



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Comunicación Organizacional y Compromiso Organizacional en la
Municipalidad De Ancón, 2020

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración

AUTORAS:

Herrera Basilio, Lady Jhelani (ORCID: 0000-0002-9467-8191)

Torres Mena, Daysi Yaneth (ORCID: 0000-0003-2592-2477)

ASESOR:

Dr. Dávila Arenaza, Víctor Demetrio (ORCID: 0000-0002-8917-1919)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LIMA – PERÚ

2020

DEDICATORIA

Con mucho orgullo dedico este proyecto a mis seres queridos, en especial a mi madre Gladys, quien es mi motivación para el cumplimiento de mis objetivos. Es satisfactorio poder decirles que con mucho esfuerzo y trabajo me lo he ganado.

Así mismo, a mi primo querido Joel, quien siempre tenía palabras de aliento y superación, hoy desde el cielo me acompaña.

Lady Herrera

Con satisfacción dedico este proyecto a mis seres queridos, a mi hijo Anghelo, quien es mi motor motivo para continuar; gracias a mis padres por su apoyo incondicional. Hoy puedo decir lo logré gracias a mi dedicación.

Daysi Torres

AGRADECIMIENTO

Gracias a Dios ya que sin él nada de esto sería posible.

Gracias a cada uno de los profesores, quienes impartieron sus sabios conocimientos hacia mi persona.

Gracias a mis padres, familiares, novio y amistades, por su apoyo incondicional.

Lady Herrera

Gracias a Dios porque él supo llevarme hasta este camino.

Gracias a los profesores por brindarnos sus sabios conocimientos.

Gracias a mis padres, hijo, familiares, y amistades, por su apoyo brindado.

Daysi Torres

Índice De Contenidos

	Carátula	i
	Dedicatoria	ii
	Agradecimiento	iii
	Índice de contenidos	iv
	Índice de tablas	v
	Índice de gráficos y figuras	vi
	Resumen	vii
	Abstract	viii
I	INTRODUCCIÓN	1
II	MARCO TEÓRICO	4
III	METODOLOGÍA	15
	3.1 Tipo y diseño de investigación	15
	3.2 Variable y operacionalización	16
	3.3 Población (criterios de selección y muestra)	19
	3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	19
	3.5 Procedimientos	20
	3.6 Método de análisis de datos	21
	3.7 Aspectos éticos	21
IV	RESULTADOS	22
V	DISCUSIÓN	35
VI	CONCLUSIONES	40
VII	RECOMENDACIONES	42
	REFERENCIAS	
	ANEXOS	

Índice De Tablas

Tabla 1	Frecuencia de la variable Comunicación organizacional	22
Tabla 2	Frecuencia de la dimensión Comunicación descendente	23
Tabla 3	Frecuencia de la dimensión Comunicación ascendente	24
Tabla 4	Frecuencia de la dimensión Comunicación horizontal	25
Tabla 5	Frecuencia de la variable Compromiso organizacional	26
Tabla 6	Frecuencia de la dimensión Compromiso afectivo	27
Tabla 7	Frecuencia de la dimensión Compromiso de continuidad	28
Tabla 8	Frecuencia de la dimensión Compromiso normativo	29
Tabla 9	Coefficiente de correlación	30
Tabla 10	Prueba de hipótesis general	31
Tabla 11	Prueba de hipótesis específica N° 1	32
Tabla 12	Prueba de hipótesis específica N° 2	33
Tabla 13	Prueba de hipótesis específica N° 3	34

Índice de gráficos y figuras

Gráfico 1	Frecuencia de la variable Comunicación organizacional	22
Gráfico 2	Frecuencia de la dimensión Comunicación descendente	23
Gráfico 3	Frecuencia de la dimensión Comunicación ascendente	24
Gráfico 4	Frecuencia de la dimensión Comunicación horizontal	25
Gráfico 5	Frecuencia de la variable Compromiso organizacional	26
Gráfico 6	Frecuencia de la dimensión Compromiso afectivo	27
Gráfico 7	Frecuencia de la dimensión Compromiso de continuidad	28
Gráfico 8	Frecuencia de la dimensión Compromiso normativo	29

RESUMEN

La presente investigación tuvo objetivo general determinar la relación entre la comunicación organizacional y compromiso organizacional, la metodología que se utilizó fue el enfoque cuantitativo, tipo aplicada, nivel descriptivo correlacional, diseño no experimental de corte transversal; método hipotético deductivo. La población y muestra estuvo conformada por 70 colaboradores, para obtener los datos se utilizó la técnica de encuesta y como instrumento el cuestionario; los resultados obtenidos de acuerdo al análisis descriptivo e inferencial coeficiente correlación nivel de Rho Spearman de 0,479 y significancia de 0,000 información que nos permite concluir que existe correlación de comunicación organizacional y compromiso organizacional.

Palabras clave: Comunicación, colaboradores, compromiso, organizacional.

ABSTRACT

The present investigation had general objective to determine the relationship between organizational communication and organizational commitment, the methodology used was the quantitative approach, applied type, correlational descriptive level, non-experimental cross-sectional design; hypothetical deductive method. The population and sample consisted of 70 collaborators. The survey technique was used to obtain the data and the questionnaire was used as an instrument; The results obtained according to the descriptive and inferential analysis correlation coefficient Rho Spearman level of 0.479 and significance of 0.000 information that allows us to conclude that there is a correlation of organizational communication and organizational commitment.

Keywords: Communication, collaborators, commitment, organizational.

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, es importante incentivar e impulsar la confianza de los colaboradores en las organizaciones. Las empresas de hoy en día necesitan estar actualizadas sobre los nuevos procesos para mejorar su eficiencia. Es necesario que los integrantes se comprometan con la organización y usen como herramienta primordial la comunicación para el éxito de los objetivos organizacionales. De igual manera, los colaboradores de las organizaciones públicas se aíslan del cargo que mantienen en su institución, porque no ponen en práctica el adecuado uso de la comunicación en todas sus áreas de trabajo, lo cual impide que las informaciones sean transmitidas de manera correcta a los trabajadores, como consecuencia los trabajos tardan en realizarse, generando mal clima laboral y mala imagen a la institución, siendo notorias las deficiencias, conflictos y falta de compromiso para el logro de los objetivos organizacionales y personales.

A nivel internacional en el artículo científico de Peña, Caldevilla y Batalla (2017), señalaron que las estrategias comunicativas promueven valores dentro de la cultura empresarial y motivacional de sus colaboradores, esto facilita que cada área realice trabajos en equipo reflejándose en la productividad, calidad y competitividad, es así generando resultados óptimos.

Romero, Castillo y Ravina (2019), nos mencionaron que las organizaciones, independientemente de su naturaleza son entes eminentemente sociales, resulta fundamental comprender la importancia de la comunicación y el manejo de las emociones para el mejoramiento de la efectividad en los equipos de trabajo. El concepto de felicidad aplicado al entorno laboral (happiness management), es una tendencia irreversible en las empresas que aspiran a ser exitosas. Es indudable que exista una armonía entre sentir esta emoción y la productividad en el trabajo, en muchas organizaciones no le han dado la importancia que realmente tiene para alcanzar con mayor efectividad las metas trazadas.

A nivel nacional en el diario Gestión (08 de mayo de 2020), se mencionó que es responsabilidad fundamental de los líderes manejar bien la comunicación, siempre con mucho respeto, responsabilidad y coherencia debemos asegurarnos que el mensaje sea claro y ordenado, adecuar nuestro estilo de comunicación para que

sea entendido por la persona o grupo de personas, y anticiparnos a sus preguntas y dudas.

En el contexto local, en la Municipalidad de Ancón se ha identificado muchos problemas acerca de la comunicación organizacional y compromiso organizacional, siendo estos los siguientes: La falta de trabajo en equipo, la demora en la ejecución de actividades, mal clima laboral, insatisfacción de los colaboradores e incumplimiento de objetivos.

El problema general ¿Cuál es la relación entre la comunicación organizacional y el compromiso organizacional en la Municipalidad de Ancón, 2020?, los problemas específicos, ¿Cuál es la relación entre la comunicación organizacional y el compromiso afectivo en la Municipalidad de Ancón, 2020?, ¿Cuál es la relación entre la comunicación organizacional y el compromiso de continuidad en la Municipalidad de Ancón, 2020? y ¿Cuál es la relación entre la comunicación organizacional y el compromiso normativo en la Municipalidad de Ancón, 2020?.

La justificación de la investigación permitirá verificar el desarrollo del proceso el cual busca conocer la relación entre la comunicación organizacional y el compromiso organizacional de la Municipalidad de Ancón, 2020.

Para la justificación metodológica de la investigación se plantea cómo instrumento un cuestionario para la recopilación de datos que servirán para medir la relación entre las variables.

La justificación teórica, se fundamenta mediante las diversas teorías, las cuales serán de mucha ayuda para explicar la relación entre la comunicación organizacional y el compromiso organizacional en la Municipalidad de Ancón, 2020; así mismo servirá de información para organizaciones que presenten problemas similares.

La justificación práctica, busca obtener una mejor comunicación y compromiso por parte de la Municipalidad de Ancón, estudiando la mejor iniciativa que beneficie a la organización para lograr el cumplimiento de los objetivos causando la satisfacción en el personal.

La justificación social, el presente estudio beneficiará a los colaboradores y a la

entidad de la Municipalidad de Ancón, ya que una buena comunicación ayudará a lograr los objetivos planteados e incrementará sus niveles de compromiso personal, laboral e institucional.

Finalizando con la justificación económica, una buena comunicación organizacional ayuda a disminuir los tiempos para el logro de los objetivos trazados, lo cual conlleva a una excelente efectividad, reduciendo los tiempos de espera y por ende minimizando los costos que se pudieran generar por demoras en los procedimientos que se realicen.

El objetivo general es determinar la relación entre la comunicación organizacional y compromiso organizacional en la Municipalidad de Ancón, 2020, y como objetivos específicos: Determinar la relación entre la comunicación organizacional y compromiso afectivo en la Municipalidad de Ancón, 2020. Determinar la relación entre la comunicación organizacional y compromiso de continuidad en la Municipalidad de Ancón, 2020. Determinar la relación entre la comunicación organizacional y compromiso de normativo en la Municipalidad de Ancón, 2020.

Por ultimo tenemos la hipótesis general: Existe relación significativa entre la comunicación organizacional y el compromiso organizacional en la Municipalidad de Ancón, 2020 y las hipótesis específicas. Existe relación significativa entre la comunicación organizacional y el compromiso afectivo en la Municipalidad de Ancón, 2020. Existe relación significativa entre la comunicación organizacional y compromiso de continuidad en la Municipalidad de Ancón, 2020. Existe relación significativa entre la comunicación organizacional y compromiso normativo en la Municipalidad de Ancón, 2020.

II. MARCO TEÓRICO

Los artículos científicos considerados como antecedentes de la variable comunicación organizacional son los siguientes:

Segredo, et al. (2016), nos mencionaron que todo proceso organizacional se desarrolla a través de la comunicación, por lo tanto, es determinante en la dirección y el futuro de la organización.

Fontalvo, et al (2011), nos mencionaron que la comunicación organizacional es un aspecto elemental para las organizaciones y llegaron a la conclusión que, para la planificación estratégica, este elemento tiene influencia para la optimización y las operaciones y recursos.

Charry (2019), mencionó que la comunicación interna en la organización es una herramienta estratégica fundamental y crea una cultura de fidelidad, empoderamiento y sentido de pertenencia y esto va de la mano con un buen clima laboral que ayudara a retener y desarrollar el talento humano, por lo tanto, se logran los objetivos organizacionales.

Pineda (2019), nos mencionó que independientemente del tamaño de la organización, la comunicación ayuda al desarrollo empresarial y es de suma importancia un proceso de planeación para poder llegar a todas las áreas que conforman la empresa. La gestión de la comunicación debe tener una morada integral que no debe estar asociada a la imposición de fórmulas, pero es necesario un receptor que transforme la información en conocimiento.

Valenzuela, et al (2020), mencionaron que la comunicación interna efectiva dentro de la organización, se transforma en una estrategia de cambio y es importante definir de manera clara y precisa los planes estratégicos que tendrá la organización para elevar los niveles de productividad.

Rodríguez y Vásquez (2019), nos mencionaron que la comunicación organizacional se encuentra en un momento de cambio donde la tecnología asumió protagonismo simplificando y mejorando los procesos de trabajo en las organizaciones.

Robles (2018), nos dice que el estudio de la comunicación organizacional se da entorno a diseños e influencias, mediante las cuales la administración puede incrementar su rendimiento y también el de los empleados.

Domínguez (2019), dijo que considerando la categoría pública y la función social de los establecimientos debe atenderse a la búsqueda de mejoras comunicativas

mediante la diversificación de los tipos de comunicación organizacional, la orientación y los procesos comunicativos con el objeto de favorecer la transmisión de información, la motivación y la coordinación del trabajo de los directivos. De esta manera, se busca el fortalecimiento del cumplimiento de las metas en el desarrollo de la gestión en la organización.

Canseco y Ojeda (2016), mencionaron que las empresas utilizan la comunicación como competencia que facilita los procesos interpersonales que se necesita para lograr las metas de productividad permitiendo compartir la información para resolver conflictos y crear nuevas estrategias.

Rodríguez y Del Pino (2017), nos mencionaron que la gestión de información y comunicación organizacional constituyen procesos de carácter estratégico para el logro de los objetivos de la organización. La gestión de la información ayuda a tomar decisiones correctas en base a la transparencia y credibilidad. También la gestión de la comunicación asegura la coherencia entre los diferentes procesos de comunicación. Una correcta gestión integral debe priorizar la gestión de la información y comunicación organizacional.

Los artículos científicos considerados como antecedentes de la variable compromiso organizacional son los siguientes:

Betanzos y Paz (2007), indicaron que el compromiso organizacional se basa en las conductas y actitudes que tiene el colaborador, en donde asume los valores, las metas y la cultura organizacional, siendo así favorable para la empresa. Es por ello que los vínculos que se dan entre colaborador y la organización, son estudiados por psicología organizacional.

