

**UNIVERSIDAD NACIONAL  
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN**



**ESCUELA DE POSGRADO**

**TESIS**

**COMUNICACIÓN INTERNA Y  
COMPROMISO ORGANIZACIONAL DE LOS  
COLABORADORES DE EMBOTELLADORA  
SAN MIGUEL DEL SUR S.A.C. HUAURA.**

**PRESENTADO POR:**

**EYDHER KENEDIN FALERO VIRHUEZ**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN  
ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA**

**ASESOR:**

**Dra. MEDALIT NIEVES SALCEDO RODRIGUEZ**

**HUACHO - 2022**

**COMUNICACIÓN INTERNA Y COMPROMISO  
ORGANIZACIONAL DE LOS COLABORADORES DE  
EMBOTELLADORA SAN MIGUEL DEL SUR S.A.C. HUAURA.**

**EYDHER KENEDIN FALERO VIRHUEZ**

**TESIS DE MAESTRÍA**

**ASESOR: Dra. MEDALIT NIEVES SALCEDO RODRIGUEZ**

**UNIVERSIDAD NACIONAL  
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN  
ESCUELA DE POSGRADO  
MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA  
HUACHO  
2022**

## **DEDICATORIA**

A mis padres Luis Falero y Miriam Virhuez, y hermanos Deisler y Anthony por el apoyo incondicional y palabras de aliento para seguir surgiendo en el ámbito profesional, gran parte de mis logros profesionales se los debo a ellos.

*Eydher Kenedin Falero Virhuez.*

## **AGRADECIMIENTO**

A la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión y a la facultad de ciencias empresariales por acogerme en sus aulas.

A mis docentes de postgrado de la maestría en administración estratégica por la vocación de compartir sus experiencias referencia a las ciencias empresariales.

A los colaboradores de Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C. por su por predisposición y formar parte de la muestra de la población de la presente tesis.

A Romina Velásquez por sus palabras de aliento, apoyo incondicional y soporte durante toda la etapa de la maestría.

*Eydher Kenedin Falero Virhuez.*

# ÍNDICE

<b>DEDICATORIA</b>	<b>iii</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b>	<b>iv</b>
<b>RESUMEN</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>viii</b>
<b>CAPÍTULO I</b>	<b>1</b>
<b>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Descripción de la realidad problemática</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Formulación del problema</b>	<b>4</b>
<b>1.2.1 Problema general</b>	<b>4</b>
<b>1.2.2 Problemas específicos</b>	<b>4</b>
<b>1.3 Objetivos de la investigación</b>	<b>5</b>
<b>1.3.1 Objetivo general</b>	<b>5</b>
<b>1.3.2 Objetivos específicos</b>	<b>5</b>
<b>1.4 Justificación de la investigación</b>	<b>5</b>
<b>1.5 Delimitaciones del estudio</b>	<b>6</b>
<b>1.6 Viabilidad del estudio</b>	<b>6</b>
<b>CAPÍTULO II</b>	<b>7</b>
<b>MARCO TEÓRICO</b>	<b>7</b>
<b>2.1 Antecedentes de la investigación</b>	<b>7</b>
<b>2.1.1 Investigaciones internacionales</b>	<b>7</b>
<b>2.1.2 Investigaciones nacionales</b>	<b>9</b>
<b>2.2 Bases teóricas</b>	<b>11</b>
<b>2.3 Bases filosóficas</b>	<b>32</b>
<b>2.4 Definición de términos básicos</b>	<b>33</b>
<b>2.5 Hipótesis de investigación</b>	<b>35</b>
<b>2.5.1 Hipótesis general</b>	<b>35</b>
<b>2.5.2 Hipótesis específicas</b>	<b>35</b>
<b>2.6 Operacionalización de las variables</b>	<b>36</b>
<b>CAPÍTULO III</b>	<b>37</b>
<b>METODOLOGÍA</b>	<b>37</b>
<b>3.1 Diseño metodológico</b>	<b>37</b>
<b>3.2 Población y muestra</b>	<b>37</b>
<b>3.2.1 Población</b>	<b>37</b>

3.2.2	Muestra	38
3.3	Técnicas de recolección de datos	39
3.4	Técnicas para el procesamiento de la información	39
<b>CAPÍTULO IV</b>		<b>40</b>
<b>RESULTADOS</b>		<b>40</b>
4.1	Análisis de resultados	40
4.2	Contrastación de hipótesis	49
<b>CAPÍTULO V</b>		<b>55</b>
<b>DISCUSIÓN</b>		<b>55</b>
5.1	Discusión de resultados	55
<b>CAPÍTULO VI</b>		<b>61</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>		<b>61</b>
6.1	Conclusiones	61
6.2	Recomendaciones	62
<b>REFERENCIAS</b>		<b>64</b>
7.1	Fuentes bibliográficas	64
7.2	Fuentes electrónicas	65
<b>ANEXOS</b>		<b>68</b>

## RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general conocer la relación entre la comunicación interna y el compromiso organizacional de los colaboradores de Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C., Huaura. La metodología fue de tipo básico, nivel correlacional, diseño no experimental, enfoque cuantitativo. La población fue 340 colaboradores, 181 colaboradores. Se utilizó la técnica de la encuesta. Los resultados respecto a la comunicación interna, en cuanto a si sus superiores emplean la comunicación vertical descendente para dar información a los niveles inferiores con respecto al curso de los objetivos el 40.9% indicó que está en totalmente en desacuerdo y en desacuerdo; en cuanto a si sus superiores con el fin de brindar información interna utilizan canales formales conocidos el 44.2% indicó que está en totalmente en desacuerdo y en desacuerdo. Respecto a la variable compromiso organizacional, en cuanto a si cree usted que siente un compromiso emocional con la empresa el 45.9% indicó que está en totalmente en desacuerdo y en desacuerdo; en cuanto a si cree usted que Siente un compromiso moral con la empresa el 47.5% indicó que está en totalmente en desacuerdo y en desacuerdo. La investigación concluyó que la comunicación interna se relaciona significativamente con el compromiso organizacional de los colaboradores de Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C., Huaura, donde mediante el análisis estadístico Spearman se tuvo el coeficiente de 0.700 y p –valor igual a 0.000 menor a 0.05.

**Palabras clave:** Comunicación interna y compromiso organizacional.

## **ABSTRACT**

The general objective of the research was to know the relationship between internal communication and the organizational commitment of the employees of Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C., Huaura. The methodology was basic type, correlational level, non-experimental design, quantitative approach. The population was 340 collaborators, 181 collaborators. The survey technique was used. The results regarding internal communication, as to whether their superiors use downward vertical communication to give information to lower levels regarding the course of the objectives, 40.9% indicated that they totally disagree and disagree; Regarding whether their superiors use known formal channels in order to provide internal information, 44.2% indicated that they totally disagree and disagree. Regarding the organizational commitment variable, as to whether you think you feel an emotional commitment to the company, 45.9% indicated that they totally disagree and disagree; Regarding whether you believe that you feel a moral commitment to the company, 47.5% indicated that they totally disagree and disagree. The investigation concluded that internal communication is significantly related to the organizational commitment of the employees of Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C., Huaura, where, through the Spearman statistical analysis, the coefficient was 0.700 and p-value equal to 0.000 less than 0.05.

Keywords: Internal communication and organizational commitment.



## INTRODUCCIÓN

En el contexto de globalización que caracteriza al mundo actual, las empresas requieren de trabajadores proactivos y que muestren iniciativa personal, colaborativos con los demás, y que se comprometan con la excelencia que exige las sociedades contemporáneas. Una pieza clave respecto es el grado de identificación de los integrantes de una organización tanto con el trabajo en sí mismo como con la organización. Aunque es importante señalar que la comunicación acontece un aspecto crucial ya que, si los logros, dificultades y demás temas no son comunicados a varios trabajadores, generará insatisfacción, menos compromiso del trabajador al no sentirse considerado y que su trabajo no es de importancia para la empresa. Según Alles (2012) el compromiso es un constructo que sirve para estrechar lazos inquebrantables entre trabajador y empresa. De esta manera permite al trabajador crear una identidad individual que refleja la cantidad aprendizaje y la buena comunicación en el contexto organizacional.

De esta manera, que la presente investigación tiene como objetivo general conocer la relación entre la comunicación interna y el compromiso organizacional de los colaboradores de Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C., Huaura.

Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C. es una de las empresas que conforma al grupo ISM, la cual se encuentra ubicado en la antigua carretera panamericana norte, en el km 154 en el histórico distrito de Huaura, provincia de Huaura en la región Lima del departamento de Perú.

# CAPÍTULO I

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1.1 Descripción de la realidad problemática

Internacionalmente en su mayoría las organizaciones carecen de herramientas necesarias para mejorar la comunicación interna y por ende el compromiso de los trabajadores, motivo por el que tienen problemas en solucionar deficiencias entorno a estas variables. Salazar (2018) en función a los resultados demuestra que el compromiso se puede reflejar en ciertas percepciones intrínsecas del trabajador, ya que este se halla inmerso a problemas familiares y laborales que generan efectos y emociones; en efecto que invita a los empleadores a mejorar las condiciones de trabajo. Por otro lado, conforme al estudio elaborado por Mendieta (2014), el uso de la comunicación interna, en contextos de inestabilidad es importante, porque los trabajadores son los voceros de lo que sucede en el ambiente interior. Es vital que los trabajadores, que conforman un grupo sean profesionales y dispuestos a trabajar a beneficio de la empresa.

A nivel nacional, Mori (2018) bajo sus resultados demuestra que la mayor parte del personal muchas veces tiene poco compromiso debido a la falta de capacitación o pago de capacitaciones profesionales por lo que no sentían obligación de permanecer dentro de la organización. Por otro lado, una investigación elaborada por el diario Gestión (2014), señala que más del 60% de compañías situadas en Perú no hacen uso de la comunicación como instrumento esencial en sus empresas y existe una insuficiente comprensión acerca del asunto, lo que genera que les obstaculice contar con una claridad activa de sus operaciones.

