



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD
ESCUELA PROFESIONAL DE PSICOLOGÍA**

**Comunicación interna y compromiso organizacional en
colaboradores de una empresa de producción de Lima
Metropolitana, 2021**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Psicología

AUTORAS:

Huaman Tineo, Marhol Danitza (orcid.org/0000-0002-8173-3892)

Lara Carhuamaca, Alessandra (orcid.org/0000-0002-8909-7894)

ASESOR:

Mgtr. Castro Santisteban, Martín (orcid.org/0000-0002-8882-6135)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Desarrollo Organizacional

LIMA – PERÚ

2022

Dedicatoria

A Dios por guiarnos y a nuestros padres con mucho amor por ser los motores a seguir adelante pese a todos los obstáculos, gracias a su apoyo incondicional.

Agradecimiento

Agradecemos a todas las personas que nos apoyaron para la realización del presente trabajo, en primera instancia al gerente de la empresa quien nos brindó las facilidades del caso para poder evaluar a los colaboradores que laboran dentro de su empresa. Así mismo agradecemos a nuestro Asesor de Tesis el Magister Martin Castro Santisteban, quien estuvo guiándonos durante cada procedimiento para poder realizar el presente trabajo, gracias por su paciencia y sus enseñanzas. También agradecemos a nuestras familias quienes nos brindaron su apoyo durante todo el tiempo que estuvimos estudiando, y por habernos inculcado siempre buenos valores y principios, que nos han permitido crecer y formarnos profesionalmente.

Índice de contenido

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenido	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	15
3.1 Tipo y diseño de investigación	15
3.2 Variables y operacionalización	16
3.3 Población	16
3.4 Técnica e instrumentos de recolección de datos	17
3.5 Procedimiento	18
3.6 Método de análisis de datos	18
3.7 Aspectos éticos	19
IV. RESULTADOS	20
V. DISCUSIÓN	30
VI. CONCLUSIONES	33
VII. RECOMENDACIONES	35
REFERENCIAS	37
ANEXOS	45

Índice de tablas

Tabla 1. Relacion entre comunicación interna y compromiso organizacional en los colaboradores de una empresa de producción	20
Tabla 2. Relacion entre comunicación interna y compromiso afectivo en los colaboradores de una empresa de producción	22
Tabla 3. Relacion entre comunicación interna y compromiso de continuidad en los colaboradores de una empresa de producción	24
Tabla 4. Relacion entre comunicación interna y compromiso normativo en los colaboradores de una empresa de producción	26
Tabla 5. Niveles de comunicación interna en colaboradores de una empresa de producción	28
Tabla 6. Niveles de compromiso organizacional en colaboradores de una empresa de producción	29

Índice de figuras

Figura 1. Diagramas de dispersión en la correlación comunicación interna y compromiso organizacional	21
Figura 2. Diagramas de dispersión en la correlación comunicación interna y compromiso afectivo	23
Figura 3. Diagramas de dispersión en la correlación comunicación interna y compromiso de continuidad	25
Figura 4. Diagramas de dispersión en la correlación comunicación interna y compromiso normativo	27

Resumen

La investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre comunicación interna y compromiso organizacional en colaboradores de una empresa de producción. El estudio fue de tipo básica, diseño no experimental, transversal. La población estuvo conformada por 170 colaboradores. Se aplicaron las escalas de Comunicación Organizacional de Portugal (2005), adaptada por Céspedes (2017) y la escala de Compromiso Organizacional de Meyer y Allen (1997), adaptada por Guerrero (2019). Se concluye a través de los resultados en los cuales se evidenciaron la existencia de una correlación muy alta y significativa entre las variables de comunicación interna y compromiso organizacional, de la misma manera se demuestra la existencia de un nivel alto del 60% de comunicación interna y un nivel promedio del 100% de compromiso organizacional.

Palabras clave: Comunicación interna, comunicación organizacional, compromiso organizacional, colaboradores.

Abstract

The objective of the research was to determine the relationship between internal communication and organizational commitment in employees of a production company. The study was of a basic type, non-experimental, cross-sectional design. The population consisted of 170 collaborators. The Organizational Communication scales of Portugal (2005), adapted by Cespedes (2017) and the Organizational Commitment scale of Meyer and Allen (1997), adapted by Guerrero (2019) were applied. It is concluded through the results in which the existence of a very high and significant correlation between the variables of internal communication and organizational commitment was evidenced, in the same way the existence of a high level of 60% of internal communication and an average level of 100% organizational commitment.

Keywords: Internal communication, organizational communication, organizational commitment, collaborators.

I. INTRODUCCIÓN

La comunicación es una variable considerable actualmente en el mundo de las organizaciones, ya que su práctica permite finalizar gestiones internas en cada proceso con efectividad; en este sentido, Prochazka et al. (2020) menciona que la coyuntura actual debido al COVID-19, ha afectado el trabajo en diferentes países de Europa, de tal manera que, influyó en cuanto a la actitud, sentimiento y desempeño laboral de los colaboradores. Los países de Alemania, República Checa, Eslovaquia e Italia brindaron una estadística, respecto a la sobrecarga de trabajo, dificultad laboral, remuneraciones, desempeño de funciones y compromiso laboral afectando en un 40% su productividad según los estudios.

En el mundo laboral, hoy en día muchos emprendedores de diversas organizaciones carecen de sentido de compromiso y motivación real con sus colaboradores (Öznur y İhtiyaroğlu, 2018); en este sentido, The Marcus Bunningham Company (2015) muestra que el 19% de los trabajadores en China y EE.UU. se encuentran motivados, a su vez, solo el 14% en Italia, Australia, Argentina y Alemania, por otro lado, el 13% solo en España. Además, un estudio reveló que 12,000 trabajadores en el mundo reflejan que el 37% no se encuentran comprometidos con su empresa, y que tan solo el 13% se muestra satisfecho y comprometido (Talent Street, 2016). Asimismo, Deloitte Perú (2015) refiere que las empresas al 87%, demuestran poca implicancia laboral con sus trabajadores, revelando el principal problema. Asimismo, El 87% de los líderes de Negocios y Recursos Humanos a nivel mundial, reflejan que la problemática parte de la carencia de compromiso en los trabajadores. También mencionan que el 60% de los encuestados no tienen ninguna estrategia para mejorar el tema de compromiso laboral.

En el contexto nacional, el Instituto Nacional de Estadística e Informática (2020) abordó el cálculo de 39% a 69% de empresas que no contaban con un programa de crecimiento preestablecido, teniendo en cuenta, factores internos como la comunicación y la resolución de conflictos para que el sistema funcione mejor, esta misma institución, mencionó que el 19% de colaboradores, considera la comunicación interna como un beneficio relevante, debido a que su aporte ha generado un ambiente de cultura en la organización. De tal manera, que esto

genera un estado de satisfacción, confianza y motivación en un 18%. Asimismo, se toma en cuenta el intercambio de datos informativos con los colaboradores con respecto a las novedades, metas y logrados por la empresa con un 13% (INEI 2019)

Por otro lado, el teletrabajo significa un gran desafío en las organizaciones, que en muchas oportunidades es un factor que ocasiona falta de motivación debido a la pandemia y crisis económica. En otro estudio demostraron que los colaboradores motivados rinden un 44 % más y aumenta un 27 % el compromiso (Sodexo, 2019). En el sector organizacional, Fabián-Palomino (2019), resaltaron que los nombramientos y contratos indefinidos han disminuido, por el contrario, se ha evidenciado incremento de vinculación laboral sin contrato a largo plazo, o que implica la disminución del beneficio para el colaborador.

La presente investigación se realizó en una empresa privada donde se percibe un ambiente laboral poco favorable, evidenciándose las constantes faltas de los colaboradores, la impuntualidad, un elevado índice de rotación de los trabajadores y una baja productividad e incapacidad para cumplir con los objetivos, debido a ello es importante considerar las variables de comunicación interna y compromiso organizacional, en donde los colaboradores puedan mejorar relaciones interpersonales lo que permitirá alcanzar el compromiso y a través de ello plantear algunas recomendaciones para que los colaboradores se muestren más comprometidos y puedan ser un agente de cambio dentro de la empresa.

En este sentido, se formuló el siguiente problema de investigación ¿Existe relación entre la comunicación interna y el compromiso organizacional en colaboradores de una empresa de producción de Lima Metropolitana, 2021?

La justificación teórica reside principalmente de los registros ante la recopilación de información que permitirán adquirir conocimientos y la recogida de los datos a través de la elaboración del marco teórico donde se plasmará las teorías para abordar las variables, lo cual permitirá incrementar datos específicos de comunicación interna y compromiso organizacional. A nivel social, aporta a la especialidad organizacional, ya que, se recopilará información para el sistema funcional de esta y otras empresas, así como para futuras investigaciones, de igual manera, sirviendo como herramientas para los gerentes, empresarios y

administrativos, a través de los resultados se podrán apreciar diversas perspectivas de la problemática permitiendo buscar soluciones.

Se planteó también, como objetivo general: Determinar la relación entre comunicación interna y compromiso organizacional en colaboradores de una empresa de producción de Lima Metropolitana, 2021; como objetivos específicos se tuvo: Establecer la relación entre comunicación interna y compromiso afectivo en colaboradores de una empresa de producción de Lima Metropolitana, 2021; Establecer la relación entre comunicación interna y compromiso de continuidad en colaboradores de una empresa de producción de Lima Metropolitana, 2021; Establecer la relación entre comunicación interna y compromiso normativo en colaboradores de una empresa de producción de Lima Metropolitana, 2021; Describir los niveles de comunicación interna en colaboradores de una empresa de producción de Lima Metropolitana, 2021; Describir los niveles de compromiso organizacional en colaboradores de una empresa de producción de Lima Metropolitana, 2021.

Asimismo, se planteará la hipótesis general: Si existe relación entre comunicación interna y compromiso organizacional en colaboradores de una empresa de producción de Lima Metropolitana, 2021.

II. MARCO TEÓRICO

Farid, et al. (2014), realizaron una investigación cuyo objetivo fue relacionar las variables de calidad de vida laboral y compromiso organizacional, se realizó la aplicación a una muestra de 330 docentes de una universidad de Malasia, se utilizaron instrumentos como, el cuestionario QWL y el cuestionario Oc, se obtuvo como resultados que la calidad de vida laboral se correlacionó de forma positiva con el compromiso organizacional ($p = 0.000$), y se concluyó que existe relación entre ambas variables, y que la comunicación promueve la integración social con la empresa fortaleciendo el compromiso organizacional de los colaboradores.

Salazar (2018) realizó la investigación que planteó como objetivo, identificar la relación entre satisfacción laboral y compromiso organizacional en colaboradores del banco ecuatoriano, tuvo una metodología correlacional, la muestra fue a 290 trabajadores, se utilizó el cuestionario S20/23, además de un cuestionario TCM Employee Commitment, se obtuvo como resultados que hay una correlación positiva entre ambas variables ($p= 0.05$; $r=0.51$), y se concluyó que, las variables expresan percepciones de cada trabajadores, lo cual se entrelaza con aquellos problemas personales, laborales y familiares que perjudican sus emociones para el desenvolvimiento laboral.