Mañas, et al (2007), Indicaron que el compromiso organizacional tiene tres facetas, el compromiso normativo que se refiere a las reglas que tiene la organización, siendo estas recíprocas; el compromiso de pertenencia se basa en los que perdería económicamente abandonar a la empresa; y el compromiso emocional se da cuando las se cubren las expectativas de los colaboradores, satisfaciendo sus necesidades.

Omar y Florencia (2008), señalaron que uno de los temas más estudiados es el nivel del compromiso que tiene el trabajador con la empresa donde labora, el interés a ello es porque los encargados del manejo de una empresa han podido darse cuenta que para el logro de las metas ante la competencia es necesario contar con

el personal identificado con la organización, para ello se debe influir en la eficiencia y bienestar del personal.

Claire y Böhr (2004), señalaron que el área de recursos humanos es la encargada de brindar herramientas útiles a los colaboradores para que éstas puedan comprometerse e integrarse a la organización, teniendo como resultado su permanencia y ventajas competitivas sobre otras. Así mismo señalan que los trabajadores deben de tener estos componentes con la empresa: la identificación, membresía y lealtad.

Mercado y Gil (2010), señalaron que hay dos tipos de compromisos: Primero, el empleado comprometido, y su intención es resolver todo tipo de problema que se presente, esto lo satura y causa el estrés, convirtiéndose así en un problema pues esa conducta no permite desenvolverse de la mejor manera. Segundo, el empleado altamente comprometido es más seguro y está preparado para afrontar el estrés.

Nieves, et al (2018), mencionaron que para el desarrollo personal, profesional y organizacional es muy importante el compromiso con la carrera que se opta y con la organización. Indican que es un estado psicológico que se da mediante el afecto con la empresa según los beneficios o satisfacciones que se le brinde, teniendo en cuenta que esto es un condicionante para el desempeño y estabilidad del colaborador, así como para el éxito de la empresa.

Marquina (2018), indica que el compromiso organizacional debe ser conocido por toda empresa, ya que es importante saber que tan comprometidos están los colaboradores con su trabajo, con las metas empresariales, personales y su mejoría personal. En el ámbito competitivo toda empresa busca producir más con menos recursos, por ello es importante tener a los colaboradores comprometidos y satisfechos, pues estas influyen demasiado en todo ámbito y más en el laboral, por tanto, debemos de conocerlas mediante una planificación estratégica en las metas empresariales ya que sino solo traería pérdidas.

Betanzos, N. y Paz, F. (2011), señalan que el compromiso organizacional tiene un impacto en los colaboradores para el logro de los objetivos organizacionales y mejoría de su eficiencia, en la actualidad no se trata solo de la permanencia del trabajador sino de la contribución que se puede lograr, creando así para este tema una nueva perspectiva de investigación.

Harris, et al. (2014), indicaron que cuando un colaborador está comprometido, brinda sus conocimientos para el buen desenvolvimiento en su área como si fuera propia, teniendo así la intención de perdurar en ella, entonces así la empresa llegaría al éxito ya que no tendría inconvenientes con pérdidas de colaboradores eficientes o ausentismos. Así mismo, este personal requiere poca supervisión pues este con su desarrollo lo demostrará alcanzado la productividad deseada que a la larga son conocimientos para el mismo colaborador en caso la empresa tuviera algún percance.

Las tesis internacionales consideradas como antecedentes de la variable comunicación organizacional son las siguientes:

Nieto (2017), en su tesis para optar el título de Psicóloga Organizacional, tuvo como objetivo evidenciar la relación entre la satisfacción laboral y el compromiso organizacional del personal del Instituto Tecnológico Superior Central Técnico, para generar acciones de mejoramiento. El tipo de investigación fue correlacional, diseño transaccional, se contó con una población de 221, tomó como muestra 126 trabajadores. Se concluyó que según la escala de correlación de Pearson estas dos variables cuentan con un nivel de correlación significativa de $r = 0,60$, $p > 0.01$ y que la hipótesis central se cumple, debido a que existe relación moderada entre estas dos variables.

Peña et al. (2016), en su artículo científico, tuvieron como objetivo identificar los componentes de más relevantes del compromiso organizacional de las empresas pequeñas del industrial metal-mecánica de Monclova, Coahuila. La investigación fue de tipo descriptivo, diseño transversal, mixta, la población y muestra es de 60 trabajadores. Concluyeron que las organizaciones priorizan el compromiso organizacional por intermedio del clima organizacional, comunicando y efectuando hacia los trabajadores, siendo ellos la principal fortaleza causando interés y puedan llevar al cumplimiento de metas a la organización.

Orjuela (2015), en su tesis para optar el grado académico de Doctorado, tuvo como objetivo relatar las diferencias de la producción científica latinoamericana, exhibidas en las revistas especializadas del rubro de ciencias de la comunicación impresas entre 2006 y 2011. La investigación fue de tipo descriptiva, enfoque cuantitativo, se tuvo un total de 2020 artículos, tomando como muestra solo 542. Los resultados destacables dan cuenta que la muestra analizada corresponden al 27% del total de

artículos publicados entre los años mencionados líneas arriba y el 73% por 1478 artículos apuntan a otros afines. Es así que demostró una oportunidad amplia para posicionar el tema de comunicación y organización en estas revistas porque se exige un profundo estudio sobre ello para el logro de objetivos de las organizaciones.

Las tesis nacionales consideradas como antecedentes de la variable compromiso organizacional son los siguientes autores:

Medina (2019), en su tesis para conseguir el título de Licenciada en Psicología, su objetivo fue comprobar el nivel de compromiso organizacional de los colaboradores de la organización GCZ Ingenieros S.A.C de Villa El Salvador, en el año 2019. La investigación fue de tipo correlacional, diseño de corte transversal y cualitativa descriptiva, su población de estudio fue de 289 colaboradores, teniendo como muestra 100 empleados. Se concluyó que los trabajadores de la mencionada empresa alcanzan un 65% ya que se sienten pertenecientes y apreciados por su organización.

Villalobos (2019), en su investigación para alcanzar el grado de Bachiller en Administración, tuvo como objetivo delimitar el nivel de comunicación organizacional de un operador logístico de la ciudad de Chiclayo. Esta investigación fue de tipo descriptivo, diseño no experimental, la población y muestra fueron 66 colaboradores. Se llegó a la conclusión que en el área de operación logística el nivel de comunicación organizacional es alto pues el 80% de los trabajadores están conformes con la comunicación brindada por la empresa, entonces deducen que en la organización la comunicación es formal intercambiando información las áreas para una mejor coordinación y mejora de actividades.

Prado (2018), en su tesis para conseguir la Licenciatura en Administración, tuvo como objetivo general comprobar la relación existente entre la primera variable con la segunda variable en los vendedores de Seguros de Vida de Pacífico de Trujillo. La investigación fue de tipo correlacional, diseño no experimental-transversal, la población tuvo 42 colaboradores y la muestra el total de la población. Se concluyó que en la primera variable el 66.67% de los empleados califican alta la comunicación organizacional y el 23.81% regular, ya que de forma periódica se realizan las reuniones, donde se hacen propuestas y tomas de decisiones con los trabajadores.

Las teorías relacionadas de la comunicación propuesta por Costa y Túñez (2015), indicaron que en la actualidad hay muchas escuelas teóricas que investigan las líneas y modelos de comunicación. La comunicación organizacional en el año 1950 fue calificada como disciplina, sus orígenes están plasmados en el marketing y en las teorías de la organización de empresas, Taylor y Fayol lo iniciaron en el ámbito histórico del desenvolvimiento de la producción y consumos en grandes masas a comienzos del siglo XX. Por el lado de la teoría de la comunicación según Wolf (1987), nos señaló que los primeros investigadores en estudiar la correlación de los medios de comunicación y sus públicos afirmaban que ellos comunicaban a una población pasiva, homogénea y masificada sin capacidad de respuesta frente a un mismo hecho, es así que Harold Laswell investigó la comunicación y su influencia programada en la participación ciudadana durante la primera guerra mundial surgiendo así teoría de la comunicación llamada Bala Mágica, dándose a comienzos del siglo XX que concluyeron que los medios crean un estímulo que se introduce en el receptor sin una instancia de intermediación, es decir con una conexión directa entre la exposición de los mensaje y el comportamiento de las personas. Entre 1920 y 1940 la teoría de la aguja hipodérmica (Bala Mágica) fue coherente para su tiempo, la sociedad pasó a ser nombrada como sociedad de masas, ya que las personas se encontraban psicológicamente aisladas de otras, los individuos eran interpersonales en sus interacciones y las personas son libres de la influencia que puedan tener sobre las cuestiones sociales. Asimismo, existe la teoría de la comunicación llamada Efectos Limitados, fue dada por Paul Lazarsfeld en 1940 propuso que los efectos de los medios son indirectos y que se filtran por la capacidad cognitiva de cada persona, él afirma que los mensajes proporcionados por los medios de comunicación pueden llegar a las personas de formas distintas, basa su propuesta en estudios empíricos, este enfoque cuestiona el poder que tiene los medios dentro de la sociedad. Para Lazarsfeld la relación de los medios y las personas es importante pero no es determinante, él afirma que tienen más influencias sobre las personas los líderes de opinión y sus grupos primarios. Para este autor nuestras decisiones sobre diferentes temas están marcada por la clase social, el lugar en que nacemos, las creencias religiosas y las opiniones que escuchemos de nuestros líderes. Por otro lado, Fernández (2007), mencionó que Lazarsfeld y Katz en su teoría de comunicación llamada dos pasos

nos indicaron que el sistema comunicativo y la influencia de sus medios se componían en dos fases distintas: el primero es que los medios dan el mensaje al líder de opinión el cual es una persona que gracias a sus conocimientos, habilidades, cualidades y empatía tienen influencia en un grupo determinado de personas, el segundo, una vez que los líderes de opinión reciben el mensaje lo transmitirán hacia la audiencia de forma clara. En conclusión, el mensaje va desde los medios de comunicación hacia el líder y después el líder lo comunica a la audiencia. Por otro lado, Watzlawick (2011), en su teoría de la comunicación humana planteó que los problemas de comunicación se dan porque no siempre las opiniones son iguales entre las personas. El incumplimiento de ciertas reglas comunicativas ocasiona inconvenientes en la comprensión mutua e interacción de forma errónea. Mediante las reglas de la comunicación se conocen los medios que permiten o dificultan recibir los mensajes entre los participantes.

Las teorías relacionadas del compromiso organizacional propuesta por Meyer & Allen (1991), (como citó Arias, 2001), tenía como primer modelo dos componentes del compromiso: afectivo y continuidad, después se añade el compromiso normativo, como factor común se considera la característica psicológica que se da entre el colaborador y la entidad donde labora, teniendo como importancia la toma de decisiones, evaluando si se continúa o se retira de la organización.

Arras et al. (2008), la comunicación organizacional se concibió en la escuela de la administración; se tiene una formación para brindar soluciones y están clasificadas según su ámbito: la línea vertical descendente transfiere órdenes e información de actividades por desarrollar. Asimismo, existe la comunicación vertical ascendente, su propósito es trasladar los resultados conseguidos tras la ejecución de un trabajo. Esto indica que la mencionada escuela no considera la comunicación informal, tampoco la formal horizontal, sin embargo, Henry Fayol, el teórico francés concibió a la administración como una serie mundial de cinco funciones: planeación, organización, dirección, coordinación y control, por ello estudió administración contemporáneamente con Taylor, este teórico objetó que la comunicación horizontal debe considerarse, porque es un camino en la comunicación formal.

Timoteo (2013), señaló que entre la década de los 80 y principios de los 90, la comunicación se constituyó en la organización como herramienta regularizadora de

gestión, estableciendo su valor y peso como integrante del corazón de las mismas siendo también necesaria. Entonces, como valor añadido se tuvo a la comunicación, el cual fue considerado importante para la toma de decisiones estratégicas. Lo intangible en definitiva queda adherido a lo largo de la década de los 90 en las estructuras orgánicas de las corporaciones y empresas, surge la figura del Director de comunicación como integrante y se establece como parte del equipo de la presidencia. La comunicación cambió de ser un instrumento condicionado a otras funciones estratégicas en la organización.

Araujo y Brunet (2012), señalaron que el programa Trust es creada después de aplicar una encuesta de compromiso, en donde los resultados indicaron que no había confianza entre los jefes y subordinados. Es ahí donde se generó la necesidad de obtener una cultura basada en confianza, siendo imprescindible para llegar al compromiso. Indicaron que la confianza brinda la efectividad para minorar la burocracia, fue uno de los argumentos para tomar acciones. En abril del 2010 se trabajaba en base al compromiso y confianza, consistiendo en la participación de los jefes y colaboradores de la organización. Este proyecto fue imprescindible para generar el cambio en los negocios mediante el compromiso. Sin embargo, hay un proyecto más codicioso que trata del desarrollo mismo del compromiso, tiene inicio en el 2009 hasta el 2012, tiene consigo 4 características importantes: evaluación del rol y responsabilidad, apoyo de servicio efectivo, desarrollar el sentido de pertenecer al equipo y crear oportunidades de crecimiento. El proyecto Trust tiene como meta promover el compromiso de todos sus colaboradores, incentivar una cultura positiva y acelerar la toma de decisiones, restando la burocracia y costos.

Andrade (2005), indicó que la comunicación organizacional es un ámbito del conocimiento humano donde se investiga el proceso de la comunicación en las entidades y entorno. Este tema es relativamente nuevo, teniendo como primeras obras publicadas en el año 70, año donde surgen casos con más énfasis, especialistas en el tema dando presión relevante desde la conceptualización hasta la aplicación de estos conocimientos en las empresas. Así mismo indicó que es un vinculado de técnicas y actividades que generan desarrollos de estrategias, por intermedio de mensajes entre los integrantes de la organización y entorno. Chiavenato (2015), indica que la comunicación organizacional es básica para la coherencia y estabilidad del comportamiento de los individuos, este es un proceso

en donde las personas intercambian información de la empresa. Existen tres modos responsables de transmitir la información los cuales son: descendentes, ascendentes y horizontales, estos canales permiten que fluya de manera asertiva la comunicación en la organización.