En el contexto de globalización que caracteriza al mundo actual, las empresas requieren de trabajadores proactivos y que muestren iniciativa personal, colaborativos con los demás, y que se comprometan con la excelencia que exige las sociedades contemporáneas. Una pieza clave respectiva es el grado de identificación

de los integrantes de una empresa tanto con el trabajo en sí mismo como con la organización. Aunque es importante señalar que la comunicación acontece un aspecto crucial ya que, si los logros, dificultades y demás temas no son comunicados a varios trabajadores, generará insatisfacción, menos compromiso del trabajador al no sentirse considerado y que su trabajo no es de importancia para la empresa. Según Alles (2012) el compromiso es un constructo que sirve para estrechar lazos inquebrantables entre trabajador y empresa. De esta manera permite al trabajador crear una identidad individual que refleja la cantidad de aprendizaje y la buena comunicación en el contexto organizacional. Por ese motivo, la actual investigación busca saber cómo la comunicación interna se viene relacionando con el compromiso organizacional de los trabajadores de Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C., Huaura

Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C. es una de las empresas que conforma al grupo ISM, la cual se encuentra ubicada en la antigua carretera panamericana norte, en el km 154 en el histórico distrito de Huaura, provincia de Huaura en la región Lima del departamento de Perú.

La empresa Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C es una industria peruana que nació en el año 1988 en Ayacucho por iniciativa del Sr. Jorge Añaños y la Sra. Tania Alcázar, dicha industria se dedica a la producción de bebidas no alcoholizadas que y en su trayectoria en el mercado ha podido lograr la certificación ISO 9001, lo que corresponde a la gestión de la calidad, la ISO 14001, correspondiente a la gestión del medio ambiente, y actualmente se encuentra en el proceso de migración a la ISO 45001 lo que pertenece a la gestión de protección y bienestar en el centro laboral, también cuenta con la certificación HACCP, dichas certificaciones garantizan la alta calidad en sus productos.

En el siguiente párrafo se detallará el motivo por el cual se eligió trabajar con las variables comunicación interna y compromiso organizacional en los colaboradores de Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C.

La problemática de falta de compromiso organizacional evidenciada en la Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C es a causa de la inasistencia al centro de trabajo, los colaboradores toman de pretexto el estado de emergencia y manifiestan que se encuentran mal de salud e indican que presentan síntomas de resfriado; incumplimiento de funciones, los colaboradores muestran una actitud a la defensiva

y en muchas ocasiones cuando el ingeniero de turno designa una actividad, se niegan a hacerlo señalando que tienen restricción médica; abandono de puesto de trabajo, los colaboradores suelen salir de su puesto de trabajo entre 10 a 15 minutos antes de su horario habitual; la falta de comunicación y feedback, los colaboradores manifiestan que su jefe inmediato no les brinda confianza, que no les pone claro los objetivos y metas de su puesto de trabajo; el empleo incorrecto de los equipos de seguridad personal y uniforme, en ocasiones no suelen usarlo manifestando que estos EPPs estorban y hacen que se demoren en la ejecución de actividades.

El problema de la comunicación interna es recurrente en todo tipo de organizaciones y la Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C. también forma parte de ello; esto debido a la confusión en el organigrama al ser una empresa numerosa muchos colaboradores tienen un jefe de área, un jefe funcional, y un jefe de planta y cada jefe designa actividades, sin tener en conocimiento ni coordinación con el otro jefe y finalmente hay personas que simplemente no reconoce a su jefe de área y solo reportan a su jefe funcional; escasas de empatía esto debido a que la mayoría de los comunicados son a través de periódicos murales, mensajes de WhatsApp, correos, que son muy fríos, y no es lo mismo que una conversación o un comunicado personal donde se puedan resolver dudas y consultas; canales de comunicación limitados, usualmente se usan solo los periódicos murales, grupos de WhatsApp, y correos, TV, esto hace que los colaboradores puedan estar pendientes de estos canales de comunicación para enterarse de los comunicados y actividades que realiza la empresa, de no ser así no se enteran de las cosas que pasan en la empresa; falta de planificación y organización, las distintas áreas de la empresa desean comunicar alguna información, y solicitan que se despliegue de inmediato, sin embargo el responsable de comunicación interna ya tiene actividades programadas, por ende suele dejar la solicitud entre sus pendientes y le toma un tiempo en desplegarlo, esto no es tomado de la mejor manera por el área solicitada haciendo comentarios tales como “No se cuenta con el apoyo” “no le dan la prioridad a las cosas” “se demoran mucho” esto no contribuye en el clima laboral.

Los dos párrafos anteriores señalan la posible existencia de una problemática y me conlleva a desarrollar una investigación para comprobar el nivel de comunicación interna y compromiso organizacional, y determinar el vínculo entre las dos variables. Por otra parte, la actual indagación será muy importante y sobre

todo productiva para la compañía Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C. debido a que los resultados que se obtengan serán reales y confiables para a través de ello tomar acciones de mejora si es que fuera necesario, generar futuras investigaciones tanto con las variables en mención o la población con el que se trabajará la presente investigación.

Si los gerentes de la Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C. continúan pasando por alto los problemas antes mencionados tendrán dificultades que evidenciarán una baja considerable en su productividad.

Por lo tanto, es importante que los gerentes de la Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C. trazaran nuevos planeamientos para el perfeccionamiento de la comunicación interna con la finalidad de que aquella logre efectuarse eficazmente con sus primordiales ocupaciones y se eleve el compromiso por parte de sus trabajadores.

## **1.2 Formulación del problema**

### **1.2.1 Problema general**

¿La comunicación interna se relaciona con el compromiso organizacional de los colaboradores de Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C., Huaura?