Wills, et al. (2017), realizaron una investigación que tuvo como objetivo relacionar la comunicación interna y el compromiso organizacional, la metodología que se llevó a cabo fue de nivel correlacional, la muestra fue de 105 trabajadores, los instrumentos que se aplicaron para la recolección de información fue el Internal communication and engagement survey y el CSQ, se obtuvo como resultados que ambas variables que relacionan positivamente ($r=0.69$ y $p>0.01$), y se concluyó que es necesario realizar estrategias de comunicación para comprometer e involucrar a todos los trabajadores de una organización.

En cuanto a los antecedentes a nivel nacional, Góngora (2019), realizó una investigación con el objetivo de determinar la relación entre comunicación interna y compromiso organizacional en docentes, la metodología fue de diseño y nivel correlacional, se aplicó a una muestra de 80 docentes a los cuales se le aplicaron instrumentos como, el cuestionario S20/23 y el cuestionario de comunicación adaptado por la autora, se obtuvo como resultados que las variables se relacionan

positivamente ($Rho=0,576$) y significativamente ($p=0.000$) en los docentes. Y se concluyó que existe relación entre ambas variables, y que, a mayor comunicación y compromiso, existirá una mayor identificación organizacional.

Ramírez y Zuta (2019) realizaron la investigación que tuvo como objetivo determinar la relación entre comunicación interna y compromiso organizacional en colaboradores, tuvo como metodología un nivel descriptivo correlacional, se aplicó a una muestra de 127 colaboradores, para la recopilación de la información se utilizó el cuestionario (EICCO) y el cuestionario de Internal communication and engagement survey, los resultados demostraron una correlación positiva entre las variables ($r = 0.565^{**}$; $p < 0,00$), concluyendo que la comunicación tiene un nivel alto.

Barral (2018) realizó la investigación que tuvo como objetivo determinar la relación entre comunicación interna y compromiso organizacional en el personal administrativo, fue de metodología correlacional, y se aplicó a una muestra de 46 trabajadores, se aplicaron instrumentos como el cuestionario (EICCO) y el cuestionario de Internal communication and engagement survey, los resultados que se obtuvieron fue una correlación positiva moderada de ($R = 0,551^{**}$) entre ambas variables.

Silva (2017) tuvo como objetivo, determinar la relación entre comunicación organizacional interna y el compromiso organizacional en administrativos de una universidad, tuvo como metodología descriptivo correlacional, se aplicó en una muestra de 273 trabajadores, se utilizó el cuestionario Formanchuck y el cuestionario S20/23, los resultados fueron que las variables se relacionan positivamente y moderadamente con 0,448.

Céspedes (2017) en su investigación tuvo como objetivo determinar la relaciones entre comunicación organizacional y compromiso organizacional en docentes, tuvo como metodología un nivel correlacional, se aplicó a una muestra de 102 trabajadores, utilizaron instrumentos como el cuestionario de Comunicación Organizacional de Portugal y la escala de compromiso de Meyer y Allen, se obtuvo como resultados que no existe relación positiva y directa en las variables, sin

embargo en la dimensión descendente y la dimensión compromiso afectivo existe relación negativa y moderada ($r = -0.292$).

Para la variable comunicación proviene del latín *communication* que significa la acción y efecto de recepcionar un mensaje, en siglos anteriores se refería al término de deber y ocupación para realizar una acción.

El campo de la comunicación organizacional se inició en la década de 1940 en los Estados Unidos en medio de inquietudes sobre la organización de los individuos en los ambientes laborales de manera efectiva y eficiente. Asimismo, Charles Redding utiliza el término de la comunicación organizacional como disciplina y campo de estudio. Durante la década de 1950 - 1970, los estudios en comunicación organizacional buscaron mejorar la vida y la producción organizacional; en este período, se considera que las personas como seres racionales, se empleó la lógica formal, se examinó la comunicación como un proceso mecánico y de esta manera, ser un elemento fundamental en las organizaciones (Keyton, 2017).

En la década de 1980 el presente constructo fue profundizándose en diversos enfoques, dando origen a las investigaciones y siendo profundizada en diversos campos. En 1982, el *Western Journal of Communication* publicó artículos referentes a la comunicación organizacional, basándose en el enfoque interpretativo, dando a conocer la importancia de incorporar métodos de interpretación para el estudio de la comunicación organizacional, de la misma forma, Putnam y Pacanowsky (1983) elaboró un escrito referente a la comunicación organizacional centrándose en el enfoque interpretativo, recalcando la importancia de este elemento dentro de una organización haciendo uso de diversos métodos cualitativos. Estos métodos, empleados por los autores tienen como finalidad hacer comprender como se edifica socialmente el conocimiento desde la perspectiva de los trabajadores dentro de las organizaciones y la sociedad en general, siendo la comunicación un componente crucial en toda organización y su eficacia es el secreto para lograr el éxito (Keyton, 2017).

Desde la perspectiva de la filosofía de la comunicación, el objetivo es la comprensión, no la acumulación de una verdad inexpugnable, para Kirtiklis (2009)

sostiene que la comunicación es considerada de nivel pre científico como una característica de la existencia humana; porque según los existencialistas, la comunicación, se basa en un diálogo directo, porque es una condición fundamental del ser humano.

De la misma forma, en relación a la epistemología del presente constructo Guzmán (2006) sostiene que la comunicación organizacional parte de la disciplina de ciencias sociales donde implica conocer cómo se aborda la comunicación en dicha ciencia. Asimismo, la presente variable ha sido una materia de estudio invariable de investigación por diversos científicos sociales de diversas disciplinas, así como: la filosofía, psicología social, pedagogía, sociología, política, entre otras.

Los estudios en función a la variable comunicación organizacional ha ido incrementando durante el siglo XX a nivel mundial por diversos investigadores que brindaron diversos aportes y han contribuido en la ciencia. Dicho constructo ha generado diversos debates epistémica de la naturaleza del estudio como consecuencia generando nuevos conocimientos. De la misma forma, estos debates entre los investigadores han desencadenado interrogantes sobre el campo de la variable ya sea considerado una ciencia, una disciplina, e inclusive un arte. Asimismo, esta epistemología representa una aplicación radical de lo que se entiende sobre la variable de estudio en su proceso de observación científica en particular.

Al igual que la definición de comunicación de la investigación, existen muchas definiciones de comunicación organizacional, que es una variable ambigua y amplia, ante ello se mencionara los siguientes conceptos primordiales:

Según Cardozo y Vásquez (2014) mencionan que comunicarse es una estrategia para motivar, persuadir, comprometer y gestionar procesos con facilidad y armonizar puntos de vista. Desde diversas situaciones que se requiere comunicar, se debe promover la comunicación con la finalidad de aprender, ya que es un proceso de mejora que nunca termina, debido a que permite comprender contextos, intenciones y opiniones de los demás mediante los mensajes emitidos. La comunicación organizacional se orienta principalmente en edificar relaciones e interactuar con miembros internos de la organización.

En este sentido Álvarez (2007) manifestó que la comunicación interna es bidireccional, debido a que la información surgida circule de manera clara, con fluidez hacia ambas direcciones; dicha comunicación se considera un valor agregado relevante. De modo que permiten manifestarse en diferentes medios de comunicación tanto de manera oral como escrita. Como manifestaron Martínez-Rodríguez y García-Martínez (2011) la comunicación debe ser manejada de manera propositiva para crear iniciativa entre los colaboradores para que la comunicación se realice correctamente y pueda reducir los incidentes o negligencias de los colaboradores. Goldhaber et al. (1978) que los empleados deben procesar la información de la misma manera que otras personas, objetivos, metas personales y organizacionales, misión, visión, etc..

Baker (2002) mencionó que la comunicación interna es una estrategia importante para generar confianza entre todas y cada una de las partes, de modo que toda la información que se maneja entre ellos sea veraz y confiable. Por otro lado, Barros et al. (2008) Se refieren a esta comunicación formal mediante el uso de herramientas formales como documentos de propósito general. También se refiere al hecho de que la comunicación informal se da de formas no deseadas, a través de canales informales donde no existe documentación formal, esta comunicación muchas veces tiene objetivos individuales y de oficina general. (Charry, 2018), asimismo se consideran teorías relacionadas con este tema, en donde los principios de la comunicación de Román Jakobson proponen que el lenguaje crea un orden de trabajo, enfocándose en cómo los individuos se expresan y comunican sus necesidades, logros y triunfos.

Asimismo, García, (2016) definió la comunicación interna como un aspecto central e importante en la motivación y en sentido de pertenencia de los colaboradores, se ha posicionado actualmente como una herramienta de gran influencia y de estrategia, para el desarrollo sostenible de las organizaciones. De igual manera Gómez y Benito (2014) definieron la comunicación interna como un aspecto fundamental para la empresa y su optima gestión trascenderá en un buen ambiente laboral para un mejor funcionamiento de programas y actividades propuestos en la entidad. En este sentido los colaboradores son una pieza valiosa

para la empresa, ya que se caracteriza como una fuente más de información beneficiosa para la imagen corporativa de la organización (Dolphin, 2005).

Arizcuren et al. (2008), en cuanto a la comunicación organizacional interna, la conceptualizan como el conjunto que engloba una característica en común, que precisa la relación entre los colaboradores y las áreas que conforman la empresa, la cual se desarrollan de manera voluntaria y permanente.

De esta forma, la comunicación se pone en práctica en toda la organización a través de canales transmitidos por interacciones por parte de los colaboradores de toda la entidad, desde personas que ocupan puestos altos, hacia las personas que ocupan los puestos de menor rango, con la finalidad de que la información se comparta adecuadamente para concretar diversas actividades o fines laborales. En este sentido Montoya y De la Rosa (2014) mencionan tres flujos principales que se ponen de manifiesto usualmente en la organización, desde esta perspectiva, se toma en cuenta la comunicación vertical, ascendente y descendente, que conforman los modelos fundamentales de la comunicación en la entidad.

La teoría sustento referente a la comunicación interna, Daft y Marcic, (2005), definen que la comunicación dentro de la empresa es la suma de información que se transmite e intercambia, teniendo por objetivo la mejora de conducta grupal por parte de las personas que integran un grupo, estableciendo adecuados mensajes y flujos de información. Mencionaron las siguientes dimensiones que componen la variable:

Comunicación Descendente: La cual se rige por una jerarquía que comprende desde los altos mandos hasta los cargos bajos, es decir la interrelación que surge entre directivos y empleados, a fin de brindar pautas para llevar a cabo actividades, tareas, funciones dentro de la empresa de esta manera alcanzar los objetivos (Daft y Marcic, 2005). Esta dimensión, se trata de las percepciones, normas y opiniones de los trabajadores de los niveles más altos de la organización para que con ello, llegue hacia los trabajadores de los rangos más bajos, por ende, la comunicación descendente hace referente a que la información de los altos mandos llegue hasta los puestos como operarios (O'Really y Chatman,1986). De la misma manera, Arizcuren et al. (2008), refieren que el punto de origen es desde

los altos mandos hasta a las demás áreas que conforman la organización, por ello una adecuada cohesión permitirá un adecuado clima laboral y la creación de alianzas para llegar al objetivo planteado.

