



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**La comunicación corporativa interna y Compromiso
organizacional en la Empresa Alpes Chiclayo SAC – Pacora 2022.**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración

AUTOR:

Espinoza Chavez, Paola Elizabeth (orcid.org/0000-0002-2398-4095)

ASESOR:

Dr. Villanueva Calderon, Juan Amílcar ([Orcid.org/0000-0001-5272-7277](https://orcid.org/0000-0001-5272-7277))

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

CHICLAYO - PERÚ

2022

Dedicatoria

Esta investigación va dedicada a Dios, por premiarme con la mejor familia del mundo, por brindarme salud para cumplir mis metas y darme fuerzas para lograr cada una de ellas.

A mis amados padres, que son mi guía y fuerza para seguir adelante y en especial a mí, por ser perseverante y nunca rendirme hasta cumplir mis metas.

La autora.

Agradecimiento

A Dios por llenar mi camino de bendiciones, a mi familia por su amor incondicional y cuidados en todo momento.

A todos mis amigos, que han estado en buenos y malos momentos conmigo, a mis docentes que han sido parte fundamental de nuestro crecimiento profesional.

Al propietario de la empresa Alpes Chiclayo S.A.C., don Carlos Porfirio Llajaruna Cuba, por haberme abierto las puertas y permitirme desarrollar la investigación en la empresa.

La autora.

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.....	13
3.1 Tipo y diseño de investigación.....	13
3.2 Variables y operacionalización	14
3.3 Población, muestra y muestreo	16
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos:	17
3.5 Procedimientos:.....	18
3.6 Método de análisis de datos:	18
3.7 Aspectos éticos	19
IV. RESULTADOS	20
V. DISCUSIÓN.....	37
VI. CONCLUSIONES.....	40
VII. RECOMENDACIONES	42
REFERENCIAS.....	43
ANEXOS	

Índice de tablas

Tabla 1 Delimitación cuantitativa de la población.....	17
Tabla 2 Categorización por sexo.....	21
Tabla 3 Distribución por edades.....	22
Tabla 4 Tiempo laborando	23
Tabla 5 Dimensión comunicación ascendente	24
Tabla 6 Dimensión comunicación descendente	25
Tabla 7 Dimensión comunicación horizontal.....	26
Tabla 8 Variable comunicación corporativa interna.....	27
Tabla 9 Dimensión compromiso afectivo.....	28
Tabla 10 Dimensión compromiso continuo	29
Tabla 11 Dimensión compromiso normativo	30
Tabla 12 Compromiso organizacional	31
Tabla 13 Correlaciones V1-V2	32
Tabla 14 Correlaciones D1 –V2	33
Tabla 15 Correlaciones D2-V2	34
Tabla 16 Correlaciones D3-V2	35
Tabla 17 Matriz de operacionalización de la variable comunicación corporativa Interna.....	50
Tabla 18 Matriz de operacionalización de la variable compromiso organizacional.	52
Tabla 19 Procesamiento de casos procesados.....	54
Tabla 20 Confiabilidad de la variable comunicación corporativa interna.	54
Tabla 21 Confiabilidad de la variable compromiso organizacional.....	54
Tabla 22 Rangos de correlación.....	55
Tabla 23 Matriz de consistencia	56

Índice de gráficos y figuras

Gráfico 1 Categorización por sexo	21
Gráfico 2 Distribución por edades.	22
Gráfico 3 Tiempo laborando.	23
Gráfico 4 Dimensión comunicación ascendente.....	24
Gráfico 5 Comunicación descendente.....	25
Gráfico 6 Comunicación horizontal.....	26
Gráfico 7 Variable comunicación corporativa interna	27
Gráfico 8 Dimensión compromiso afectivo	28
Gráfico 9 Dimensión compromiso continuo.....	29
Gráfico 10 Dimensión compromiso normativo.....	30
Gráfico 11 Variable compromiso organizacional	31
Gráfico 12 Resultados de spss 25.....	58
Gráfico 13 Resultados de spss 25.....	58
Gráfico 14 Datos de excel	59

Resumen

El objetivo general de la presente investigación fue determinar la relación de la comunicación corporativa interna y compromiso organizacional en la Empresa Alpes Chiclayo SAC - Pacora 2022. El problema central se formuló bajo la siguiente interrogante: ¿Cuál es la relación de la comunicación corporativa interna y Compromiso organizacional?, el cual es de enfoque cuantitativo de tipo descriptiva, correlacional y diseño no experimental, de corte transversal; como instrumento se utilizó el cuestionario, la población estuvo conformada por 25 colaboradores del área de producción en la empresa Alpes Chiclayo. De acuerdo con los resultados de la estadística inferencial teniendo en cuenta los datos en el Rho de Spearman, se puede demostrar una relación positiva fuerte y directa con una correlación de ,516 entre la comunicación corporativa interna y compromiso organizacional en la empresa Alpes Chiclayo SAC – Pacora. Se puede concluir que en la organización a mayor sea la comunicación interna se incrementara el compromiso organizacional de los colaboradores. De acuerdo con los resultados se muestra un nivel alto la comunicación corporativa interna. Siendo de esta manera que ayude a poder incrementar el compromiso que los colaboradores presentan al momento de desempeñar sus actividades dentro de la empresa.

Palabras clave: Compromiso organizacional, comunicación corporativa interna, organización, desempeño.

Abstract

The general objective of this research was to determine the relationship between internal corporate communication and organizational commitment in the company Alpes Chiclayo SAC - Pacora 2022. The central problem was formulated under the following question: What is the relationship between internal corporate communication and organizational commitment, which is of quantitative approach of descriptive, correlational and non-experimental design, cross-sectional; as an instrument was used the questionnaire, the population consisted of 25 employees in the production area in the company Alpes Chiclayo. According to the results of the inferential statistics taking into account the data in Spearman's Rho, a strong and direct positive relationship can be demonstrated with a correlation of .516 between internal corporate communication and organizational commitment in the company Alpes Chiclayo SAC - Pacora. It can be concluded that the higher the internal communication in the organization, the higher the organizational commitment of the collaborators. According to the results show a high level of internal corporate communication. This will help to increase the commitment that employees have at the time of performing their activities within the company.

Keywords: Organizational commitment, internal corporate communication, organization, performance.

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad las organizaciones están en un constante cambio porque el mundo está cada vez más globalizado. Por ello buscan ser más competitivas, dando importancia dentro de las empresas los componentes esenciales como el talento humano que lucha por un fin dentro de las organizaciones.

Bajo la comunicación corporativa interna se podrá elevar la productividad y mejorar el desempeño organizacional además del compromiso. Últimamente se ha empezado hablar de la comunicación como parte importante de las organizaciones, considerándose un pilar dentro de ella, los nuevos modelos que se utilizan para mejorar dirección dentro de las organizaciones.

A nivel internacional, en Ecuador según (Oyarvide et.al ,2017) en su investigación hace referencia acerca de la comunicación interna, que forma una herramienta trascendental para los gerentes, para lograr una mayor competitividad, ayudando a la retención de empleados, mediante la cultura corporativa que ayude a potenciar su compromiso y sentirse parte del éxito empresarial, por ello si un colaborador conoce la visión, los valores, misión y las habilidades; si existe las líneas de comunicación que sean eficaces entre colaboradores de la dirección, departamentos ,lo que ayudará a que el desempeño de la organización sea mayor. De tal manera (Rodríguez & Pineda, 2021) en la revista de Ecuador, afirman que en el mundo empresarial el compromiso organizacional es un tema que genera interés, que se ha transformado en uno de los primordiales pilares del éxito en las compañías.

A nivel nacional basándose en lo que dice (Belsuzarri & Acosta, 2020) en su investigación en Lima, su exploración habla sobre la comunicación, puede impactar de manera directa en el desempeño y compromiso dentro de la organización, de esta manera afectando. Por lo que hay empresas que no toman en cuenta los diferentes aspectos para mejorar las líneas de comunicación que sean favorable. Por ello las organizaciones cada vez están más conscientes de poner énfasis en la comunicación como parte fundamental, ya que tiene una relación importante en la gestión de talento humano, incluyendo un conjunto de acciones y tácticas que indagan para optimizar el desempeño, compromiso organizacional y crear un ambiente de trabajo excelente que garantice la productividad. De acuerdo a (Aroni ,2018) en Juliaca dice que una organización que presente una comunicación

eficiente, donde logren altos estándares que ayudan a la cultura y compromiso organizacional. Las organizaciones no son la excepción ante los procesos que se utilizan los cuales se logran solo aplicando el trabajo en equipo.

Por ello afirma en la investigación desarrollada en Lima por (Condor ,2018) que una gerencia de la comunicación en las entidades públicas, debe tener una respuesta al universo actual que es cambiante y competente, teniendo una posición alta de comunicación ordenada y participativa que tenga la capacidad de saber escuchar a los colaboradores de esta manera transmitir igualdad, extensión y efectos que motiven la comunicación para vincularse.

Se menciona que los líderes de las organizaciones deben mantener una comunicación que sea con consideración, compromiso y coherencia, donde el mensaje sea conciso, entendible, preciso y ordenado para que sea entendido lo que se quiere transmitir.

A Nivel local , podemos encontrar que la empresa Alpes Chiclayo SAC - Pacora se ha detectado varias dificultades, uno de ellos es la comunicación corporativa interna y Compromiso organizacional; como la falta de trabajo en conjunto, mal clima laboral , falta de complacencia de los colaboradores en su centro de trabajo por ello hemos identificado como contrariedad general ¿Cuál es la relación de la comunicación corporativa interna y compromiso organizacional en la empresa Alpes Chiclayo SAC- Pacora?, Como problema específico encontramos ¿cuál es la relación entre comunicación corporativa interna y compromiso organizacional en la empresa Alpes Chiclayo SAC- Pacora?, ¿Cuál es el nivel de la comunicación corporativa interna en los colaboradores en la empresa Alpes Chiclayo SAC- Pacora? ¿Cuál es el nivel del compromiso organizacional de los colaboradores en la empresa Alpes Chiclayo SAC- Pacora?, ¿cuál es la relación entre las dimensiones de la comunicación corporativa interna y el compromiso organizacional en los colaboradores de la empresa Alpes Chiclayo SAC- ¿Pacora, 2022?

De tal manera se presenta la justificación de la investigación, que nos ayude a demostrar el avance del proceso donde indaga para conocer la relación de las variables presentadas. Para la justificación metodológica se presenta como herramienta fundamental el método científico, además de los instrumentos de medición, por lo cual se hará de uso un cuestionario que sirve para la recolección

de información. De tal manera la justificación teórica, se basa en los estudios y teorías, que servirán de ayuda para manifestar la relación de comunicación corporativa interna y compromiso organizacional en la empresa Alpes Chiclayo SAC- Pacora, de esta manera servir para otras organizaciones. La justificación práctica será ayudar a la organización a saber la relación que tiene la comunicación corporativa interna y compromiso organizacional en la empresa Alpes Chiclayo SAC- Pacora, logrando que beneficie de manera significativa para lograr objetivos. De esta manera nuestra justificación social es que con el presente estudio logramos favorecer a los colaboradores de la empresa. El objetivo general: Es determinar la relación entre comunicación corporativa interna y compromiso organizacional en la empresa Alpes Chiclayo SAC- Pacora.

Como objetivo específico: Establecer el nivel de la comunicación corporativa interna en los colaboradores en la empresa Alpes Chiclayo SAC- Pacora. Establecer el nivel del compromiso organizacional de los colaboradores en la empresa Alpes Chiclayo SAC- Pacora. Analizar la relación entre las dimensiones de la comunicación corporativa interna y el compromiso organizacional en los colaboradores de la empresa Alpes Chiclayo SAC- Pacora, 2022.

Finalmente se presenta la hipótesis general, H1: Existe relación entre la comunicación corporativa interna y compromiso organizacional en la empresa Alpes Chiclayo SAC- Pacora. H0: No existe relación entre la comunicación corporativa interna y compromiso organizacional en la empresa Alpes Chiclayo SAC- Pacora, y las hipótesis específicas: H1: Existe relación entre las dimensiones de la comunicación corporativa interna y compromiso organizacional en la empresa Alpes Chiclayo SAC- Pacora. H0: No existe relación entre las dimensiones de la comunicación corporativa interna y compromiso organizacional en la empresa Alpes Chiclayo SAC- Pacora.

II. MARCO TEÓRICO

Asimismo, según Antecedentes Internacionales en Ecuador, Según (Wills et.al, 2017). En su artículo Titulado: The relationship between satisfaction with internal communications and organizational commitment: the case of an Ecuadorian university. Planteó como finalidad principal estudiar la correlación de la complacencia con la comunicación interna y el compromiso organizacional en una casa de estudios superiores en Ecuador. Donde se aplicó la metodología, aplicada con un enfoque cuantitativo, con un diseño descriptivo para establecer la actual relación entre la complacencia con la comunicación interna y el compromiso organizacional, la muestra fue de 156 estudiantes, donde se utilizó como instrumento cuestionarios, donde solo fueron 105 estudiantes los que respondieron, dando el 67%, como resultado de dicho estudio se tomó en cuenta indicadores donde se obtuvo que los encuestados calificó su compromiso con la empresa como alto obteniendo un 96,19% y el 3,81% como medio, la organización se presenta fuertemente afectados por la valoración de los empleados, por ello la comunicación puede llegar a vivenciar mayor compromiso, cuando se obtiene información adecuada, por ellos si existe satisfacción con la comunicación interna donde todo caso el estudio que se realizó presenta colaboradores que son comprometidos y se identifican con la organización.

Según (Gaviláñez, 2017) En la investigación realizada en Guayaquil, para obtener título de Magister con su investigación Titulado: La comunicación interna y su relación con el compromiso afectivo: un acercamiento teórico. Planteo en su investigación examinar la correlación que existe entre la comunicación interna y las variables que influyen en el compromiso afectivo. Donde se utilizó una investigación de tipo documental y explicativa, método analítico, con un enfoque cualitativo, donde el instrumento que se utilizó fue la exploración de fuentes bibliográficas, revistas y artículos científicos que hicieron un total de 71 artículos respectivos con las variables de la investigación, de los cuales un 60% trata sobre responsabilidad afectivo y el 40% sobre la comunicación interna.

Donde se identificó seis variables, donde se muestra que se concierne con la comunicación interna y la responsabilidad afectiva, donde: empoderamiento, ambiente, complacencia laboral, confianza y reglas relacionales, lo cual se plantea que la comunicación interna, precisa y verdadera, interviene en las

variables mencionadas anteriormente, dando como finalidad que si presenta una relación positiva entre las variables anteriormente presentadas.

Según (Marques, 2017) En su investigación de titulada: *¿Internal corporate communication and organizational commitment a mediating effect on it?*, en Portugal, tiene como objetivo analizar el compromiso organizacional, si este cultiva un efecto mediador entre las dimensiones como liderazgo transformacional y confianza organizacional. El estudio es de tipo exploratoria, descriptiva, donde se realizó una encuesta a 58 colaboradores de la fundación Serralves (Porto Portugal), donde se obtuvo como conclusión los consecuentes resultados 0,951 de nivel de significancia dando como conclusión que se presenta que ambas variables presentan una excelente consistencia de la evaluación.

Asimismo (Castro et.al ,2019) En España el artículo titulado: *Analysis of the Great Place to Work and the Internal Communication Observatory awards: Internal communication practices in Spanish companies (2014-2018)*. La investigación tuvo con objetivo examinar las diferentes tácticas de las organizaciones españolas que son aplaudidas por las excelentes experiencias en la comunicación dentro de la organización, donde se tomó los datos que se obtuvo del estudio. La metodología del presente estudio, fue descriptivo donde se apoya en métodos mixtos, además esta exploración se dispone como descriptivo que se respalda en la mezcla de métodos de investigaciones mixtas, un diseño longitudinal, además de un análisis cuantitativo, donde se abarca las 250 empresas, 50 por año, donde el 58,4%, repiten presencia en el ranking. Se tomó en cuenta las encuestas semiestructuradas. De los diferentes sectores tenemos el farmacéutico con un 24,8 %, siguiéndole tecnología que tiene un 14,4 %. Donde se concluyó que dichas empresas buscan centrarse en fomentar la comunicación, generando confianza en los colaboradores, conociendo de sus intereses además conocer si se alinean con los de la organización, haciéndolos partícipes de los procesos de ella, que muestra el fortalecimiento como embajadores, donde promueven la experiencia donde aumenta su implicación y de esta manera facilitar el cambio manifiesta el afianzamiento de representantes de marca y diligencias internas, así como la inclinación difundir la experiencia de los colaboradores, para incrementar su alcance y entregar una dirección del cambio.

A Nivel nacional según (Barral ,2018) De acuerdo a su investigación titulada: “Comunicación Interna y su Relación con el Compromiso Organizacional, del Personal Administrativo de una Institución Universitaria de los Olivos, 2018”. Tuvo la finalidad, establecer la relación entre las variables. En la cual se manipuló un tipo de investigación aplicada, descriptiva- correlacional, en la cual fueron participe 46 colaboradores que formaron parte de la muestra donde se utilizó encuestas presentadas al personal administrativo de dicha institución, de igual manera un cuestionario donde se evaluó con nivel de Likert. Se consiguió como resultado, que demostró un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05”. Alcanzando como consecuencia que existe una correlación de 0.552 con relación positiva moderada.

Según (Zuñiga ,2019) se afirma en la investigación titulada: Comunicación Interna y su Influencia en el Compromiso Organizacional de los Colaboradores de la Florería y Regalos la estación E.I.R.L., - Tacna, Año 2019. Como finalidad tuvo establecer de qué forma la comunicación interna interviene en el compromiso organizacional de los colaboradores, por lo cual se utilizó para el presente estudio de tipo básico de corte transversal y diseño no experimental. Para el recojo y procesamiento de datos se ejecutó una encuesta donde se tuvo como muestra a 22 colaboradores, donde se obtuvo los siguientes resultados después de aplicar SPSS 22 Edition, para analizar en qué estado se encontraron las variables: Donde se obtuvo que la comunicación interna influye en el compromiso en los trabajadores de la organización, donde el cuadro arrojó un 76,10% sobre la prueba de regresión lineal. Como conclusión se precisó que la investigación de la comunicación se desarrolla de manera regular, además que los miembros de la organización no presentan suficientes conocimientos para desarrollar una buena comunicación.