Ulloa, Apolo y Villalobos (2015), mencionaron que la comunicación organizacional es aquella que se desarrolla en los organismos públicos, empresas, entidades sobre el principio del cambio de experiencias, estudios, emociones e ideas entre las personas que las constituyen con el propósito de crear integridad y lograr que los colaboradores cooperen a alcanzar el éxito de los objetivos estratégicos. La comunicación y el intercambio de conocimientos están destinados a lograr fortalecer la imagen proyectada como organización.

Arribas, et al (2006), mencionaron que la alta directiva debe considerar que la mayor motivación que se le puede dar a un colaborador es en el momento donde su opinión es tomada en cuenta, es ahí donde el colaborador recibe la oportunidad de dejar salir su capacidad de creatividad y desarrollarse en su entorno, todo ello podrá ser realizado cuando los medios comunicativos sean transparentes y las relaciones sean honestas, libres y amigables. Para una transformación, la directiva debe tener en cuenta que quien lidere el cambio sea poseedor cualidades positivas, según como se señala, no todos los jefes son líderes y eso es lo que se requiere en la organización.

Aljure (2015), indico que primero debemos de tener en claro qué es una organización. La organización es una entidad que fue formada para lograr metas, objetivos mediante el talento humano y de patrimonios tangibles como intangibles. La organización cual sea su formación y su plazo de determinación, están en constante trato con el público tanto dentro y fuera de la entidad, es ahí donde se da la comunicación formalmente llamada comunicación organizacional.

Costa (2005), señalaron que la comunicación organizativa es una comunicación adaptada a las organizaciones. Se investiga sobre los valores según el comportamiento, el grado de confianza, respeto, imparcialidad, orgullo por su área de trabajo, entidad y de sus labores desempeñadas. El colaborador debe reconocer la cultura e información general de la organización.

Félix (2014), indicó que la comunicación empresarial u organizativa pretende ser el elemento de equilibrio y transformación en los procesos sociales internos de la

organización. Trabajando por los diversos públicos, principalmente internos y externos, la comunicación debe permitir a la organización equilibrar las relaciones entre ambos públicos, ya que es un reflejo del entorno organizativo. De igual manera mencionó que la comunicación integrada tiene que ser construida de excelente manera en las organizaciones teniendo en cuenta a los diferentes instrumentos de comunicación y respetando la particularidad de cada uno de ellos, es de suma importancia que su contenido sea único. Entonces, lo mencionado no solo trata las gestiones de comunicación, pues también incluye información de la organización, siendo primordial para el incremento de la eficiencia y cumplimiento de las metas de productividad.

Arciniega (2002), indicó que principalmente se analiza los vínculos que puede generar el apego de un empleado hacia su centro laboral, qué factores y variables intervienen para su desarrollo. Este apagamiento hacia una organización se denomina compromiso organizacional el cual genera un buen desempeño del colaborador, señala que mientras el compromiso sea más elevado, los resultados serán favorables para la empresa.

Según Mowday, et al. (1979) (como citó Newell, 2002), definió al compromiso organizacional como una identificación relativa del individuo con la organización. Entonces, básicamente consiste en el comportamiento de la persona hacia la empresa donde labora, considerando los objetivos como propios, esforzándose y deseando ser partícipe de ella.

Betanzos y Paz (2007), indicaron que el compromiso organizacional es el periodo donde el colaborador se siente identificado con ella, busca su permanencia en la misma, ya que generó un ambiente afectivo.

Araujo y Brunet (2012), mencionaron que el compromiso deriva de una estrategia empresarial y de los recursos humanos. Por tanto, el compromiso genera en las organizaciones un valor de competencia sostenible. Así mismo, señalaron que la estrategia empresarial tiene influencia en el desenvolvimiento del compromiso, tanto como una buena gestión de los recursos humanos. De esta manera, si lo mencionado alcanza un nivel elevado de desarrollo, la organización se incrementará competitivamente. De igual manera, indicaron que las organizaciones no conseguirían un compromiso de sus colaboradores si no se les trata con respeto y justicia, pues la confianza, lealtad, fidelidad y compromiso dependerá del apoyo

recibido por parte de la organización; entonces el compromiso con la organización se inicia con la relación emocional, para ello ambas metas deben estar direccionadas para generar un compromiso fuerte.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo

La investigación ha sido de tipo aplicada. Namakforoosh (2005), señaló que la investigación de tipo aplicada tiene como propósito dar a conocer la realidad problemática de la investigación, entonces se busca resolver los problemas mediante la toma de decisiones.

3.1.2. Enfoque

Enfoque: La investigación fue cuantitativa. Según Hernández et al. (2014), la investigación cuantitativa se da por intermedio de la recolección de datos estadísticos.

3.1.3. Nivel

El nivel de la investigación fue descriptivo-correlacional.

Según Bernal (2010), en el nivel descriptivo la recolección de datos se da por intermedio de la observación. Así mismo, indican que la investigación correlacional estudia la relación de ambas variables según la recolección de datos.

3.1.4 Diseño

El diseño de la investigación ha sido no experimental corte transversal.

Según Hernández et al. (2010), se llama diseño no experimental porque no habrá manipulación de las variables estudiadas. De igual manera, indican que se pueden manifestar de forma transversal, significando así que el estudio es tomado en un solo momento del tiempo, analizando las variables y sucesos entre ambas.

3.1.5 Método

El método de la investigación fue hipotético deductivo. Bernal (2010), sustenta que este método de investigación establece una hipótesis de afirmación anticipada donde el objetivo es refutar conclusiones que deben ser comparadas con los hechos de estudio.

3.2 Variable y operacionalización

Según Hernández et al. (2014), las variables son propiedades que poseen variaciones las cuales son medibles u observables. Estos se pueden aplicar a seres vivos, objetos, fenómenos y sucesos, obteniendo valor de la variable referente. De igual manera, obtienen valor para la investigación cuando se relacionan variables distintas.

3.2.1 Variable: Comunicación organizacional

Definición conceptual: Chiavenato (2015), definió que la comunicación organizacional es el medio donde los colaboradores y la organización intercambian información, siendo primordial el alcance de la relación y firmeza en el comportamiento de los colaboradores. Muchas veces esta no es fluida puesto que el mensaje se distorsiona o tarda en llegar de jefes a empleados o viceversa.

Definición operacional

Chiavenato (2015), mencionó que dentro de una organización se han determinado tres tipos de comunicación: descendentes, ascendentes y horizontales, de igual manera se han identificado tres indicadores por cada dimensión.

Dimensiones:

Comunicación descendente: Chiavenato (2015), mencionó que es aquella de los altos directivos hacia los colaboradores, mediante el liderazgo se pretende dar soluciones a los problemas que presente la organización por intermedio de la empatía y manejo de un buen clima de trabajo.

Comunicación ascendente: Chiavenato (2015), mencionó que es dada de colaboradores hacia los altos directivos, se brindan sugerencias de mejora continua para la eficiencia, solucionando así los problemas y brindando informes sobre el desempeño del personal.

Comunicación horizontal: Chiavenato (2015), mencionó que se da entre compañeros de cualquier área de la organización, su finalidad es informar, apoyar y coordinar sobre las actividades a realizar.

Indicadores: Según Real Academia Española (2014):

Liderazgo. Influencia de una persona que permite guiar a un grupo determinado para el logro de las metas fijadas.

Empatía. Sentimientos de identificación hacia otra persona.

Clima laboral. Ambiente de trabajo que se caracteriza por un conjunto de aspectos tangibles e intangibles.

Sugerencia. Proponer ideas con el propósito de realizar alguna acción.

Eficiencia. Realizar de manera correctamente lo encomendado dentro de lo estipulado y con los recursos óptimos.

Desempeño. Realización de actividades según el cargo ocupado.

Trabajo en equipo. Grupo de personas destinadas de acuerdo a habilidades y competencias específicas, para llegar a cumplir un determinado objetivo dirigidos por un líder bajo la conducción de un coordinador.

Informar. Brindar la información de un tema competente.

Coordinación. Trabajo constante para el cumplimiento de objetivos enlazando más de dos elementos.

Escala de medición: Ordinal

Según Hernández et al. (2010), se fijan varias categorías manteniendo un orden el cual es de mayor a menor, prevaleciendo la jerarquía, ya sean de símbolos o etiquetas.

3.2.2. Variable: Compromiso organizacional

Definición conceptual: Meyer y Allen (1991) (como citó Rodríguez et al., 2004), señalaron que: el compromiso es un estado psicológico el cual describe a la persona y su relación con la organización.

Definición operacional

Meyer y Allen (1991) (como citó Rodríguez et al., 2004), indicaron que el compromiso está dividido en 3 componentes: compromiso afectivo, continuidad y normativo, de igual manera se han identificado tres indicadores por cada uno.

Dimensiones:

Compromiso afectivo

Meyer y Allen (1991) (como citó Rodríguez et al., 2004), indicaron que es el sentimiento del colaborador hacia la organización que es adquirido como resultado de la satisfacción al cumplir sus expectativas.

Compromiso de continuidad

Meyer y Allen (1991) (como citó Rodríguez et al., 2004), indicaron que es el resultado de la inversión del esfuerzo y tiempo que el colaborador brinda a la empresa para su permanencia en ella.

Compromiso normativo

Meyer y Allen (1991) (como citó Rodríguez et al., 2004), indicaron que es el deber moral y/o gratitud sentida por el colaborador, y es respondido de manera recíproca como consecuencia de los beneficios logrados.

Indicadores: Según Real Academia Española (2014):

Satisfacción. Sentimiento de felicidad cuando se concreta algo esperado.

Sentimiento. Habilidad emocional ante una situación.

Expectativa. Perspectiva para el cumplimiento de ciertas cosas.

Tiempo. Periodo determinado para la realizar de alguna acción.

Esfuerzo. Utilización de mucha fuerza para el logro de un fin.

Permanencia. Persistencia de quedarse en un lugar.

Moral. Relativo al comportamiento de una persona que permite su calificación.

Lealtad. Fidelidad y/o respeto a los principios por uno mismo y demás.

Reciprocidad. Brindar algo a otra persona y que ésta responda de la misma manera.

Escala de medición: Ordinal

3.2.3. Operacionalización de variables

Ver anexo N° 1: Operacionalización de variables

3.3 Población y muestra

Población

Estuvo constituida por todos los colaboradores administrativos de la Municipalidad de Ancón los cuales son 70. Según Hernández et al. (2014), la población es un conjunto de todos los casos que coinciden con especificaciones determinadas por el contenido de sus características, lugar y tiempo.

Criterios de inclusión

Son los colaboradores que trabajan en la parte Administrativa de la Municipalidad de Ancón

Criterios de exclusión

Se excluye aquellos colaboradores que no se encuentran dentro de la parte Administrativa, de igual manera a los jefes de las distintas áreas, ya que la encuesta está dirigida a los colaboradores administrativos para medir la relación de ambas variables.

Muestra

La muestra fue censal porque se considerará a toda la población, es decir, los 70 colaboradores de la Municipalidad de Ancón. Según Hernández et al. (2014), La muestra es un subconjunto de la población con la que se trabajará para recolectar los datos, los cuales serán definidos y delimitados con precisión.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1 Técnica

La técnica utilizada para la recolección de datos fue la encuesta, ella tuvo una serie de preguntas cuyo objetivo fue obtener los datos que requiere la investigación para

luego ser analizadas. Bernal (2010) mencionó que la encuesta permite conocer la opinión de las personas, con relación a los problemas identificados.

3.4.2 Instrumento

Se utilizó el cuestionario, el cual está elaborado por 18 ítems, que fueron respondidos con el tipo de escala Likert para su respectiva medición. Hernández et al. (2014), indicaron que el cuestionario es un conjunto de interrogaciones en relación a una o más variables que se desean medir, ellas deben de ser adecuadas según el problema e hipótesis planteada. Así mismo Hernández et al. (2014), mencionaron que la escala Likert es una relación de ítems formuladas afirmativamente, el cual medirá la reacción del individuo.

Validez

La validez del instrumento se desarrolló por el método de juicio de expertos, los cuales estuvieron conformados por docentes especializados, los mismos que están ubicados en el anexo N° 3.

Confiabilidad

La confiabilidad del instrumento se obtuvo a través del estadístico Alfa de Cronbach, previo procesamiento de los datos que fueron obtenidos mediante la encuesta piloto a 25 trabajadores donde se tuvo como resultado de fiabilidad de la variable comunicación organizacional 0,814 y de la variable compromiso organizacional 0,874, donde ambos resultados son buenos según la escala de fiabilidad. Los mismos que se encuentran en el anexo N° 4.

3.5 Procedimientos

Primero: Para la obtención de los datos se solicitó autorización mediante documento respectivo al Sub Gerente de Recursos Humanos, quien autorizó la recopilación de datos, el mismo que se adjunta como anexo de la presente tesis.

Segundo: Teniendo culminada y revisado el instrumento de investigación “cuestionario”, se hicieron las respectivas impresiones que se remitieron a los 70

colaboradores de la Municipalidad de manera física, recolectando el resultado al instante.

Tercero: Se controló que no exista manipulación de datos, lo cual permitió medir las variables, dimensiones e indicadores de manera transparente.

3.6 Método de análisis de datos

3.6.1 Método descriptivo

Mediante este método y con ayuda del programa SPSS, se logró obtener las tablas, gráficos de frecuencia por variables y dimensiones agrupadas, las cuales se interpretaron. Según Hernández et al. (2014), mencionaron que el método descriptivo especifica los valores, datos y puntuaciones de las variables como de las dimensiones del estudio realizado, los resultados son reflejados en tablas y gráficos de frecuencia.

3.6.2 Método Inferencial

Mediante este método se han realizado las pruebas de hipótesis con el estadístico del Rho Serman, donde se obtuvo los resultados de los índices de correlación y significancias respectivas de la hipótesis general e hipótesis específicas de la investigación, dicho análisis estableció la relación que existe entre las variables de investigación, lo mencionado está sustentado por Hernández et al. (2014), quienes definieron que la estadística inferencial es aquella que permite probar la hipótesis y estimar parámetros logrando resultados.