### **1.2.2 Problemas específicos**

- a. ¿Las comunicaciones verticales se relacionan con el compromiso organizacional de los colaboradores de Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C., Huaura?
- b. ¿Las comunicaciones transversales se relacionan con el compromiso organizacional de los colaboradores de Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C., Huaura?
- c. ¿Las comunicaciones formales se relacionan con el compromiso organizacional de los colaboradores de Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C., Huaura?
- d. ¿Las comunicaciones informales se relacionan con el compromiso organizacional de los colaboradores de Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C., Huaura?
- e. ¿Las relaciones laborales se relacionan con el compromiso organizacional de los colaboradores de Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C., Huaura?

### **1.3 Objetivos de la investigación**

#### **1.3.1 Objetivo general**

Conocer la relación entre la comunicación interna y el compromiso organizacional de los colaboradores de Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C., Huaura.

#### **1.3.2 Objetivos específicos**

- a. Conocer la relación entre las comunicaciones verticales y el compromiso organizacional de los colaboradores de Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C., Huaura.
- b. Conocer la relación entre las comunicaciones transversales y el compromiso organizacional de los colaboradores de Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C., Huaura.
- c. Conocer la relación entre las comunicaciones formales y el compromiso organizacional de los colaboradores de Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C., Huaura.
- d. Conocer la relación entre las comunicaciones informales y el compromiso organizacional de los colaboradores de Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C., Huaura.
- e. Conocer la relación entre las relaciones laborales y el compromiso organizacional de los colaboradores de Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C., Huaura.

### **1.4 Justificación de la investigación**

#### *Justificación teórica*

La indagación muestra hipótesis vinculadas a las variables en indagación, hipótesis que apoyarán a futuros indagadores a comprender el vínculo que hay entre la comunicación interna y compromiso organizacional; por medio de la exhibición de las conclusiones, recomendaciones y resultados.

### *Justificación práctica*

Ya que la investigación busca plantear recomendaciones sobre los dilemas que se logren descubrir que se encuentren afectando las variables estudiadas, las cuales son la comunicación interna y compromiso organizacional.

#### **1.5 Delimitaciones del estudio**

- Delimitación geográfica: Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C, distrito de Huaura, provincia de Huaura, departamento de Lima.
- Delimitación social: personal de la Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C.
- Delimitación temporal: julio del año 2020 a diciembre del año 2022.
- Delimitación semántica: Comunicación interna y compromiso organizacional.

#### **1.6 Viabilidad del estudio**

Se avala la posibilidad porque se cuenta con los bienes económicos, humanitarios y materiales para la realización de la actual indagación. También, se tiene la disposición de tiempo e ingreso a la empresa.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 Antecedentes de la investigación**

##### **2.1.1 Investigaciones internacionales**

Barrera (2021) hizo la investigación de maestría con título “Comunicación interna y su relación con el clima organizacional en una compañía de alimentos en Cartagena de Indias”, la cual fue aceptada por Universidad Tecnológica de Bolívar. Cartagena de Indias. Colombia. Su propósito fue analizar el vínculo entre la comunicación interna y el clima organizacional. Es una indagación no experimental transeccional de tipo correlacional. La población estuvo conformada por 319 colaboradores. El instrumento fue el cuestionario. Los resultados estudiados en las dimensiones de comunicación interna fue que la comunicación vertical creciente y accesibilidad dentro de la unidad de trabajo presenta un mayor puntaje existe un flujo efectivo de comunicación de abajo hacia arriba y, en la comunicación vertical ascendente y accesibilidad dentro de la unidad de trabajo, el resultado arrojó un puntaje de 55,39, es decir, que la comunicación de los colaboradores hacia los supervisores inmediatos de la compañía fue alta y favorable. La indagación tuvo como conclusión que hay un vínculo efectivo, directo y revelador entre la comunicación interna y el clima organizacional.

Gómez (2018) realizó la tesis de maestría titulada “Diseño de una estrategia de comunicación interna para fortalecer la cultura corporativa en la defensa civil colombiana seccional Bogotá”, la cual fue admitida por la Universidad de la Sabana. Bogotá. Colombia. Su propósito fue trazar un planeamiento de comunicación interna para el refuerzo de la cultura corporativa. La población fue 1 000 voluntarios/funcionarios. La investigación es cualitativa. La indagación usó como técnica de recopilación de información la entrevista. Sus resultados de la variable comunicación interna reflejaron que menor apreciación son el conocimiento con el que cuentan los trabajadores con el fin de no suministrar datos, no conmueve la gestión de la compañía (66%) y el envío de datos de urgencias es labor de otra área (64%). El uso de los datos no es un acontecimiento que conmueve la gestión y la permanencia de la compañía para los trabajadores. Se concluye que algunos



empleados no saben la categoría que posee la comunicación y la información como un instrumento esencial para contextos de urgencia y cómo aquella logra optimizar los grados de desempeño y producción interiormente en la Defensa Civil Colombiana.