Según (Herrera & Torres,2020) La presente investigación titulada Comunicación organizacional y compromiso organizacional en la Municipalidad de Ancón, 2020. Su finalidad es establecer la relación entre las variables, comunicación organizacional y compromiso organizacional, cuya metodología que se manipuló enfoque cuantitativo, de tipo aplicada, diseño no experimental de corte transversal. La presente investigación utilizó como población y muestra a 70 colaboradores que conforman la organización, el instrumento fue un cuestionario y se presentó una encuesta, donde obtuvo los siguientes resultados, después de hacer el análisis de coeficiente correlación se obtuvo que el nivel de Rho Spearman

es de 0,479 con nivel de significancia menor a 0.05, lo que permite finalizar, que si existe relación entre las variables.

Encontramos que según (Guerrero, 2019). En la investigación titulada: Compromiso organizacional basado en el Modelo De Meyer Y Allen En Los colaboradores de un banco Chiclayano, 2018. Tiene como finalidad, elaborar una propuesta de mejora del compromiso organizacional, de tal manera se utilizó una investigación aplicada, de alcance descriptivo, cuantitativo, con diseño transversal. Para obtener los datos se utilizó como muestra a 35 colaboradores que forman parte de los espacios de negocios, operaciones, cobranzas y de servicios de higiene. Se realizó un cuestionario basada en la escala de Likert donde se tomó el modelo de Modelo Allen y Meyer. Donde se utilizó el estadístico SPSS. por lo que da la posibilidad de examinar y generar una oportunidad de mejorar como organización.

Según, (Barranzuela, 2019) La investigación que presenta como título: Estrategias de Comunicación interna para mejorar el compromiso organizacional en los trabajadores de la Distribuidora Droguería Phryma S.A.C. Chiclayo, 2018. como diseño tuvo la investigación pre experimental, enfoque cuantitativo, de alcance transversal, su finalidad fue emplear estrategias de comunicación interna, para mejorar el compromiso organizacional en los colaboradores, se presentó como muestra a 20 colaboradores ,como herramienta de adquisición de datos se utilizaron entrevistas y cuestionarios, donde los resultados conseguidos fueron favorables y se realizaron acciones basadas en estrategias que ayudan a mejorar el compromiso y de igual manera con la comunicación. Se concluyó que las aplicaciones de dichas estrategias de comunicación ayudan a mejorar la variable de compromiso organizacional en los colaboradores. De esta manera lograr cumplir con las metas que se establecieron, haciendo que los órganos de la organización se envuelvan con ellas y sus fines.

En cuanto a las teóricas relacionadas sobre el tema, presentamos como definición de la comunicación Interna Corporativa. Según Trelles dice que es una actividad considerada fundamental en la empresa, mediante los procesos se da sentido dentro de la organización, dando paso a ejecución de tareas, realización de cambios u orientar conductas interpersonales y ayuda a construir los valores que rigen a la cultura organizacional. citado en (Oyarvide et,al 2017).

La comunicación logra hacer partícipe para interactuar y desarrollarnos en nuestra vida, y en especial el ámbito laboral por ello (Berceruelo ,2016) Hace referencia que la comunicación interna “. Sugiere al confuso control de recados que surgen, se desarrollan y transitan en todos los recorridos en el centro de las empresas”.

“La comunicación corporativa interna, es un proceso profundo, multifacético e indispensable, para el crecimiento de las empresas”. (Marchiori, 2011). El manejo adecuado del proceso de elaboración, emisión circulación y retroalimentación del mensaje que se quiere transmitir en el espacio de trabajo, tiende a desarrollar la productividad y mejora la eficacia de las organizaciones.

La comunicación interna debe ser administrada de manera intencional, es decir que se presente con una previa programación. Para ello deberá tener finalidades y derivaciones claras y concretos. La comunicación interna debe ser un instrumento integral organizativo que permitirá ser más eficientes y efectivos. (Charry Condor, 2018).

Por ello como Importancia tenemos que la comunicación interna también considera importante se presenta como una herramienta que, si se utiliza de la mejor manera, puede generar desarrollo de manera individual y colectivo. (Dávila et. al 2017).

De tal manera nos dice Díaz, (2006) citado en (Villamil, 2017) que la importancia que la comunicación sea de manera efectiva, donde se toman en cuenta puntos relevantes como son la claridad y la concisión del mensaje, donde se aproveche los canales de la información para el momento de la comunicación, donde se adapte dependiendo el tipo de oyente además de muy importante que es la comprensión y mejora de los canales.

En consiguiente a lo presentado por el autor (Berceruelo, 2016) Podemos hacer referencia que el grado de tener una comunicación dentro de las organizaciones ayuda genere desarrollo dentro de las organizaciones, ya sea presentando de manera clara y coherente el mensaje, logrando mejorar los canales de comunicación.

Considerando que la comunicación interna corporativa presenta beneficios. De acuerdo a (Coral ,2018) nos dice que después de haber experimentado de manera minuciosa en qué consiste la comunicación y en específico la comunicación

interna nos centraremos en cuáles son los beneficios que forma la creación de una correcta política de comunicación interna en la organización tomando en cuenta los siguientes puntos: Emoción de Pertenencia, Mayor pureza, Mayor incitación, Alianza entre las otras áreas y departamentos, Ejemplo de prácticas caritativas y coherencia con la efigie de la organización.

Asimismo, según los autores definen a la comunicación interna corporativa con las siguientes Dimensión; Asimismo como primera dimensión se presenta la dimensión Comunicación Ascendente, Según (Berceruelo, 2016) La comunicación inicia desde los lugares más bajos de la organización, lo cual hace que funcione de abajo para arriba. Por ello los mensajes acerca de las quejas, inquietudes y sugerencias de los colaboradores, son relativos al desempeño que cumplen en su labor u objetivo etc. que llegan hasta el canal previsto, que son los jefes u superiores.

según (Orbegoso ,2018) Es un tipo de comunicación que se presenta la información, desde los colaboradores hacia el líder, permitiendo a que los colaboradores sean escuchados, dando sus opiniones, por ello es importante que los líderes de dirección estén siempre pendientes de cualquier circunstancia.

De tal manera como segunda dimensión Comunicación Descendente, Según Berceruelo (2016) la comunicación, que se percibe en los niveles más altos en donde se trasmite los diversos mensajes a los niveles bajos, donde se contiene la información respectiva para realizar el trabajo específico, además de mensajes de otro tipo.

Blanchard, Hersey y Johnson citado en (Sánchez & Nava , 2007) hace referencia que "la comunicación descendente, se presenta del empleado al gerente y puede ser verbal, no verbal o escrita".

Lo que nos da entender que el subordinado siente libertad para comunicar a los superiores sus sentimientos, preocupaciones, logros y habilidades.

Según (Poma ,2019), afirma que la comunicación descendente, representa en las organizaciones, consiste en que los directivos deleguen funciones y controlen el desempeño de los colaboradores de tal manera, por ello se debe manejar con cautela para no llegar a ser un mando autoritario que se muestre rígido, sino buscar que sea un ambiente agradable.

De tal manera según lo presentado por el autor podemos referir que los jefes deben ayudar a que colaboradores puedan ser de apoyo y ayuden a delegar las funciones que se debe realizar, sin llegar a ser un tipo de líder o jefe autoritario que ponga el ambiente tenso.

Asimismo como tercera dimensión Comunicación Horizontal. Define Berceruelo (2016) considera que la comunicación que se genera entre los colaboradores de la organización que se encuentran en el mismo rango dentro de la organización, generando este tipo de comunicación ,donde se comparten ideas.

Refiere que la comunicación que se desarrolla entre jefes de mismos rangos, logrando generar comunicación que ayude a que se pueda trabajar en equipo, además de impartir y compartir ideas entre las diferentes áreas.

Se considera el cambio de mensajes en la compañía, con la intención de no solo informar, asimismo de condescender la cooperación de sus trabajadores de centro de trabajos de soporte y coordinación. (Chiavenato ,2009) citado en Barral (2018).

Según (Robbins & Judge ,2019) la comunicación, posee una parte entre los órganos del mismo equipo de trabajo, entre gerentes de la misma jerarquía o entre cualquier colaborador. Cuando la comunicación tiene lugar entre órganos del mismo grupo de trabajo, entre órganos del mismo grupo de trabajo del mismo nivel lo cual hace equivalente en la comunicación horizontal, se describe como comunicación lateral.

Presentamos como definiciones de la siguiente variable titulada Compromiso Organizacional. Según, Newstrom citado en (Barral ,2018). Establece que el compromiso con la organización o fidelidad del colaborador, forma parte de la compostura que el colaborador se siente identificado con la organización y desea persistir participando vivamente en la organización”. Por ello nos dice que el compromiso depende de cómo se siente dentro de la organización y si eso lo hace continuar participando en ella de manera activa.

(Ayensa, 2020) detalla que el compromiso organizacional es la actitud que presenta el colaborador, de tal manera como se siente identificado al pertenecer a ella, con la finalidad de lograr objetivos y metas trazadas.

(De la Fuente, 2019, p.12) “Se refiere a los colaboradores de una organización, que presentan un vínculo laboral de manera directa con la empresa, puede ser con los jefes, empleados o nivel operativo “.

Las organizaciones permiten vender la misión de la empresa, con sus objetivos, metas y demás componentes al mercado constituido por trabajadores, teniendo como objetivo incrementar la motivación y compromiso laboral” (Pintado y Sánchez, 2018, p.82).

Es la capacidad que tienen los colaboradores para desarrollarse dentro de la empresa, generando así un bienestar y mejor desempeño en sus funciones, de tal manera logrando sacar a flote las características que necesita la empresa logrando desarrollarse de manera satisfactoria dentro de ella. (Quiroz ,2017),

Meyer y Allen citado en (Barral ,2018) precisan al compromiso organizacional “como la etapa psicológica que identifica la relación entre el colaborador con la compañía y que ejerce dominio en la disposición de prolongar en la organización”. En consiguiente podemos entender que el compromiso es el lazo que desarrolla el colaborador con la organización, lo cual lo influencia a tomar decisiones acerca de continuidad en ella.

Se considera que los beneficios sobre compromiso organizacional son los siguientes; según (Chiavenato, 2020). Precisa que el compromiso organizacional es el grado de afecto emocional que presenta el colaborador con la organización donde trabaje, donde se puede determinar de manera positiva o negativa, lo cual influye en la voluntad de como desempeñarse, de tal manera los beneficios de un alto nivel de compromiso están: influye la poca rotación de los colaboradores, reduce de ausentismo, incentivar a crear empleados talentosos con alta competencia, nivel alto de desempeño laboral, incrementar la motivación, satisfacción y aumentar la rentabilidad empresarial. Por consiguiente, a lo presentado hace referencia que los colaboradores sienten conexión con su trabajo, donde da todo su esfuerzo, para lograr los objetivos organizacionales, de esta manera mostrando su lealtad a la organización.

(Ferri, 2019) expresa que el compromiso organizacional es una etapa psicológica, donde se presenta el tipo de relación entre el colaborador y la organización, lo cual ayuda que se desarrollan 3 dimensiones del compromiso, donde se hace referencia al deseo, deber y necesidad.

Asimismo, las dimensiones de compromiso organizacional consideradas para la presente variable. Por (Ferri, 2019) definen el compromiso organizacional con 3 dimensiones, que permita el estudio del nivel de compromiso de cada colaborador, donde se incluyen un grupo de factores, que intervienen en el comportamiento y ayuda a desarrollar una identidad empresarial dentro de ella.

Como primera dimensión tenemos el Compromiso afectivo. La dimensión presentada se define como la parte emocional que genera el vínculo con el colaborador con la organización. Si lo percibido por el trabajador es de valor positiva, donde reconoce los objetivos organizacionales como si fueran propios, creando un deseo de pertenecía, porque considera como parte de su vida. (Ferri, 2019).

Asimismo, la segunda dimensión es el Compromiso normativo. según, (Ferri, 2019) es el sentimiento que siente un colaborador, que tiene un deber con la organización, para, mantenerse en ella, por la inversión que han tenido para formarlo, lo cual genera una presión normativa en el colaborador, donde tiene gratitud hacia la organización.

De igual forma se presenta la tercera dimensión titulada compromiso continuo. Presenta como decisión que toma los colaboradores de seguir laborando, por los altos costos que le generaría una renuncia, es proceso de toma de conciencia, donde toma decisiones, donde los empleados analizan su situación si deciden renunciar a su trabajo o llegan optar por seguir en la organización, donde se ven las necesidades que tienen. Ferri (2019).

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación:

Tipo de investigación

Aplicada

Según (Hernández y Mendoza, 2018) un estudio de tipo aplicada, en función a un problema referido se desarrolla un conocimiento, el cual se fundamenta en los descubrimientos de un estudio aplicado.

El presente estudio, es aplicada porque se encontraron hallazgos y conocimientos, sobre la relación de las variables presentadas, la comunicación corporativa interna y compromiso organizacional, lo cual se unió entre aspecto teórico y práctico.

Enfoque: Cuantitativo

Según (Hernández y Mendoza, 2018) una investigación de enfoque cuantitativo, porque se medirá y utilizará datos estadísticos para su desarrollo.

Tipo

En el presente estudio se utilizó el tipo de investigación cuantitativa no experimental. Donde no se manipula las variables, dado que el objetivo principal es determinar la relación de la comunicación corporativa interna y compromiso organizacional de la empresa Alpes Chiclayo SAC - Distrito de Pacora, 2022.

Alcance

según (Hernández, Fernández, & Baptista, 2006) Este tipo de estudio tiene como propósito correlacionar, saber cuál es el comportamiento de una variable con otra u otras variables relacionadas, por lo cual se busca predecir el valor cercano que tendrá la porción de individuos o en caso. De esta manera pudiéndose evaluar, basándonos en la recopilación de datos, lo cual permite conocer las sensaciones, llegando de esta manera analizar la problemática.

3.1.1 Diseño de investigación

Diseño: No experimental - transversal

Según (Hernández & Mendoza 2018) Define que una investigación de diseño no experimental, donde se medirá la relación de las variables, los cuales son

admirados en su habitat natural, sin necesidad de ser manipuladas y es transversal porque la información se recolecto en un determinado momento.,

3.2 Variables y operacionalización:

Variable de estudio Independiente: comunicación corporativa interna

Definición conceptual

La comunicación logra hacer partícipe para interactuar y desarrollarnos en nuestra vida, y en especial el ámbito laboral por ello (Berceruelo, 2016) hace referencia que la comunicación interna “Registra al difuso flujo de mensajes que nacen, crecen y circulan en todos los recorridos en el seno de las empresas”.

Definición operacional

Dimensión Comunicación Ascendente

(Berceruelo , 2016) La comunicación inicia desde el grado más bajo de la organización, lo cual hace que funcione de abajo para arriba. Por ello los mensajes acerca de las quejas, inquietudes y sugerencias de los colaboradores, son relativos al desempeño que cumplen en su labor u objetivo etc. que llegan hasta el canal previsto, que son los jefes u superiores.

Dimensión Comunicación Descendente

Define (Berceruelo 2016) La comunicación, que se percibe en los niveles más altos en donde se trasmite los diversos mensajes a los niveles bajos, donde se contiene la información respectiva para realizar el trabajo específico, además de mensajes de otro tipo.

Dimensión Comunicación Horizontal

Define (Berceruelo 2016) Considera comunicación que se genera entre personal de la organización que se encuentran en el mismo rango dentro de la organización, generando este tipo de comunicación ,donde se comparten ideas.

Variable de estudio Dependiente: Compromiso Organizacional

Definición conceptual

Según (Ferri, 2019) definen el compromiso organizacional al nivel de compromiso de cada colaborador, donde se contienen un agregado de factores, que influyen en el comportamiento y ayuda a desarrollar una identidad empresarial dentro de ella, donde toma como énfasis a 3 dimensiones.

Definición operacional

Compromiso afectivo

La dimensión presentada se define como la parte emocional que genera el vínculo del colaborador con la organización. Si lo percibido por el trabajador es de valor positivo, donde reconoce los objetivos organizacionales como si fueran propios, creando un deseo de pertenencia, porque considera como parte de su vida. (Ferri, 2019). Indicadores Identificación laboral, Fidelización y Beneficio.

Compromiso normativo

Asimismo, (Ferri, 2019) Es el sentimiento que percibe un colaborador hacia la organización, que tiene un deber con ella, que debe mantenerse aún, por la inversión que han tenido para formarlos, lo cual genera una presión normativa en el colaborador, donde tiene retribución hacia la organización. De tal manera se presenta los siguientes indicadores: Expectativas de función, Oportunidad laboral y desarrollo de competencias.

Compromiso continuo

Presenta como decisión que toma los colaboradores de seguir laborando, por lo que generaría una renuncia, un momento de toma de conciencia, donde toma decisiones, donde los empleados analizan su situación si deciden renunciar, donde llegan optar por seguir en la organización, donde se ven las necesidades que tienen. (Ferri, 2019). Sentimiento de retribución e Integración social.

Escala de medición:

Según (Hernández & Mendoza 2018), se realizará con el nivel de Likert. Este procedimiento fue hecho por Rensis Likert en 1932. El cual radica en un agregado de ítems mostrados en forma de afirmaciones o juicios, ante los cuales se solicita la apreciación de los colaboradores. Por ello se presenta cada afirmación y se solicita al colaborador que muestre su parecer acerca de dichas preguntas, optando por uno de las cinco categorías de la escala. A cada punto se le asigna un valor numerario con el cual se va considerar. Así, el colaborador obtiene una calificación respecto de la afirmación y al final su calificación total, realizando una adición de las calificaciones alcanzadas en relación con todas las aseveraciones.