3.7 Aspectos éticos

La investigación se realizó respetando los aspectos éticos, en primer lugar se priorizo la propiedad intelectual de los autores que fueron citados según las normas APA, de todo el material bibliográfico que fue utilizado los cuales fueron artículos científicos, trabajos previos, conceptos, teorías, revistas y periódicos y se ha respetado los resultados obtenidos.

IV. RESULTADOS

4.1. Análisis descriptivo

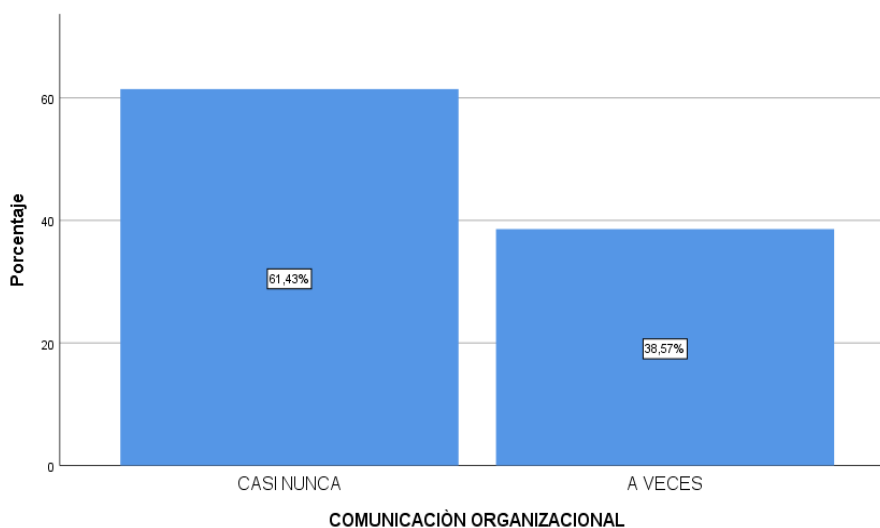
4.1.1. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIA DE VARIABLE

Variable: comunicación organizacional

Tabla N° 1: Frecuencia de la variable comunicación organizacional

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL (Agrupada)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	43	61,4	61,4	61,4
	A VECES	27	38,6	38,6	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Grafico N° 1:



Interpretación: Se evidencia en la tabla N° 1 los datos obtenidos mediante el instrumento en la muestra establecida para la investigación referente a que, si se aplica la comunicación en la organización que incluye las dimensiones comunicación descendente, comunicación ascendente y comunicación horizontal, el 61.43% indica que casi nunca y el 38.57% que a veces.

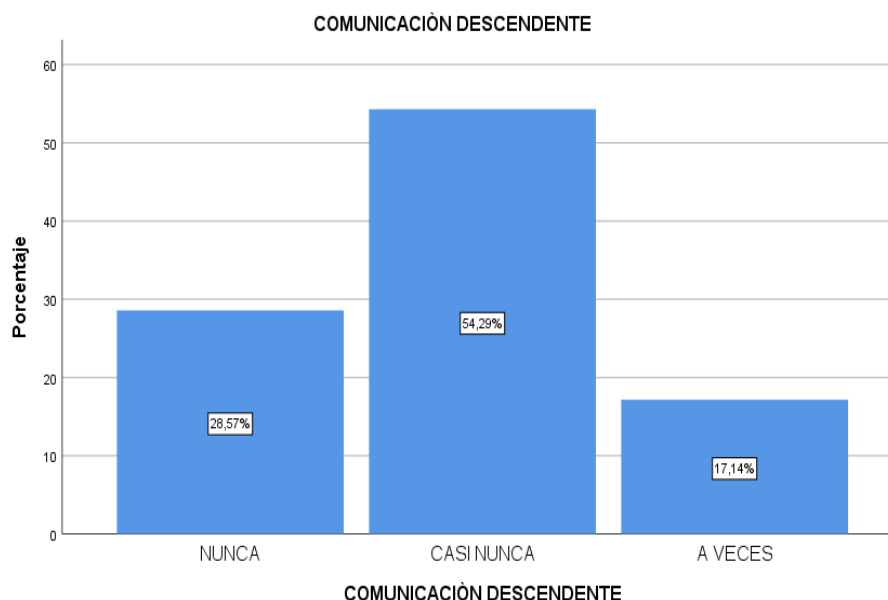
DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DE DIMENSIONES

Dimensión: Comunicación descendente

Tabla N° 2: Frecuencia de la dimensión comunicación descendente

COMUNICACIÓN DESCENDENTE (Agrupada)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	20	28,6	28,6	28,6
	CASI NUNCA	38	54,3	54,3	82,9
	A VECES	12	17,1	17,1	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Gráfico N° 2:



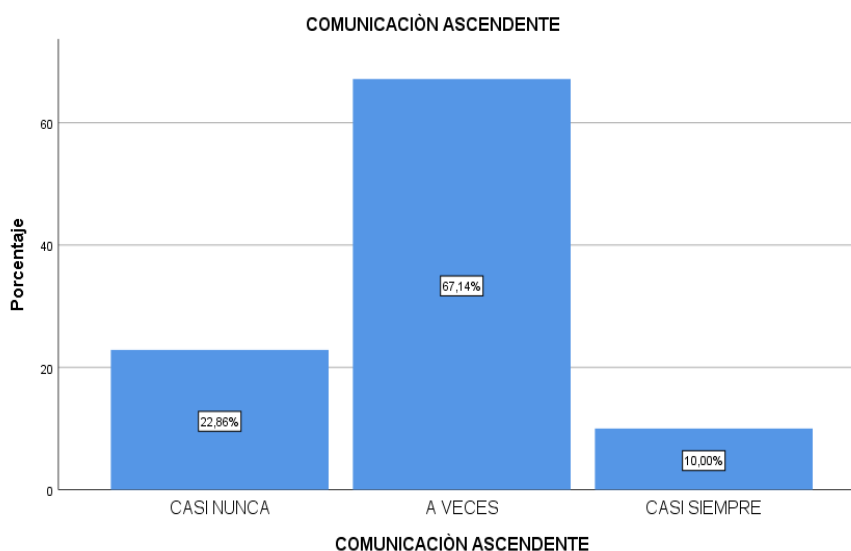
Interpretación: Como se evidencia en la tabla N° 2 los datos obtenidos mediante el instrumento en la muestra establecida para la investigación referente a que, si se aplica la comunicación descendente en la organización que incluye los indicadores liderazgo, empatía y clima laboral, el 54.29% consideran que casi nunca, 28.57% que nunca y 17.14% a veces.

Dimensión: Comunicación ascendente

Tabla N° 3: Frecuencia de la dimensión comunicación ascendente

COMUNICACIÓN ASCENDENTE (Agrupada)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	16	22,9	22,9	22,9
	A VECES	47	67,1	67,1	90,0
	CASI SIEMPRE	7	10,0	10,0	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Grafico N° 3:



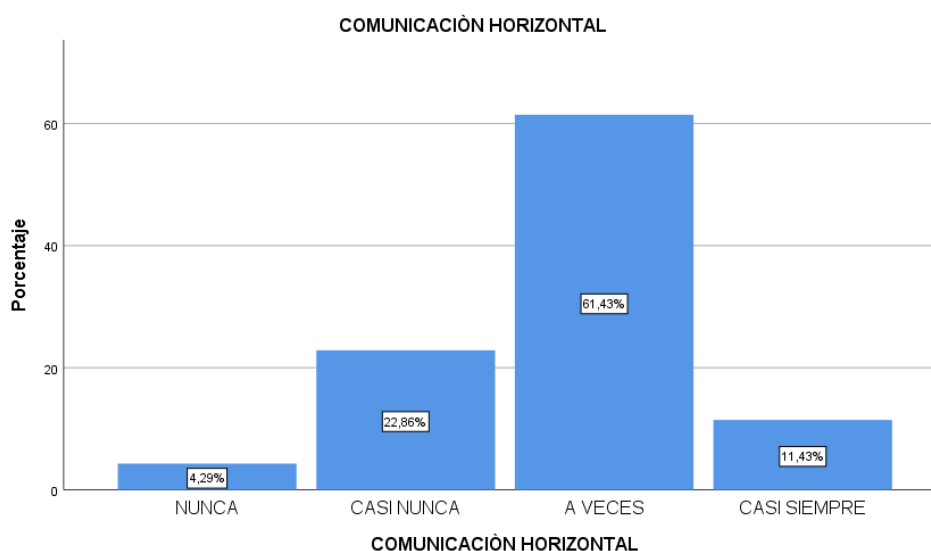
Interpretación: Como se evidencia en la tabla N° 3 los datos obtenidos mediante el instrumento en la muestra establecida para la investigación referente a que, si se aplica la comunicación ascendente en la organización que incluye los indicadores sugerencia, eficiencia y desempeño, el 67.14% señalaron casi nunca, 22.86% nunca y 10% casi siempre.

Dimensión: Comunicación horizontal

Tabla N° 4: Frecuencia de la dimensión comunicación horizontal

COMUNICACIÓN HORIZONTAL (Agrupada)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	3	4,3	4,3	4,3
	CASI NUNCA	16	22,9	22,9	27,1
	A VECES	43	61,4	61,4	88,6
	CASI SIEMPRE	8	11,4	11,4	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Gráfico N° 4:



Interpretación: Como se evidencia en la tabla N° 4 los datos obtenidos mediante el instrumento en la muestra establecida para la investigación referente a que, si se aplica la comunicación horizontal en la organización que incluye los indicadores trabajo en equipo, informar y coordinación, el 61.43% considera que a veces, 22.86% casi nunca, 11.43 % casi siempre y 4.29% nunca.

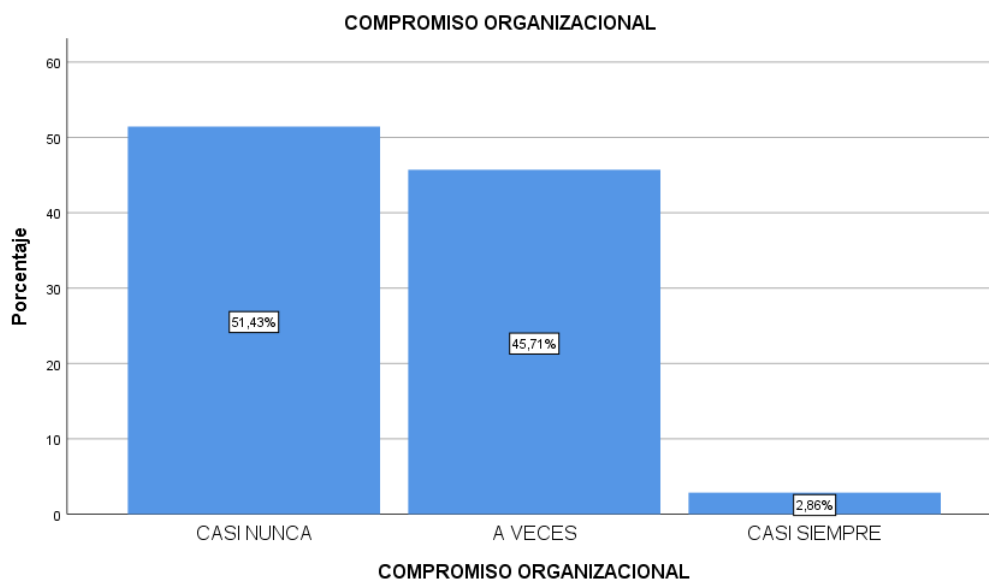
4.1.2. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIA DE VARIABLE

Variable: Compromiso organizacional

Tabla N° 5: Frecuencia de la variable compromiso organizacional

COMPROMISO ORGANIZACIONAL (Agrupada)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	36	51,4	51,4	51,4
	A VECES	32	45,7	45,7	97,1
	CASI SIEMPRE	2	2,9	2,9	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Gráfico N° 5:



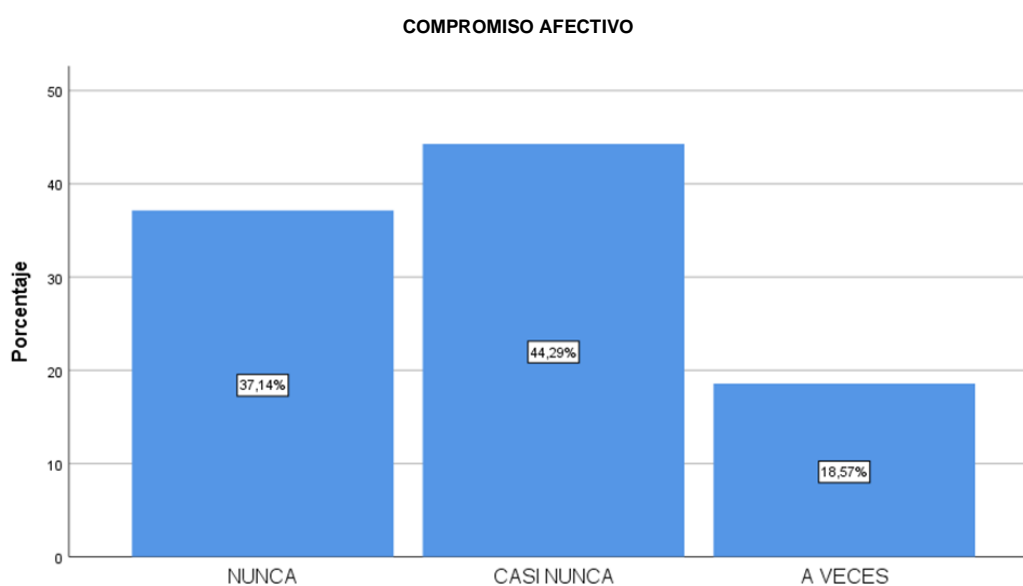
Interpretación: Como se evidencia en la tabla N° 5 los datos obtenidos mediante el instrumento en la muestra establecida para la investigación referente que, si se aplica el compromiso en la organización que incluye las dimensiones compromiso afectivo, compromiso de continuidad y compromiso normativo, el 51.43% considera que casi nunca, 45.71 % a veces y 2.86 % casi siempre.