Comunicación Ascendente: como la comunicación que va desde los trabajadores hasta los altos mandos, permitirá que el líder pueda visualizar la organización desde los niveles bajos, lo cual, en cierta longitud ayuda a concebir la organización desde otros puntos de vista que van a ayudar a cooperar con el desarrollo de esta (Daft y Marcic, 2005). Esta dimensión se puede reconocer si existe una adecuada comunicación en la organización, puesto que la información que se genera en los puestos más bajos de una empresa van hacia los altos mandos, por lo tanto, se trata en pocas palabras de la información que se tienen los operarios llegue hasta gerencia. (O'Really y Chatman,1986). Es por ello, que la dimensión de comunicación ascendente se da desde los colaboradores, las cuales se interrelacionan e intercambian información hacia las altas jerarquías. De esta manera se facilita el feedback para incrementar los resultados planificados (Arizcuren et al., 2008).

Comunicación horizontal, como el intercambio de información que se brinda entre los colaboradores de una misma área, esto beneficia a la empresa para que pueda brindar información clara sobre sus metas y objetivos a cumplir. Daft y Marcic, (2005). Esta dimensión nos permite conocer las ideas, opiniones e información de los trabajadores de las diversas áreas que tenga la organización y puede ser comprendida por trabajadores del mismo nivel, es decir, la comunicación horizontal, permite emitir información a aquellos trabajadores que pertenezcan a un mismo nivel de autoridad (O'Really y Chatman,1986). Es por ello, que se genera entre los colaboradores de una misma área, esto permite que se apertura, adecuados flujos y sistemas de información, de esta manera contribuirá, un ambiente grato para realizar las actividades laborales (Arizcuren et al., 2008).

Para que las organizaciones tengan éxito, deben tener comunicadores hábiles. La investigación sobre la comunicación organizacional muestra que las organizaciones dependen de la capacidad de sus miembros para comunicarse de manera efectiva y de sus habilidades de comunicación efectiva.

En relación con la etimología del presente constructo, el compromiso proviene del latín *compromissum* el cual da significado a la responsabilidad u obligación, el filósofo Pokorny menciona que el término proviene de intercambiar, desde este punto las investigaciones sobre el compromiso vinculado a diferentes contextos.

El interés por el compromiso organizacional no es nuevo. Se han dedicado varias décadas de investigación a este campo siendo la variable un tema de indagación popular, debido a sus eficaces implicaciones motivacionales del compromiso (Allen y Meyer, 1990; Becker, 1992). A pesar de los avances en la comprensión del concepto, persisten las disputas teóricas sobre la naturaleza del concepto y cómo debe aplicarse en un contexto organizacional (Hunt y Morgan, 1994; Mathieu y Zajac, 1990).

Asimismo, ante las nuevas demandas en la sociedad por el uso de la tecnología a nivel mundial desde finales del siglo XX en diversas industrias han prevalecido hacer uso en sus trabajadores el compromiso organizacional, ya que en diversos estudios ha evidenciado que en los trabajadores generan mayor productividad y eficiencia laboral (González et al., 2014; Klein, 2016). Entre las razones que pueden explicar este hecho son las características de los mercados y organizaciones actuales. La implicación de las personas en las organizaciones se vuelve crucial cuando la innovación, continúa. Además, este carácter multidisciplinar del compromiso organizacional, ha generado que sea analizado y estudiado a lo largo de los años favoreciendo en sus múltiples teorías.

Asimismo, históricamente el compromiso ha sido ampliamente estudiado por muchos conductistas organizacionales como Allen y Meyer, 1990 y Mowday, 1998, donde diversos investigadores han verificado que este constructo es esencial en una empresa, donde el compromiso en el marketing y las ventas siempre se han considerado un concepto esencial que podría usarse para comprender el comportamiento del vendedor (Brown y Robert, 1993). Para que los practicantes puedan anticipar el impacto de ciertas políticas en una empresa, la comprensión del compromiso es muy primordial (Meyer y Allen, 1997).

El compromiso se ocupa de medir y capturar opinión de los trabajadores sobre su identificación con sus valores fundamentales de las organizaciones, su intención de permanecer con su organización, y su disposición a poner energía extra de lo esperado por su organización (Mowday et al.,1979).

Respecto a la filosofía del compromiso, se menciona al existencialismo de Clemence (1966) quien señala que este comportamiento se analiza de cómo el ser humano percibe la voluntad de vivir plenamente en la propia vida, para hacerla significativa a través de la aceptación de contener tanto la alegría, como la tristeza. Por su parte Zea (1991) señala que es un valor necesario, que todos los seres humanos poseen, como individuos limitados, es decir, están sujetos a las restricciones de múltiples ídoles, donde se va desplegando según las circunstancias del contexto en el que se vive. Desde este análisis filosófico, se percibe que todo ser humano, tiende a ser considerado como “entidades comprometidas”, ya que, según el compromiso, se analiza como un factor fundamental, porque exige al sujeto, acatar la responsabilidad, tanto de sí mismo, como de sus acciones, porque con ellas no sólo se compromete la existencia, sino también, la existencia de los otros (Colonna, 2012).

En cuanto al compromiso organizacional, Meyer & Allen (1991), lo definen desde la teoría de la vinculación como una actitud que permite un vínculo psicológico, que se da entre el trabajador y la empresa, donde se encuentran los siguientes componentes: 1) identificar el objetivo y el valor de la organización, 2) contribución a la empresa para lograr el objetivo y meta y 3) el anhelo de formar parte de la empresa. En efecto, el compromiso es el factor diferenciador entre las empresas de mejor y medio rendimiento, el compromiso en el lugar de trabajo o la comprensión de cómo las personas se comprometen con una organización es multifacético.

Asimismo, Dov (2001) manifestó que el compromiso es aquella fuerza relativa donde el trabajador se identifica con la organización, por el cual se adapta a las metas en común. Cohen (2007) menciona que el valor de compromiso organizacional es de relevancia ya que, con el desenvolvimiento de cada colaborador se fortalece la cohesión de las áreas de trabajo. Además de ello, Cagri (2010) hizo mención que para el compromiso organizacional se requiere el

equilibrio de expectativas, formar parte del equipo con la finalidad de conseguir metas personales y profesionales. Asimismo, Jack, Bozeman, Meurs (2007) refirieron que comprometerse con el trabajo en la empresa, pone al máximo las capacidades para sacar adelante la tarea encomendada.

Definieron el compromiso organizacional como una esfera psicológica, cuyo referente de caracteriza por la vinculación entre las personas y a la organización, por lo cual da a conocer repercusiones en cuanto a las determinaciones para mantenerse en la corporación o dejarla (Meyer & Allen, 1991). Menciona también que los miembros de la organización nos solo establecen el vínculo con la organización, sino que generan vínculos también con los propios individuos, un grupo, la organización y cualquier otro elemento vinculado con clientes y proveedores (Watson y Steven, 2002).

Meyer & Allen (1997), argumentaron que el compromiso laboral se basa a raíz de un adecuado funcionamiento de sistemas comunicativos. En este mismo sentido Sorenson y Garman (2013), manifiesta que la perspectiva de ayuda de parte de los altos mandos y trabajadores permitirá que se pueda dar implicación psicológica, buscando mejorar sus competencias para un mejor desenvolvimiento.

La teoría sustento la refiere Meyer & Allen (1997), quienes mencionan la existencia de tres tipos de compromiso considerados como un modelo tridimensional del compromiso organizacional; por lo que se considera el uso de este modelo para dar a conocer las siguientes dimensiones.

En cuanto a la teoría se divide en tres dimensiones, la primera es: Compromiso afectivo, donde Meyer y Allen (1997), muestran que está ligado a la motivación intrínseca, donde el colaborador realiza una acción que quiere lograr sin recolectar ningún estímulo exterior, que en su centro está la eficiencia, a la victoria y frente a aspiraciones personales. Además, esta idea de interacción emocional ha recibido el mayor respaldo de los estudios que se han dedicado a un examen minucioso. Este componente muestra diferentes factores que influyen negativamente en él: como la edad, el nivel de experiencia, el género, la política de trabajo, la percepción u opinión, la experiencia en la empresa. Por otro lado, se debe considerar la colaboración de los trabajadores en la toma de decisiones y el

grado de autonomía que tienen (Wolowska, 2014).

Compromiso de continuidad donde Meyer & Allen (1997), señalan que el colaborador revisa y pone una medida de lo que recibe de la organización y de lo que puede dejar de recibir cuando se va, considera el esfuerzo que trae, a costa de adoptar la nueva habilidad, el estatus, el entorno social del lugar, manteniendo su lugar donde corresponda. Esta dimensión se basa en la percepción que tiene el trabajador de dejar o seguir considerando su trabajo actual, por otro lado establece sus prioridades y aspectos que pueden bajar las expectativas y así dejar el puesto, pueden ser: las opciones de empleo que tiene el trabajador y las inversiones disponible para ellos (Wolowska, 2014).

Como tercera dimensión, tenemos el compromiso normativo donde Meyer & Allen (1997), manifestaron que el compromiso normativo, se demuestra cuando el trabajador siente un deber y una necesidad moral, que genere correspondencia a la empresa, por ello el trabajador está en el deber de contribuir a mejorar los resultados de su centro laboral. Este componente o dimensiones se basa en las relaciones sociales que realice los trabajadores, puesto que, desde el inicio entran en contacto directo con la empresa, es ahí que empiezan con los procesos de socialización donde les permitirá desarrollar sus objetivos y valores que están establecidas por la empresa. Así mismo, puede verse afectado si la percepción del trabajador está relacionada con su desarrollo personal o familiar (Wolowska, 2014).

III. METODOLOGÍA

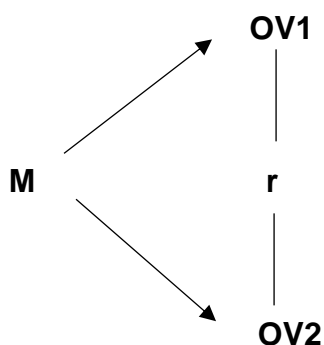
3.1 Tipo y diseño de investigación

El estudio fue de tipo básica, ya que, inició con la búsqueda de información bibliográfica y de teorías, con la finalidad de producir mayores datos informativos y ampliar teorías que ya existen o crear nuevas teorías, además de incrementar conocimientos científicos (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018).

Así también, el estudio dispuso un diseño no experimental, en donde las variables no fueron manipuladas, puesto que, no existen grupos experimentales ni de control, además se analizaron los hechos y fenómenos que se presentaron en la realidad problemática; por otro lado, el estudio fue de corte transversal, porque se realizó en un tiempo determinado (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018).

Fue de nivel correlacional, ya que, permitió conocer el grado de asociación o enlaces no causales que pueda existir entre dos o más variables (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018).