Tello (2018) hizo el estudio de maestría con título “Relación del Compromiso Organizacional con la Satisfacción Laboral en el sector calzado de la Provincia de Tungurahua”, la cual fue aceptada por la Universidad Técnica de Ambato. Ambato. Ecuador. Su propósito de la investigación fue determinar el vínculo del compromiso organizacional con la satisfacción laboral. La indagación es descriptiva. Se trabajó con una población de 63 trabajadores. Utilizó un cuestionario. Los resultados con respecto al compromiso organización en su dimensión compromiso afectivo señala que el 22.6% de los encuestados manifiesta que pesa más la necesidad, en el compromiso de continuidad 61 % que cree que, si es viable que otras compañías logren optimizar sus situaciones productivas y el 47,7% muestra su responsabilidad de tipo normativa con relación a su persistencia en la compañía. Se concluye que un óptimo pronosticador del desempeño, la rotación, la puntualidad e implícitamente la producción es el compromiso primeramente que la satisfacción. Conviene contar con trabajadores con alto compromiso ya que la satisfacción lograría ser una expresión hacia algunos elementos del centro laboral mientras que el compromiso es una postura globalizada, hacia la compañía.

Arcos (2016) elaboró la tesis de maestría con titulada “La sobrecarga de trabajo y su efecto sobre el compromiso organizacional en la gerencia de negocios de una empresa de telecomunicaciones”, la cual fue aceptada por Universidad Andina Simón Bolívar. Quito. Ecuador. Su objetivo fue establecer el exceso de labor y su intervención en el compromiso organizacional. Es una indagación de enfoque cuantitativo. La indagación usó como técnica el cuestionario y observación directa. La población estuvo conformada por 349 trabajadores. Utilizó un cuestionario. Los resultados en correspondencia al compromiso sostuvo que el componente de compromiso afectivo el 39.54% de los encuestados mencionaron estar en desacuerdo que la organización tiene un enorme sentido para estos, en el elemento continuidad un 32.09% tienen un conocimiento de haber hecho una inversión en la compañía sin tener agradecimiento y en relación al componente normativo el 45.85% de las personas encuestadas, significa menos de la mitad, marca encontrarse comprometidos con la compañía. La investigación concluyó en el compromiso

organizacional guarda un vínculo significativo que atañe al 66.5% con el exceso laboral, es decir, que a más trabajo es menos el compromiso organizacional; por ende, reducir el exceso de trabajo dará como resultado consecuencias efectivas acerca del compromiso organizacional.

### **2.1.2 Investigaciones nacionales**

Rojas C. (2019) hizo el estudio de maestría titulada “La comunicación interna y su relación con el clima laboral del Área de Operaciones en la empresa TRAMARSA al año 2019”, Universidad Privada del Norte. Lima. Perú. Su propósito fue establecer en qué medida la comunicación interna tiene una relación con el clima laboral. Es una indagación descriptiva correlacional. La población estuvo conformada por 220 trabajadores. Utilizó un cuestionario. Los resultados sostienen que en las dimensiones de comunicación interna en cuanto al comunicación ascendente el 57,3% consideran que solamente en ciertas ocasiones la junta directiva de la compañía manifiesta dicha propensión y el grado de confianza requerida para lograr comenzar un cambio de opiniones alrededor del conjunto de problemas producida en el trabajo. En la comunicación descendente el 49,1% revelan que la información sobre su desempeño laboral de parte de sus encargados es proporcionada solamente en algunas ocasiones, no me modo habitual y en la comunicación horizontal el 47,3% muestran que en algunas ocasiones hay un grado admisible de incorporación y coordinación entre colegas del mismo grado jerárquico, con la finalidad de proporcionar resultados prácticos a los dilemas que se muestren mediante el progreso de las actividades que solicita la realización de sus ocupaciones en la compañía. Se concluye que la comunicación interna se vincula elocuentemente y efectivamente con el clima laboral, el vínculo entre las dos variables es directo con un 0.723, entonces, en medida que la comunicación interna sea óptima, mejor será el Clima Laboral internamente en la compañía.

Rojas (2019) hizo la investigación de licenciatura con título “Liderazgo y compromiso organizacional de los trabajadores administrativos del área de gestión en el Electrosur S.A. - Tacna, 2017”, la cual fue admitida por la Universidad José Carlos Mariátegui. Moquegua. Perú. Su propósito fue determinar el vínculo entre el liderazgo y el compromiso organizacional. Es una indagación aplicada, no experimental. La población estuvo conformada por 33 trabajadores. Utilizó un

cuestionario. Los resultados señalan que el compromiso organizacional se basa en la evaluación de las dimensiones compromiso afectivo, normativo y de continuidad, en donde el 30.3% de los colaboradores aseveran que no se encuentran ni conforme ni en disconformidad con el compromiso afectivo del colaborador hacia la compañía, 3.3% de los colaboradores se encuentran templadamente en disconformidad con el compromiso de continuidad y un 9.1% de los trabajadores aseveran que no se encuentran ni conformes ni en disconformidad con el compromiso normativo. La conclusión es que existe seguridad para aseverar estadísticamente que, existe un vínculo directo y revelador entre las dos variables investigadas.

Romero (2017) hizo el estudio de licenciatura con título “Cultura Organizacional y Compromiso Organizacional en operarios de una empresa avícola en Huarney, 2017”, la cual fue aceptada por la Universidad César Vallejo. Lima. Perú. La indagación tuvo como propósito hallar el vínculo que hay entre la cultura organizacional y el compromiso organizacional en operarios de una compañía avícola en Huarney. La indagación es descriptiva correlacional. Se trabajó con una población de 160 operarios. Utilizó un cuestionario. Los resultados con relación a las dimensiones de compromiso organizacional reflejaron que 25% de los colaboradores tiene un grado escaso de compromiso afectivo, 15.63% presenta un grado muy bajo de compromiso de continuidad y por último un 21.25% con nivel muy bajo de compromiso normativo. La conclusión fue que hay correlación directa, elevada y sumamente reveladora entre las variables cultura organizacional y compromiso organizacional, de acuerdo con los resultados logrados del índice de correlación 0,819 significa, a más cultura organizacional, más compromiso organizacional.