3.3 Población, Muestra y Muestreo

Población

Según lo expuesto por (Hernández, Fernández, & Baptista 2006) podremos decir que es el total de participantes que tienen peculiaridades similares entre sí, son notorias en el lugar y tiempo. Por lo tanto, la población alcanza a un total de 25 colaboradores de la empresa Alpes Chiclayo.

Criterios de inclusión

Se tomará muestra de las siguientes áreas de la empresa Alpes Chiclayo SAC. Supervisores de Producción y trabajadores de Procesos.

Criterios de exclusión

Personal del comedor, personal de campo proveedores y área de recursos humano.

Muestra:

En cuanto a la muestra nos dice (Hernández, Fernández, & Baptista 2006) que se establece como el subgrupo de la población en la cual se recolecta, podemos decir que es un tipo de muestra censal que está conformada por el mismo número representativo de la población, 25 colaboradores entre ellos se encuentran hombres y mujeres. La muestra sería la misma de la población al ser pequeña.

Muestreo:

El muestreo será de manera no probabilística por conveniencia, por lo cual se eligió trabajar de esta área en la empresa Alpes Chiclayo SAC - Distrito de Pacora, 2022. (Arias 2012)

Delimitación cuantitativa de la población:

La población está consentida por el total de empleados y empleadores de la empresa Alpes Chiclayo SAC - Distrito de Pacora, 2022 y está constituida por los siguientes:

Tabla 1 Delimitación cuantitativa de la población

PUESTO	f	%
Supervisores de Producción	1	4%
Trabajadores de Procesos	24	96%
TOTAL	25	100%

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos:

Técnica:

Las técnicas utilizadas serán las más pertinentes para la investigación mediante el cuestionario que está compuesto en función a los indicadores de cada dimensión de comunicación corporativa interna y compromiso organizacional, el cuestionario tiene un conjunto de preguntas cerradas que se aplicará una encuesta, basándonos en la escala de Likert y que se realizarán a trabajadores de dicha empresa en el cual nos ayudará a realizar el estudio.

Instrumentos de recolección

El instrumento será el cuestionario, que está diseñado con la finalidad de compendiar información sobre la correlación de las variables, el cuestionario está formado por 34 ítems con escala Likert que está conformada por 5 subcategorías.

Confiabilidad del instrumento para medir la variable independiente

(Arias, 2012) señala que las preguntas 34 ítems presentadas en el cuestionario, deben tener relación y correspondencia con objetivos establecidos del estudio, es por ello que las interrogantes consultarán lo que se pretende conocer y medir.

Se realizó el procesamiento de datos, para poder encontrar la confiabilidad y validez de los ítems. Donde se realizó el procesamiento de casos N°25. Se presentó la fiabilidad en el sistema SPSS, mediante el procesamiento de información, donde se obtuvo de los 34 ítems, considerando ambas variables con una fiabilidad de .960. se puede visualizar en el Anexo 03.

Se demostró la confiabilidad por la variable comunicación corporativa interna, que forman parte de las 3 dimensiones, que consta de 18 ítems, con una fiabilidad de 0.927. se puede visualizar en el Anexo 04.

Se demostró la confiabilidad por la variable compromiso organizacional, que forman parte de las 3 dimensiones, que consta de 16 ítems, con una fiabilidad de 0.927. se puede visualizar en el Anexo 05.

Validez

Haynes et al. (1995) citado en (Juárez & Tobón 2018) refieren que al hacer la validez de los instrumentos que son importantes y representativos, están destinados a la evaluación quienes refieren la validez de contenido. De tal manera se presentó el instrumento a tres especialistas para poder validar el instrumento utilizado. Se visualiza en anexos

Para evaluar el instrumento y su grado de confiabilidad, se ejecutó la encuesta para poder evaluar la fiabilidad de alfa de Cronbach. El presente estudio para obtener la confiabilidad del instrumento se analizó los resultados, utilizando dicho programa. Además de que el instrumento mostrado debe ser aprobado juicio de expertos.

3.5 Procedimientos:

Para la elaboración del procedimiento de recolección de datos ingresamos a Google drive a través de Google con nuestra cuenta, se realizará la creación de un cuestionario de 34 interrogantes mediante la aplicación de google forms, se enviará el enlace a los colaboradores de la empresa ALPES CHICLAYO SAC, cada trabajador tendrá que acceder al cuestionario y responder las interrogantes, de inmediato google registrará y creará una plantilla de cálculo con las respuestas de cada trabajador, y nos brindará a nosotros el Excel 2016,

3.6 Método de análisis de datos:

Mediante lo investigado se realizó el pertinente análisis de datos mediante una hoja de cálculo de Excel 2016, después se hizo el análisis estadístico respectivo, tabulando. Seguidamente utilizaremos el programa IBM SPSS Versión 25 para realizar la correlación de variables. Mediante la prueba de Rho de Spearman. Para la discusión de los datos se utilizó el método de estadística descriptiva e inferencial, lo que nos permitió acceder a resultados de suma importancia.

Los resultados serán medidos por un baremo donde se determinará como alto = total acuerdo y acuerdo, medio= indiferente, bajo = total desacuerdo y desacuerdo.

3.7 Aspectos Éticos:

Según (Belmont , 2013) los aspectos éticos se toman en cuenta 3 principios universales:

Respeto por las personas:

Este principio, nos permite investigar como seres autónomos a cada sujeto, por lo cual pueden decidir por sí mismo. Por lo cual se debe brindar protección a los individuos, por lo cual se obtiene información a través de su consentimiento (Belmont, 2013), de tal manera aseguramos la confidencialidad de los trabajadores y gerente de la empresa ALPES CHICLAYO SAC.

Beneficencia:

En relación a la ética de la exploración, significa un compromiso a no hacer daño o utilizar para fines de maleficencia, donde se debe priorizar minimizar daños y maximizar beneficios. (Belmont, 2013)

Justicia:

El principio hace referencia a la distribución en la justicia de los sujetos del estudio, por lo cual permite que las cargas o beneficios sean de manera equitativa. (Belmont, 2013).

IV. RESULTADOS

A continuación, se empieza a describir los resultados a partir de los objetivos propuestos en la investigación realizada en una empresa agroindustrial en el distrito de Pacora, cuyo objetivo general es determinar la relación entre la comunicación corporativa interna y compromiso organizacional de los colaboradores de la empresa Alpes Chiclayo SAC. Se estudiaron dos variables, la primera comunicación corporativa interna, cuyo instrumento consta de 3 dimensiones. Asimismo, con la variable compromiso organizacional que cuyo instrumento de medida consta de 3 dimensiones.

Los colaboradores encuestados son provenientes del departamento de Lambayeque, asimismo dentro de la empresa los colaboradores presentan grados de instrucción de secundaria completa e incompleta, carreras técnicas, como también alguna universidad incompleta o si terminaron su carrera, pero no encontraron una oportunidad laboral de acuerdo a sus expectativas, pero buscan producir ingresos.

DATOS GENERALES

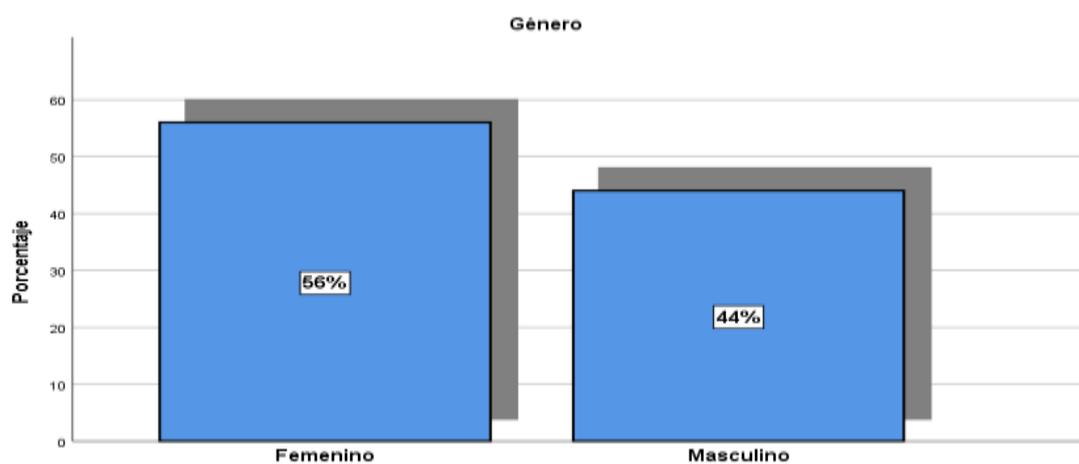
Tabla 2

1. Sexo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Femenino	14	56,0	56,0	56,0
Masculino	11	44,0	44,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario de colaboradores de la empresa Alpes Chiclayo SAC

Gráfico 1



Se observa en la figura 1, que el 44% de colaboradores del área de producción, está conformado por hombres a diferencia del 56% restante son mujeres.

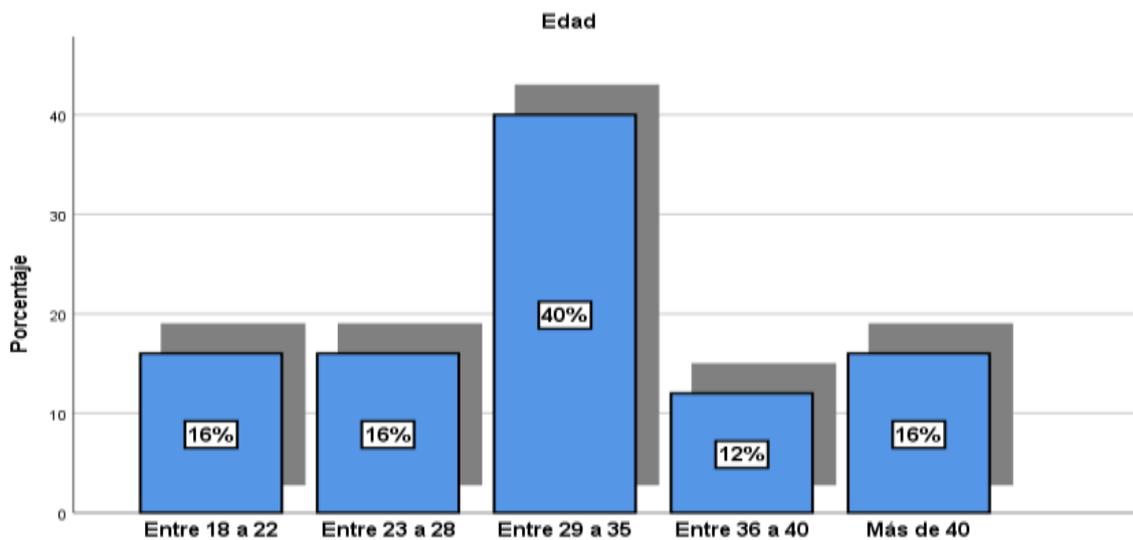
Tabla 3

2. **Edad**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Entre 18 a 22	4	16,0	16,0	16,0
Entre 23 a 28	4	16,0	16,0	32,0
Entre 29 a 35	10	40,0	40,0	72,0
Entre 36 a 40	3	12,0	12,0	84,0
Más de 40	4	16,0	16,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario de colaboradores de la empresa Alpes Chiclayo SAC.

Gráfico 2



Fuente: Tabla 3

En la figura 2, se puede observar que el 16% de los encuestados tienen entre 18 y 23 años, de igual manera con 16% tienen entre 23 y 28 años, el 40% tiene entre 29 y 35 años, el 12% presenta entre 36 y 40 años, y por último se presenta un 16% los encuestados mayores de 40 años.

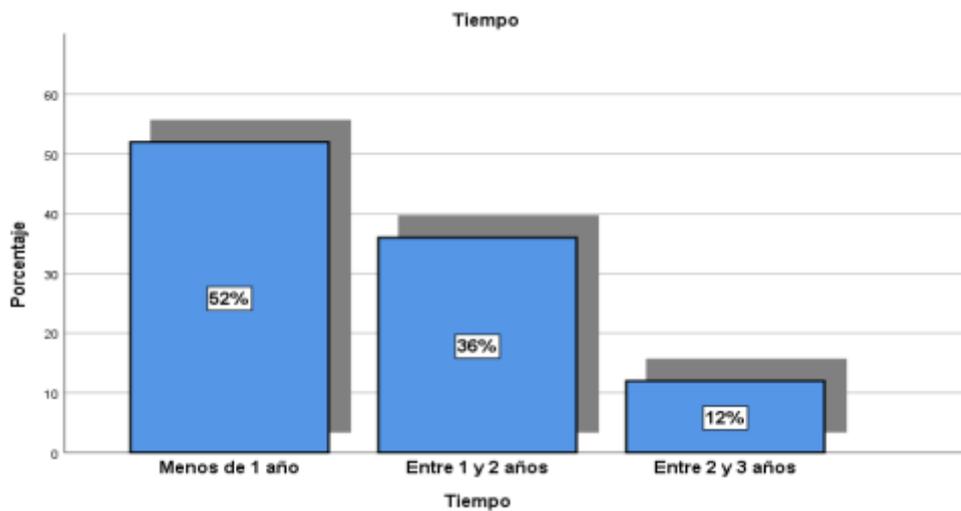
Tabla 4

3. Tiempo laborando

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menos de 1 año	13	52,0	52,0	52,0
Entre 1 y 2 años	9	36,0	36,0	88,0
Entre 2 y 3 años	3	12,0	12,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario de colaboradores de la empresa Alpes Chiclayo SAC

Gráfico 3



Fuente: Tabla 4

En la figura 3 se logra visualizar que el 52% de los colaboradores encuestados presenta menos de un año de antigüedad en la empresa Alpes Chiclayo a diferencia del 36% que tienen entre 1 y 2 años de antigüedad, por ultimo tenemos un 12 % que presenta entre 2 y 3 años de antigüedad.

Variable: Comunicación corporativa interna

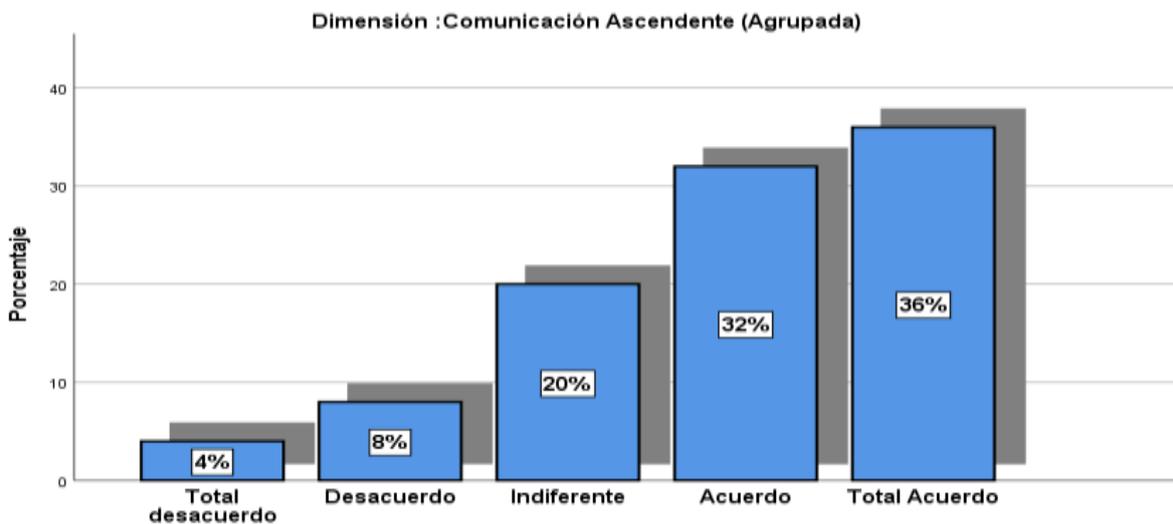
Objetivo específico 1: Establecer el nivel de la comunicación corporativa interna de los colaboradores de la empresa Alpes Chiclayo SAC-Pacora, 2022.

Tabla 5

Dimensión comunicación ascendente (Agrupada)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Total desacuerdo	1	4,0	4,0	4,0
	Desacuerdo	2	8,0	8,0	12,0
	Indiferente	5	20,0	20,0	32,0
	Acuerdo	8	32,0	32,0	64,0
	Total Acuerdo	9	36,0	36,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario de colaboradores de la empresa Alpes Chiclayo SAC

Gráfico 4



Fuente: Tabla 5

En la figura se puede percibir los siguientes resultados que se encuentran agrupados de la dimensión comunicación ascendente, el cual se encuentra agrupado por niveles donde tenemos que el 68% está en un nivel alto (Total acuerdo- Acuerdo). Por ello indica que los colaboradores sienten que la comunicación ascendente dentro de la organización es positiva, donde se presenta que se busca optimizar los canales, disminuir los problemas internos, lo cual trae beneficios. Al contrario del nivel medio que presenta un 20%(indiferente), por último, el nivel bajo con un 12% (Total desacuerdo y desacuerdo).

