAN AMILCAR DNI: 41400923 ORCID: 0000-0002-0815-6443	Firmado electrónicamente por: VICALDERONJ el 29- 11-2022 21:56:04

Código documento Trilce: TRI - 0462330