Dimensión: Compromiso afectivo

Tabla N° 6: Frecuencia de la dimensión compromiso afectivo

COMPROMISO AFECTIVO (Agrupada)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	26	37,1	37,1	37,1
	CASI NUNCA	31	44,3	44,3	81,4
	A VECES	13	18,6	18,6	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Gráfico N° 6:



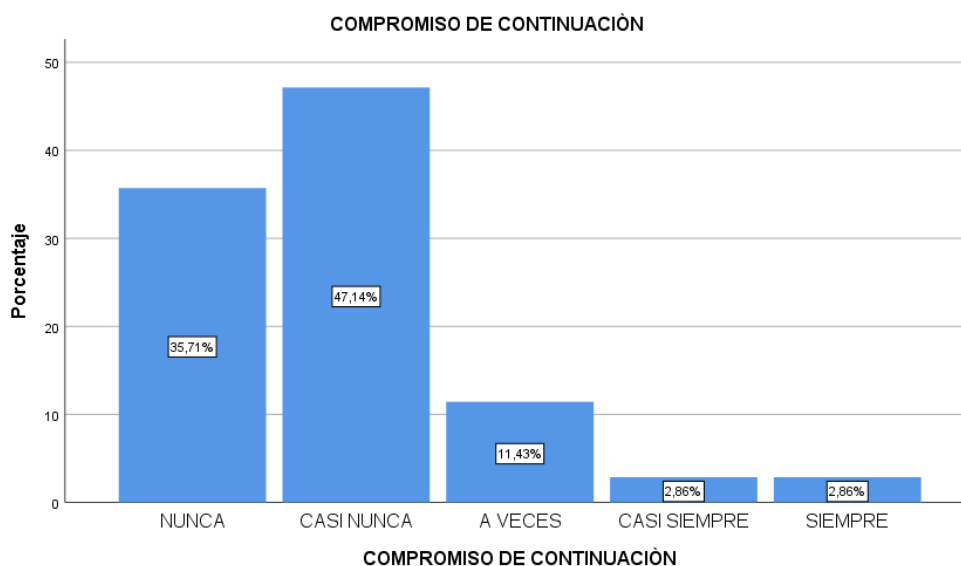
Interpretación: Como se evidencia en la tabla N° 6 los datos obtenidos mediante el instrumento en la muestra establecida para la investigación referente a que, si se aplica el compromiso afectivo en la organización que incluye los indicadores satisfacción, sentimiento y expectativa, el 44.29% menciona casi nunca, 37.14% nunca, y 18.57% a veces.

Dimensión: Compromiso de continuidad

Tabla N° 7: Frecuencia de la dimensión compromiso de continuidad

COMPROMISO DE CONTINUIDAD (Agrupada)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	25	35,7	35,7	35,7
	CASI NUNCA	33	47,1	47,1	82,9
	A VECES	8	11,4	11,4	94,3
	CASI SIEMPRE	2	2,9	2,9	97,1
	SIEMPRE	2	2,9	2,9	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Gráfico N° 7:



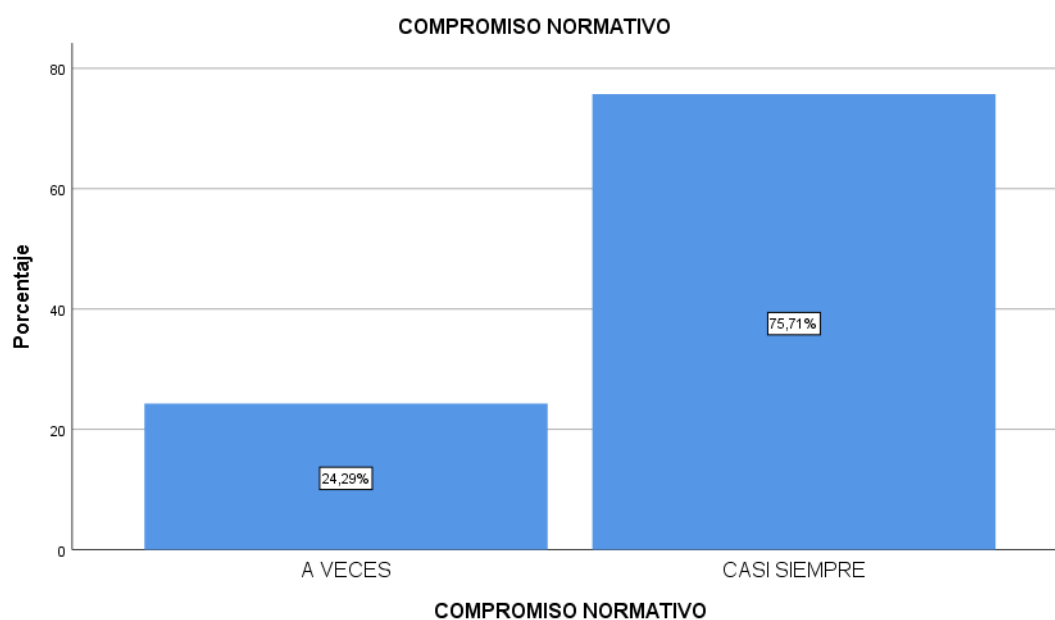
Interpretación: Como se evidencia en la tabla N° 7 los datos obtenidos mediante el instrumento en la muestra establecida para la investigación referente a que, si se aplica el compromiso de continuidad en la organización que incluye los indicadores tiempo, esfuerzo y permanencia, el 47.14% menciona que casi nunca, 35.71% nunca, 11.43% a veces, 2.86% casi siempre y 2.86% siempre.

Dimensión: Compromiso normativo

Tabla N° 8: Frecuencia de la dimensión compromiso normativo

COMPROMISO NORMATIVO (Agrupada)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A VECES	17	24,3	24,3	24,3
	CASI SIEMPRE	53	75,7	75,7	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Gráfico N° 8:



Interpretación: Como se evidencia en la tabla N° 8 los datos obtenidos mediante el instrumento en la muestra establecida para la investigación referente a que, si se aplica el compromiso normativo en la organización que incluye los indicadores: moral, lealtad y reciprocidad, el 75.71% menciona que casi siempre y 24.29% a veces.

4.2. Análisis inferencial

Considerando que las variables de investigación son cualitativas y tienen escala de medición ordinal su distribución es no paramétrica; por consiguiente, se utilizó para la prueba de hipótesis un estadístico no paramétrico, el cual fue Rho Spearman lo que se sustenta con el libro de Hernández et al. (2014) quienes definen a Rho Spearman se utiliza en un nivel de medida ordinal.

4.2.1 Pruebas de hipótesis

Coeficiente de correlación y reglas de decisión

Tabla N° 9: Coeficiente de correlación

RANGO	RELACIÓN
-0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.75	Correlación negativa considerable.
-0.50	Correlación negativa media.
-0.25	Correlación negativa débil.
-0.10	Correlación negativa muy débil.
0.00	No existe correlación alguna entre las variables.
+0.10	Correlación positiva muy débil.
+0.25	Correlación positiva débil.
+0.50	Correlación positiva media.
+0.75	Correlación positiva considerable.
+0.90	Correlación positiva muy fuerte
+1.00	Correlación positiva perfecta

Nota: Tomado de Metodología de la investigación, sexta edición, por Hernández, Fernández y Baptista, 2014, Mexico DF., Mexico: Mc Graw-Hill

Condiciones:

- Sig T = 5%
- Nivel de aceptación 95%, Z=1,96
- Ho = Hipótesis nula
- Ha = Hipótesis alterna

Regla de decisión:

- a) Si valor $p > 0.05$, se acepta Ho y se rechaza la Ha.
- b) Si valor $p < 0.05$, se rechaza Ho y se acepta la Ha.

Prueba de hipótesis general

Ha: Existe relación significativa entre la comunicación organizacional y el compromiso organizacional en la Municipalidad de Ancón, 2020.

Ho: No existe relación significativa entre la comunicación organizacional y el compromiso organizacional en la Municipalidad de Ancón, 2020.

Tabla N° 10: Prueba de hipótesis general

			COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	COMPROMISO ORGANIZACIONAL
Rho de Spearman	COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	Coeficiente de correlación	1,000	,479**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	70	70
	COMPROMISO ORGANIZACIONAL	Coeficiente de correlación	,479**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	70	70

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

Interpretación: De acuerdo a los resultados que se muestran en la tabla N° 10, el coeficiente de correlación Rho Spearman es 0.479 y la significancia 0.000; considerando la tabla N° 9 coeficiente de correlación, el nivel de correlación positiva débil; teniendo en cuenta la regla de sig. T, Si $p < 0.05$, se rechaza hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. En consecuencia, se ha determinado que existe correlación entre la variable comunicación organizacional y compromiso organizacional.

Prueba de hipótesis específica N° 1

Ha: Existe relación significativa entre la comunicación organizacional y el compromiso afectivo en la Municipalidad de Ancón, 2020.

Ho: No existe relación significativa entre la comunicación organizacional y el compromiso afectivo en la Municipalidad de Ancón, 2020.

Tabla N° 11:

Correlaciones

		COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	COMPROMISO EFECTIVO
Rho de Spearman	COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,521**
		N	,000
		70	70
	COMPROMISO EFECTIVO	Coeficiente de correlación	,521**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	,000
		70	70

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

Interpretación: de acuerdo a los resultados que se muestran en la tabla N° 11, el coeficiente de correlación Rho Spearman es 0,521 y la significancia 0,00; considerando la tabla N° 9 coeficiente de correlación, el nivel de correlación positiva media; teniendo en cuenta la regla de sig. T, Si $p < 0,05$, se rechaza hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. En consecuencia, se ha determinado que existe correlación significativa entre la comunicación organizacional y el compromiso afectivo.

Prueba de Hipótesis específica N° 2

Ha: Existe relación significativa entre la comunicación organizacional y compromiso de continuidad en la Municipalidad de Ancón, 2020

Ho: No existe relación significativa entre la comunicación organizacional y compromiso de continuidad en la Municipalidad de Ancón, 2020

Tabla N° 12:

Correlaciones

		COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	COMPROMISO DE CONTINUACIÓN	
Rho de Spearman	COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	Coeficiente de correlación	1,000	,283*
		Sig. (bilateral)	.	,018
		N	70	70
	COMPROMISO DE CONTINUIDAD	Coeficiente de correlación	,283*	1,000
		Sig. (bilateral)	,018	.
		N	70	70

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Interpretación: de acuerdo a los resultados que se muestran en la tabla N° 12, el coeficiente de correlación Rho Spearman es 0,283 y la significancia 0,018; considerando la tabla N° 9 coeficiente de correlación, el nivel de correlación positiva débil; teniendo en cuenta la regla de sig. T, Si $p < 0,05$, se rechaza hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. En consecuencia, se ha determinado que existe correlación significativa entre la comunicación organizacional y el compromiso de continuidad.

Prueba de Hipótesis específica N° 3

Ha: Existe relación significativa entre la comunicación organizacional y compromiso normativo en la Municipalidad de Ancón, 2020

Ho: No existe relación significativa entre la comunicación organizacional y compromiso normativo en la Municipalidad de Ancón, 2020

Tabla N° 13:

Correlaciones

			COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	COMPROMISO NORMATIVO
Rho de Spearman	COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	Coeficiente de correlación	1,000	,243*
		Sig. (bilateral)	.	,042
		N	70	70
	COMPROMISO NORMATIVO	Coeficiente de correlación	,243*	1,000
		Sig. (bilateral)	,042	.
		N	70	70

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Interpretación: de acuerdo a los resultados que se muestran en la tabla N° 13, el coeficiente de correlación Rho Spearman es 0,243 y la significancia 0,042; considerando la tabla N° 9 coeficiente de correlación, el nivel de correlación positiva muy débil; teniendo en cuenta la regla de sig. T, Si $p < 0,05$, se rechaza hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. En consecuencia, se ha determinado que existe correlación significativa entre la comunicación organizacional y compromiso normativo.

V. DISCUSIÓN

5.1 Objetivo general

Determinar la relación entre la comunicación organizacional y compromiso organizacional en la Municipalidad de Ancón, 2020; el hallazgo de la investigación nos da como resultado que existe relación entre las variables comunicación organizacional y compromiso organizacional, lo que se evidencia en el resultado obtenido con el coeficiente de Rho Spearman 0,479 y la significancia de 0,000.

Dichos resultados están dentro de la teoría de la comunicación de Harold Laswell llamada Bala Mágica, dándose a comienzos del siglo XX que concluyeron que los medios crean un estímulo que se introduce en el receptor sin una instancia de intermediación, es decir, con una conexión directa entre la exposición del mensaje y el comportamiento de las personas. Así mismo, es coherente con los resultados obtenidos de la tesis de Villalobos (2019), quien concluyó que el nivel de comunicación organizacional es alto, pues un 80 % de los trabajadores están conformes con la comunicación brindada por la empresa, entonces, deducen que en la organización la comunicación es formal intercambiando información en las áreas para una mejor coordinación, mejora de actividades y alto compromiso organizacional.

De igual manera, en su artículo científico Peña et al. (2016), concluyeron que las organizaciones priorizan el compromiso organizacional por intermedio del clima organizacional, comunicando y efectuando hacia los trabajadores, siendo ellos la principal fortaleza causando interés y puedan llevar al cumplimiento de metas a la organización. En conclusión, la comunicación es importante para incentivar el compromiso en los colaboradores.

5.1.1 Objetivos específicos

Objetivo específico 1

Determinar la relación entre la comunicación organizacional y compromiso afectivo en la Municipalidad de Ancón, 2020; el hallazgo de la investigación nos da como resultado que existe relación entre la variable comunicación organizacional y la

dimensión compromiso afectivo, lo que se evidencia como resultado obtenido el coeficiente de correlación Rho Spearman es 0,521 y la significancia 0,00.

Así mismo, es coherente con los resultados obtenidos de la tesis de Villalobos (2019), quien concluyó que en el área de operación logística el nivel de comunicación organizacional es alto, pues un 80 % de los trabajadores están conformes con la comunicación brindada por la empresa, entonces, deducen que en la organización la comunicación es formal intercambiando información en las áreas para una mejor coordinación, mejora de actividades y alto compromiso organizacional.