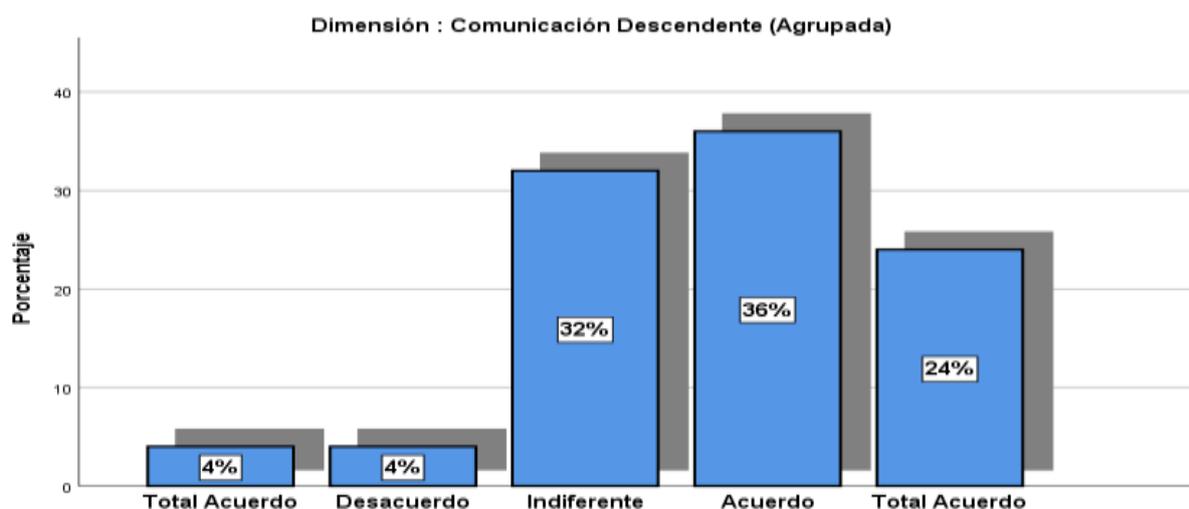
Tabla 6

Dimensión comunicación descendente (agrupada)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Total Acuerdo	1	4,0	4,0	4,0
Desacuerdo	1	4,0	4,0	8,0
Indiferente	8	32,0	32,0	40,0
Válido Acuerdo	9	36,0	36,0	76,0
Total Acuerdo	6	24,0	24,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario de colaboradores de la empresa Alpes Chiclayo SAC.

Gráfico 5



Fuente: Tabla 6

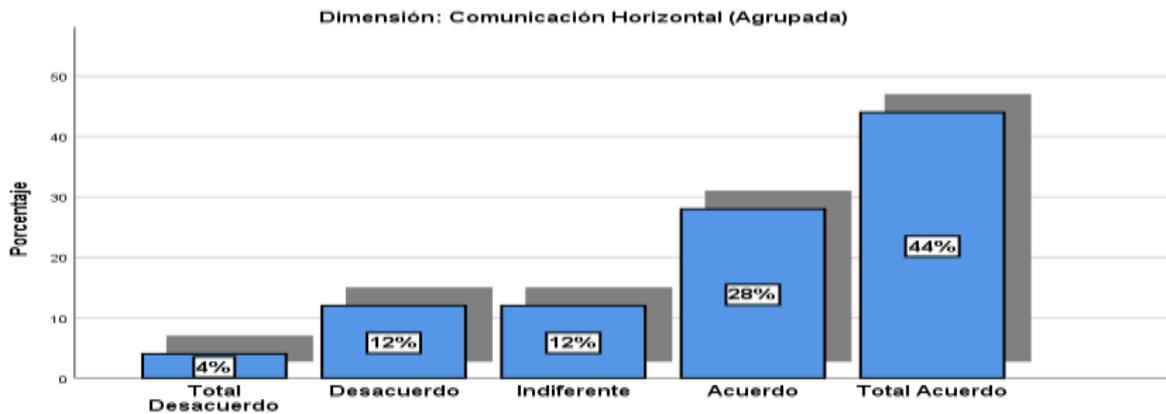
En la figura se puede percibir los resultados agrupados de la dimensión comunicación ascendente, se encuentra expresado por un nivel alto del 60%, (Total Acuerdo – Acuerdo) siendo este un resultado positivo y que indica que la empresa posee una comunicación entre los colaboradores y el personal de altos mandos, siendo esto un beneficio al momento de cumplir objetivos dentro de la organización, además de poder dar a conocer las ideas o inquietudes de los colaboradores, dando esto un estándar bueno. Diferencia del nivel medio que presenta un 32%(indiferente) y, por último, el nivel bajo con un 8% (Total desacuerdo y desacuerdo).

Tabla 7

		Dimensión comunicación horizontal (Agrupada)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Total	1	4,0	4,0	4,0
	Desacuerdo				
	Desacuerdo	3	12,0	12,0	16,0
	Indiferente	3	12,0	12,0	28,0
	Acuerdo	7	28,0	28,0	56,0
	Total Acuerdo	11	44,0	44,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario de colaboradores de la empresa Alpes Chiclayo SAC

Gráfico 6



Fuente: Tabla 7

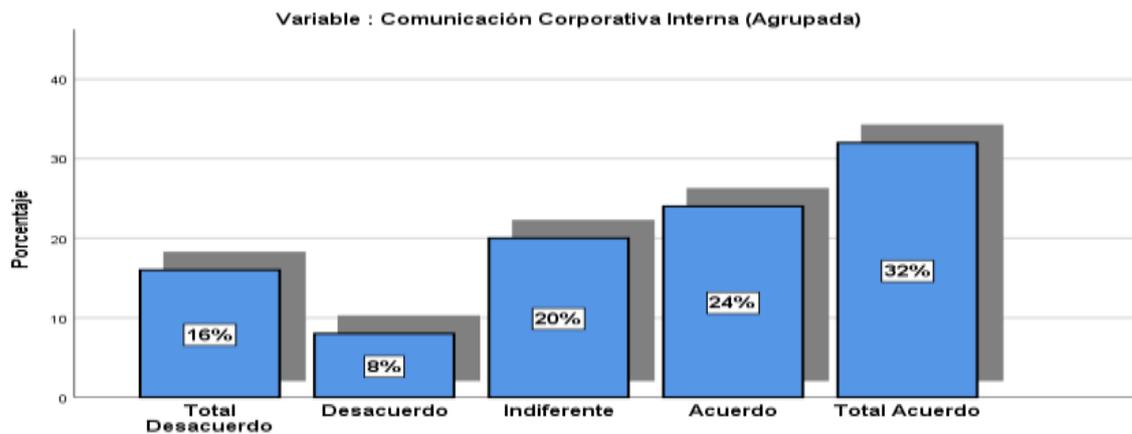
La figura demuestra los siguientes resultados agrupados de la dimensión comunicación horizontal, donde se puede apreciar que está representada por un baremo que se expresa por el nivel alto con un 72%, siendo un resultado bueno y que indica que la empresa Alpes Chiclayo SAC, posee buenas relaciones entre los departamentos, además de cumplimiento de actividades, fortalecimiento y cooperación entre los colaboradores de la organización, con estándares excelentes. Diferencia del nivel medio que presenta un 12%(indiferente) y, por último, el nivel bajo con un 16% (Total desacuerdo y desacuerdo).

Tabla 8

		Variable Comunicación corporativa interna (Agrupada)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
		a	e	válido	acumulado
Válido	Total	4	16,0	16,0	16,0
	Desacuerdo				
	Desacuerdo	2	8,0	8,0	24,0
	Indiferente	5	20,0	20,0	44,0
	Acuerdo	6	24,0	24,0	68,0
	Total Acuerdo	8	32,0	32,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta a los colaboradores de la empresa Alpes Chiclayo SAC.

Gráfico 7



Fuente: Tabla 8

En la figura se puede percibir el nivel de la variable comunicación corporativa interna, donde podemos observar que se representa en un nivel alto, con un 56% (Total acuerdo – Acuerdo), seguido por un nivel medio con el 20% (Indiferente), por último, el nivel bajo con un 24% (Total desacuerdo- Desacuerdo), por ello podemos deducir que la empresa Alpes Chiclayo SAC, se viene desarrollando de manera idónea, con las sus dimensiones como es la comunicación ascendente, comunicación descendente y por último comunicación horizontal.

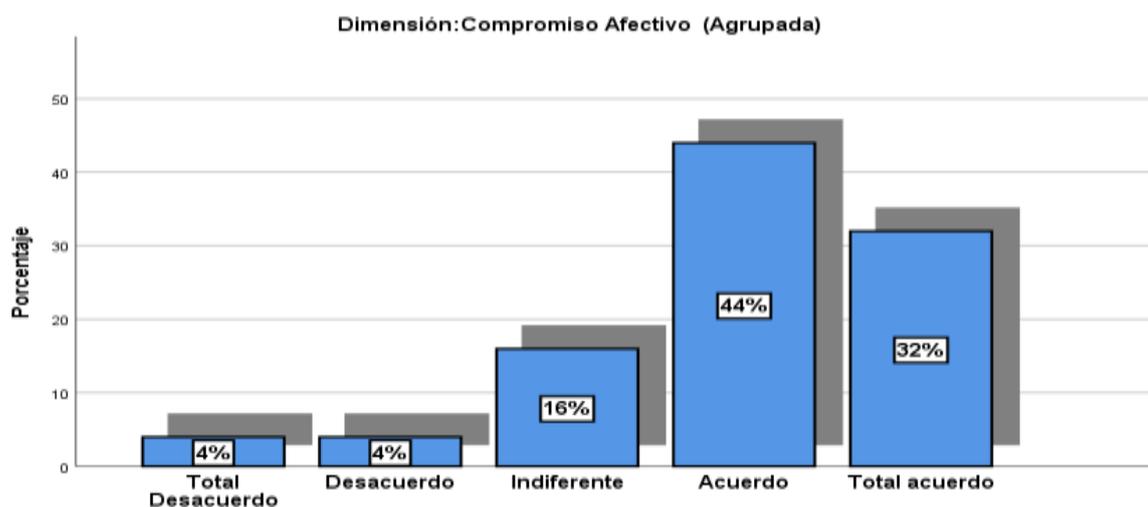
Objetivo específico 2: Establecer el nivel del compromiso organizacional de los colaboradores de la empresa Alpes Chiclayo SAC- Pacora,2022.

Tabla 9

Dimensión compromiso Afectivo (agrupada)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Total	1	4,0	4,0	4,0
	Desacuerdo				
	Desacuerdo	1	4,0	4,0	8,0
	Indiferente	4	16,0	16,0	24,0
	Acuerdo	11	44,0	44,0	68,0
	Total acuerdo	8	32,0	32,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario de colaboradores de la empresa Alpes Chiclayo SAC.

Gráfico 8



Fuente: Tabla 9

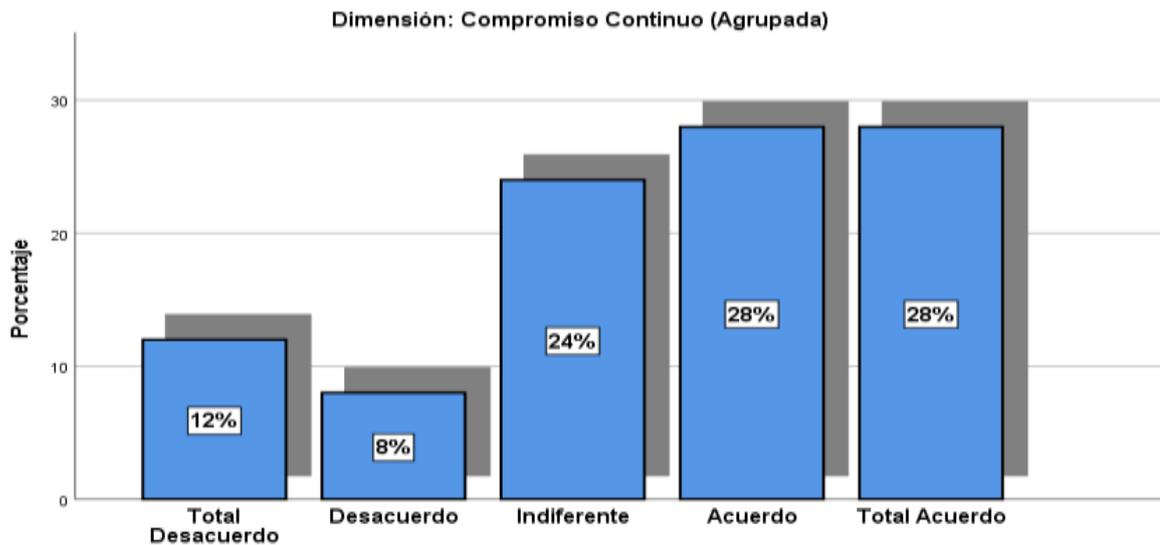
En la figura se puede percibir los resultados agrupados de la dimensión compromiso afectivo, los colaboradores presentan un nivel alto con un 76%, siendo este un resultado bueno acerca del compromiso, ya sea por vínculos afectivos donde se percibe que se sienten a gusto dentro de la organización. Diferencia del nivel medio que presenta un 16%(indiferente) y, por último, el nivel bajo con un 8% (Total desacuerdo y desacuerdo).

Tabla 10

		Dimensión compromiso continuo (Agrupada)		
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje
			válido	acumulado
Válido	Total	3	12,0	12,0
	Desacuerdo			
	Desacuerdo	2	8,0	8,0
	Indiferente	6	24,0	44,0
	Acuerdo	7	28,0	72,0
	Total Acuerdo	7	28,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0

Fuente: Cuestionario de colaboradores de la empresa Alpes Chiclayo SAC

Gráfico 9



Fuente: Tabla 10

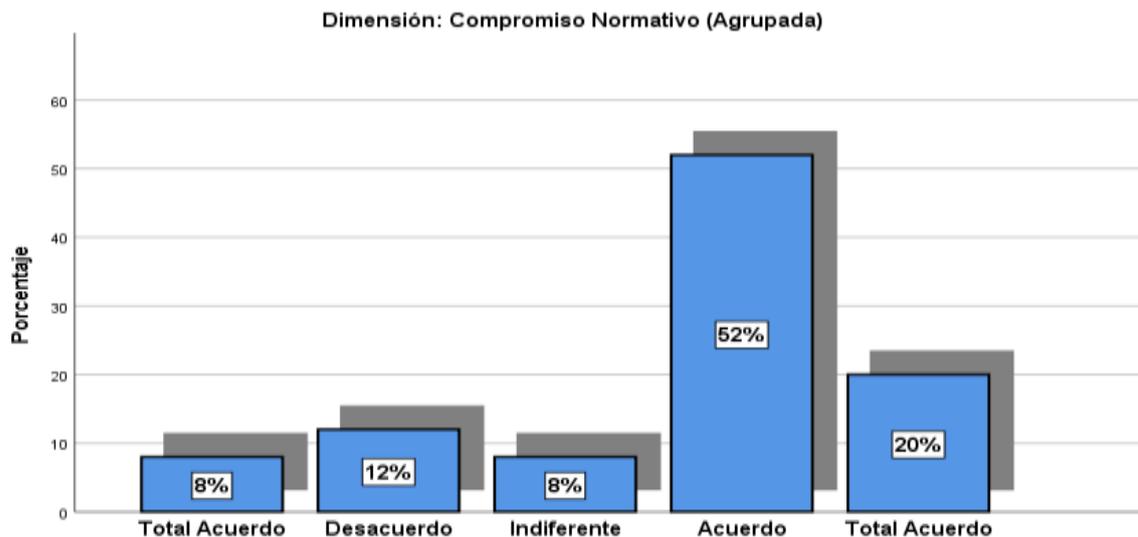
En la figura se puede percibir los resultados agrupados de la dimensión compromiso continuo, donde los colaboradores presentan un nivel alto con un 56 %, siendo este un resultado bueno acerca del compromiso continuo, ya sea por el salario, gratitud que siente por la organización, beneficios brindados entro de ella. Diferencia del nivel medio que presenta un 24%(indiferente) y, por último, el nivel bajo con un 20% (Total desacuerdo y desacuerdo)

Tabla 11

Dimensión compromiso Normativo (Agrupada)				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Total Acuerdo	2	8,0	8,0	8,0
Desacuerdo	3	12,0	12,0	20,0
Indiferente	2	8,0	8,0	28,0
Válido Acuerdo	13	52,0	52,0	80,0
Total Acuerdo	5	20,0	20,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario de colaboradores de la empresa Alpes Chiclayo SAC

Gráfico 10



Fuente: Tabla 11

En la figura se puede percibir el nivel de la variable compromiso normativo, donde se aprecia un nivel alto, de acuerdo a la sumatoria con un 72%, que responde de manera excelente. Dónde se indica que existe un compromiso de los colaboradores hacia la organización. Diferencia del nivel medio que presenta un 8%(indiferente) y, por último, el nivel bajo con un 20% (Total desacuerdo y desacuerdo)

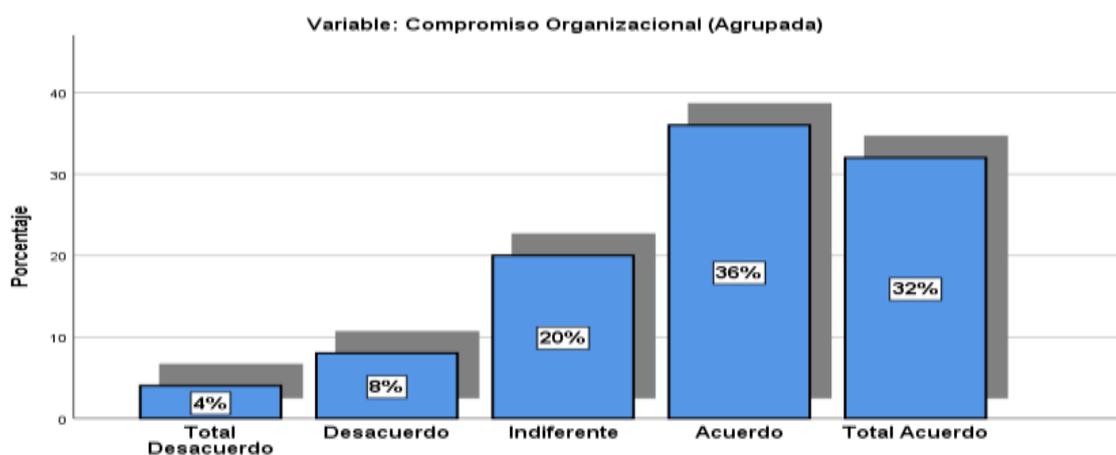
Tabla 12

Variable compromiso organizacional (Agrupada)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Total	1	4,0	4,0	4,0
Desacuerdo				
Desacuerdo	2	8,0	8,0	12,0
Indiferente	5	20,0	20,0	32,0
Acuerdo	9	36,0	36,0	68,0
Total Acuerdo	8	32,0	32,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario de colaboradores de la empresa Alpes Chiclayo SAC

Gráfico 11



Fuente: Tabla 12

En la figura se puede percibir que el nivel de compromiso organizacional, en el cual observamos que se ubica en un nivel alto, ya que de acuerdo a la sumatoria se obtuvo un 68%, que respondió que está de acuerdo y totalmente de acuerdo, respectivamente seguida de un 20%, un nivel medio que se presenta indiferente y por último el 12% que presenta a nivel bajo, en desacuerdo y total desacuerdo.