El diagrama representativo de este diseño es el siguiente:



Donde:

M: Trabajadores

OV1: Observación de la variable Comunicación Interna

r: Relación entre variables

OV2: Observación de la variable Compromiso Organizacional

3.2 Variables y operacionalización

Variable 1: Comunicación interna

Definición conceptual: La comunicación dentro de la empresa, es la suma de información que se transmite e intercambia, teniendo por objetivo la mejora de la conducta por parte de las personas que integran un grupo, estableciendo adecuados mensajes y flujos de información (Daft y Marcic, 2005).

Definición operacional: Se mide a través de los puntajes alcanzados en el cuestionario de Comunicación organizacional, que tiene 15 ítems, con 5 alternativas de respuestas y 3 dimensiones.

Indicadores: Indicaciones claras, principios y valores, mejora de gestión, retroalimentación, trabajo en equipo, cohesión de equipo.

Escala de medición: Ordinal, tipo Likert.

Variable 2: Compromiso Organizacional

Definición conceptual: Definieron el compromiso organizacional como una esfera psicológica, cuyo referente se caracteriza por la vinculación entre las personas y a la organización, por lo cual da a conocer repercusiones en cuanto a las decisiones para mantenerse en la organización o dejarla (Meyer & Allen, 1997).

Definición operacional: La variable se mide a través de los puntajes alcanzados en la Escala Compromiso Organizacional con un total de 18 ítems, con 7 alternativas de respuesta y 3 dimensiones.

Indicadores: Vínculo emocional, Sentimiento de obligación y Oportunidades limitadas.

Escala de medición: Ordinal, tipo Likert.

3.3 Población

Población

La población estuvo conformada por 170 colaboradores de una empresa de imprenta, y se denomina población a la agrupación total, la cual está conformada

por todas las unidades de análisis que tienen la finalidad de ser investigadas (Hernández- Sampieri y Mendoza, 2018).

Criterios de inclusión

- Todos los trabajadores de la empresa.
- Participación de forma voluntaria.
- De 20 años de edad a más.

Criterios de exclusión

- Trabajadores que no desearon participar del estudio.
- Trabajadores que dejaron el cuestionario incompleto.
- Aquellos que marcaron más de dos respuestas.

Unidad de análisis

Fueron cada uno de los colaboradores de la organización, que es aquella persona que brinda sus servicios y que tiene que cumplir las funciones establecidas en su puesto de trabajo, a quien se le retribuye con una remuneración (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018)

3.4 Técnica e instrumentos de recolección de datos

Técnica

En el trabajo de investigación se empleó la encuesta, la cual es una técnica que recopila información mediante enunciados con el propósito de obtener datos que contribuyan a resolver una problemática investigada (López y Fachelli, 2015).

Instrumentos

La primera escala que se empleó para la investigación es la de Comunicación organizacional, su autor principal es Portugal elaborada en el 2005, y contiene 15 enunciados, que miden la comunicación descendente, ascendente y horizontal, el análisis de confiabilidad de la escala fue mediante el coeficiente de Alfa de Cronbach, con un índice de (.94), la adaptación en Perú la realizó Céspedes en el 2017, con un índice de Alfa de Cronbach de (.80), la validación de contenido

se llevó a cabo a través del coeficiente V. de Aiken, obteniendo valores de 1,00 para cada ítem, se conservaron todos los enunciados.

La segunda escala que se utilizó, es la escala de compromiso organizacional, sus autores principales son Meyer y Allen (1997), contiene 18 enunciados que se encargan de medir los componentes de compromiso normativo, afectivo y de continuidad, el análisis de confiabilidad fue a través del coeficiente de Alfa de Cronbach, con un índice de (.85), se realizó una adaptación en Perú por Guerrero en el 2019, quien obtuvo un índice de Alfa de Cronbach de (.82), en dicho resultado se eliminaron las pregunta 3 y 6 para conseguir valores más aceptables y el enunciado 12, ya que obtiene un valor debajo de lo respetable.

3.5 Procedimiento

Se envió a las autoridades una carta de presentación la cual expresó detalles de la investigación y los datos de las autoras a partir de ahí se realizó las coordinaciones previas para la aplicación de las escalas, la recopilación de información se dio de forma presencial por lo que se tomó en cuenta y se cumplió los protocolos de seguridad, se les brindó las copias necesarias como lapiceros para evitar el contacto innecesario de materiales y precisamente desinfectados, en dichas impresiones se presentaron las escalas correspondientes a las cuales se les estableció un tiempo de duración de aproximadamente 15 minutos, precisando la información detallada sobre la investigación y un consentimiento informado, para luego obtener dichos datos y elaborar una base de datos en Excel, finalmente procesarlos.

3.6 Método de análisis de datos

Para el trabajo de investigación se empleó la herramienta de Excel como apoyo para realizar el vaciado de los datos que se recopilaron de los instrumentos tomados a los colaboradores, además se tomó como proceso el programa estadístico SPSS (statistical package for the social science), una vez recopilada la información se utilizó la prueba de normalidad de Kolgomorov – Smirnov para dar a conocer el análisis de correlación que desarrolló la investigación, obteniendo un resultado de $p > 0.5$ redirigiéndose entonces bajo criterios paramétricos, de la misma manera, se observó que el tamaño muestral es mayor a 50 participantes; de

acuerdo a dichos resultados se empleó la prueba estadística de r =Pearson; por último, los resultados y datos de información fueron expuestos a través de tablas y figuras, detallando la correlación y describiendo los niveles de las variables, es decir, respondiendo a los objetivos.

3.7 Aspectos éticos

Para el presente proyecto de investigación se respetaron los principios establecidos en las normas APA, las cuales permitieron el desarrollo de la fuente bibliográfica, en la que se efectúan las citas de acuerdo al estilo (American Psychological Association, 2020).

Para la elaboración de este estudio se basó en un consentimiento informado por parte de los colaboradores de la empresa Diplomas Lalo acerca de la confidencialidad de sus datos brindados. En el cual se consideraron los lineamientos del código de ética del psicólogo, donde se estipula el compromiso y respeto de proteger los derechos humanos de dichos encuestados, respetando así la confidencialidad de todos los pobladores que participaron en nuestro proceso de investigación según el Colegio de Psicólogos del Perú (Código de Ética Profesional del Psicólogo, 2018)

El trabajo de investigación, se llevó acabo de manera ética a través de los siguientes principios: El principio de beneficencia, ya que se tendrá en cuenta prevenir aquellas acciones que puedan dañar a los trabajadores, por otro lado, el principio de no maleficencia se aplicará a través del respeto a su identidad, pues los resultados serán expuestos de forma conjunta manteniendo en anonimato su datos personales sin ocasionar daños físicos y/o psicológicos, el principio de autonomía, será mediante la voluntad para ser parte de esta investigación por lo cual se firmará un consentimiento informado, por último el principio de justicia, ya que, todos los trabajadores serán respetados sin ningún tipo de discriminación. Así mismo, se respetó los criterios presentados por el manual de la Asociación de Psicología Americana, en referencia al resalte y cita de los autores en los párrafos que fueron fuente y sustento para la presente investigación (Beauchamp y Childress, 2011).

IV. RESULTADOS

Tabla 1

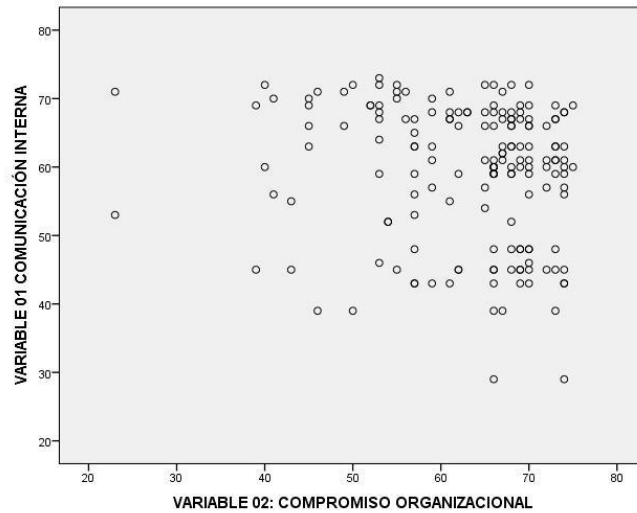
Relacion entre comunicación interna y compromiso organizacional en los colaboradores de una empresa de producción

		Comunicación interna	Compromiso organizacional
Comunicación interna	Correlación de Pearson	1	.844
	Sig. (bilateral)		.01
	N	170	170

En la tabla uno se aprecia un resultado de $r=0.844$, con un p valor de 0.01, esto nos indica la existencia de relación entre las variables estudio; se acepta la hipótesis de la investigación, rechazamos la hipótesis nula. Por lo tanto, a mayor comunicación interna se evidenciará un mejor compromiso organizacional en colaboradores de una empresa de producción de Lima Metropolitana, 2021.

Figura 1

Diagramas de dispersión en la correlación comunicación interna y compromiso organizacional



En la figura 1, se observa una distribución de los puntos, el cual evidencia una correlación directa y de intensidad muy alta.

Tabla 2

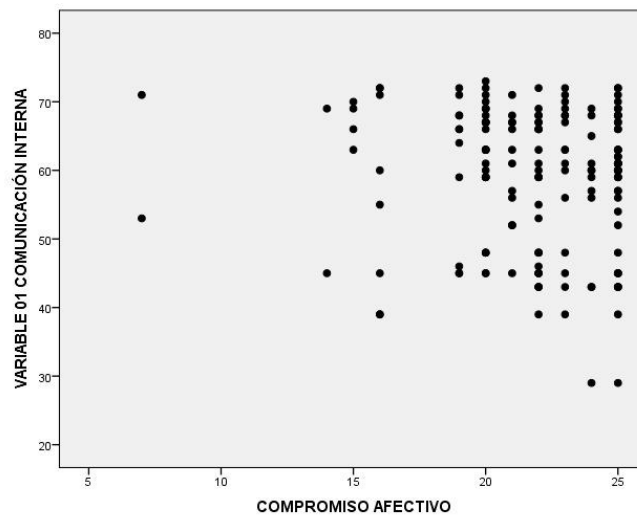
Relacion entre comunicación interna y compromiso afectivo en los colaboradores de una empresa de producción

	Comunicación interna	Compromiso afectivo
Comunicación interna	1	.989
Correlación de Pearson		
Sig. (bilateral)		.00
N	170	170

En la tabla dos se realizó la correlación entre la variable comunicación interna y la primera dimensión compromiso afectivo, se obtuvo un Pearson de 0.989, con un p valor 0.00; se acepta la hipótesis de la investigación, rechazamos la hipótesis nula. Por lo tanto, se demuestra que, al incrementarse la comunicación interna, habrá mejor compromiso afectivo en colaboradores de una empresa de producción de Lima Metropolitana, 2021.

Figura 2

Diagramas de dispersión en la correlación comunicación interna y compromiso afectivo



En la figura 2, se evidenció una distribución de los puntos que reflejan una correlación directa y de intensidad muy alta.