De igual forma es coherente con la definición de Arciniega (2002), en su artículo científico “Compromiso organizacional México ¿Cómo hacer que la gente se ponga la camiseta?”, donde indicó que principalmente se analiza los vínculos que puede generar el apego de un empleado hacia su centro laboral, factores como la fluidez de información y variables que intervienen para su desarrollo. Este apagamiento hacia una organización se denomina compromiso organizacional el cual genera un buen desempeño del colaborador, mientras el compromiso sea más elevado, los resultados serán favorables para la empresa.

Objetivo específico 2

Determinar la relación entre la comunicación organizacional y compromiso de continuidad en la Municipalidad de Ancón, 2020; el hallazgo de la investigación nos da como resultado que existe relación entre la variable comunicación organizacional y dimensión compromiso de continuidad de acuerdo a los resultados el coeficiente de correlación Rho Spearman es 0,283 y la significancia 0,018.

Dichos resultados son coherentes con la definición de Betanzos y Paz (2007), en su artículo científico “Análisis psicométrico del compromiso organizacional como variable actitudinal”, donde indicaron que el compromiso organizacional es el periodo donde el colaborador se siente identificado con ella, buscando su permanencia en la misma, ya que generó una comunicación positiva.

Objetivo específico 3

Determinar la relación entre la comunicación organizacional y compromiso de normativo en la Municipalidad de Ancón, 2020; el hallazgo de la investigación nos da como resultado que existe relación entre la variable comunicación organizacional y dimensión compromiso de normativo de acuerdo a los resultados el coeficiente de correlación Rho Spearman es 0,243 y la significancia 0,042.

Dichos resultados son coherente con la definición de Araujo y Brunet (2012), en su libro “Compromiso y competitividad en las organizaciones: El caso de una empresa aeronáutica”, mencionaron que las organizaciones no conseguirían un compromiso de sus colaboradores si no se les trata con respeto y justicia, pues la confianza, lealtad, fidelidad y compromiso dependerá del apoyo recibido por parte de la organización; entonces el compromiso con la organización se inicia con la relación emocional, para ello ambas metas deben estar direccionadas para generar un compromiso fuerte

5.2 Hipótesis

5.2.1 Hipótesis General

Existe relación significativa entre la comunicación organizacional y el compromiso organizacional en la Municipalidad de Ancón, 2020, al respecto se ha probado la referida hipótesis mediante los resultados que se muestran en la tabla 10, el coeficiente de correlación Rho Spearman es 0.479 y la significancia 0.000; considerando la tabla 10 coeficiente de correlación, el nivel de correlación positiva débil; teniendo en cuenta la regla de sig. T, Si $p < 0.05$, se rechaza hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. En consecuencia, se ha determinado que existe relación entre la variable comunicación organizacional y compromiso organizacional.

5.2.2 Hipótesis específicas

Hipótesis específica 1

Existe relación significativa entre la comunicación organizacional y el compromiso afectivo en la Municipalidad de Ancón, 2020, al respecto se ha probado la referida hipótesis mediante los resultados que se muestran en la tabla 11, el coeficiente de correlación Rho Spearman es 0,521 y la significancia 0,00; considerando la tabla 10 coeficiente de correlación, el nivel de correlación es positiva media; teniendo en cuenta la regla de sig. T, Si $p < 0,05$, se rechaza hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. En consecuencia, se ha determinado que existe relación significativa entre la comunicación organizacional y el compromiso afectivo.

Hipótesis específica 2

Existe relación significativa entre la comunicación organizacional y compromiso de continuidad en la Municipalidad de Ancón, 2020, al respecto se ha probado la referida hipótesis mediante los resultados que se muestran en la tabla 12, el coeficiente de correlación Rho Spearman es 0,283 y la significancia 0,018; considerando la tabla 10 coeficiente de correlación, el nivel de correlación positiva débil; teniendo en cuenta la regla de sig. T, Si $p < 0,05$, se rechaza hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. En consecuencia, se ha determinado que existe relación significativa entre la comunicación organizacional y el compromiso de continuidad.

Hipótesis específica 3

Existe relación significativa que existe entre la comunicación organizacional y compromiso normativo en la Municipalidad de Ancón, 2020, al respecto se ha probado la referida hipótesis mediante los resultados que se muestran en la tabla 13, el coeficiente de correlación Rho Spearman es 0,243 y la significancia 0,042; considerando la tabla 10 coeficiente de correlación, el nivel de correlación positiva muy débil; teniendo en cuenta la regla de sig. T, Si $p < 0,05$, se rechaza hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. En consecuencia, se ha determinado que existe relación significativa entre la comunicación organizacional y compromiso normativo.

5.2.3 Fortalezas y debilidades de la metodología

La metodología diseñada para la investigación fue de tipo aplicada, enfoque cuantitativo, nivel descriptivo correlacional, diseño no experimental de corte transversal, ello ha permitido lograr con éxito los objetivos de la investigación.

5.2.4 Relevancia de la investigación y su contexto

La investigación es pertinente para el contexto de estudio de la Municipalidad de Ancón, porque los resultados de la investigación han permitido proponer recomendaciones de solución a los problemas planteados.

5.2.5 Resultados descriptivos relevantes

Con relación a la variable comunicación organizacional según los datos obtenidos mediante el instrumento en la muestra establecida para la investigación referente a que, si se aplica la comunicación en la organización que incluye las dimensiones comunicación descendente, comunicación ascendente y comunicación horizontal, el 61.43% indica que casi nunca y el 38.57% que a veces.

Con relación a la variable compromiso organizacional según los datos obtenidos mediante el instrumento en la muestra establecida para la investigación referente que, si se aplica el compromiso en la organización que incluye las dimensiones compromiso afectivo, compromiso de continuidad y compromiso normativo, el 51.43% considera que casi nunca, 45.71 % a veces y 2.86 % casi siempre.

VI. CONCLUSIONES

6.1 Se demostró el objetivo general que existe relación entre las variables comunicación organizacional y compromiso organizacional lo que se evidencia en los resultados descriptivos e inferenciales logrados, coeficiente de correlación de Spearman es 0.479 y la significancia 0.000; dichos resultados también han permitido demostrar cierta la hipótesis planteada. Así mismo dichos resultados están comprendidos en los alcances de la teoría de Harold Laswell llamada Bala

Mágica, quien concluye que los medios crean una conexión directa entre la exposición del mensaje y el comportamiento de las personas. Por otro lado, Betanzos, N. y Paz, F. (2011), en su artículo científico señalaron que el compromiso organizacional tiene un impacto en los colaboradores para el logro de los objetivos organizacionales y mejoría de su eficiencia, en la actualidad no se trata solo de la permanencia del trabajador sino de la contribución que se puede lograr, creando así para este tema una nueva perspectiva de investigación. De igual manera, tiene coherencia con el libro de Arribas, et al (2006), donde menciona que la alta directiva debe considerar que la mayor motivación que se le puede dar a un colaborador es en el momento donde su opinión es tomada en cuenta, es ahí donde el colaborador recibe la oportunidad de dejar salir su capacidad de creatividad y desarrollarse en su entorno, todo ello podrá ser realizado cuando los medios comunicativos sean transparentes y las relaciones sean honestas, libres y amigables.

6.2 Se ha determinado que existe relación significativa entre la variable comunicación organizacional y la dimensión compromiso afectivo, lo que se evidencia en los resultados descriptivos e inferenciales logrados, en el coeficiente de correlación Rho Spearman es 0,521 y la significancia 0,00; dichos resultados también han permitido demostrar cierta la hipótesis planteada. Así mismo, dichos resultados están comprendidos en los alcances de la teoría del compromiso organizacional propuesta por Meyer & Allen (1991), (como citó Arias, 2001), quienes indicaron que el compromiso es un estado psicológico el cual describe a la persona y su relación con la organización. De igual manera, tiene coherencia con el artículo científico de Nieves, et al (2018), mencionaron que para el desarrollo personal, profesional y organizacional es muy importante el compromiso con la carrera que se opta y con la organización, mencionan que es un estado psicológico

que se da mediante el afecto con la empresa según los beneficios o satisfacciones que se le brinde, teniendo en cuenta que esto es un condicionante para el desempeño y estabilidad del colaborador, así como para el éxito de la empresa.

6.3 Se ha determinado que existe relación significativa entre la variable comunicación organizacional y la dimensión compromiso de continuidad, lo que se evidencia en los resultados descriptivos e inferenciales logrados con el coeficiente de correlación Rho Spearman es 0,283 y la significancia 0,018. Así mismo, dichos resultados están comprendidos en los alcances de la teoría del compromiso organizacional propuesta por Meyer & Allen (1991), (como citó Arias, 2001), quienes indicaron que el compromiso es un estado psicológico el cual describe a la persona y su relación con la organización. De igual manera, tiene coherencia con la conclusión del artículo científico de Betanzos y Paz (2007), donde indicaron que el compromiso organizacional es el periodo donde el colaborador se siente identificado con ella, busca su permanencia en la misma, ya que generó un ambiente afectivo.

6.4 Se ha determinado que existe relación significativa entre la variable comunicación organizacional y la dimensión compromiso de normativo, lo que se evidencia en los resultados descriptivos e inferenciales logrados con el coeficiente de correlación Rho Spearman es 0,243 y la significancia 0,042. Así mismo, dichos resultados están comprendidos en los alcances de la teoría del compromiso organizacional propuesta por Meyer & Allen (1991), (como citó Arias, 2001), quienes indicaron que el compromiso es un estado psicológico el cual describe a la persona y su relación con la organización. Así mismo, tienen coherencia con el artículo científico Clure y Böhr (2004), señalaron que el área de recursos humanos es la encargada de brindar herramientas útiles a los colaboradores para que éstas puedan comprometerse e integrarse a la organización, teniendo como resultado su permanencia y ventajas competitivas sobre otras. Así mismo señalan que los trabajadores deben de tener estos componentes con la empresa: la identificación, membresía y lealtad.

VII. RECOMENDACIONES

7.1 Teniendo en cuenta los resultados de la investigación, se recomienda al Gerente de la Municipalidad de Ancón, mejorar la comunicación organizacional para obtener el compromiso de los colaboradores entre las áreas de trabajo, implementando estrategias comunicativas, capacidad de creatividad, valoración de los trabajadores, contar con líderes que impartan sus conocimientos de manera transparente y empática.

7.2 En base a los resultados de la investigación el cual determina la relación de la comunicación organizacional con el compromiso afectivo, se recomienda al Gerente de la Municipalidad de Ancón, implementar estrategias de motivación intrínseca y extrínseca.

7.3 En base a los resultados de la investigación la cual determina la relación de la comunicación organizacional con el compromiso de continuidad, se recomienda al Gerente de la Municipalidad de Ancón fidelizar a los colaboradores, mediante la recompensa a su esfuerzo, tiempo, mantener una comunicación fluida y ofrecer un ambiente de trabajo positivo.

7.4 En base a los resultados de la investigación la cual determina la relación de la comunicación organizacional con el compromiso de normativo, se recomienda al Gerente de la Municipalidad de Ancón conocer que tan satisfechos están los colaboradores con la organización según su cultura, mediante reuniones y encuestas constantes, con la finalidad de que el colaborador responda de la misma manera que la organización.

REFERENCIAS

- Aljure, A. (2015). *El plan estratégico de comunicación: método y recomendaciones prácticas para su elaboración*. UOC.
https://books.google.com.pe/books?id=aM-iDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=comunicaci%C3%B3n+organizacional&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj4qvGEvr_pAhX2H7kGHVJvABA4FBD0AQhhMAc#v=onepage&q&f=false
- Andrade, H. (2005). *Comunicación organizacional interna: proceso, disciplina y técnica*. Netbiblo.
https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=bwelcBnPNuoC&oi=fnd&pg=PA13&dq=Comunicaci%C3%B3n+organizacional+interna:+proceso,+disciplina+y+t%C3%A9cnica&ots=gnOktIUOo2&sig=OcW7CWJ7aSVtrP_9_tbCJHp03QM#v=onepage&q&f=false
- Araujo, J. y Brunet, I. (2012). *Compromiso y competitividad en las organizaciones: El caso de una empresa aeronáutica* (Vol. 8). URV.
<https://books.google.com.pe/books?id=34GgAgAAQBAJ&pg=PA126&dq=compromiso+en+las+organizaciones&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwirryqHkbzpAhUVHbkGH9KBwQQ6AEIjzAA#v=onepage&q&f=false>
- Arciniega, L. (2002). Compromiso organizacional México ¿Cómo hacer que la gente se ponga la camiseta? *Revista de Negocios el ITAM*. 21-23.
https://www.academia.edu/328551/Compromiso_Organizacional_Em_M%C3%A9xico_Qu%C3%A9_Es_Lo_Que_Hace_Que_La_Gente_Se_Ponga_La_Camiseta
- Arias, F. (2001). El compromiso personal hacia la organización y la intención de permanencia: algunos factores para su incremento. *Contaduría y Administración*. (200). 5-10.
<http://www.ejournal.unam.mx/rca/200/RCA20001.pdf>
- Arras, A. M., Jáquez, J. L., y Fierro-Murga, L. E. (2008). Comunicación organizacional. *Latina de Comunicación Social*, 11(63), 418-434.
<https://www.redalyc.org/pdf/819/81912006035.pdf>