Resultados: Estadística inferencial

Prueba de hipótesis general

H0: No existe relación entre comunicación corporativa interna y compromiso organizacional en la empresa Alpes Chiclayo SAC-Pacora,2022.

H1: Si existe relación entre comunicación corporativa interna y compromiso organizacional en la empresa Alpes Chiclayo SAC-Pacora,2022

Tabla 13

Correlaciones V1-V2

			Variable comunicación corporativa interna	Variable compromiso organizacional
Rho de Spearman	Variable comunicación corporativa interna	Coeficiente de correlación	1,000	,516**
		Sig. (bilateral)	.	,008
		N	25	25
	Variable compromiso organizacional	Coeficiente de correlación	,516**	1,000
		Sig. (bilateral)	,008	.
		N	25	25

Fuente: Cuestionario de colaboradores de la empresa Alpes Chiclayo SAC.

En la tabla se muestran los siguientes resultados, para comprobar la hipótesis general; se obtuvo un coeficiente de correlación de Rho de Spearman = ,516** y se interpreta que la correlación es significativa al nivel 0,08 bilateral, interpretándose como una relación positiva fuerte entre las variables presentadas, con un $p= 0,00$ ($p < 0,08$), de tal manera rechazándose la hipótesis nula que se presenta.

También se puede observar en los resultados que la comunicación corporativa interna está relacionada directamente con el compromiso organizacional, de tal

forma se puede decir que a mejor sea la comunicación dentro de la organización, será mayor el compromiso que los colaboradores tengan, además según la correlación presentada se determina que con 0,516, está en una correlación positiva moderada.

Objetivo específico 3: Analizar la relación entre las dimensiones de la comunicación corporativa interna y el compromiso organizacional en los colaboradores de la empresa Alpes Chiclayo SAC- Pacora, 2022.

H_a: Si existe relación entre las dimensiones de la comunicación corporativa interna y el compromiso organizacional en los colaboradores de la empresa Alpes Chiclayo SAC- Pacora, 2022.

H_o: No existe la relación entre las dimensiones de la comunicación corporativa interna y el compromiso organizacional en los colaboradores de la empresa Alpes Chiclayo SAC- Pacora, 2022.

Tabla 14

Correlaciones D1 –V2

		Variable compromiso organizacional	Dimensión comunicación ascendente
Rho de Spearman	Coefficient e de correlación	1,000	,622**
	Sig. (bilateral)	.	,001
	N	25	25
	Coefficiente de correlación	,622**	1,000
	Sig. (bilateral)	,001	.
	N	25	25

Fuente: Cuestionario de colaboradores de la empresa Alpes Chiclayo SAC.

En la tabla se muestran los siguientes resultados, para diferir la hipótesis general; se obtuvo un coeficiente de correlación de Rho de Spearman = ,622**, se interpreta que la correlación es significativa al nivel 0,01 bilateral, interpretándose

como una relación positiva fuerte entre la dimensión comunicación ascendente y el compromiso organizacional, con un $p= 0,00$ ($p < 0,01$), de tal manera rechazándose la hipótesis nula que se presenta y acepta la hipótesis de la investigación.

También se puede observar en los resultados que la comunicación ascendente está relacionada directamente con el compromiso organizacional, de tal forma se puede decir que a mejor sea la comunicación dentro de la organización, desde los colaboradores hacia los jefes, será mayor el compromiso que se presente, según la correlación presentada se determina que con 0,622, está en una correlación positiva moderada.

Tabla 15

Correlaciones D2-V2

		Variable compromiso organizacional	Dimensión comunicación descendente
		1,000	,563**
Rho de Spearman	Variable compromiso organizacional	Coeficiente de correlación	
		Sig. (bilateral)	,003
		N	25
		,563**	1,000
	Dimensión comunicación descendente	Coeficiente de correlación	
		Sig. (bilateral)	,003
		N	25

Fuente: Cuestionario de colaboradores de la empresa Alpes Chiclayo SAC.

En la tabla se demuestran los siguientes resultados, para comprobar la hipótesis general; se obtuvo un coeficiente de correlación de Rho de Spearman = ,563** y de acuerdo a la estimación de correlación de spearman se interpreta que la correlación es significativa al nivel 0,03 bilateral, interpretándose como una relación positiva fuerte entre la dimensión comunicación descendente y el compromiso organizacional , con un $p= 0,00$ ($p < 0,03$), de tal manera se acepta la hipótesis de la investigación.

También se puede observar en los resultados que la comunicación descendente está relacionada directamente con el compromiso organizacional, de tal forma se puede decir que a mejor sea la comunicación dentro de la organización, el flujo de mensajes entre los jefes hacia los colaboradores, beneficiara a que el compromiso sea mayor dentro de la organización, según la correlación presentada se determina que con 0,563, está en una correlación positiva moderada.

Tabla 16

Correlaciones D3-V2

			Variable compromiso organizacional	Dimensión comunicación horizontal
Rho de Spearman	Variable compromiso organizacional	Coeficiente de correlación	1,000	,649**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	25	25
	Dimensión comunicación horizontal	Coeficiente de correlación	,649**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	25	25

Fuente: Cuestionario de colaboradores de la empresa Alpes Chiclayo SAC

En la tabla se muestran los resultados, para contrastar la hipótesis general; se alcanzó un coeficiente de correlación de Rho de Spearman 0 ,649**, que se interpreta que la correlación es significativa al nivel 0,00 bilateral, interpretándose como una relación positiva fuerte entre la dimensión comunicación descendente y el compromiso organizacional, con un $p= 0,00$ ($p < 0,00$), de tal manera acepta la hipótesis de la investigación.

También se puede observar en los resultados que la comunicación horizontal está relacionada directamente con el compromiso organizacional, de tal forma se

puede decir que a mejor sea la comunicación dentro de la organización, el flujo de comunicación entre las áreas beneficiara a que el compromiso sea mayor dentro de la organización, además de promoviendo a que se puedan lograr mejor los objetivos, según la correlación presentada se determina que con 0,563, está en una correlación positiva moderada.

En la tabla se muestran los siguientes resultados, para diferir la hipótesis general; se alcanzó un coeficiente de correlación de Rho de Spearman 0,563** y de acuerdo a la estimación de correlación se interpreta que la correlación es significativa al nivel 0,03 bilateral, interpretándose como una relación positiva moderada entre la dimensión comunicación descendente y el compromiso organizacional , con un $p= 0,00$ ($p < 0,03$), de tal manera rechazándose la hipótesis nula que se presenta y acepta la hipótesis de la investigación.

También se puede observar en los resultados que la comunicación descendente está relacionada directamente con el compromiso organizacional, de tal forma se puede decir que a mejor sea la comunicación dentro de la organización, el flujo de mensajes entre los colaboradores y jefes, beneficiara a que el compromiso sea mayor dentro de la organización, según la correlación presentada se determina que con 0,563, está en una correlación positiva moderada.

V. DISCUSIÓN

Con respecto al objetivo general del estudio se busca determinar la relación entre comunicación corporativa interna y compromiso organizacional en la empresa Alpes Chiclayo SAC-Pacora,2022.

De acuerdo con los resultados obtenidos se presentó que la significancia bilateral de Rho de Spearman es de 0,008, siendo este menor a 0,05. Así mismo se evidencia que el coeficiente de grado de correlación de Rho de Spearman es de 0,516 por lo que se determina que existe una relación positiva fuerte entre comunicación corporativa interna y compromiso organizacional en la empresa Alpes Chiclayo SAC- Pacora,2022, de lo referido se obtuvo los siguientes resultados calculados coinciden con el estudio de (Barral ,2018) quien encuentra una relación moderada positiva entre la variable comunicación interna y compromiso organizacional, obteniendo de esta manera que ha mejor sea la comunicación entre los colaboradores, incrementa el compromiso organizacional, por eso se concluyó que el flujo de comunicación dentro de la organización influye a que sea mayor el compromiso. Por lo mismo se busca a que en la organización se genere una excelente comunicación que ayude a incrementar el compromiso.

Así mismo, se corrobora los resultados en la teoría de (Coral, 2018) sobre la comunicación corporativa interna tienen una relación directa y compromiso organizacional nos dice que después de haber experimentado de manera minuciosa en qué consiste la comunicación interna nos centraremos en cuáles son los beneficios que forma la creación de una correcta política en la organización tomando en cuenta los siguientes puntos: Emoción de Pertenencia, Mayor pureza, Mayor incitación, Alianza entre las otras áreas y departamentos, Ejemplo de prácticas caritativas y coherencia con la efigie de la organización, logrando así generar vínculos que ayuden a incrementar el compromiso.

Respecto al primer objetivo específico, se busca establecer el grado de comunicación corporativa interna en la empresa Alpes Chiclayo SAC- Pacora,2022.

Según el baremo se presenta en un nivel alto, con un 56%, seguido por un nivel medio con el 24%, por último, el nivel bajo con un 20%, por ello podemos deducir que la empresa Alpes Chiclayo SAC, se viene desarrollando de manera idónea, con sus dimensiones como es la comunicación ascendente, comunicación descendente y por último comunicación horizontal

La investigación de (Herrera & Torres,2020) se pudo concluir que el 61% indica que casi nunca se aplica la comunicación organizacional a diferencia del 38 % que a veces. En cuanto a el compromiso organizacional se obtuvo que el 51% considera que casi nunca se aplica, a diferencia del 46 % que respondió que a veces y 2.86 % confirma que casi siempre. Por lo tanto, la relación que se presenta entre las variables se muestra un nivel positivo fuerte, siendo los factores internos de la organización que contribuyen a la comunicación de tal manera se llega a concluir que dicha correlación si existe de igual forma que en resultados encontrados en la presente investigación que presenta una correlación de tipo positiva fuerte. Donde se logra percibir que mejor sea la comunicación dentro de la organización, se logrará los objetivos propuestos, además de beneficiar a la formación de vínculos entre colaboradores y jefes. Lo cual se fundamenta en la teoría de (Berceruelo ,2016) Donde hace referencia que la comunicación corporativa interna. Sugiere al confuso flujo de recados que nacen, se reproducen y transitan en todos los recorridos en el centro de las empresas, de tal manera lograr que los mensajes sean claros, concisos y precisos.

Respecto al segundo objetivo específico se busca establecer la relación de compromiso organizacional de los colaboradores en la empresa Alpes Chiclayo SAC- Pacora,2022. Según los resultados que están expresados por niveles, donde se manifiesta cual es el nivel de compromiso que sienten los trabajadores dentro de la empresa, se obtuvo un 68%, que respondió que está de acuerdo y totalmente de acuerdo, respectivamente seguida de un 20%, un nivel medio que se presenta a indiferente y por último el 12% que presenta a nivel bajo, en desacuerdo y total desacuerdo. La investigación de (Guerrero, 2019) Indica un nivel moderado de compromiso, por lo cual se planteó realizar una propuesta que ayude a mejorar el compromiso organizacional, con la finalidad de que se obtengan mayores beneficios.

De los resultados se puede deducir que la gestión de las dimensiones de compromiso, admiten obtener compromiso de los trabajadores dentro de la organización de manera alta. Por otro lado, el resultado se fundamenta en la teoría según (Ferri, 2019) expresa que el compromiso organizacional es una etapa psicológica, donde se presenta el tipo de relación entre el colaborador y la organización, no de incentivos monetarios, lo cual se orienta más al reconocimiento

y la satisfacción del colaborador, donde se hace referencia al deseo, deber y necesidad. De tal manera en la investigación se presenta que a mayor sea el compromiso de los colaboradores, se obtiene mejores resultados, además que su desempeño se vuelve más óptimo, de acuerdo a lo que se nos dice (Guerrero, 2019).

Analizar el nivel de correlaciones entre las dimensiones de la variable comunicación corporativa interna y compromiso organizacional de la empresa Alpes Chiclayo SAC-Pacora,2022.

De acuerdo a la estadística inferencial como el coeficiente de Rho de Spearman es de 0.622, se afirma que existe una correlación positiva fuerte, además de tener un nivel de significancia es menor a 0.05 por lo que se acepta la hipótesis alterna, lo cual indica que si existe correlación entre la dimensión comunicación ascendente y compromiso organizacional.

De igual manera en el caso de comunicación Descendente y compromiso organizacional Según Rho Spearman es de 0.563, y según la escala de correlación de Spearman existe una correlación positiva fuerte, adicionalmente el nivel de significancia es menor a 0.05 por lo que se acepta la hipótesis alterna. Asimismo, según Rho Spearman es de 0.649, y según la escala de correlación se encuentra en un nivel positiva fuerte, adicionalmente con una significancia bilateral menor a 0.05 por lo que se acepta la hipótesis alterna entre dimensión comunicación horizontal y compromiso organizacional. Según las investigaciones que han servido de base teórica, donde concluyen que las dimensiones de comunicación corporativa interna y el compromiso organizacional tienen relación de tal manera tomando en cuenta que las líneas de comunicación dentro del seno de la organización generan un impacto en el compromiso.

Por tanto según (Chiavenato, 2020) Precisa que el compromiso organizacional es el nivel de afecto emocional que presenta el colaborador con la organización, donde se puede determinar de manera positiva o negativa, lo cual influye en la voluntad de como desempeñarse, de tal manera un alto nivel de compromiso están: poca rotación del personal, inspirar a que los empleados muestren su creatividad ,de alta competencia, alto desempeño laboral, aumentar niveles de satisfacción y motivación, generando mayor sustentabilidad empresarial.

VI. CONCLUSIONES

1. Respondiendo al objetivo general en lo referido se puede concluir que de acuerdo a los resultados obtenidos en el Rho de Spearman el grado de correlación es de 0,516, según la tabla de interpretación, existe una correlación fuerte positiva, entre la comunicación corporativa interna y compromiso organizacional en la empresa Alpes Chiclayo SAC, Pacora – 2020. Por ello se asume que se acepta la hipótesis alterna, que nos dice que si existe correlación entre las variables presentadas, con una significancia bilateral menor a 0.05, determinado una correlación de manera directa. Tal como indica la teoría podemos inferir que al tener una mejor comunicación dentro de la organización el compromiso aumentará de manera significativa, logrando así mejor los objetivos planteados.
2. En lo referido al objetivo específico 1: En lo referido se puede concluir que la variable comunicación corporativa interna se presenta en un nivel alto, según los resultados obtenidos los trabajadores respondieron que se encuentra en un 56%, detallando que la comunicación corporativa dentro de la organización es favorable, aunque se puede fortalecer sus dimensiones de tal manera poder involucrar a los jefes y colaboradores, al momento de toma de decisiones, además de incentivar a logro de objetivos en la empresa Alpes Chiclayo SAC.
3. De acuerdo al objetivo específico 2: En lo referido se puede concluir que la variable compromiso organizacional se encuentra en un nivel alto, según los resultados obtenidos los colaboradores respondieron que se encuentran en un 68%. Por lo que según los resultados presentados se puede inferir que la empresa Alpes Chiclayo SAC, Pacora -2022, se encuentra altamente fortalecida las dimensiones compromiso afectivo, normativo y continuo dentro de la empresa logrando de esta manera incrementar el desempeño y productividad dentro de ella al tener comprometidos a cada colaborador.
4. De acuerdo al objetivo específico 3: En lo referido se puede concluir que de acuerdo a los resultados obtenidos del Rho de Spearman es de 0.622, el grado de correlación es y de acuerdo a la estadística inferencial es una correlación positiva fuerte, además de tener un nivel de significancia es menor 0.05 por lo que sí existe correlación entre la dimensión comunicación

ascendente y compromiso organizacional. De igual manera en el caso de comunicación Descendente y compromiso organizacional Según Rho Spearman es de 0.563, y según la escala de correlación de Spearman de acuerdo a la estadística inferencial, sí existe una correlación fuerte positiva, adicionalmente el nivel de significancia es menor a 0.05 por lo que. Asimismo, según Rho Spearman es de 0.649, se encuentra en un nivel positiva fuerte, adicionalmente con una significancia bilateral menor a 0.05. Asimismo, se encuentra que, entre las dimensiones y la variable, las líneas de comunicación que se presentan en las diferentes partes de la organización benefician a que sea mayor el compromiso, logrando así que los trabajadores se presenten más comprometidos.

VII. RECOMENDACIONES

1. Los jefes de las empresas agroindustriales deben tener en cuenta que las actividades dentro de la empresa que ayuden a interactuar y poder relacionarse con el equipo de trabajo, logrando así obtener mejores resultados y de tal manera fortalecer las líneas de comunicación y compromiso.
2. Para seguir fortaleciendo la comunicación corporativa interna se debe realizar actividades que puedan participar los colaboradores, logrando así conocerse mejor y poder generar vínculos más cercanos, incentivando así a sentir mayor compromiso.
3. Se recomienda a la empresa Alpes Chiclayo SAC, para obtener más compromiso por parte de los colaboradores deben aplicar talleres que ayuden a relacionarse y mejorar la convivencia, con un fin de poder fortalecer lazos afectivos entre la organización y colaboradores.
4. A los investigadores de las futuras investigaciones, se le recomienda la continuación y poner énfasis en tema presentado en el ámbito empresarial, el impacto que tiene en las organizaciones, además de comunicar sobre los resultados encontrados para mejorar.