Tabla 3

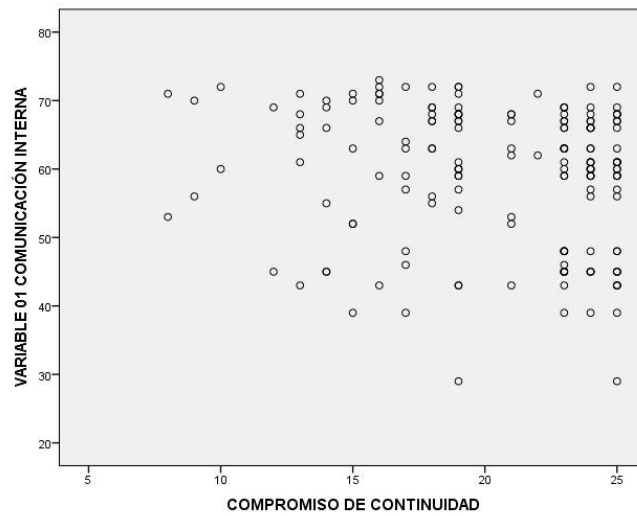
Relacion entre comunicación interna y compromiso de continuidad en los colaboradores de una empresa de producción

		Comunicación interna	Compromiso de continuidad
Comunicación interna	Correlación de Pearson	1	,762*
	Sig. (bilateral)		0.00
	N	170	170

En la tabla tres se realizó la correlación bilateral entre la variable comunicación interna y la segunda dimensión compromiso afectivo, se obtuvo un Pearson de 0.762, con un p valor 0.00; se acepta la hipótesis de la investigación, rechazamos la hipótesis nula. Por lo tanto, se evidencia y se confirma que, al incrementarse la comunicación interna, habrá mejor compromiso de continuidad en colaboradores de una empresa de producción de Lima Metropolitana, 2021.

Figura 3

Diagramas de dispersión en la correlación comunicación interna y compromiso de continuidad



En la Figura 3, se observa una distribución de los puntos en el cual se muestra una correlación directa y de intensidad alta.

Tabla 4

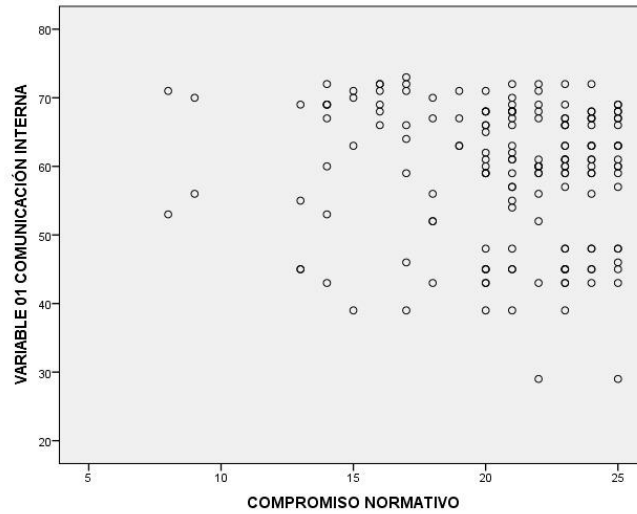
Relacion entre comunicación interna y compromiso normativo en los colaboradores de una empresa de producción

	Comunicación interna	Compromiso normativo
Comunicación interna	1	0.818
	Correlación de Pearson	
	Sig. (bilateral)	0.00
	N	170

En la tabla cuatro se evidencia una correlación entre la variable comunicación interna y la tercera dimensión compromiso normativo, se obtuvo un Pearson de 0.818, por lo tanto, se confirma que, al incrementarse la comunicación interna, se presentará un mejor compromiso normativo en colaboradores de una empresa de producción de Lima Metropolitana, 2021. Por otro lado, el p valor 0.00; por lo que, se acepta la hipótesis de la investigación, rechazamos la hipótesis nula.

Figura 4

Diagramas de dispersión en la correlación comunicación interna y compromiso normativo



En la figura 4, se puede apreciar en la distribución de los puntos una correlación directa y de intensidad muy alta.

Tabla 5

Niveles de comunicación interna en colaboradores de una empresa de producción

	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Niveles de Comunicación Interna	Bajo	16	9%
	Promedio	52	31%
	Alto	102	60%
	Total	170	100%

En la tabla 5, se visualiza que del 100% (170) de los colaboradores de una empresa privada, el 60% (102) de los trabajadores presentan un nivel “Alto” de comunicación interna dentro de la empresa privada, el 31% (52) evidencian como resultados un nivel “Promedio” y el 9% (16) demuestran un nivel “Bajo”. Observándose que los colaboradores investigados evidencian la presencia de la comunicación interna dentro de la empresa privada.

Tabla 6

Niveles de compromiso organizacional en colaboradores de una empresa de producción

	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Compromiso Organizacional	Promedio	170	100%
	Total	170	100%

En la tabla 6, se evidencia que del 100% (170) de los colaboradores de una empresa privada la presencia del compromiso organizacional a un nivel "Promedio", a comparación que dentro de los niveles "Bajo" y "Alto", no se percibe o se demuestra la variable de compromiso organizacional dentro de los colaboradores de una empresa privada.

V. DISCUSIÓN

En base a los resultados de la correlación de las variables, se realiza mediante la prueba de correlación de Pearson, donde el coeficiente es de $r=0.844$ y un p valor de $0,01$ ($p \leq 0.05$), esto demuestra que la correlación entre las variables de comunicación interna y las variables de interacción es alta. No obstante, en la investigación de Wills, et al. (2017) que trabajo con una menor población concluyeron que las variables se relacionan positivamente ($r=0.69$ y $p > 0.01$), por lo tanto, consideraron necesario realizar estrategias de comunicación para comprometer e involucrar a todos los trabajadores de una organización. Ramírez y Zuta (2019) realizaron una investigación para determinar la relación entre la comunicación interna y el compromiso organizacional de los empleados, el resultado obtenido mediante el análisis estadístico Rho de Spearman demostraron una correlación moderada entre las variables ($r=0.565^{**}$. $P < 0,00$), concluyendo que a mejor comunicación interna sea entre los colaboradores, mayor será el compromiso organizacional. Los resultados obtenidos, concuerdan con lo citado por Gómez y Benito (2014) sobre la comunicación interna como aspecto fundamental de la empresa y su óptima gestión de la empresa prevalecerán en un buen ambiente laboral para ejecutar de mejor manera los programas y actividades que se ofrecen en la unidad. Por tanto, cuando estén mejor establecidos los mensajes y flujos de información mejora de la conducta por parte de las personas que integran un grupo, de esta manera se presentara una mayor vinculación entre las personas y la organización. En efecto, se aceptó la hipótesis alterna que nos indica la existencia de relación entre las variables estudio.

En la correlación entre la comunicación interna y las dimensiones del compromiso afectivo es muy alta (0.989), el resultado concuerda con la teoría de Meyer & Allen (1997) que está relacionado a la motivación intrínseca, donde el colaborador realiza una acción que quiere realizar sin recibir ningún estímulo externo, forma un impacto que es su centro, gana y resiste una aspiración personal. En este componente se toma en consideración, la participación de los trabajadores para la toma de decisiones y el nivel de autonomía que poseen (Wolowska, 2014). Esto nos demuestra, que gran parte de la población evaluada responde de maneras favorables a la variable y dimensión estudiada, evidenciando que al incrementar la

comunicación interna mejorara el compromiso afectivo, logrando que los colaboradores se identifiquen e impliquen con la organización; por lo tanto, se acepta la hipótesis de la investigación y se rechaza la hipótesis nula.

Por otro lado, se obtuvo como resultado en la correlación que existe entre comunicación interna y compromiso de continuidad es alta (0.762), según Meyer y Allen (1997), muestran que el colaborador considera y pone una medida de lo que recibe de la organización y lo que puede dejar de recibir cuando se va, equilibrando el esfuerzo, la energía que dedica y el costo de adoptar nuevas habilidades, la condición socioambiental del lugar, manteniendo su ubicación en los casos que corresponda. Esto nos demuestra, que la relación entre la variable y dimensión estudiada, por lo que podemos deducir que si hay un incremento la comunicación interna mejorara el compromiso de continuidad; porque al fomentar el diálogo se tratara de atender y de esta manera persuadir a la población evaluada a querer permanecer en la organización por un largo periodo de tiempo, ya que sentirán que su energía y esfuerzo invertido en sus puestos laborales no fue en vano, de la misma manera, se puede deducir que al ascender sus puestos laborales o dar incentivos incrementara su buen desempeño y compromiso de los colaboradores. Por consiguiente, se acepta la hipótesis de la investigación y se rechaza la hipótesis nula.

Respecto a la relación entre comunicación interna y compromiso normativo en los colaboradores en el presente estudio se obtuvo un valor de Pearson de 0.818, siendo valores consistentes. Es por ello, que respaldamos la teoría de García (2016) quien sostiene que la comunicación interna es un aspecto central e importante en la motivación y en sentido de pertenencia de los colaboradores, donde actualmente es considerado como una herramienta de gran influencia y de estrategia, para el desarrollo sostenible de las organizaciones, asimismo, Meyer & Allen (1997), manifestaron que el compromiso normativo, se demuestra cuando el trabajador siente un deber y una necesidad moral, que genere correspondencia a la empresa, por ello el trabajador está en el deber de contribuir a mejorar los resultados de su centro laboral. Ante lo mencionado, se confirma que, al incrementarse la comunicación interna, se presentará un mejor compromiso normativo en colaboradores de una empresa, es por ello que se obtuvo un p valor

0.00; por lo que, se acepta la hipótesis de la investigación y rechazamos la hipótesis nula.

En función a los niveles de la comunicación interna se establecieron en tres aspectos en: nivel bajo (9%), promedio (31%) y alto (60%), de esta manera se evidencia que los colaboradores estudiados evidencian un nivel alto de comunicación interna dentro de la empresa privada. Ante ello, Baker (2002) sostiene que un nivel alto de comunicación interna permite formar confianza entre cada colaborador, así toda información que se maneja entre ellos sea verídica y confiable, de la misma forma, Arizcuren et al. (2008) hace referencia que la comunicación organizacional interna, engloba una característica en común, que precisa la relación entre los colaboradores y las áreas que conforman la empresa, la cual se desarrollan de manera voluntaria y permanente. Ante lo expuesto por los autores y los resultados obtenidos se comprueba que un nivel alto de comunicación interna dentro de una organización genera mayor productividad y eficacia en los trabajadores.

Finalmente se determinaron los niveles de compromiso organizacional en los colaboradores obtenido un valor promedio equivaliendo el 100%, lo mencionado comprueba que gran parte de los colaboradores evidencian compromiso hacia la empresa que están laborando. Estos resultados se respaldan con la teoría propuesta de Meyer & Allen, (1991) quienes hacen referencia el compromiso organizacional es como una esfera psicológica con el trabajador, de la misma forma el teórico Cohen (2007) sostiene que el valor de compromiso organizacional es de relevancia ya que, con el desenvolvimiento de cada colaborador se fortalece la cohesión de las áreas de trabajo. Caso contrario al obtener niveles bajos entre los colaboradores y el compromiso organizacional sería un factor perjudicial para la empresa, tal como hace referencia Dov (2001) el compromiso en la organización es aquella fuerza relativa donde el trabajador se identifica con la organización, por el cual se adapta a las metas en común y se evidencia adecuada producción al no ser así la organización estaría en riesgo. En este sentido, en el presente estudio se evidencia que el compromiso organizacional entre los trabajadores es propicio.