- Arribas, A., Costa, J., Fuentes, S., Hennesey, G., Aljure, C., Pacheco, R. Manucci, M. (2006). *Comunicación organizacional, cultura y gestión para el cambio*. CIESPAL. <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/49429.pdf>
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la investigación*. (3.ª ed.). Pearson. <http://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>
- Betanzos, N. y Paz, F. (2007). Análisis psicométrico del compromiso organizacional como variable actitudinal. *Anales de psicología*. 23(2), 207-215. <https://revistas.um.es/analesps/article/view/22411/21691>
- Betanzos, N. y Paz, F. (2011). Compromiso organizacional en profesionales de la salud. Revisión bibliográfica. *Rev Enferm IMSS*. 19(1), 35-41. <https://www.medigraphic.com/pdfs/enfermeriaimss/eim-2011/eim111h.pdf>
- Canseco, F., & Ojeda, A. (2016). Comunicación laboral: una propuesta estratégica para facilitar el quehacer de los equipos de trabajo. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 21 (2), 183-194. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29248181009>
- Charry, H., (2018). La gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en el sector público. Chasqui. *Latinoamericana de Comunicación*, 9(1), 25-34. <http://www.scielo.org.pe/pdf/comunica/v9n1/a03v9n1.pdf>
- Chiavenato, I. (2015). *Comportamiento organizacional*. (2.ª ed.). Manole Ltda. <https://www.academia.edu/29923149/Comportamiento-Organizacional-Idalberto-Chiavenato-McGrawhill-2da-Edicion.pdf>
- Claure, M. y Böhr, M. (2004). Tres Dimensiones Del Compromiso Organizacional: Identificación, Membresía Y Lealtad. *Ajayu Órgano de Difusión Científica del Departamento de Psicología UC BSP*, 2(1), 77-83. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2077-21612004000100008&lng=es&tlng=es
- Costa, C., y Túnez, M. (2015). *Comunicación corporativa: claves y escenarios*. UOC. https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=l87HDAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT20&dq=comunicaci%C3%B3n+corporativa:+CLAVES+Y+ESCENARIOS&ots=KUZWzJCyL3&sig=J7vfpQe7QM7Od8c9nyYDPNIT_x8#v=onepage&q&f=false

- Costa, J. (ed.). (2005). *Master Dircom: los profesores tienen la palabra* (Vol. 2). Design.
<https://books.google.com.pe/books?id=7HMTTa5PbVwC&printsec=frontcover&dq=LOS+PROFESORES+TIENEN+LA+PALABRA&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwil8rehysTpAhWFILkGHfZbBwMQ6AEIJjAA#v=onepage&q&f=false>
- Domínguez, K., (2019). Los tipos de comunicación interna en establecimientos educacionales municipalizados en Chile. *Cuad.investig.Edu.* 10, 63-83.
<http://www.scielo.edu.uy/pdf/cie/v10n1/1688-9304-cie-10-01-63.pdf>
- Félix, A. (2014). La comunicación en las teorías de las organizaciones. El cruzar del siglo XX y la revolución de las nuevas tecnologías. Una visión histórica. *Historia y Comunicación Social.* 19, 195-210. https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2014.v19.45021
- Fernández, S. (2007). *Cómo gestionar la comunicación: En organizaciones públicas y no lucrativas* (Vol. 6). Narcea SA.
https://books.google.com.pe/books?id=NHxrQbpfHpQC&pg=PA52&dq=Lazarfeld+teor%C3%ADa+dos+pasos&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwid_5z-9eTpAhVCIbkGHRgGB4MQ6AEIJzAA#v=onepage&q&f=false
- Fontalvo, T., Quejada, D. y Puello, P. (2011). La comunicación organizacional como agente dinamizador de la mejora continua en los sistemas de gestión. *Encuentros,* 147-160. [https://Dialnet-LaComunicacionOrganizacionalComoAgenteDinamizadorD-4050131%20\(2\).pdf](https://Dialnet-LaComunicacionOrganizacionalComoAgenteDinamizadorD-4050131%20(2).pdf)
- Harris, J., Annherys, A., Paz, A. y Franco, F. (2014), compromiso organizacional: Estímulo de éxito del personal docente en las universidades privadas de Venezuela. *Económicas CUC.* 35 (1): 91-106.
<https://core.ac.uk/download/pdf/230162446.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación.* (6.ª ed.). Mc Graw Hill Educación.
<http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación*. (5.ª ed.). Mc Graw Hill Educación. https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf
- Mañas, M., Salvador, C., Boada, J., González, E., Agulló, E. (2007). La satisfacción y el bienestar psicológico como antecedentes del compromiso organizacional. *Psicothema*, 19(3), 395-400. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=727/72719306>
- Marquina, F. (2018). Satisfacción laboral y compromiso organizacional en empleados de una universidad privada de Lima. *Revista Científica De Ciencias De La Salud*, 6(1), 32- 42. https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/rc_salud/article/view/998/pdf
- Medina, L. (2019). *Compromiso organizacional en los trabajadores de la empresa GCZ Ingenieros S.A.C del Distrito de Villa El Salvador, durante el periodo de 2019*. [Tesis de licenciatura, Universidad Inca Garcilaso de la Vega]. Repositorio Institucional SUNEDU. http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/4477/TRABSU FICIENCIA_MEDINA_LUCERO.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Mendoza, J. (2020, 08 de mayo). ¿Qué actitud tiene frente a la coyuntura actual? *La Gestión*. <https://gestion.pe/gestion-tv/20-empleabilidad/que-actitud-se-tiene-frente-a-la-coyuntura-actual-noticia/?ref=gesr>
- Mercado, P. y Gil, P. (2010). Influencia del compromiso organizacional en la relación entre conflictos interpersonales y el síndrome de quemarse por el trabajo (burnout) en profesionales de servicios (salud y educación). *Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 20 (38), 161-174. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81819024014>
- Namakforoosh, M. N. (2005). *Metodología de la investigación*. (2.ª ed.). Limusa. <https://books.google.com.pe/books?id=ZEJ7-0hmvhwC&pg=PA67&dq=variable+dependiente+e+independiente&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiPtriF2sTpAhV9IrkGHe3DBBMQ6AEIJjAA#v=onepage&q&f=false>
- Neves, T., Graveto, J., Rodrigues, V., Marôco, J. y Parreira, P. (2018). Compromiso organizacional, cualidades psicométricas e invariancia del cuestionario de Meyer y Allen para enfermeras portuguesas. *Revista Latino-Americana de Enfermagem*, 26, e3021. https://www.scielo.br/pdf/rlae/v26/es_0104-1169-rlae-26-e3021.pdf

- Newell, S. (2002). *Creando organizaciones saludables*. Thomson.
https://books.google.com.pe/books?id=9gcZcT4Pb2MC&printsec=frontcover&dq=creating+the+healthy+organizations:+well-being&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiq9NO7IMTpAhWLK7kGHbL_BkcQ6AEI NDAB#v=onepage&q=creating%20the%20healthy%20organizations%3A%20well-being&f=false
- Nieto, E. (2017), *Análisis de la satisfacción laboral y su relación con el compromiso organizacional de los colaboradores del instituto tecnológico superior central técnico, en el año 2017*. [Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. Repositorio Institucional SUNEDU.
<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/14304/Disertaci%3%b3n%20Erika%20Estefan%3%ada%20Nieto%20Hidalgo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Omar, A. y Florencia, A. (2008). Valores personales y compromiso organizacional. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 13 (2), 353-372.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=292/29213210>
- Orjuela, S. (2015). *Comunicación organizacional. Teoría y estudios*. [Tesis de doctorado, Universidad de Málaga]. Repositorio Institucional SUNEDU.
https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/11962/TD_ORJUELA_CORDOBA_Sandra_Patricia.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Peña, B., Caldevilla, D. & Batalla, P. (2017). Tres casos de empresas internacionales con éxito: estudio de las estrategias de comunicación interna. Chasqui. *Latinoamericana de Comunicación*, (134), 315-330.
<https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/2697/2906>
- Peña, M., Díaz, M., Chávez, A. y Sánchez, C. (2016). El compromiso organizacional como parte del comportamiento de los trabajadores de las pequeñas empresas. *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 9(5), 95-105.
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2808147
- Pineda, A. (2020). La comunicación organizacional en la gestión empresarial: retos y oportunidades en el escenario digital. *Revista GEON (Gestión, Organizaciones Y Negocios)*, 7(1), 9-25.
<https://doi.org/10.22579/23463910.182>

- Prado, D. (2018). *Relación entre la comunicación organizacional y manejo de conflictos de los vendedores de seguros de vida de pacífico*. Trujillo, 2017. [Tesis de Licenciatura, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio Institucional SUNEDU.
http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/25153/prado_ad.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la lengua española*, (23.^a ed.).
<https://dle.rae.es/contenido/cita>
- Robles, M., (2018). Comunicación organizacional: revisión de su concepto y prácticas de algunos autores mexicanos. *Razón y palabra*, (100), 778-795.
<http://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/1134>
- Rodríguez, A., Díaz, F., Fuertes, F., Martín, M., Montalbán, M., Sánchez, E. y Zarco, V. (2004). *Psicología de las organizaciones*. UOC.
https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=-CDcaADQLcoC&oi=fnd&pg=PA145&dq=psicolog%C3%ADa+de+las+organizaciones&ots=c1hEvSPCzq&sig=XvTB6DPs9yr4fKazrB_vB4t0aF8#v=onepage&q&f=false
- Rodríguez, L. y Vázquez, P. (2019). "Retos y perspectivas en la comunicación organizacional". *El profesional de la información*, 28 (5), e280501.
<https://recyt.fecyt.es/index.php/EPI/article/view/epi.2019.sep.01/45135>
- Rodríguez, Y. y Del Pino, T. (2017). Rutas para una gestión estratégica y articulada de la información y la comunicación en contextos organizacionales. *Alcance*, 6(14), 3-31. <http://scielo.sld.cu/pdf/ralc>
- Segredo, A., García, A., López, P., León, P. y Perdomo, I. (2016). Comunicación organizacional como dimensión necesaria para medir el clima en las organizaciones en salud pública. *Revista Internacional Horizonte sanitario*, 28-37. <http://www.scielo.org.mx/pdf/hs/v16n1/2007-7459-hs-16-01-00028.pdf>
- Romero, L., Castillo, B., Ravina, R. (2019). Comunicación para la efectividad laboral y el Happiness Management: revisión crítico-analítica de la literatura. *Revista Mundo Indess*, 1(1), 17-27.
https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/58339318/Latindex_Revista_Mundo_Indess.pdf?1549401631=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DComunicacion_para_la_efectividad_la_boral.pdf&Expires=1591180490&Signature=GCQTaHTs2V1ZCPmjhy6Gq

QizZGXc02secqVE1v~A-pxLKCPqIH-
grYp1JT4yzwJqCizFC7Fctg3vYpKF1nGTsrrKswidtM-
NPxCsPLVjeTbP~z8oGdNrO9ggax2ceyJmt0jDA61-
WAFALifVwSEry1bFZMG5kgUrYJs0n40Xdholppit7j6Exo-MCvnDHaU-
LB16~zd9vp1PvObcHxSlfDDnG3CvTZmUKtZybVzCmmfL4FMu0DnSTLm
Q2RjbBAMT5UNloWd91RxG~J4ZULDkjw7rtHx5-90w29TB-
z08TXlj3zTT1r3QAag~8GnUi6yr5vVvR0MxpVj1I9jaqSBQ__&Key-Pair-
Id=APKAJLsOHF5GGSLRBV4ZA

- Timoteo, J. (2013). *Manejo de la comunicación organizacional*. Díaz de Santos.
https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=iRsBAQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=Manejo+de+la+comunicaci%C3%B3n+organizacional&ots=ajtwu6oROL&sig=PElq1I24SCXrh4-5V_lkhvUd7s0#v=onepage&q&f=false
- Ulloa, C., Apolo, D., y Villalobos, J. (2015). Aproximación conceptual a la comunicación corporativa. *Austral Comunicación*, 4(2), 287-301.
https://www.researchgate.net/profile/Cesar_Ulloa2/publication/296695840_Aproximacion_conceptual_a_la_comunicacion_corporativa_retos_y_propuestas/links/56d8815608aee1aa5f80281d/Aproximacion-conceptual-a-la-comunicacion-corporativa-retos-y-propuestas.pdf
- Valenzuela, N., Martínez, C., Sánchez, V., & Briones, C. (2020). Comunicación organizacional interna y su relación con la satisfacción de los empleados de una empresa concesionaria de automóviles de Piedras Negras Coahuila. *Revista GEON (Gestión, Organizaciones Y Negocios)*, 7(1), 129-141.
<https://revistageon.unillanos.edu.co/article/view/182/179/v6n14/ralc02317.pdf>
- Villalobos, D. (2019). *La comunicación organizacional en un operador logístico de la ciudad de Chiclayo 2019*. [Tesis de bachiller, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio Institucional SUNEDU.
<http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/5846/David%20Andres%20Villalobos%20Huaman.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Watzlawick, P., Bavelas, J., & Jackson, D. (2011). *Teoría de la comunicación humana: interacciones, patologías y paradojas*. Herder.
https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=4AGIDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=teor%C3%ADa+DE+LA+COMUNICACION&ots=4yIViDEfIZ&sig=_t3qjKPTqhBzMvzaScdV8GLXOfk#v=onepage&q&f=false

Wolf, M. (1987). *La investigación de la comunicación de masas*. Paidós.
<https://catedracoi2.files.wordpress.com/2014/05/wolf-mauro-investigacion-de-la-comunicacion-de-masas.pdf>

Matriz de operacionalización

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala De Medición
<p>Comunicación organizacional</p>	<p>Chiavenato (2015), definió que la comunicación organizacional es el medio donde los colaboradores y la organización intercambian información, siendo primordial el alcance de la relación y firmeza en el comportamiento de los colaboradores. Muchas veces esta no es fluida puesto que el mensaje se distorsiona o tarda en llegar de jefes a empleados o viceversa.</p>	<p>Chiavenato (2015), mencionó que dentro de una organización se han determinado tres tipos de comunicación: descendentes, ascendentes y horizontales, de igual manera se han identificado tres indicadores por cada dimensión.</p>	<p>Comunicación descendente</p>	Liderazgo	<p>Ordinal</p>
				Empatía	
				Clima laboral	
			<p>Comunicación ascendente</p>	Sugerencia	
				Eficiencia	
				Desempeño	
			<p>Comunicación horizontal</p>	Trabajo en equipo	
				Informar	
				Coordinación	

Matriz de operacionalización

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
Compromiso organizacional	Según Meyer y Allen (1991) (como citó Rodríguez et al., 2004), indicaron que el compromiso es un estado psicológico el cual describe a la persona y su relación con la organización.	Según Meyer y Allen (1991) (como citó Rodríguez et al., 2004), mencionaron que el compromiso está dividido en tres componentes: compromiso afectivo, continuidad y normativo, de igual manera se han identificado tres indicadores por cada dimensión.	Compromiso afectivo	Satisfacción	Ordinal
				Sentimiento	
				Expectativa	
			Compromiso de continuidad	Tiempo	
				Esfuerzo	
				Permanencia	
			Compromiso normativo	Moral	
				Lealtad	
				Reciprocidad	

Instrumento de recolección de datos

**Comunicación organizacional y compromiso organizacional en la
Municipalidad de Ancón, 2020**

OBJETIVO: Determinar la relación entre la comunicación organizacional y compromiso organizacional en la Municipalidad de Ancón, 2020.