REFERENCIAS

- Arias, F. (2012). *El Proyecto De Investigación Introducción A La Metodología Científica 6ta Ediccion*. Caracas - República Bolivariana De Venezuela.: © 2012 Editorial Episteme, C.A.
- Aroni, H. F. (2018). *Respositorio De La Universidad Cesar Vallejo*. Obtenido De [Https://Repositorio.Ucv.Edu.Pe/Bitstream/Handle/20.500.12692/15898/Silva_AHF.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y](https://Repositorio.Ucv.Edu.Pe/Bitstream/Handle/20.500.12692/15898/Silva_AHF.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y)
- Ayensa, Á. (2018). *Gestión de recursos humanos*. Madrid: Editorial Paraninfo.
- Barral Bejarano, S. (2018). *Comunicación Interna Y Su Relación Con El Compromiso Organizacional, Del Personal Administrativo De Una Institución Universitaria De Los Olivos, 2018” Para Obtener Titulo Como Licenciada*. Repositorio De La Universidad César Vallejo. Obtenido De [Https://Repositorio.Ucv.Edu.Pe/Bitstream/Handle/20.500.12692/23856/Barral_BSC.Pdf?Sequence=4&Isallowed=Y](https://Repositorio.Ucv.Edu.Pe/Bitstream/Handle/20.500.12692/23856/Barral_BSC.Pdf?Sequence=4&Isallowed=Y)
- Barral, B. S. (2018). *Repositorio De La Universidad Cesar Vallejo* . Obtenido De [Https://Repositorio.Ucv.Edu.Pe/Bitstream/Handle/20.500.12692/23856/Barral_BSC.Pdf?Sequence=4&Isallowed=Y](https://Repositorio.Ucv.Edu.Pe/Bitstream/Handle/20.500.12692/23856/Barral_BSC.Pdf?Sequence=4&Isallowed=Y)
- Barranzuela Puican, S. J. (2019). *Repositorio De La Universidad Cesar Vallejo*. Obtenido De [Https://Repositorio.Ucv.Edu.Pe/Handle/20.500.12692/36550](https://Repositorio.Ucv.Edu.Pe/Handle/20.500.12692/36550)
- Belmont. (2013). *Rincipios Éticos Y Normas Para El desarrollo De Las Investigaciones Que Involucran A Seres Humanos*. Recuperado El 16sep.2013[Citado 26may2021];4(3)., De [Https://Revistas.Upch.Edu.Pe/Index.Php/RMH/Article/View/424](https://Revistas.Upch.Edu.Pe/Index.Php/RMH/Article/View/424)

- Belsuzarri Vega , A. I., & Acosta Martinez , P. W. (2020). *Repositorio Usil*. Obtenido De <https://Repositorio.Usil.Edu.Pe/Server/Api/Core/Bitstreams/0ec380b9-7182-475e-9a3d-A5d10048ecd8/Content>
- Berceruelo, B. (2016). *Comunicación Empresarial*. Estudio De Comunicación. Obtenido De <https://Www.Estudiodecomunicacion.Com/Wp-Content/Uploads/2018/01/Libro-Comunicaci%C3%B3n-Empresarial.Pdf>
- Bordas Martínez , m. m. (2016). *Gestión Estratégica Del Clima Laboral*. Madrid: Uned.
- Castro , D. (2019). Las fuentes de financiamiento y su repercusión en el crecimiento empresarial de las Mypes en Lima Norte. Respositorio Universidad de Piura. Obtenido/https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/4188/TSP_AEL_021.pdf?sequence=1&isAllowe=y
- Castro, M. A., Díaz, & Morilla, P. (2019). Analysis Of The Great Place To Work And The Internal Communication Observatory Awards: Internal Communication Practices In Spanish Companies (2014-2018). *El Profesional De La Información*, V. 28, N. 5, E280518. Obtenido De <https://Revista.Profesionaldelainformacion.Com/Index.Php/EPI/Article/View/Epi.2019.Sep.18>
- De la Fuente, C. (2019). *Marketing interno y comunicación*. Madrid: Editorial Elearning S.L.
- Charry Condor, H. O. (2018). La Gestión De La Comunicación Interna Y El Clima Organizacional En El Sector Público. *Comuni@Cción*, 9(1), 25-34. Obtenido De Www.Scielo.Org.Pe/SciELO.Php?Script=Sci_Arttext&Pid=S2219-71682018000100003&Lng=Es&Tlng=Es.

- Chiavenato, I. (2020). *Gestión Del Talento Humano: El Nuevo Papel De Los Recursos Humanos En Las Organizaciones*. Madrid: Ediciones Mc Graw Hill.
- Chumaceiro, A., Hernández, J., Ravina, R., & Reyes, I. (2020). University Social Responsibility In The Organizational Happiness Management. *Revista Internacional De Filosofía Y Teoría Social.*, 427-440. Obtenido De <File:///C:/Users/Cliente/Desktop/Dialnetuniversitysocialresponsibilityintheorganizationalh-7416838.Pdf>
- Condor, H. O. (2018). *The management of internal communication and the organizational climate in the sector public revista scielo.*
- Coral Bermúdez, R. (2018). *Repositorio Comillas*. Obtenido De <Https://Repositorio.Comillas.Edu/Jspui/Bitstream/11531/7425/4/TFM000339.Pdf>
- Dávila Lorenzo, M., & Arceluz Vives, D. (2017). The Process Of Internal Communication Within The Office Of The Curator Of The City Of Cienfuegos. *Revista Conrado*, 14(61), 133-140. Obtenido De <Https://Conrado.Ucf.Edu.Cu/Index.Php/Conrado>
- Fernández, I. (1 De Septiembre De 2013). *Clase 2: El Modelo De Felicidad Aplicado Al Trabajo Curso: Felicidad Organizacional*. Obtenido De Citado Por <Https://Www.Latercera.Com/Noticia/Clase-2-El-Modelo-De-Felicidad-Aplicado-Al-Trabajo-Curso-Felicidad-Organizacional/>
- Ferri, L. (2019). *La Gestión Del Talento En Un Entorno De Crisis* (3era Ed.). Madrid: Editorial Área De Innovación Y Desarrollo SL.

- Gavilánez, F. R. (Noviembre De 2017). *Repositorio Digital De La Universidad De Especialidades Espiritu Santo UEES*. Obtenido De Http://201.159.223.2/Bitstream/123456789/3046/1/Gavilanez_Flores-Raquel_Elizabeth_MDTH_P_2015_2017_291217R.Pdf
- Guerrero, M. P. (2019). *Repositorio De La Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo*. Obtenido De Https://Tesis.Usat.Edu.Pe/Bitstream/20.500.12423/1635/3/TL_Guerreromal-donadopedro.Pdf
- Handl, K. (2014). *Aplicación práctica del Diagrama de Gantt en la administración de un proyecto*. Obtenido de <https://face.unt.edu.ar/web/iadmin/wp-content/uploads/sites/2/2014/12/Aplicaci%C3%B3n-pr%C3%A1ctica-Diagrama-de-Gantt-para-Jornada-IA-Handl.pdf>
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología De La Investigación. Las Rutas Cuantitativa, Cualitativa Y Mixta*. México D.F: Mc Graw Hill Education.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, L. (2006). *Metodología De La Investigación* (Cuarta Edición Ed.). México: Mcgraw-Hill Interamericma Editores, SA DE C.V. Obtenido De Https://D1wqtxts1xzle7.Cloudfront.Net/60128572/Sampieri-Et-Al-Methodologia-De-La-Investigacion-4ta-Edicionsampieri2006_Ocr20190726-128374-Ja0aah-With-Cover-Page.Pdf?Expires=1620017648&Signature=Ukdo7dljghvbi4upti3ihFyphiderqlcn2c7l3uxn3ys2qqgrgf2jkrjg-J
- Juárez Hernández, L., & Tobón, S. (2018). Análisis De Los Elementos Implícitos En La Validación De Contenido De Un Instrumento De Investigación. *Revista Espacios*. Obtenido De <Https://Www.Revistaespacios.Com/Cited2017/Cited2017-23.Html>

- Marchiori, M. (2011). Comunicación Interna: Una Visión Más Amplia En El Contexto De Las Organizaciones. *Ciencias De La Información*, 42(2),49-54.[Fecha De Consulta 2 De Mayo De 2022]. ISSN: 0864-4659. Obtenido De [Https://Www.Redalyc.Org/Articulo.Oa?Id=181422294008](https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181422294008)
- Marques De La Lima, O. M. (2017). *Repositorio*. Muñoz, H. (2004). El presupuesto en un protocolo de investigación. *Revista Salud Pública y Nutrición*. Número especial. Recuperado de: <http://www.respyn.uanl.mx/especiales/ee-8-2004/05.pdf>
- Orbegoso Fernandez, F. L. (2018). *Comunicación Interna Y Percepción De La Organización De Los Trabajadores De Una Universidad Pública De Huánuco, 2018 Tesis Para Optar El Grado Academico De Doctora*. Repositorio De La Universidad San Martin De Porres. Obtenido De [Https://Repositorio.Usmp.Edu.Pe/Bitstream/Handle/20.500.12727/8326/Orbegoso_Ff.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/8326/Orbegoso_Ff.Pdf?sequence=1&isallowed=Y)
- Oyarvide Ramírez, H., Reyes Sarria, E., & Montañó Colorado, M. (2017). Internal Communication As An Indispensable Tool Of Business Administration. *Dominio De Ciencias.*, 299.
- Pintado, T., & Sánchez, J. (2018). *Nuevas tendencias en comunicación estratégica* (5ta ed.). Madrid: ESIC Editorial.

- Poma Alvarado, S. G. (2019). *“Valoración De La Comunicación Descendente De Los Directivos Del IESTP Manuel Seoane Corrales, SJL, 2019” Para Obtener Bachiller Ciencias De La Comunicación*. Repositorio De La Universidad César Vallejo. Obtenido De https://Repositorio.Ucv.Edu.Pe/Bitstream/Handle/20.500.12692/36263/B_Poma_ASG.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y
- Quiroz, L. (2017). *Marketing interno y compromiso organizacional en el personal administrativo de una empresa de servicios de Lima (tesis de pregrado)*. Universidad César Vallejo, Lima. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/22034/Quiroz_LLM.pdf?sequence=1
- Robbins, S., & Judge, T. (2019). *Comportamiento Organizacional (Decimotercera Edición)*. PEARSON EDUCACIÓN, México, 2009.
- Rodríguez, M., & Pineda, D. (2021). *Tendencias Del Marketing Interno, Una Revisión Teórica*. Obtenido <https://www.revistaespacios.com/A20v41n27/A20v41n27p26.Pdf>
- Sánchez De Gallardo, M., & Nava Romero, M. (2007). *Sistemas Y Barreras De La Comunicación En Institutos Universitarios Tecnológicos Del Municipio Cabimas, Estado Zulia, Venezuela Enlace, 4(3), 71-90*. Recuperado En 06 De Mayo De 2022. Obtenido De http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1690-75152007000300006&lng=es&tlng=es.
- Villamil Rodriguez, E. E. (2017). *Repositorio Universidad Militar Nueva Granada*. Obtenido/<https://Repository.Unimilitar.Edu.Co/Bitstream/Handle/10654/16401/Villamilrodriguez%20elisaenidia2017..Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y>

- Wills, E. N., Cevallos, I., Ileana, M., Sadi, G., & Ancin Adell, I. (2017). The Relationship Between Satisfaction With Internal Communications And Organizational Commitment: The Case Of An Ecuadorian University. *Dialnet*.
Obtenido De File:///D:/Users/USUARIO/Downloads/Dialnet-Larelacionentreelasatisfaccionconlacomunicacioninte-6067433.Pdf
- Zuñiga, L. S. (2019). *Repositorio Universidad Privada De Tacna*. Obtenido De <https://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12969/1357/Zuniga-Lay-Sarai.Pdf?sequence=1&isallowed=Y>

ANEXOS

Anexo 01

Tabla 17 Matriz de operacionalización de la variable comunicación corporativa interna.

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES						
Variable Independiente	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicador	Ítem	Escala de medición
COMUNICACIÓN CORPORATIVA INTERNA	Barceruelo (2016) afirma que la comunicación logra hacer partícipe para interactuar y desarrollarnos en nuestra vida, y en especial el ámbito laboral, donde hace referencia que la comunicación interna “es la que alude al enmarañado flujo de mensajes que nacen, se reproducen y circulan en todas direcciones en el seno de las organizaciones” (p.29).	La variable comunicación corporativa interna se medirá con 3 dimensiones y 9 indicadores, donde se utilizará la técnica de encuesta y como instrumento un cuestionario que se basa en la escala de Likert, para procesar la información que obtendremos, haremos uso del software estadístico SPSS.	Comunicación ascendente	Problemas internos	1-2	Ordinal Escala Likert
				Informes dentro de la organización	3-4	
				Optimizar canales	5-6	
			Comunicación Descendente	Comunicación y difusión de objetivos	7-8	
				Capacitaciones	9-10	
				Retroalimentación	11-12	
			Comunicación Horizontal	Asesoría	13-14	

			Solución de problemas en áreas.	15-16
			Flujo de comunicación.	17-18

ANEXO 02

Tabla 18 Matriz de operacionalización de la variable compromiso organizacional.

Variable Dependiente	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicador	Ítem	Escala de medición
COMPROMISO ORGANIZACIONAL	Ferri (2019) expresa que el compromiso organizacional es un estado psicológico, donde se presenta el tipo de relación entre el colaborador y la organización, donde toma como dimensiones del compromiso: afectivo, normativo y continuo,	La variable Compromiso organizacional se medirá con 3 dimensiones y 8 indicadores, dónde se utilizará la técnica de encuesta y como instrumento un cuestionario que se basa en la escala de Likert, para procesar la información que obtendremos, haremos uso del software estadístico SPSS.	Compromiso afectivo	Identificación laboral	19-20	Ordinal Escala Likert
				Fidelización	21-22	
				Beneficio	23-24	
			Compromiso continuo	Expectativas de función	25-26	
				Oportunidad laboral	27-28	
				Desarrollo de competencias	29-30	
			Compromiso normativo	Sentimiento de retribución	31-32	
				Integración social	33-34	

	donde se hace referencia al deseo, deber y necesidad.		
--	---	--	--

ANEXO 03

Tabla 19 procesamiento de Casos procesados.

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	25	100.0
	Excluido ^a	0	.0
Total		25	100.0

Fuente: SPSS Versión 25.

Procesamiento de las variables

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,960	34

ANEXO 04

Tabla 20 Confiabilidad de la variable comunicación Corporativa Interna.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,927	18

Fuente: SPSS Versión 25.

ANEXO 05

Tabla 21 Confiabilidad de la variable Compromiso Organizacional.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,927	16

Fuente: SPSS Versión 25.

ANEXO 06

Tabla 22 Rangos de Correlación.

Rangos	Interpretación
$0,85 \leq r < 1$	Correlación muy fuerte
$0,5 \leq r < 0,85$	Correlación fuerte
$0,3 \leq r < 0,5$	Correlación moderada a débil
$0 \leq r < 0,3$	No existe correlación

Fuente: Hernández y Mendoza (2018). Metodología de la Investigación, Mc Graw Hill.

Anexo 07

Tabla 23

Matriz de consistencia

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES Y DIMENSIONES	POBLACIÓN	DISEÑO	INTRUMENTO	ESTADÍSTICA
¿Cuál es la relación de la comunicación corporativa interna y compromiso organizacional en la empresa Alpes Chiclayo SAC- Pacora?	<p>OBJETIVO GENERAL: Determinar la relación entre comunicación corporativa interna y compromiso organizacional en la empresa Alpes Chiclayo SAC- Pacora.</p>	<p>Hipótesis Ha: Existe relación entre la comunicación corporativa interna y compromiso organizacional en la empresa Alpes Chiclayo SAC- Pacora</p>	<p>Comunicación Corporativa Interna: Comunicación ascendente. Comunicación descendente. Comunicación Horizontal.</p>	<p>La población alcanza a un total de 25 colaboradores de la empresa Alpes Chiclayo. En la presente investigación se utilizara muestra censal , ya que será la misma de la población, además de ser finita ,de tal forma es conveniente trabajar con</p>	<p>Diseño no experimental, donde se medirá la relación de las variables, los cuales son observados en su habitud natural, en su realidad, sin necesidad de ser manipuladas, y es transversal porque la información se recolecto en un determinado momento. En el presente estudio se utilizó el tipo de investigación cuantitativa de tipo correlacional – no</p>	<p>Encuesta / Cuestionario</p>	<p>Mediante lo investigado se realizó el pertinente análisis de datos mediante una hoja de cálculo de Excel 2016, después se hizo el análisis estadístico respectivo, tabulando. Seguidamente utilizaremos el programa IBM SPSS Versión 25 para realizar la</p>
	<p>Establecer el nivel de la comunicación corporativa interna en los colaboradores en la empresa Alpes Chiclayo</p>		<p>Compromiso Organizacional Compromiso Afectivo Compromiso Continuo Compromiso Normativo</p>				

<p>SAC- Pacora,2022. Establecer el nivel del compromiso organizacional de los colaboradores en la empresa Alpes Chiclayo SAC- Pacora,2022. Analizar la relación entre las dimensiones de la comunicación corporativa interna y el compromiso organizacional en los colaboradores de la empresa Alpes Chiclayo SAC- Pacora, 2022..</p>			<p>toda la población . experimental. Donde no se manipula las variables, dado que el objetivo principal es determinar la relación de la comunicación corporativa interna y compromiso organizacional de la empresa Alpes Chiclayo SAC - Distrito de Pacora.</p>	<p>correlación de variables.</p>
---	--	--	--	----------------------------------