VI. CONCLUSIONES

Primera: Se evidencia la existencia de una relación significativa, de intensidad muy alta entre las variables de comunicación interna y compromiso organizacional, por lo que indica que las presencias de los niveles de comunicación generarán un grato nivel de compromiso organizacional por parte de los colaboradores de la empresa, de esta manera los niveles de responsabilidad, identidad, aporte al logro de objetivos se evidenciará de acuerdo a los niveles que se evidencie en cada colaborador.

Segunda: De manera específica, se concluye que existe relación significativa, directa y de intensidad muy alta entre la variable de comunicación interna y la dimensión de compromiso afectivo en los trabajadores en una empresa privada, por lo que se toma en cuenta diversos factores dentro de la empresa en relación a la comunicación, en él como contribuyen a la motivación intrínseca y el vínculo afectivo reflejada de manera personal en los colaboradores.

Tercera: Seguidamente, la variable comunicación interna y la dimensión compromiso de continuidad, evidencian una correlación bilateral y significativa, de intensidad alta entre ambas variables, ante ello, se refleja que mientras mayores sean los niveles de comunicación mayor será el compromiso de continuidad percibido en el colaborador de la empresa privada, por lo que conservaría su posición en base a su esfuerzo, destrezas y el ámbito social en él que se incrementa.

Cuarta: Posteriormente, se concluye que la variable comunicación interna y la dimensión compromiso normativo, se confirma una correlación directa, bilateral y de intensidad muy alta, por lo que se determina que a mayor sea la presencia de los niveles de comunicación mayor será el compromiso normativo percibido dentro de la empresa de producción, es decir, que en base a los niveles de socialización que se dé conjuntamente a la comunicación la contribución a la mejora de los objetivos dentro de la empresa.

- Quinta: En relación a la variable de comunicación interna, se concluye la presencia de un 9% dentro de un nivel bajo de comunicación, posteriormente se evidencia un 31% dentro del nivel promedio y finalmente el 60% dentro del nivel alto; por lo que se identifica la presencia de los niveles de comunicación interna en los colaboradores de una empresa de producción.
- Sexta: En relación a la variable de compromiso organizacional, se concluye la presencia del único nivel en la variable, siendo el 100% en él nivel promedio, dentro de la totalidad de los colaboradores dentro de la empresa de producción.

VII. RECOMENDACIONES

Primero: El gerente de la empresa debe establecer un área de recursos humanos para administrar los recursos humanos y obtener beneficios, establecer programas de capacitación regulares o seminarios para desarrollar el compromiso organizacional y promover las relaciones de los empleados a través de actividades de capacitación grupal. Por otro lado, se deben utilizar los medios escritos y digitales para recordar de manera amena e informal a los miembros de la organización los objetivos de la empresa, los deberes y responsabilidades de la organización, la administración y el personal administrativo y la importancia del empleo para alcanzar estos objetivos.

Segunda: Se sugiere implementar un programa de recompensas e incentivos para el personal, tomando como factor importante los años en que se encuentra de servicio dentro de la empresa; de esta manera poder crearse una conexión psicológica, recíproca y de permanencia con la organización. De igual manera, implementar estrategias de mejora en el clima laboral, realizar talleres y/o reuniones donde se involucre y premie la participación de los colaboradores, dándole a conocer que la empresa reconoce las aportaciones, logros, elogios que los trabajadores le brindan a la organización.

Tercera: Se sugiere que para dar mayor énfasis a la continuidad del compromiso, se debe establecer un esquema de incentivos para los empleados que no se ausenten o lleguen tarde, como tener una semana o dos, con horario flexible de trabajo, de tal manera que los viernes, los empleadores salen 1 hora antes o vienen a trabajar una hora después de la hora de inicio establecida, lo que permitirá flexibilizar los horarios y adaptarse a las necesidades de los compañeros de trabajo para tratar asuntos personales y familiares mientras participan en sus prácticas. Asimismo, garantice la seguridad de los empleados, integre la nómina de cada empleado o premie su buen desempeño, lealtad, compromiso y más.

Cuarta: Para poder fortalecer los altos niveles de compromiso normativo y no exista mucha rotación de personal, hay que ofrecer un paquete de beneficios, mantener abierta la comunicación, establecer expectativas y políticas claras.

Quinta: Se sugiere a la Dirección General de Administración que, para fortalecer la comunicación dentro de la organización, se deberá implementar un proyecto de comunicación interna que posea como objetivo instaurar una comunicación fluida y multidireccional, que examine la variedad del personal administrativo transformándola en vitalidad de grupo, y que ofrezca a solventar los conflictos en el breve período.

Sexta: Conjuntamente al equipo de Recursos Humanos, plantear y poseer el interés del crecimiento y refuerzo del desarrollo de cada colaborador, de manera personal en conjunto a la corporación, con la ejecución de los objetivos; a través y mediante capacitaciones, seguimiento constantemente.

REFERENCIAS

- Alvarez, J. (2007). Comunicación Interna, la Estrategia del Éxito. Razón y Palabra, 1(56). <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199520729023.pdf>
- American Psychological Association. (2020). Publication manual of the American Psychological Association (7th ed.). <https://doi.org/10.1037/0000165-000>
- Arizcuren, A; Cabezas, E; Cañeque, N; Casado, M; Fernández, P; Lacasta, J; Martin, T; Menchaca, M; Nuñez, F; Sanchez, M; Soria, L & Vicario, D. (2008). *Guía de buenas prácticas de comunicación interna*. España: FEAPS. <https://www.plenainclusion.org/sites/default/files/bp-comunicacion-interna.pdf>
- Allen, N. y Meyer, J. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63(1), 1–18. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8325.1990.tb00506.x>
- Barral, S. (2018). *Comunicación interna y su relación con el compromiso organizacional, del personal administrativo de una institución universitaria de Los Olivos, 2018*. (tesis de licenciatura, Universidad Cesar Vallejo). Repositorio UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/23856>
- Barros, V; Avila, E & Barin, L. (2008). The Learning Process in Interorganizational Relationships. *Revista BAR - Brazilian Administration Review*, 5(4), 319-331. <https://www.scielo.br/pdf/bar/v5n4/v5n4a06.pdf>
- Baker, K. (2002). *Organizational Communication*. Market Timing and Capital Structure <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.448.8283&rep=rep1&type=pdf>
- Beauchamp, T., & Childress, J. (2011). Principios de Ética Biomédica, de Tom L. Beauchamp y James F. Childress. Tribuna abierta del instituto Borja de bioética. http://www.ucv.ve/fileadmin/user_upload/facultad_agronomia/Produccion_Animal/Produccion_Animal/Bioetica.pdf

- Becker, T. (1992). Foci and bases of commitment: are they distinctions worth making? *Academy of Management Journal*, 35, 232-244
- Brown, S. y Robert A. (1993), Antecedents and Consequences of Salesperson Job Satisfaction: Meta-Analysis and Assessment of Causal Effects, *Journal of Marketing Research*, 30, 63–77.
- Cagri, O. (2010). The effects of organizational training on organizational commitment. *International Journal of Training and Development*. 14(4), 309-322. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2419.2010.00360.x>
- Cardozo, S & Vásquez, M. (2014). *Herramientas de comunicación interna en la Universidad de Los Andes, Trujillo*. (Tesis de maestría, Universidad de los Andes). <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545896003.pdf>
- Charry, H. (2018). The management of internal communication and the organizational climate in the sector public. La gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en el sector público. *Comunicación*, 9(1). <http://www.scielo.org.pe/pdf/comunica/v9n1/a03v9n1.pdf>
- Céspedes, F. (2017). Comunicación y compromiso organizacional en docentes de instituciones educativas públicas del distrito de San Martín de Porres, 2017. (tesis de licenciatura). <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/3217>
- Clemence, M. (1966). Existentialism: a philosophy of commitment. *Am J Nurs.* ;66(3):500-5 <https://doi.org/10.2307/3419729>
- Código de Ética Profesional del Psicólogo. (2018). Código de ética y deontología por el colegio del psicólogo del Perú. Lima, Perú. http://api.cpsp.io/public/documents/codigo_de_etica_y_deontologia.pdf
- Cohen, A. (2007). Commitment before and after: An evaluation and reconceptualization of organizational commitment. *Elsevier Human Resource Management Review*. 17(3), 336-354. <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2007.05.001>

- Colonna, R. (2012). Responsabilidad y compromiso en el pensamiento de Leopoldo Zea. *Cuadernos Americanos* 3, 19-28 <http://www.cialc.unam.mx/cuadamer/textos/ca141-19.pdf>
- Daft, R & Marcic, D. (2005). *Introducción a la Administración*. 4a ed. México: México D. F.: Cengage Learning.
- Deloitte Perú (2015). *Tendencias Globales de Capital Humano 2015: liderando en el nuevo mundo del trabajo*. <https://www2.deloitte.com/pe/es.html>.
- Dolphin, R. (2005). Internal Communications: Today's Strategic Imperative. *Journal of Marketing Communications*, 11(3), 171-190. <https://doi.org/10.1080/1352726042000315414>
- Dov, M. (2001). Values and organizational commitment. *Discover Journals, Books & Case Studies*. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/01437720110408967/full/html>
- Fabián-Palomino, S. (2019). Compromiso organizacional y tipo de contrato laboral en hospital del seguro social (Lima, Perú), 2017. *Revista Gerencia y Políticas de Salud*, 18 (37),1-14. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.rgps18-37>
- Farid, H; Izadi, Z; Arif, I & Alipour, F. (2014). *Revista The Social Science Journal* 52 (2015) 54–61. https://www.researchgate.net/publication/266398060_Relationship_between_quality_of_work_life_and_organizational_commitment_among_lecturers_in_a_Malaysian_public_research_university
- García, E. (2016). *Gestión estratégica de la comunicación interna*. Un caso de red informal en una organización educativa. <https://www.redalyc.org/pdf/310/31048480039.pdf>
- Góngora, N. (2019). *Comunicación interna y compromiso organizacional de los docentes del centro de educación básica alternativa República de Bolivia, Villa El Salvador, 2019*. (tesis de licenciatura). <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.5>

00.12692/43436

Goldhaber, G; Porter, T; Yates, M & Lesniak, R. (1978). Organizational Communication: 1978. *Human Communication Research*. 5(1), 76-96. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1468-2958.1978.tb00624.x>

Gómez, B & Benito, C. (2014). *Presente de la comunicación organizacional en la pyme española*. <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199530728023.pdf>

González, F., López-Guzmán, T. y Sánchez, S. (2014). Job satisfaction and organizational commitment in human resources in the hotel sector of Cordoba (Spain): Influence of the type of contract and working day. *Intangible Capital*, 10, 189–211. <https://doi.org/10.3926/ic.489>

Guzmán, A. (2006). *Comunicación empresarial*. 1a. Edición. Ecoe. Bogotá Colombia.

Hernández-Sampieri, R & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativas, cualitativas y mixtas*. Ciudad de México, México: McGraw Hill.