INSTRUCCIONES: Marque con una **X** la opción que usted considera válida en los caserillos:

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

ITEM	PREGUNTA	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
1	Sus jefes poseen habilidades gerenciales para el cumplimiento de los objetivos organizacionales.					
2	Cuando tiene algún problema su líder sabe entender la situación brindando facilidades para la solución.					
3	La comunicación del líder le permite desarrollar un ambiente laboral positivo.					
4	Tiene la oportunidad para dar a conocer sus ideas y conocimientos ante los superiores.					
5	Desarrolla de manera eficiente las actividades que le fueron encomendadas.					
6	Su desarrollo laboral es valorado por sus superiores.					
7	Se dividen el trabajo en tareas y plazos de entrega.					
8	La información es transmitida de manera oportuna entre las áreas de trabajo.					

9	Coordinan de manera continua las actividades a realizarse.					
10	Se siente realizado (a) trabajando en esta organización.					
11	Permanece en ésta organización porque significa mucho usted.					
12	Considera que en esta organización puede ascender a puestos superiores.					
13	Lleva tanto tiempo laborando en la organización que no se ve en otra empresa.					
14	Da mucho en la organización que no considera la opción de trabajar en otro lugar.					
15	Continúa en la organización por el tiempo y esfuerzo realizado.					
16	La ética y moral en su desempeño laboral es importante.					
17	Considera importante mantener la lealtad en la organización.					
18	Se desenvuelve de manera positiva como reciprocidad a lo recibido por la empresa.					

Validación de Juicio de Expertos

Validación de los Instrumentos de Recolección de Datos por Juicio de Expertos

Expertos	Calificación
Dra. Rosa Elvira Villanueva Figueroa	Aplicable
Mg. Víctor Hugo Fernández Bedoya	Aplicable
Dr. Abraham Cárdenas Saavedra	Aplicable

Certificado De Validez De Contenido Del Instrumento



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1							
1	Sus jefes poseen habilidades gerenciales para el cumplimiento de los objetivos organizacionales.	✓		✓		✓		
2	Cuando tiene algún problema su líder sabe entender la situación brindando facilidades para la solución.	✓		✓		✓		
3	La comunicación del líder le permite desarrollar un ambiente laboral positivo.	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2	Si	No	Si	No	Si	No	
4	Tiene la oportunidad para dar a conocer sus ideas y conocimientos ante los superiores.	✓		✓		✓		
5	Desarrolla de manera eficiente las actividades que le fueron encomendadas.	✓		✓		✓		
6	Su desarrollo laboral es valorado por sus superiores	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 3	Si	No	Si	No	Si	No	
7	Se dividen el trabajo en tareas y plazos de entrega	✓		✓		✓		
8	La información es transmitida de manera oportuna entre las áreas de trabajo	✓		✓		✓		
9	Coordinan de manera continua las actividades a realizarse	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): EXISTE SUFICIENCIA

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: **Dra. VILLANUEVA FIGUEROA, ROSA ELVIRA**

DNI: 07586867

Especialidad del validador: **Dra. en Administración; Mg. Marketing y Comercio Internacional; Mg. Gestión Pública; Mg. Educación; Lic. Adm.**

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, 22 de junio del 2020

Firma del Experto Informante



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EL COMPROMISO ORGANIZACIONAL

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1							
1	Se siente realizado (a) trabajando en esta organización	✓		✓		✓		
2	Permanece en ésta organización porque significa mucho usted	✓		✓		✓		
3	Considera que en esta organización puede ascender a puestos superiores	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2							
4	Lleva tanto tiempo laborando en la organización que no se ve en otra empresa	✓		✓		✓		
5	Da mucho en la organización que no considera la opción de trabajar en otro lugar	✓		✓		✓		
6	Continúa en la organización por el tiempo y esfuerzo realizado	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 3							
7	La ética y moral en su desempeño laboral es importante	✓		✓		✓		
8	Considera importante mantener la lealtad en la organización	✓		✓		✓		
9	Se desenvuelve de manera positiva como reciprocidad a lo recibido por la empresa	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): EXISTE SUFICIENCIA

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: **Dra. VILLANUEVA FIGUEROA, ROSA ELVIRA**

DNI: 07586867

Especialidad del validador: **Dra. en Administración; Mg. Marketing y Comercio Internacional; Mg. Gestión Pública; Mg. Educación; Lic. Adm.**

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, 22 de junio del 2020

Firma del Experto Informante

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1							
1	Sus jefes poseen habilidades gerenciales para el cumplimiento de los objetivos organizacionales.							
2	Cuando tiene algún problema su líder sabe entender la situación brindando facilidades para la solución.							
3	La comunicación del líder le permite desarrollar un ambiente laboral positivo.							
	DIMENSIÓN 2	Si	No	Si	No	Si	No	
4	Tiene la oportunidad para dar a conocer sus ideas y conocimientos ante los superiores.							
5	Desarrolla de manera eficiente las actividades que le fueron encomendadas.							
6	Su desarrollo laboral es valorado por sus superiores							
	DIMENSIÓN 3	Si	No	Si	No	Si	No	
7	Se dividen el trabajo en tareas y plazos de entrega							
8	La información es transmitida de manera oportuna entre las áreas de trabajo							
9	Coordinan de manera continua las actividades a realizarse							

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay suficiencia

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

Apellidos y nombres del juez validador: Víctor Hugo Fernández Bedoya DNI: 44326351

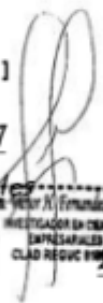
Especialidad del validador: Investigador RENACYT, especialista en Ciencias Empresariales


¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

³Claridad: 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




 INVESTIGADOR EN CIENCIAS EMPRESARIALES
 JARAUQUEMA
 CIUDAD REQUÍMOT
2 de junio de 2020

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EL COMPROMISO ORGANIZACIONAL

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1							
1	Se siente realizado (a) trabajando en esta organización							
2	Permanece en ésta organización porque significa mucho usted							
3	Considera que en esta organización puede ascender a puestos superiores							
	DIMENSIÓN 2	Si	No	Si	No	Si	No	
4	Lleva tanto tiempo laborando en la organización que no se ve en otra empresa							
5	Da mucho en la organización que no considera la opción de trabajar en otro lugar							
6	Continúa en la organización por el tiempo y esfuerzo realizado							
	DIMENSIÓN 3	Si	No	Si	No	Si	No	
7	La ética y moral en su desempeño laboral es importante							
8	Considera importante mantener la lealtad en la organización							
9	Se desenvuelve de manera positiva como reciprocidad a lo recibido por la empresa							

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay suficiencia

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

Apellidos y nombres del juez validador: Víctor Hugo Fernández Bedoya DNI: 44326357

Especialidad del validador: Investigador RENACYT, especialista en Ciencias Empresariales

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

³Claridad: 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

22 de junio de 2020



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1							
1	Sus jefes poseen habilidades gerenciales para el cumplimiento de los objetivos organizacionales.	✓		✓		✓		
2	Cuando tiene algún problema su líder sabe entender la situación brindando facilidades para la solución.	✓		✓		✓		
3	La comunicación del líder le permite desarrollar un ambiente laboral positivo.	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2	Si	No	Si	No	Si	No	
4	Tiene la oportunidad para dar a conocer sus ideas y conocimientos ante los superiores.	✓		✓		✓		
5	Desarrolla de manera eficiente las actividades que le fueron encomendadas.	✓		✓		✓		
6	Su desarrollo laboral es valorado por sus superiores	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 3	Si	No	Si	No	Si	No	
7	Se dividen el trabajo en tareas y plazos de entrega	✓		✓		✓		
8	La información es transmitida de manera oportuna entre las áreas de trabajo	✓		✓		✓		
9	Coordinan de manera continua las actividades a realizarse	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

Apellidos y nombres del juez validador, Dr/ Mg: CARDENAS SAAVEDRA ABRHAM DNI: 07424958

Especialidad del validador: ADMINISTRADOR

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

³Claridad: 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

Lima 27 de 06 del 2020

Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EL COMPROMISO ORGANIZACIONAL

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
	DIMENSIÓN 1							
1	Se siente realizado (a) trabajando en esta organización	✓		✓		✓		
2	Permanece en ésta organización porque significa mucho usted	✓		✓		✓		
3	Considera que en esta organización puede ascender a puestos superiores	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2	SI	No	SI	No	SI	No	
4	Lleva tanto tiempo laborando en la organización que no se ve en otra empresa	✓		✓		✓		
5	Da mucho en la organización que no considera la opción de trabajar en otro lugar	✓		✓		✓		
6	Continúa en la organización por el tiempo y esfuerzo realizado	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 3	SI	No	SI	No	SI	No	
7	La ética y moral en su desempeño laboral es importante	✓		✓		✓		
8	Considera importante mantener la lealtad en la organización	✓		✓		✓		
9	Se desenvuelve de manera positiva como reciprocidad a lo recibido por la empresa	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

Apellidos y nombres del juez validador: **Dr Mg: CARDENAS SAAVEDRA ABRAHAM** DNI: **07424958**

Especialidad del validador: **ADMINISTRADOR**

Lima, 27 de 06 del 2020

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: 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



Firma del Experto Informante.

Prueba de Confiabilidad de los instrumentos

Baremo del Coeficiente Alfa de Cronbach

VALOR	NIVEL
<0,5	No Aceptable
0,5 a 0,6	Pobre
0,6 a 0,7	Débil
0,7 a 0,8	Aceptable
0,8 a 0,9	Bueno
>0,9	Aceptable

Fuente: Realizado en base a Arcos y Castro (2009)

Resumen de Procesamiento de la Variable Comunicación Organizacional

Resumen del procesamiento de casos


		N	%
Casos	Válidos	25	100,0
	Excluidos ^a	0	,0
Total		25	100,0


Fuente: Elaboración propia

Estadísticos de Fiabilidad

Alfa de Cronbach	N° de elementos
,814	9

Autorización de la entidad de estudio

**MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE ANCON**
GERENCIA DE RECURSOS HUMANOS
Sub Gerencia de Recursos Humanos



"AÑO DE LA UNIVERSALIZACIÓN DE LA SALUD"

Ancón, 06 de julio del 2020.

Srtas.:

Lady Jhelani Herrera Basilio
Daysi Yaneth Torres Mena
Estudiantes de la Universidad Cesar Vallejo


Presente.-

Habiendo recibido su solicitud el día 04/07/20 con referencia a la autorización de aplicar una encuesta a los colaboradores Administrativos de la Municipalidad de Ancón, porque se encuentran realizando un proyecto de investigación titulado "Comunicación organizacional y Compromiso organizacional de la Municipalidad de Ancón, 2020" siendo estudiantes de la Universidad Cesar Vallejo.

Por el presente se autoriza aplicar la mencionada encuesta en los colaboradores Administrativos, manteniendo el respeto, el orden y la previa coordinación antes de su aplicación para evitar inconveniente alguno.

Sin otro particular, quedo de Uds.

Atentamente,


MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE ANCON
SUB GERENCIA DE RECURSOS HUMANOS
Lic. Florancio Alfredo Mendoza Huamán
SUB GERENTE DE RECURSOS HUMANOS

Municipalidad Distrital de Ancón. Malecón Ferreyros N°376 – Ancón
Central Telefónica (511)5522046-5522753
info@muniانcon.gob.pe

Matriz de consistencia

Comunicación organizacional y compromiso organizacional en la Municipalidad de Ancón, 2020				
Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables y Dimensiones	Metodología
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Variable Comunicación organizacional Dimensiones - Comunicación descendente - Comunicación ascendente - Comunicación horizontal Variable Compromiso organizacional Dimensiones - Compromiso afectivo - Compromiso de continuidad - Compromiso normativo	Enfoque: Cuantitativo Tipo de estudio: Aplicada Diseño de estudio: No experimental - transversal Nivel de estudio: Descriptivo - correlacional
¿Cuál es la relación entre la comunicación organizacional y el compromiso organizacional en la Municipalidad de Ancón, 2020?	Determinar la relación entre la comunicación organizacional y compromiso organizacional en la Municipalidad de Ancón, 2020	Existe relación significativa entre la comunicación organizacional y el compromiso organizacional en la Municipalidad de Ancón, 2020.		
Problemas específico	Objetivos específicos	Hipótesis específicos		
¿Cuál es la relación entre la comunicación organizacional y el compromiso afectivo en la Municipalidad de Ancón, 2020?	Determinar la relación entre la comunicación organizacional y compromiso afectivo en la Municipalidad de Ancón, 2020	Existe relación significativa entre la comunicación organizacional y el compromiso afectivo en la Municipalidad de Ancón, 2020.		
¿Cuál es la relación entre la comunicación organizacional y el compromiso de continuidad en la Municipalidad de Ancón, 2020?	Determinar la relación entre la comunicación organizacional y compromiso de continuidad en la Municipalidad de Ancón, 2020	Existe relación significativa entre la comunicación organizacional y compromiso de continuidad en la Municipalidad de Ancón, 2020		
¿Cuál es la relación entre la comunicación organizacional y el compromiso normativo en la Municipalidad de Ancón, 2020?	Determinar la relación entre la comunicación organizacional y compromiso normativo en la Municipalidad de Ancón, 2020	Existe relación significativa entre la comunicación organizacional y compromiso normativo en la Municipalidad de Ancón, 2020		