Anexo 08

Gráfico 12 Resultados de spss 25

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14
1	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
2	4	4	5	5	4	2	4	4	4	4	4	4	5	4
3	4	5	4	4	3	3	4	2	3	4	4	4	4	3
4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	3	4	5	4	3	4	4	4	3	3
6	5	5	4	2	3	1	3	2	4	4	5	4	1	2
7	5	5	2	1	2	1	3	2	4	4	5	4	2	2
8	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	5	3	3	2
9	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5
10	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	2	5	5
11	5	4	4	4	5	4	4	4	2	4	4	4	4	4
12	5	5	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4
13	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4
15	2	2	2	4	4	4	4	4	3	3	3	4	2	2
16	5	5	4	4	5	4	5	3	3	4	4	3	3	4
17	5	5	3	4	3	2	4	4	5	4	5	4	2	5
18	5	5	3	5	2	2	2	2	2	5	5	5	2	5
19	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	2	5	5
20	5	5	5	5	5	2	4	4	4	5	4	4	4	4
21	4	3	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
23	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
25	4	4	2	4	2	2	2	3	2	4	2	4	2	2

Anexo 09

Gráfico 13 Resultados de spss 25

	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30	P31	P32
1	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	4	5
2	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5
3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	5	3	4	4	4
4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4
6	3	3	5	3	4	5	2	2	4	4	4	4	5	4
7	4	4	5	4	4	5	2	4	4	4	4	5	5	2
8	3	4	4	4	4	4	3	3	4	2	4	4	4	3
9	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5
10	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5
11	4	4	4	2	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4
12	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
15	2	2	2	3	3	2	3	2	3	4	2	4	2	2
16	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4
17	2	3	2	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	2
18	5	5	4	2	3	2	2	2	4	4	4	2	3	2
19	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5
20	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
21	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
23	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5
24	5	5	4	4	5	5	4	4	2	5	5	3	4	5
25	3	4	2	4	2	4	4	4	2	4	2	2	2	2

Anexo 09

Gráfico 14 Datos de Excel

1) Sem	2) Etel	3) Tiempo en la obra	4) Controla en el 1	5) Controla en el 2	6) Controla en el 3	7) Controla en el 4	8) Controla en el 5	9) Controla en el 6	10) Controla en el 7	11) Controla en el 8	12) Controla en el 9	13) Controla en el 10
Plazuelo	a. Entre 18 a 22	a. Menos de 1 año	5	4	4	5	4	4	5	5	3	4
Ferentino	d. Entre 36 a 40	b. Entre 1 a 2 años	4	4	3	5	4	2	4	4	4	4
Plazuelo	b. Entre 23 a 28	a. Menos de 1 año	4	5	4	4	3	3	4	4	2	3
Ferentino	c. Entre 29 a 35	c. Entre 2 a 3 años	5	5	3	5	5	4	5	5	5	5
Ferentino	k. Entre 23 a 28	a. Menos de 1 año	5	5	4	5	3	4	5	4	4	3
Plazuelo	a. Entre 29 a 35	b. Entre 1 y 2 años	5	5	4	5	3	1	3	2	4	4
Ferentino	a. Mai de 40	b. Entre 1 y 2 años	5	5	2	1	2	1	3	2	4	4
Ferentino	d. Entre 36 a 40	b. Entre 1 y 2 años	4	4	1	4	3	4	4	4	3	3
Ferentino	a. Entre 29 a 35	a. Menos de 1 año	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4
Ferentino	c. Entre 29 a 35	a. Menos de 1 año	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4
Ferentino	a. Entre 29 a 35	a. Menos de 1 año	5	4	4	5	4	4	4	4	4	2
Ferentino	a. Mai de 40	b. Entre 1 y 2 años	5	5	2	4	3	4	4	4	4	3
Plazuelo	d. Entre 36 a 40	b. Entre 1 y 2 años	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
Ferentino	b. Entre 23 a 28	b. Entre 1 a 2 años	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
Plazuelo	d. Entre 36 a 40	c. Entre 2 a 3 años	2	2	2	4	4	5	4	4	4	3
Plazuelo	a. Entre 29 a 35	a. Menos de 1 año	5	5	4	5	4	5	5	5	3	3
Ferentino	a. Entre 18 a 22	a. Menos de 1 año	5	5	3	4	3	2	4	4	4	5
Plazuelo	a. Mai de 40	b. Entre 1 y 2 años	5	5	3	5	2	2	2	2	2	2
Ferentino	b. Entre 23 a 28	a. Menos de 1 año	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4
Plazuelo	a. Entre 29 a 35	a. Menos de 1 año	5	5	5	5	5	2	4	4	4	4
Plazuelo	a. Entre 29 a 35	a. Menos de 1 año	4	3	5	5	4	4	5	5	4	4
Ferentino	a. Entre 29 a 35	a. Menos de 1 año	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Plazuelo	c. Entre 29 a 35	b. Entre 1 a 2 años	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4
Plazuelo	b. Entre 23 a 28	a. Menos de 1 año	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Ferentino	c. Entre 29 a 35	c. Entre 2 a 3 años	4	4	2	4	2	2	2	3	2	2

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

Ficha de evaluación de los proyectos de investigación

Título del proyecto de Investigación:

La comunicación corporativa interna y Compromiso organizacional en la Empresa Alpes Chiclayo SAC - Pacora 2022.

Autor/es: Paola Elizabeth Espinoza Chávez.

Escuela profesional: ADMINISTRACIÓN

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

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

Mgtr. Macha Huamán Roberto
Presidente

Dr. Fernández Bedoya Víctor Hugo
Vicepresidente

Ramos Farroñán Emma Verónica
Vocal 1

Mgtr. Huamaní Paliza Frank David
Vocal 2 (opcional)

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

Dictamen del Comité de Ética en Investigación

El que suscribe, presidente del Comité de Ética en Investigación de la Facultad de Ciencias Empresariales, deja constancia que el proyecto de investigación titulado “La comunicación corporativa interna y Compromiso organizacional en la Empresa Alpes Chiclayo SAC - Pacora 2022. ”, presentado por el/los autor(es) Paola Elizabeth Espinoza Chávez, ha sido evaluado, determinando que la continuidad del proyecto de investigación cuenta con un dictamen: favorable () observado () desfavorable ().

10, de junio de 2022

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



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Anexo N.º 3 - DIRECTIVA DE INVESTIGACIÓN N° 001-2022-VI-UCV

AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN

LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

Datos Generales

Nombre de la Organización: ALPES CHICLAYO S.A.C	RUC: 20479735882
Nombre del Titular o Representante legal:	
Nombres y Apellidos Carlos Porfirio Llajaruna Cuba	DNI: 17984503

Consentimiento:

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

Nombre del Trabajo de Investigación	
La comunicación corporativa interna y Compromiso organizacional en la Empresa Alpes Chiclayo SAC - Pacora 2022.	
Nombre del Programa Académico:	
Pregrado	
Autor: Nombres y Apellidos Paola Elizabeth Espinoza Chávez	DNI: 74837818

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

Lugar y Fecha:

Firma:



(Titular o Representante legal de la Institución)

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



MODELO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO “CUESTIONARIO”

Estimado/a participante, Carlos Porfirio Llajaruna Cuba.

Esta es una investigación llevada a cabo dentro de la escuela de Administración de la Universidad César Vallejo; los datos recopilados son anónimos, serán tratados de forma confidencial y tienen finalidad netamente académica. Por tanto, en forma voluntaria; SÍ (x) NO () doy mi consentimiento para continuar con la investigación que tiene por objetivo determinar la relación entre comunicación corporativa interna y compromiso organizacional en la empresa Alpes Chiclayo SAC. Pacora-Chiclayo 2022. Asimismo, autorizo para que los resultados de la presente investigación se publiquen a través del repositorio institucional de la Universidad César Vallejo.

Cualquier duda que les surja al contestar esta encuesta puede enviarla al correo: Pespinozach18@ucvvirtual.edu.pe.

MODELO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO “GUÍA DE ENTREVISTA”

Fecha: 09/06/22

Nombre del entrevistado: Carlos Porfirio Llajaruna Cuba

Entidad: Empresa Alpes Chiclayo SAC.

Yo, Carlos Porfirio Llajaruna Cuba con DNI 17984503 en forma voluntaria; Sí (X) NO () doy mi consentimiento para continuar con la investigación que tiene por objetivo determinar la relación entre comunicación corporativa interna y compromiso organizacional en la empresa Alpes Chiclayo SAC. Pacora-Chiclayo 2022 Asimismo, autorizo para que los resultados de la presente investigación se publiquen a través del repositorio institucional de la Universidad César Vallejo.

Cualquier duda que les surja al contestar esta entrevista puede enviarla al correo: Pespinozach18@ucvvirtual.edu.pe.

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor (a) :

Presente

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

Es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la escuela de Administración de la UCV, en la sede de Chiclayo, promoción 2022, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación para optar el título profesional de Licenciado en Administración.

El título del proyecto de investigación es: La comunicación corporativa interna y Compromiso organizacional en la Empresa Alpes Chiclayo SAC - Pacora 2022. y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en tema de Administración y/o investigación.

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

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

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

Atentamente.



Firma

Paola Elizabeth Espinoza Chávez

D.N.I: 74837618

Definición conceptual de la variable y dimensiones

I. Variable Comunicación corporativa interna.

La comunicación logra hacer partícipe para interactuar y desarrollarnos en nuestra vida, y en especial el ámbito laboral por ello Barceruelo (2016) hace referencia que la comunicación interna “Registra al enmarañado flujo de mensajes que nacen, se reproducen y circulan en todos los recorridos en el seno de las empresas”.

II. Dimensiones

1. Dimensión Comunicación Ascendente

Barceruelo (2016) La comunicación inicia desde los niveles más bajos de la organización, lo cual hace que funcione de abajo para arriba. Por ello los mensajes acerca de las quejas, inquietudes y sugerencias de los colaboradores, son relativos al desempeño que cumplen en su labor u objetivo etc. que llegan hasta el canal previsto, que son los jefes u superiores.

2. Dimensión Comunicación Descendente

Define Barceruelo (2016) la comunicación, que se percibe en los niveles más altos en donde se trasmite los diversos mensajes a los niveles bajos, donde se contiene la información respectiva para realizar el trabajo específico, además de mensajes de otro tipo.

3. Dimensión Comunicación Horizontal

Define Barceruelo (2016) considera comunicación que se genera entre miembros de la organización que se encuentran en el mismo nivel dentro de la organización, generando este tipo de comunicación ,donde se comparten ideas.

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable Independiente	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicador	Ítem	Escala de medición
COMUNICACIÓN CORPORATIVA INTERNA	Barceruelo (2016) afirma que la comunicación logra hacer partícipe para interactuar y desarrollarnos en nuestra vida, y en especial el ámbito laboral, donde hace referencia que la comunicación interna “es la que alude al enmarañado flujo de mensajes que nacen, se reproducen y circulan en todas direcciones en el seno de las organizaciones” (p.29).	La variable comunicación corporativa interna se medirá con 3 dimensiones y 9 indicadores, dónde se utilizará la técnica de encuesta y como instrumento un cuestionario que se basa en la escala de Likert, para procesar la información que obtendremos, haremos uso del software estadístico SPSS.	Comunicación ascendente	Problemas internos	1-2	Ordinal Escala Likert
				Informes dentro de la organización	3-4	
				Optimizar canales	5-6	
			Comunicación Descendente	Comunicación y difusión de objetivos	7-8	
				Capacitaciones	9-10	
				Retroalimentación	11-12	
			Comunicación Horizontal	Asesoría	13-14	

			Solución de problemas en áreas.	15-16	
			Flujo de comunicación.	17-18	

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la comunicación corporativa interna.

N°	VARIABLE COMUNICACIÓN CORPORATIVA	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
	INTERNA / ítems	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	
	DIMENSIÓN 1: Comunicación ascendente													
1	¿Considera usted que la empresa Alpes Chiclayo SAC, presenta dificultades para comunicarse y así lograr el desarrollo de sus actividades?			x				x				x		
2	¿En la empresa Alpes Chiclayo SAC, se presentan conflictos internos que perjudican las relaciones interpersonales?				x				x				x	
3	¿Considera usted que se le brinda la información necesaria sobre la línea de carrera que puede tener en la empresa?				x				x				x	
4	¿Cree usted que el proceso de comunicación entre los colaboradores y empleadores en la empresa es eficiente?				x				x				x	
5	¿Considera que los canales de comunicación en la empresa Alpes Chiclayo SAC son los más favorables?				x				x				x	

14	¿Siente que de parte de sus compañeros recibe apoyo al momento que le dificulta realizar alguna tarea?				x				x				x
15	¿Dentro de la empresa Alpes Chiclayo SAC, por falta de comunicación los problemas demoran en solucionarse?			x				x				x	
16	¿Usted considera que los conflictos entre compañeros perjudican la comunicación dentro de la empresa?			x				x				x	
17	¿considera que la comunicación que se presenta en la empresa es la más idónea?			x			x				x		
18	¿Está de acuerdo en que tener un buen flujo de comunicación ayuda a que la empresa Alpes Chiclayo SAC, pueda lograr objetivos?				x			x					x

Observaciones: Existe Suficiencia

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

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

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

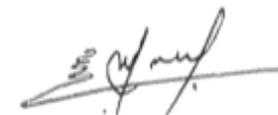
Chiclayo, 10 de junio del 2022

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



**Dr. Lino Gamarra Edgar
Laureano**

Definición conceptual de la variable Compromiso Organizacional y sus dimensiones

I. Variable compromiso organizacional

Ferri (2019) expresa que el compromiso organizacional es un estado psicológico, donde se presenta el tipo de relación entre el colaborador y la organización, donde toma como dimensiones del compromiso: afectivo, normativo y continuo, donde se hace referencia al deseo, deber y necesidad.

I. Dimensiones

1. Compromiso afectivo.

La dimensión presentada se define como la parte emocional que genera el vínculo con el colaborador con la organización. Si lo percibido por el trabajador es de valor positiva, donde reconoce los objetivos organizacionales como si fueran propios, creando un deseo de pertenecía, porque considera como parte de su vida. (Ferri, 2019).

2. Compromiso normativo.

según, Ferri (2019) es el sentimiento que siente un colaborador, para, mantenerse en una organización, siente que tiene un deber con la organización, por la inversión que han tenido para formarlos, lo cual genera una presión normativa en el colaborador, donde tiene retribución hacia la organización.

3. compromiso continuo.

Presenta como decisión que toma los colaboradores de seguir laborando, por los altos costos que le generaría una renuncia, es proceso de toma de conciencia, donde toma decisiones, donde los empleados analizan su situación si deciden renunciar, donde llegan optar por seguir en la organización, donde se ven las necesidades que tienen. (Ferri, 2019)

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable Dependiente	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicador	Ítem	Escala de medición
COMPROMISO ORGANIZACIONAL	Ferri (2019) expresa que el compromiso organizacional es un estado psicológico, donde se presenta el tipo de relación entre el colaborador y la organización, donde toma como dimensiones del compromiso: afectivo, normativo y continuo,	La variable Compromiso organizacional se medirá con 3 dimensiones y 8 indicadores, dónde se utilizará la técnica de encuesta y como instrumento un cuestionario que se basa en la escala de Likert, para procesar la información que obtendremos, haremos uso del software estadístico SPSS.	Compromiso afectivo	Identificación laboral	19-20	Ordinal Escala Likert
				Fidelización	21-22	
				Beneficio	23-24	
			Compromiso continuo	Expectativas de función	25-26	
				Oportunidad laboral	27-28	
				Desarrollo de competencias	29-30	
			Compromiso normativo	Sentimiento de retribución	31-32	
				Integración social	33-34	

donde se hace referencia al deseo, deber y necesidad.		
---	--	--

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide compromiso organizacional

N°	VARIABLE COMPROMISO ORGANIZACIONAL / ítems	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	
	Dimensión 1: Compromiso afectivo													
19	¿Se siente identificado con la marca que representa (Alpes Chiclayo SAC,)?				X				X				X	
20	¿Se siente afortunado de pertenecer a la empresa Alpes Chiclayo SAC??				X				X				X	
21	¿Está de acuerdo en laborar el resto de su vida profesional en la empresa Alpes Chiclayo SAC?			X				X				X		
23	¿Considera usted que en la empresa Alpes Chiclayo SAC, lo ayuda potenciado sus competencias laborales?				X				X				X	
24	¿Considera que la empresa Alpes Chiclayo SAC, genera beneficios para su vida laboral?				X				X				X	
	Dimensión 2: Compromiso continuo													
25	¿siente que la empresa supero sus expectativas?				X				X				X	

33	¿Cree usted que trabaja en esta empresa porque lo necesita y no porque realmente lo quiere?				x					x				x	
34	¿En la empresa Alpes Chiclayo SAC realizan actividades de integración que fortalezcan su compromiso laboral?				x					x				x	

Observaciones: Existe Suficiencia

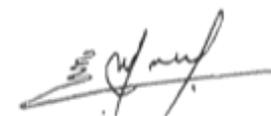
Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

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

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

- ¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Chiclayo, 10 de Junio del 2022



Dr. Lino Gamarra Edgar Laureano

Especialidad

Definición conceptual de la variable y dimensiones

I. Variable Comunicación corporativa interna.

La comunicación logra hacer partícipe para interactuar y desarrollarnos en nuestra vida, y en especial el ámbito laboral por ello Barceruelo (2016) hace referencia que la comunicación interna “Registra al enmarañado flujo de mensajes que nacen, se reproducen y circulan en todos los recorridos en el seno de las empresas”.

II. Dimensiones

1. Dimensión Comunicación Ascendente

Barceruelo (2016) La comunicación inicia desde los niveles más bajos de la organización, lo cual hace que funcione de abajo para arriba. Por ello los mensajes acerca de las quejas, inquietudes y sugerencias de los colaboradores, son relativos al desempeño que cumplen en su labor u objetivo etc. que llegan hasta el canal previsto, que son los jefes u superiores.

2. Dimensión Comunicación Descendente

Define Barceruelo (2016) la comunicación, que se percibe en los niveles más altos en donde se trasmite los diversos mensajes a los niveles bajos, donde se contiene la información respectiva para realizar el trabajo específico, además de mensajes de otro tipo.