Abanto y Arana (2015) realizaron la investigación de maestría con título “La comunicación interna y su incidencia en la motivación de los colaboradores de una empresa del sector construcción del norte del país”, la cual fue aceptada por la Universidad Privada del Norte. Cajamarca. Perú. Su propósito fue establecer en qué medida la comunicación interna repercute en la motivación de los trabajadores. Es una investigación tipo cuantitativa, descriptivo, aplicada. La muestra estuvo conformada por 40 colaboradores. La encuesta fue la técnica de recopilación de información y su instrumento el cuestionario. Los resultados con respecto a las dimensiones de comunicación interna en la dimensión comunicación ascendente 15% de los trabajadores creen que sus acotaciones son algunas veces consideradas;

en la comunicación descendente el 50% de los trabajadores de Recursos Humanos, mencionan que en ocasiones reciben feedback acerca de su desempeño y la comunicación horizontal el 25% del personal dice que algunas veces hay un ambiente de confianza entre colegas. Se concluye que la comunicación interna no repercute elocuentemente, ni efectivamente en la motivación de los trabajadores.

## 2.2 Bases teóricas

### Variable 1: Comunicación interna

#### A. *Definiciones de comunicación interna*

Chiavenato (2015) lo conceptualiza como el instrumento que por medio de los individuos cambian información en una compañía.

Bernal y Sierra (2013) la define como el canal de intercomunicación de los individuos entre sí, con los jefes, sus trabajadores y contrariamente.

Koontz, Weihrich y Cannice (2012) aluden que es la emisión de información de un emisor a un receptor, que tiene que comprenderla.

Daft y Marcic (2010), es el instrumento que puede cambiar y entender información por parte de muchas personas, frecuentemente con el objetivo de impulsar en el comportamiento.

#### B. *Dimensiones*

Sánchez (2015) marca que la comunicación interna es fundamentalmente la comunicación y su destinación es el propio ambiente de la compañía. Sus dimensiones son las mencionadas a continuación:

##### a. Comunicaciones verticales

Son las que se muestran en la empresa, en distintos grados jerárquicos.

##### b. Comunicaciones transversales

En el establecimiento esta comunicación camina de modo diagonal y horizontal, consintiendo el reemplazo de datos a través de las personas y componentes que corresponden de los demás departamentos.

#### c. Comunicaciones formales

Son las que proporcionan a través de los caminos establecidos en la compañía formal, que usan los conductos, conductos estatales y aptos por todos los miembros de la empresa.

No obstante, por los caminos formales se comunica solo un fragmento de las comunicaciones que circulan en la compañía, ya que las demás circulan de modo informal.

#### d. Comunicaciones informales

Separadamente de las medidas formales, en todos los grados de la compañía que propagan información de persona a persona o que van de grupo a grupo.

Su principio de esta comunicación se fundamenta en las relaciones directas de las personas y suelen acoger de modo de murmullos o informes frescos con el fin que sea expandido de manera veloz por todos los grados del establecimiento.

Se tiene que prestar bastante cuidado a los rumores de un modo de propaganda en los establecimientos, según varias investigaciones sobre el comportamiento de las personas, evidencian que el rumor es generado por medio de los efectos de unir muchos componentes.

Internamente en el establecimiento a través del sistema de vínculos no se logra pasar por alto ni tampoco minusvalorar las comunicaciones informales, puesto que en algunas ocasiones logra variar a las formales.

Inversamente, si se usan de modo conveniente, brindará a los directores y jefes de la compañía mejorar su dirección y las relaciones a cada uno de los miembros de la compañía.

#### e. Relaciones laborales

A ningún director o jefe de una compañía le importa que los colaboradores se encuentren malhumorados o distanciados entre sí, que se perciba un mal contexto, ya que mandará entre los trabajadores el disgusto, y así todos fracasan. Inversamente, se anhela tener trabajadores que estén motivados y trabajadores equiparados con los propósitos de la compañía.

Varios son los componentes que se usan con el fin de conseguir una excelente comunicación interna de las compañías. Algunos son populares antiguamente: contextos de labor apropiadas, método de retribución equitativo y equivalente, entre otros. Aunque hay, también, planeamientos más nuevos y menos ciertos; estudiaremos posteriormente algunos de las que marchan en compañías dirigentes en el tratamiento de los recursos humanos.

### ***C. Propósito de la comunicación***

Griffin y Moorhead (2010) mencionan que, en todas las compañías es fundamental la comunicación entre individuos y equipo. El propósito primordial es lograr una labor mezclada. De la misma forma que el SNC del individuo responde a los estímulos y ordena las contestaciones mandando encargos a distintas zonas del organismo, la comunicación ordena las posturas de las zonas de la compañía. Si no se cuenta con una compañía sencillamente lograría ser un unido de trabajadores individuales realizando tareas separadamente. Los actos organizacionales no tendrán que contar con una compañía y se dirigiría a objetivos particulares en lugar de organizacionales.