Hunt, S. y Morgan, R. (1994). Organizational Commitment: One of Many Commitments or Key Mediating Construct?. *Academy of Management Journal*, 37, 1568-1587.

Instituto Nacional de Estadística e Informática. *Demografía empresarial*. (2020). <http://m.inei.gov.pe/biblioteca-virtual/boletines/demografia-empresarial8237/1/>

Instituto Nacional de Estadística e Informática. *Demografía empresarial*. (2019). https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1482/libro.pdf

Jack, D; Bozeman, A & Meurs, J. (2007). Organizational Commitment, Human Resource Practices, and Organizational Characteristics. *Journal of Managerial Issues*. 19(2). 186-207. <https://www.jstor.org/stable/40604563?seq=1>

- Keyton, J. (2017). Communication in Organization. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior* 4. 501-526. <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-032516-113341>
- Kirtiklis, K. (2009). *Komunikacijos samprata šiuolaikinėje filosofijoje [The conception of communication in modern philosophy]*. Doctoral Thesis. VILNIAUS UNIVERSITETAS <http://epublications.vu.lt/object/elaba:1813245/>
- Klein, H. (2016). Commitment in organizational contexts: Introduction to the special issue. *Journal of Organizational Behavior*, 37, 489–493. <https://doi.org/10.1002/job>.
- López, P & Fachelli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Barcelona, España: Campus de la UAB
- Martinez-Rodriguez, E & Garcia-Martinez, LL. (2011). Organizational communication and conflict prevention in organizations. An approach related to health care institutions. *Perinatol Reprod Hum* 2011; 25 (2). <https://www.medigraphic.com/cgi-bin/new/resumenl.cgi?IDREVISTA=76&IDARTICULO=31059&IDPUBLICACION=3367>
- Mathieu, J. y Zajac, D. (1990). A Review and Meta-Analysis of the Antecedents, Correlates, and Consequences of Organizational Commitment. *Psychological Bulletin*, 108, 171-194.
- Meyer, J & Allen, N. (1997). *Commitment in the workplace: Theory, research and application*. California: SAGE publications Inc.
- Meyer, J & Allen, N. (1991). A three component conceptualization of organizational commitment. *Revista ELSEVIER*, 1, pp. 61-98. [https://doi.org/10.1016/1053-4822\(91\)90011-Z](https://doi.org/10.1016/1053-4822(91)90011-Z).
- Montoya, M & De la Rosa, L. (2014). Flujos de comunicación en organizaciones privadas de Tijuana. *Razón y Palabra*, 87. *Redalyc*.

<https://www.redalyc.org/pdf/1995/199531505010.pdf>

Mowday, R., Steers, R. y Porter, L. (1979). The measurement of organizational commitment. *Journal of Vocational Behavior*, 14, 224-247.

Mowday, R. (1998) Reflections on the Study and Relevance of Organizational Commitment. *Human Resource Management Review*, 8, 387-401.
[http://dx.doi.org/10.1016/S1053-4822\(99\)00006-6](http://dx.doi.org/10.1016/S1053-4822(99)00006-6)

O'Really, C & Chatman, J. (1986). Organizational Commitment and Psychological Attachment: The Effects of Compliance, Identification and Internalization on Prosocial Behavior. *Journal of Applied Psychology*, 71 (3), pp.492 – 499.

<https://www.semanticscholar.org/paper/OrganizationalcommitmentandpsychologicalTheofO%27ReillyChatman/1eefc51ff886acd6f2c317f8f25a3f42fe984ddb>

Öznur, A & İhtiyaroğlu, N. (2018). Analysis of the Relationship Between Stress and Organizational Commitment in Employees: A Meta-Analysis Study. *Journal of Education and Training Studies*,1(7),94-106. : <https://doi.org/10.11114/jets.v7i1.3702>

Prochazka, J; Scheel, T; Kratochvil, T; Civilotti, C; Bollo, M & Acquadro, D. (2020). Data on work-related consequences of COVID-19 pandemic for employees across Europe. *Elsevier Inc*, 32, <https://doi.org/10.1016/j.dib.2020.106174>

Putnam, L & Pacanowsky, M. (1983). *Communication and organizations: an interpretive approach*. Beverly Hills: Sage.

Ramirez, G & Zuta, S. (2019). *Comunicación interna y su relación con el compromiso organizacional de los colaboradores en la Municipalidad Provincial de Bellavista, 2019*. (tesis de licenciatura).
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/49198>

Salazar, M. (2018). *Relación entre satisfacción laboral y compromiso organizacional: un estudio en una entidad pública ecuatoriana* (tesis de

maestria). <https://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/6348>

Silva, H. (2017). *La comunicación organizacional interna y el compromiso*

organizacional en el personal administrativo de una universidad pública
2017. (tesis de licenciatura).

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/15898/Silva_AHF.pdf?sequence=1

Sodexo (2019). *El bienestar del empleado como clave del compromiso.*

<https://www.sodexo.es/blog/el-bienestar-del-empleado-como-clave-del-compromiso/>

Sorenson, S & Garman, K. (2013). Engaging Employees After the Honeymoon Period.

http://businessjournal.gallup.com/content/163463/engagingemployee-shoneymoonperiod.aspx?utm_source=google&utm_medium=rss&utm_campaign=syndication

The Marcus Buckingham Company (2015). *The Global Engagement Cross-country engagement baselines for team leaders.*

<https://www.reasonwhy.es/sites/default/files/estudio-motivacion-laboralreasonwhy.es.pdf>

Talent Street (2016). *1 de tres trabajadores no está comprometida con su empresa.* innovatingin talent communication.

<https://www.equipostrytalento.com/talentstreet/noticias/2016/05/25/1-decada-3-trabajadores-no-esta-comprometido-con-su-empresa/659/>

Watson, G & Steven, D. (2002). Social Capital and Organizational Commitment.

Journal of Business and Psychology, 16, 537–552.

<https://link.springer.com/article/10.1023/A:1015498101372>

Wills-Espinosa, N; Icaza, C; Sadi, G & Adell, A. (2017). The relationship between satisfaction with internal communication and organizational commitment: the

case of an Ecuadorian university. *Artículos libres*, 134. <https://doi.org/10.26422/aucom.2017.0601.wil>

Wolowska, A. (2014). Determinants of Organizational commitment. *Human Resources Management & Ergonomics*, 3(1), 129-146. https://frcatel.fri.uniza.sk/hrme/files/2014/2014_1_10.

Zea, L. (1991). *La filosofía como compromiso de Liberación*. Venezuela: Biblioteca Ayacucho

ANEXOS

Anexo 1

Matriz de Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIABLE, DIMENSIONES E INDICADORES	METODOLOGIA
P. GENERAL ¿Existe relación entre la comunicación interna y el compromiso organizacional en colaboradores de una empresa de producción de Lima Metropolitana, 2021?	O. GENERAL Determinar la relación entre comunicación interna y compromiso organizacional en colaboradores de una empresa de producción de Lima Metropolitana, 2021	H. GENERAL. Si existe relación entre comunicación interna y compromiso organizacional en colaboradores de una empresa de producción de Lima Metropolitana, 2021	V1. Comunicación Organizacional <ul style="list-style-type: none">• Comunicación descendente.- Indicaciones claras- Principios y valores• Comunicación ascendente.- Mejoras de gestión- Retroalimentación• Comunicación Horizontal.- Trabajo en equipo- Cohesión de equipo	Tipo: Básica Enfoque: Cuantitativa Técnica: Encuesta Diseño: No experimental – transversal Población: 170 Muestra: Censal
P. ESPECIFICOS ¿Existe relación entre la comunicación interna y las dimensiones de compromiso organizacional en colaboradores de una empresa de producción	O. ESPECIFICOS Determinar la relación entre comunicación interna y compromiso afectivo en colaboradores de una empresa de producción	H. ESPECIFICAS Existe relación entre comunicación interna y compromiso afectivo en colaboradores de una empresa de producción de Lima Metropolitana, 2021.		

de Lima Metropolitana, 2021?

de Lima Metropolitana, 2021

Establecer si existe relación entre comunicación interna y compromiso de continuidad en colaboradores de una empresa de producción de Lima Metropolitana, 2021.

Establecer si existe relación entre comunicación interna y compromiso normativo en colaboradores de una empresa de producción de Lima Metropolitana, 2021.

Existe relación entre comunicación interna y compromiso de continuidad en colaboradores de una empresa de producción de Lima Metropolitana, 2021.

Existe relación entre comunicación interna y compromiso normativo en colaboradores de una empresa de producción de Lima Metropolitana, 2021.

V2. Compromiso Organizacional

- Compromiso afectivo
 - Vínculo emocional
- Compromiso de continuidad
 - Sentimiento de obligación
- Compromiso normativo
 - Oportunidades limitadas

Anexo 2

Matriz de Operacionalización de variables

VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	ITEMS	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	La comunicación dentro de la empresa, es la suma de información que se transmite e intercambia, teniendo por objetivo la mejor de conducta grupal por parte de las personas que integran un grupo, estableciendo adecuados mensajes y flujos de información. Daft y Marcic, (2005).	Se mide a través de los puntajes alcanzados en el cuestionario de Comunicación Organizacional, que tiene 15 ítem, 5 factores, con 5 alternativas de respuestas y 3 dimensiones.	<ul style="list-style-type: none"> Comunicación descendente. 	(6,7,8,9,10)	<ul style="list-style-type: none"> Indicaciones claras Principios y valores 	Ordinal 1= Nunca 2= Ocasionalmente 3= Algunas veces 4= Frecuentemente 5= Siempre
			<ul style="list-style-type: none"> Comunicación ascendente. 	(1,2,3,4,5)	<ul style="list-style-type: none"> Mejoras de gestión Retroalimentación 	
			<ul style="list-style-type: none"> Comunicación Horizontal. 	(11, 12, 13, 14, 15)	<ul style="list-style-type: none"> Trabajo en equipo Cohesión de equipo 	

COMPROMISO ORGANIZACIONAL	<p>Definieron el compromiso organizacional como una esfera psicológica, cuyo referente de caracteriza por la vinculación entre las personas y a la organización, por lo cual da a conocer repercusiones en cuanto a las decisiones para mantenerse en la organización o dejarla. Meyer & Allen, (1997).</p>	<p>Determinar los puntajes alcanzados en la Escala Compromiso Organizacional con un total de 18 ítems, con 7 alternativas de respuesta y 3 dimensiones.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Compromiso afectivo 	(6, 9, 12, 14, 15, 18)	<p>-Vínculo emocional -Sentimiento de obligación -Oportunidades limitadas</p>	Ordinal
			<ul style="list-style-type: none"> • Compromiso de continuidad 	(1, 3, 4, 5, 16, 17)		<p>(1): En total desacuerdo (2): En desacuerdo</p>
			<ul style="list-style-type: none"> • Compromiso normativo 	(2, 7, 8, 10, 11, 13)		<p>(3): Ni en desacuerdo, ni en acuerdo (4): De acuerdo (5): En total de acuerdo.</p>

Anexo 3

ESCALA DE COMPROMISO ORGANIZACIONAL

(Meyer y Allen – 1991)

Instrucciones: A continuación, se presentan una serie de afirmaciones relacionadas con su EMPRESA. Siguiendo sus propios sentimientos acerca de la compañía para la que trabaja, exprese por favor su grado de acuerdo o desacuerdo con cada una de las frases.