3. Dimensión Comunicación Horizontal

Define Barceruelo (2016) considera comunicación que se genera entre miembros de la organización que se encuentran en el mismo nivel dentro de la organización, generando este tipo de comunicación ,donde se comparten ideas.

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable Independiente	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicador	Ítem	Escala de medición
COMUNICACIÓN CORPORATIVA INTERNA	Barceruelo (2016) afirma que la comunicación logra hacer partícipe para interactuar y desarrollarnos en nuestra vida, y en especial el ámbito laboral, donde hace referencia que la comunicación interna "es la que alude al enmarañado flujo de mensajes que nacen, se reproducen y circulan en todas direcciones en el	La variable comunicación corporativa interna se medirá con 3 dimensiones y 9 indicadores, dónde se utilizará la técnica de encuesta y como instrumento un cuestionario que se basa en la escala de Likert, para procesar la información que obtendremos, haremos uso del	Comunicación ascendente	Problemas internos	1-2	Ordinal Escala Likert
				Informes dentro de la organización	3-4	
				Optimizar canales	5-6	
			Comunicación Descendente	Comunicación y difusión de objetivos	7-8	
				Capacitaciones	9-10	
				Retroalimentación	11-12	
			Comunicación Horizontal	Asesoría	13-14	
				Solución de problemas en áreas.	15-16	

seno de las organizaciones" (p.29).	software estadístico SPSS.		Flujo de comunicación.	17-18	
-------------------------------------	----------------------------	--	------------------------	-------	--

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la comunicación corporativa interna.

N°	VARIABLE COMUNICACIÓN CORPORATIVA	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
	INTERNA / ítems	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	
	DIMENSIÓN 1: Comunicación ascendente													
1	¿Considera usted que la empresa Alpes Chiclayo SAC, presenta dificultades para comunicarse y así lograr el desarrollo de sus actividades?			X				X				X		
2	¿En la empresa Alpes Chiclayo SAC, se presentan conflictos internos que perjudican las relaciones interpersonales?				X				X				X	
3	¿Considera usted que se le brinda la información necesaria sobre la línea de carrera que puede tener en la empresa?				X				X				X	
4	¿Cree usted que el proceso de comunicación entre los colaboradores y empleadores en la empresa es eficiente?				X				X				X	
5	¿Considera que los canales de comunicación en la empresa Alpes Chiclayo SAC son los más favorables?				X				X				X	

Definición conceptual de la variable Compromiso Organizacional y sus dimensiones

I. Variable compromiso organizacional

Ferri (2019) expresa que el compromiso organizacional es un estado psicológico, donde se presenta el tipo de relación entre el colaborador y la organización, donde toma como dimensiones del compromiso: afectivo, normativo y continuo, donde se hace referencia al deseo, deber y necesidad.

II. Dimensiones

1. Compromiso afectivo.

La dimensión presentada se define como la parte emocional que genera el vínculo con el colaborador con la organización. Si lo percibido por el trabajador es de valor positiva, donde reconoce los objetivos organizacionales como si fueran propios, creando un deseo de pertenecía, porque considera como parte de su vida. (Ferri, 2019).

2. Compromiso normativo.

según, Ferri (2019) es el sentimiento que siente un colaborador, para, mantenerse en una organización, siente que tiene un deber con la organización, por la inversión que han tenido para formarlo, lo cual genera una presión normativa en el colaborador, donde tiene retribución hacia la organización.

3. compromiso continuo.

Presenta como decisión que toma los colaboradores de seguir laborando, por los altos costos que le generaría una renuncia, es proceso de toma de conciencia, donde toma decisiones, donde los empleados analizan su situación si deciden renunciar, donde llegan optar por seguir en la organización, donde se ven las necesidades que tienen. (Ferri, 2019)

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable Dependiente	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicador	Ítem	Escala de medición
COMPROMISO ORGANIZACIONAL	Ferri (2019) expresa que el compromiso organizacional es un estado psicológico, donde se presenta el tipo de relación entre el colaborador y la organización, donde toma como dimensiones del compromiso: afectivo, normativo y continuo,	La variable Compromiso organizacional se medirá con 3 dimensiones y 8 indicadores, dónde se utilizará la técnica de encuesta y como instrumento un cuestionario que se basa en la escala de Likert, para procesar la información que obtendremos, haremos uso del software estadístico SPSS.	Compromiso afectivo	Identificación laboral	19-20	Ordinal Escala Likert
				Fidelización	21-22	
				Beneficio	23-24	
			Compromiso continuo	Expectativas de función	25-26	
				Oportunidad laboral	27-28	
				Desarrollo de competencias	29-30	
			Compromiso normativo	Sentimiento de retribución	31-32	
				Integración social	33-34	

	donde se hace referencia al deseo, deber y necesidad.		
--	---	--	--

33	¿Cree usted que trabaja en esta empresa porque lo necesita y no porque realmente lo quiere?				x					x				x	
34	¿En la empresa Alpes Chiclayo SAC realizan actividades de integración que fortalezcan su compromiso laboral?				x					x				x	

Observaciones: Existe Suficiencia

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

Apellidos y nombres del juez validador: Mg. RUIZ CHACÓN, STEPHANIE VIRGINIA **DNI: 47449914**

Especialidad del validador: Gestión del Talento Humano

- 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

Chiclayo, 16 de junio del 2022



Mg. RUIZ CHACÓN, STEPHANIE VIRGINIA

Definición conceptual de la variable y dimensiones

I. Variable Comunicación corporativa interna.

La comunicación logra hacer partícipe para interactuar y desarrollarnos en nuestra vida, y en especial el ámbito laboral por ello Barceruelo (2016) hace referencia que la comunicación interna “Registra al enmarañado flujo de mensajes que nacen, se reproducen y circulan en todos los recorridos en el seno de las empresas”.

II. Dimensiones

1. Dimensión Comunicación Ascendente

Barceruelo (2016) La comunicación inicia desde los niveles más bajos de la organización, lo cual hace que funcione de abajo para arriba. Por ello los mensajes acerca de las quejas, inquietudes y sugerencias de los colaboradores, son relativos al desempeño que cumplen en su labor u objetivo etc. que llegan hasta el canal previsto, que son los jefes u superiores.

2. Dimensión Comunicación Descendente

Define Barceruelo (2016) la comunicación, que se percibe en los niveles más altos en donde se trasmite los diversos mensajes a los niveles bajos, donde se contiene la información respectiva para realizar el trabajo específico, además de mensajes de otro tipo.

3. Dimensión Comunicación Horizontal

Define Barceruelo (2016) considera comunicación que se genera entre miembros de la organización que se encuentran en el mismo nivel dentro de la organización, generando este tipo de comunicación ,donde se comparten ideas.

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable Independiente	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicador	Ítem	Escala de medición
COMUNICACIÓN CORPORATIVA INTERNA	Barceruelo (2016) afirma que la comunicación logra hacer partícipe para interactuar y desarrollarnos en nuestra vida, y en especial el ámbito laboral, donde hace referencia que la comunicación interna "es la que alude al enmarañado flujo de mensajes que nacen, se reproducen y circulan en todas direcciones en el	La variable comunicación corporativa interna se medirá con 3 dimensiones y 9 indicadores, dónde se utilizará la técnica de encuesta y como instrumento un cuestionario que se basa en la escala de Likert, para procesar la información que obtendremos, haremos uso del	Comunicación ascendente	Problemas internos	1-2	Ordinal Escala Likert
				Informes dentro de la organización	3-4	
				Optimizar canales	5-6	
			Comunicación Descendente	Comunicación y difusión de objetivos	7-8	
				Capacitaciones	9-10	
				Retroalimentación	11-12	
			Comunicación Horizontal	Asesoría	13-14	
				Solución de problemas en áreas.	15-16	

seno de las organizaciones" (p.29).	software estadístico SPSS.		Flujo de comunicación.	17-18	
-------------------------------------	----------------------------	--	------------------------	-------	--

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la comunicación corporativa interna.

N°	VARIABLE COMUNICACIÓN CORPORATIVA	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
	INTERNA / ítems	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	
	DIMENSIÓN 1: Comunicación ascendente													
1	¿Considera usted que la empresa Alpes Chiclayo SAC, presenta dificultades para comunicarse y así lograr el desarrollo de sus actividades?			X				X				X		
2	¿En la empresa Alpes Chiclayo SAC, se presentan conflictos internos que perjudican las relaciones interpersonales?				X				X				X	
3	¿Considera usted que se le brinda la información necesaria sobre la línea de carrera que puede tener en la empresa?				X				X				X	
4	¿Cree usted que el proceso de comunicación entre los colaboradores y empleadores en la empresa es eficiente?				X				X				X	

DIMENSIÓN 3: Comunicación Horizontal															
13	¿Está de acuerdo que Reciba asesoría por parte de la empresa Alpes Chiclayo SAC?			x			x					x			
14	¿Siente que de parte de sus compañeros recibe apoyo al momento que le dificulta realizar alguna tarea?				x				x					x	
15	¿Dentro de la empresa Alpes Chiclayo SAC, por falta de comunicación los problemas demoran en solucionarse?			x				x					x		
16	¿Usted considera que los conflictos entre compañeros perjudican la comunicación dentro de la empresa?				x				x					x	
17	¿considera que la comunicación que se presenta en la empresa es la más idónea?			x			x					x			
18	¿Está de acuerdo en que tener un buen flujo de comunicación ayuda a que la empresa Alpes Chiclayo SAC, pueda lograr objetivos?				x				x					x	

Observaciones: Existe Suficiencia

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

Apellidos y nombres del juez validador: **Mg. Silva León Pedro Manuel** **DNI: 4276300**

Especialidad del validador: **Mg. Administración de negocios.**

Chiclayo, 16 de junio del 2022



Mg. Silva León Pedro Manuel

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

Definición conceptual de la variable Compromiso Organizacional y sus dimensiones

I. Variable compromiso organizacional

Ferri (2019) expresa que el compromiso organizacional es un estado psicológico, donde se presenta el tipo de relación entre el colaborador y la organización, donde toma como dimensiones del compromiso: afectivo, normativo y continuo, donde se hace referencia al deseo, deber y necesidad.

II. Dimensiones

1. Compromiso afectivo.

La dimensión presentada se define como la parte emocional que genera el vínculo con el colaborador con la organización. Si lo percibido por el trabajador es de valor positiva, donde reconoce los objetivos organizacionales como si fueran propios, creando un deseo de pertenecía, porque considera como parte de su vida. (Ferri, 2019).

2. Compromiso normativo.

según, Ferri (2019) es el sentimiento que siente un colaborador, para, mantenerse en una organización, siente que tiene un deber con la organización, por la inversión que han tenido para formarlo, lo cual genera una presión normativa en el colaborador, donde tiene retribución hacia la organización.

3. compromiso continuo.

Presenta como decisión que toma los colaboradores de seguir laborando, por los altos costos que le generaría una renuncia, es proceso de toma de conciencia, donde toma decisiones, donde los empleados analizan su situación si deciden renunciar, donde llegan optar por seguir en la organización, donde se ven las necesidades que tienen. (Ferri, 2019)

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable Dependiente	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicador	Ítem	Escala de medición
COMPROMISO ORGANIZACIONAL	Ferri (2019) expresa que el compromiso organizacional es un estado psicológico, donde se presenta el tipo de relación entre el colaborador y la organización, donde toma como dimensiones del compromiso: afectivo, normativo y continuo,	La variable Compromiso organizacional se medirá con 3 dimensiones y 8 indicadores, dónde se utilizará la técnica de encuesta y como instrumento un cuestionario que se basa en la escala de Likert, para procesar la información que obtendremos, haremos uso del software estadístico SPSS.	Compromiso afectivo	Identificación laboral	19-20	Ordinal Escala Likert
				Fidelización	21-22	
				Beneficio	23-24	
			Compromiso continuo	Expectativas de función	25-26	
				Oportunidad laboral	27-28	
				Desarrollo de competencias	29-30	
			Compromiso normativo	Sentimiento de retribución	31-32	
				Integración social	33-34	

	donde se hace referencia al deseo, deber y necesidad.		
--	---	--	--

33	¿Cree usted que trabaja en esta empresa porque lo necesita y no porque realmente lo quiere?				x					x				x	
34	¿En la empresa Alpes Chiclayo SAC realizan actividades de integración que fortalezcan su compromiso laboral?				x					x				x	

Observaciones: Existe Suficiencia

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

Apellidos y nombres del juez validador: Mg. Pedro Manuel Silva León **DNI: 42763003**

Especialidad del validador: Maestría en Administración de negocios

Chiclayo, 16 de junio del :



Mg. Silva León Pedro Manuel

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

Instrumento de recolección de datos

CUESTIONARIO PARA LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA ALPES CHICLAYO SAC.

Instrucciones: Lea detenidamente cada ítem y marque según crea conveniente, considerando la siguiente leyenda:

- 5: Total Acuerdo
- 4: Acuerdo
- 3: Indiferente
- 2: Desacuerdo
- 1: Total Desacuerdo

Datos Generales:

1. Sexo
 - a. Femenino
 - b. Masculino
2. Edad
 - a. Entre 18 a 22
 - b. Entre 23 a 28
 - c. Entre 29 a 35
 - d. Entre 36 a 40
 - e. Más de 40
3. Tiempo en la empresa
 - a. Menos de 1 año
 - b. Entre 1 y 2 años
 - c. Entre 2 y 3 años
 - d. Más de 3 años

Ítem	5	4	3	2	1
Variable: Comunicación corporativa					
1. ¿Considera usted que la empresa Alpes Chiclayo SAC, presenta dificultades para comunicarse y así lograr el desarrollo de sus actividades?					
2. ¿En la empresa Alpes Chiclayo SAC, se presentan conflictos internos que perjudican las relaciones interpersonales?					
3. ¿Considera usted que se le brinda la información necesaria sobre la línea de carrera que puede tener en la empresa?					

4. ¿Cree usted que el proceso de comunicación entre los colaboradores y empleadores en la empresa es eficiente?					
5. ¿Considera que los canales de comunicación en la empresa Alpes Chiclayo SAC son los más favorables?					
6. ¿Está de acuerdo en que la los canales de comunicación dentro de la empresa Alpes Chiclayo SAC, ayudan a fortalecer la confianza entre los colaboradores?					
7. ¿La empresa Alpes Chiclayo SAC, se preocupa por difundir y hacer conocer sus objetivos a sus colaboradores?					
8. ¿Usted conoce los objetivos y metas de la empresa Alpes?					
9. ¿Considera importante recibir capacitaciones que beneficien para su desarrollo de manera más eficiente?					
10. ¿Las capacitaciones ayudan tener una buena comunicación en la empresa Alpes Chiclayo SAC?					
11. ¿La empresa se preocupa por incrementar tu desempeño organizacional?					
12. ¿Consideras que la retroalimentación en los procesos ayuda a que sea más eficiente?					
13. ¿Está de acuerdo que reciba asesoría por parte de la empresa Alpes Chiclayo SAC?					
14. ¿Siente que de parte de sus compañeros recibe apoyo al momento que le dificulta realizar alguna tarea?					
15. ¿Dentro de la empresa Alpes Chiclayo SAC, por falta de comunicación los problemas demoran en solucionarse?					
16. ¿Usted considera que los conflictos entre compañeros perjudican la comunicación dentro de la empresa?					
17. ¿Considera que la comunicación que se presenta en la empresa es la más idónea?					
18. ¿Está de acuerdo en que tener un buen flujo de comunicación ayuda a que la empresa Alpes Chiclayo SAC, pueda lograr objetivos?					
Variable: Compromiso organizacional					
19. ¿Se siente identificado con la marca que representa (Alpes Chiclayo SAC,)?					
20. ¿Se siente afortunado de pertenecer a la empresa Alpes Chiclayo SAC?					

21. ¿Está de acuerdo en laborar el resto de su vida profesional en la empresa Alpes Chiclayo SAC?					
22. ¿Si tuviera una oportunidad laboral en otra empresa dejaría de trabajar en la empresa Alpes Chiclayo SAC?					
23. ¿Considera usted que en la empresa Alpes Chiclayo SAC, lo ayuda potenciado sus competencias laborales?					
24. ¿Considera que la empresa Alpes Chiclayo SAC, genera beneficios para su vida laboral?					
25. ¿Siente que la empresa supero sus expectativas?					
26. ¿Crees que los compañeros de trabajos lo ayudan cuando no entiende alguna indicación?					
27. ¿Se sentiría culpable al renunciar de su cargo actual, frente a una mejor oportunidad laboral?					
28. ¿Considera usted que en la empresa Alpes Chiclayo SAC retribuyen su esfuerzo y dedicación laboral?					
29. ¿Considera usted que cualquier problema del área en que trabaja en la empresa Alpes Chiclayo SAC, es también su responsabilidad?					
30. ¿Crees que la empresa Alpes Chiclayo SAC, retribuye de manera favorable el esfuerzo que brindas en cada jornada de trabajo?					
31. ¿Considera usted que en la empresa Alpes Chiclayo SAC lo Ayudan a desempeñarse de la mejor manera de acuerdo a la normativa organizacional?					
32. ¿Considera usted que en la empresa Alpes Chiclayo SAC, debería reconocer mucho más a sus colaboradores?					
33. ¿Cree usted que trabaja en esta empresa porque lo necesita y no porque realmente lo quiere?					
34. ¿En la empresa Alpes Chiclayo SAC realizan actividades de integración que fortalezcan su compromiso laboral?					



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, VILLANUEVA CALDERON JUAN AMILCAR, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHICLAYO, asesor de Tesis titulada: "La comunicación corporativa interna y Compromiso organizacional en la Empresa Alpes Chiclayo SAC - Pacora 2022.", cuyo autor es ESPINOZA CHAVEZ PAOLA ELIZABETH, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 23.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

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

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

CHICLAYO, 29 de Noviembre del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
VILLANUEVA CALDERON JUAN AMILCAR DNI: 41400923 ORCID: 0000-0002-0815-6443	Firmado electrónicamente por: VICALDERONJ el 29- 11-2022 21:56:40

Código documento Trilce: TRI - 0462325