El distribuir información es el segundo propósito. La información se relaciona con los objetivos de la compañía, que proporcionan a los miembros un propósito y un significado. Otra ocupación de la comunicación que tiene como propósito es brindar a las personas enseñanzas con la finalidad de que hagan trabajos particulares. En tanto que las informaciones sobre los propósitos organizacionales proporcionan al individuo una idea en vez que cuentan con acciones en el contexto. La comunicación acerca de las labores les muestra son las obligaciones de su ocupación y cuáles no. Del mismo modo, los trabajadores tienen que recoger información sobre los provechos de su dedicación como la valoración de su dedicación. La información y la acción de repartirla son significativos para definir los problemas, originar e inspeccionar las elecciones, realizar determinaciones y proporcionar inspección como valoración a los provechos. Finalmente, la comunicación muestra los apegos y las emociones. La comunicación interna difiere siendo sencillamente un unido de acontecimientos y dígitos. Los individuos en la compañía y en cualquier otro lugar,

frecuentemente requieren informar sentimientos como alegría, enojo, lamento, ánimo y temor.

#### ***D. Elementos de la comunicación***

Fernández y Fernández (2015) indican que los componentes de la comunicación son los siguientes.

- Transmisor: es la persona que expresa el encargo en un acto comunicativo, en expresado en otras palabras, es la persona que toma el encargo.
- Destinatario: es la persona que depreciona el encargo en un acto de diálogo, ello es, la persona el encargo.
- Mensaje: es la información o recado que manda una persona a otra. El encargo es el asunto de la información que se remite, es un conjunto de ideas, cariños, propósitos, signos o representación que son propósito el de una comunicación.
- Canal: aquí el transmisor envía el encargo al receptor. Si conversan, el canal sería el aire. Si la conversación fuera por medio de un teléfono, el canal es el cable del teléfono.
- Código: son un conjunto de reglas libres que se utilizan en cada componente de signos, palabras y figuras, expresado en otras palabras, es la lengua establecida para dichos componentes es viable comprender (los gestos, colores, resonancia, el habla de un país, etc.) un modelo puede ser la sintaxis de un lenguaje.

#### ***E. Proceso de comunicación***

Griffin y Moorhead (2010) posteriormente detallan cada uno de los componentes del proceso de comunicación.

##### **a. Fuente**

Es el individuo, agrupado o compañía codiciosa en proporcionar comunicación de algo a otro lugar. En el acontecimiento de la comunicación agrupada o compañía, puede suceder que un individuo envíe un encargo a toda

la compañía. La fuente se encarga de proyectar el encargo, calcularlo y captar en el conducto de transmisión. En algunas ocasiones, el receptor elige la base de información, en el momento que una persona realiza las determinaciones hace la investigación de información de individuos de confianza y con práctica en el asunto. En la comunicación organizacional la fuente es el encargado frecuentemente, brindando capacitaciones a sus trabajadores.

#### b. Codificación

Es el proceso por el que el encargo se transforma en una concepción a representaciones que logran ser dadas. Las representaciones pueden ser léxicos, cuantías, ruidos y movimientos palpables. Por ejemplo, el jefe puede utilizar frases en español como emblema, la mayoría de veces conversadas o escritas. Puede que la fuente codifique el encargo en representaciones que el receptor logre decodificar apropiadamente; expresado de otra forma, la fuente y el receptor requieren que cuenten con un mismo sentido a las representaciones. Si las representaciones son usadas en una expresión popular, se presume que tendrá una acepción igual a cada una de la que otros usan. Sin embargo, el doble significado particular de los procesos de emblemas logra proporcionar lugar a faltas de decodificación.

#### c. Transmisión

Es un procedimiento en el que las representaciones que proporciona el encargo son mandadas al receptor. El canal de conducto de emisión. El canal que sirve para la conversación vis a vis son las áreas de sonido. El mismo diálogo sustentado telefónicamente abarca no únicamente ondas de ruido, sino además sugerencias eléctricas y las líneas que enlazan los dos celulares. Para mostrar a su trabajador en qué orden tienen que hacerse las labores, el jefe puede mostrárselo enfrente o utilizar el teléfono, un apunte, recado de correspondencia electrónica o un audio.

Las herramientas o modos de contenido expresivo inician por conductos interpersonales, como manifestarse o tantear, inclusive en suma cuantía como los periódicos, revistas o en la televisión son ejemplos. Cada uno de estos conductos tiene distintas aptitudes para trasladar la información.



#### d. Decodificación

La decodificación es el proceso por medio del cual el receptor del encargo descifra su acepción. El receptor emplea su conocimiento y la experiencia con la finalidad de descifrar las representaciones del recado; en algunas ocasiones probablemente que consultar con un encargado, como libros o repertorios. Hasta qué nivel, el receptor ha sido en lo referente sin acción, no obstante, se soluciona más activo en la etapa de decodificación. La acepción que el receptor proporciona a las representaciones es viable que sea parecida o diferente al conducto de transmitir. Efectivamente, si las acepciones difieren, la comunicación es interrumpida y es posible que haya una equivocación. En nuestro ejemplo, si el trabajador no comprende el habla o un vocablo particularmente, no entenderá la misma acepción que el emisor (encargado) y es posible que haga las labores de manera errada o no llegue a hacerlas.