Marque con una (X) según considere cada uno de los enunciados detallados a continuación, teniendo en cuenta la siguiente escala de calificación: (1): En total desacuerdo; (2): En desacuerdo; (3): Ni en desacuerdo, ni en acuerdo; (4): De acuerdo; (5): En total de acuerdo.

Nº	ITEMS	TD	D	N	A	TA
1	Estoy orgulloso de pertenecer a esta empresa.					
2	Me siento ligado emocionalmente a mi organización.					
3	Realmente tomo los problemas de la empresa como míos.					
4	Esta empresa significa personalmente mucho para mí.					
5	Estaría feliz de trabajar por mucho más tiempo en esta empresa.					
6	Siento como si tuviera muy pocas opciones de trabajo.					
7	Si no hubiera puesto tanto de mí mismo en la organización, hubiera considerado otras organizaciones.					
8	Sería para mí muy duro dejar esta organización así lo quisiera.					
9	Gran parte de mi vida se afectaría si decidiera salir de la organización.					
10	Me sentiría culpable si dejara mi organización ahora.					
11	Me sentiría culpable si dejara mi organización ahora.					
12	Estoy en deuda con la organización.					
13	Esta organización merece mi lealtad.					
14	Aún si fuera por mi beneficio, siento que no estaría bien si dejar mi organización.					
15	No siento obligación alguna de permanecer.					

Anexo 4

ESCALA DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

(Portugal – 2005)

Sexo: _____

Edad: _____

Estado civil: _____

Tiempo de servicio: _____

Instrucciones: El presente cuestionario tiene una lista de preguntas, lea cuidadosamente cada una de ellas y elija la respuesta que mejor convenga. Por favor solo dé **una respuesta** a cada pregunta y **no deje ninguna en blanco**. Toda la información que se obtenga será manejada confidencialmente. **Gracias por su colaboración**. Marque la respuesta sólo una respuesta como el siguiente ejemplo:

N	PREGUNTA	5	4	3	2	1
1	¿Se le brinda atención cuando va a comunicarse con su jefe?	x				

- Alternativas

:

Siempre 5

Frecuentemente 4

Algunas veces 3

Ocasionalmente 2

Nunca 1

N	PREGUNTAS	5	4	3	2	1
1	¿Se le brinda atención cuando va a comunicarse con su jefe?					

2	¿Cree que los comentarios o sugerencias que le hace a sus superiores son tomados en cuenta					
3	¿Sus superiores le brindan suficiente confianza y libertad para discutir problemas sobre el trabajo?					
4	¿Se les permite hacer retroalimentación (preguntar) acerca de la información que recibieron?					
5	¿Tiene confianza con su jefe para poder hablar sobre problemas personales?					
6	¿Recibe información de su jefe sobre su desempeño?					
7	¿Recibe toda la información que necesita para poder realizar eficientemente su trabajo?					
8	¿Cree que su jefe utiliza un lenguaje sencillo cuando se dirige a usted?					
9	¿Las instrucciones que recibe de su jefe son claras?					
10	¿Su jefe le da la información de manera oportuna?					
11	¿Existe un clima de confianza entre compañeros?					
12	¿Cree que hay integración y coordinación entre sus compañeros del mismo nivel para la solución de tareas y problemas?					
13	¿Cree que la comunicación entre sus compañeros del mismo nivel es de manera abierta?					
14	¿Cree que se oculta cierta información entre compañeros del mismo nivel?					
15	¿El lenguaje que emplean sus compañeros del mismo nivel es claro?					

Anexo 5

Carta de presentación



"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"

Ate, 30 de junio del 2021

Sr. Eduardo Cuya Ognio

Gerente de la Imprenta

Diplomas Lalo

Presente. –

De nuestra consideración:

Es grato saludarlo cordialmente en nombre de la Universidad César Vallejo – Filial Lima Campus Ate, a la vez, presentar a las alumnas **Huaman Tineo, Marhol Danitza** identificada con **DNI 74489655**, código universitario **N° 6500078464** y **Lara Carhuamaca, Alessandra** con **DNI 72191028**, código universitario **N° 7001031952**, estudiantes del **X** ciclo del programa de estudios de la Escuela de Psicología de nuestra casa de estudio, quienes realizarán su trabajo de investigación para el curso de Desarrollo del proyecto de Investigación titulado: "**Comunicación y compromiso organizacional en colaboradores de una empresa Privada de Lima Metropolitana, 2021**"; agradecemos por antelación le brinde las facilidades del caso, en la entidad que está bajo su dirección.

En esta oportunidad hago propicia la ocasión para renovarle los sentimientos de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente,

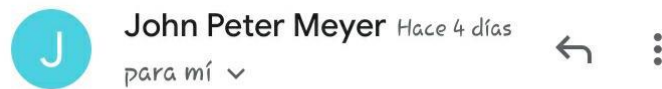
MG. EDITH HONORINA JARA AMES

Coordinadora de PE de Psicología

UCV Campus Lima Ate

Anexo 6

Autorización Escala Compromiso organizacional



Dear Marhol,

Thank you for your interest in using the Three-Component Model (TCM) Employee Commitment Survey in your research. You can get information about the measure, a Users' Guide, and the measure itself at:

<http://employeecommitment.com/>

For academic / research purposes, please choose the Academic Package. (There is no charge for this package.)

I wish you well with your research!

Best regards,

John Meyer

Anexo 7

Autorización Escala Comunicación organizacional



fiorella cspedes 14:15

para mí ▾



Estimada Alessandra,
Según lo conversado doy mi autorización para utilizar la escala empleada en mi estudio.

Quedo atenta,
Muchas gracias.

Fiorella Céspedes

De: Alessandra Lara <aleraje06@gmail.com>

Enviado: martes, 29 de junio de 2021 22:24

Para: Fiorellacespedes@outlook.com
<Fiorellacespedes@outlook.com>

Asunto: SOLICITUD

Anexo 8

Consentimiento informado

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Estimado colaborador:

Con el debido respeto que se merece nos presentamos ante usted, nuestros nombres son Huaman Tineo, Marhol Danitza y Lara Carhuamaca, Alessandra, estudiantes de Psicología de la Universidad Cesar Vallejo- Ate. En la actualidad nos encontramos realizando una investigación sobre **Comunicación interna y compromiso organizacional en colaboradores de una empresa privada de Lima Metropolitana, 2021**, y por ello quisiera contar con su colaboración para la aplicación de las pruebas formando parte de la muestra para la variable comunicación interna, a través de la escala de Comunicación Organizacional. En caso tenga alguna duda con respecto a algunas preguntas se le explicará cada una de ellas.

Atte. Huaman Tineo, Marhol Danitza y Lara Carhuamaca, Alessandra

ESTUDIANTES DE LA EP PSICOLOGÍA

UNIVERSIDAD CESÁR VALLEJO

Yo _____ con documento de identidad nacional (DNI) Carnet de extranjería (CE)/ pasaporte_____ he sido informado claramente de los objetivos de investigación **Comunicación interna y compromiso organizacional en colaboradores de una empresa privada de Lima Metropolitana, 2021**, en pleno uso de mis derechos doy mi consentimiento para la aplicación de la prueba de comunicación interna. A través de la escala de Comunicación Organizacional, asimismo doy fe que participo voluntariamente en este estudio.

Firma

Anexo 9

Base de datos

BASE DE DATOS LARA Y HUAMAN - Excel

Archivo Inicio Insertar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Ayuda ¿Qué desea hacer?

Calibri 20 Fuente Ajustar texto General Formato condicional Dar formato como tabla Estilos de celda Insertar Eliminar Ordenar y filtrar Buscar y seleccionar

VARIABLE 01 COMUNICACIÓN INTERNA

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
1	VARIABLE 01 COMUNICACIÓN INTERNA														
2	CA1	CA2	CA3	CA4	CA5	CD6	CD7	CD8	CD9	CD10	CH11	CH12	CH13	CH14	CH15
3	5	4	4	4	3	2	3	4	4	3	4	3	4	1	4
4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5
5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5
6	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	1	5
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5
8	5	3	3	5	3	3	3	3	3	3	5	4	4	1	5
9	5	3	3	3	4	3	2	3	2	2	2	2	3	4	2
10	5	2	5	5	5	1	4	3	4	4	5	5	5	2	5
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5
13	5	4	5	5	5	5	4	5	5	3	5	5	5	1	5
14	5	3	4	3	2	3	4	5	5	5	4	3	3	3	3
15	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5
16	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5
18	5	4	5	5	5	3	4	5	4	4	5	4	5	4	5
19	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5
20	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5

COMUNICACION ORGANIZACIONAL COMPROMISO ORGANIZACIONAL

BASE DE DATOS LARA Y HUAMAN - Excel

Archivo Inicio Insertar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Ayuda ¿Qué desea hacer?

Calibri 20 Fuente Ajustar texto General Formato condicional Dar formato como tabla Estilos de celda Insertar Eliminar Ordenar y filtrar Buscar y seleccionar

VARIABLE 02: COMPROMISO ORGANIZACIONAL

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
1	VARIABLE 02: COMPROMISO ORGANIZACIONAL														
2	CA1	CA2	CA3	CA4	CA5	CC6	CC7	CC8	CC9	CC10	CN11	CN12	CN13	CN14	CN15
3	4	4	4	4	5	2	2	4	3	4	4	3	4	3	4
4	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	4	5	4	4
5	5	4	4	5	5	1	4	5	4	5	5	5	5	4	2
6	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	1
7	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	2
8	1	1	3	1	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	2
9	5	3	4	5	5	3	5	5	5	3	3	1	5	2	3
10	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	5	2
11	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	5	2
12	4	5	4	5	5	2	4	4	3	3	3	3	5	4	1
13	5	4	4	4	4	2	3	3	3	5	5	2	4	5	3
14	5	5	4	4	4	1	2	5	5	5	5	5	5	5	1
15	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
17	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3
19	5	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	1
20	4	4	4	3	4	2	4	2	1	4	4	4	1	4	4

COMUNICACION ORGANIZACIONAL COMPROMISO ORGANIZACIONAL



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD
ESCUELA PROFESIONAL DE PSICOLOGÍA**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, CASTRO SANTISTEBAN MARTIN, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD de la escuela profesional de PSICOLOGÍA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ATE, asesor de Tesis titulada: "COMUNICACIÓN INTERNA Y COMPROMISO ORGANIZACIONAL EN COLABORADORES DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN DE LIMA METROPOLITANA, 2021", cuyos autores son HUAMAN TINEO MARHOL DANITZA, LARA CARHUAMACA ALESSANDRA, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido, y 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.

LIMA, 31 de Enero del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
CASTRO SANTISTEBAN MARTIN DNI: 08553897 ORCID 0000-0002-8882-6135	Firmado digitalmente por: CCASTROSA10 el 09-02- 2022 16:24:59

Código documento Trilce: TRI - 0287029