#### e. Receptor

Puede que el receptor del encargo sea un individuo, agrupado o compañía, sea un individuo que provenga como intermediario de un conjunto. El receptor elige la determinación si quiere o no codificar el encargo, en caso se empeñe en descifrarlo y lo responda. Asimismo, posiblemente el receptor, se encuentre sometido del canal y de las representaciones utilizado por el canal y el nivel de cuidado de los receptores más agradables. Un trabajador logra tener el idioma semejante (tener conocimiento de los emblemas) usado por el administrador, pero posiblemente no quiera comprender la acepción del emisor.

La capacidad primordial para una recepción apropiada del encargo es contar con la destreza de oír. Es posible que el transmisor no identifique al receptor, el encargo ni el conducto, de cuidado y ganas como el envío del encargo lo requiera para el receptor. La manifestación de sentimientos del transmisor y el receptor es partícipe en varios grados de proceso de comunicación. Primariamente los sentimientos logan formar parte del recado, ingresando en el desarrollo de codificación. Luego, como el recado se encuentra decodificado, puede ser que el receptor permita que sus emociones hagan que observe un recado distinto al que el emisor anhelaba informar. Por último, el feedback colma de emociones por parte del receptor, logra hacer que el emisor cambie el recado consecutivo.

#### f. Feedback

Es la contestación del receptor al encargo. El feedback evidencia el encargo mostrando al conducto en caso el receptor lo aceptó y lo descifró. Puede ser tan fácil como una llamada por teléfono de un posible comprador enunciando cuidado en la proyección de comercios o variada como un escritorio encima de un lugar complejo de un estatuto enviado por un abogado a un juez. En el primer ejemplo, el trabajador logra contestar a las enseñanzas del jefe por medio de una réplica oral o escrita mostrando que no comprendió el recado. El feedback asimismo logra ser no oral, como en el momento que el trabajador ninguna labor. En una correspondencia de voz característica, no se concluye el periodo con el feedback, lo que puede generar varios dilemas de comunicación.

#### g. Ruido

Es cualquier interrupción en el proceso de comunicación que colabore o perturbe la misma. Puede que el ruido se meta en algún acontecimiento. El ruido más significativo es el ruido de camino, que se vincula con la vía. La estática en la radiodifusora y las figuras “espectro” en el televisor son ejemplos de ruido de conducto, del mismo modo que un virus en la correspondencia electrónica. Puede que el provecho sea escaso si el ruido es partícipe en los procesos de codificación y decodificación. Los apegos que colaboran con la comunicación asimismo se consideran como un ejemplo de ruido. Es posible que un trabajador no oiga las instrucciones que le proporciona el jefe por motivo a que una máquina que hace mucha bulla en el taller o que demás individuos conversan a la misma vez.

La comunicación solida se manifiesta si por lo menos dos personas distribuyen información o el comentario. Efectivamente, se requiere que la comunicación contenga la contestación del receptor de vuelta al transmisor. El último no logra conocer si el recado fue transmitido como deseaba si no hay feedback de parte del recibidor, como en el momento que deponemos un recado en la correspondencia de voz. Los dos lados, son encargados de la seguridad de la comunicación. El progreso del nuevo conjunto de técnicas en años nuevos muestra dificultades nuevas para aseverarse de que la comunicación marcha como el recibidor y emisor anhelan.

## ***F. Barreras de comunicación***

Chiavenato (2015) alude que algunas de las barreras organizacionales son:

- Filtración. Se refiere al uso de la comunicación de parte del transmisor de cierto modo que el receptor lo descifre del modo óptimo. Pasa exactamente en las compañías que cuentan con líneas de comunicación que son verticales. Si un trabajador le dice a su dirigente su enfoque que va de acuerdo a lo que reflexiona aquí hay una filtración de información. Con el propósito que la comunicación se envíe con triunfo a la escasez dirección se requiere que sea corta y sucinta, de cierto modo que los administradores no reciban mucha información. Las utilidades y los conocimientos son encargados de hacer que el examen sea lo más importante para la compañía, cooperan como filtros.
- Percepción selectiva. Es el proceso de comunicación, en el que tanto el transmisor y receptor ven y atienden con excelente elección, con apoyo, faltas, alicientes, experiencias y modos particulares. Los receptores asimismo proyectan sus provechos y expectativas si decodifican los encargos.
- Demasía de datos. Las personas tienen una habilidad angosta con el fin de procesar la información. La demasía se encuentra en acontecimientos en el que la calidad de datos es enorme y más grande si la destreza del receptor para descifrarlo, lo que se derrocha en gran cantidad la información y se alteran. En varios sucesos la demasía crea un caído que para el proceso.
- Distorsión. Sucede si el encargo cuenta con una reciprocidad, una alteración o innovación que aparta su comprendido y la explicación cierta.
- Omisión. Sucede si el recurso o el receptor excluye, cancela o aparta por tal razón distintos componentes o fragmentos distinguidos de la comunicación, en el que estimula que ello no se ultime o que su explicación abandone su atributo.

## ***G. Gestión de la comunicación interna***

Según Charry (2018) puede que se llegue a la derrota, sin la gestión de una comunicación interna consistente. Todo comunica. Se comunica al dialogar, al saludar, carcajear, al levantarse; todo ejercicio humanitario contiene

comunicación. A través de los mensajes se da la interacción social, que es la visión general de la comunicación. La comunicación, puede ser definida estrictamente como un transcurso que por medio de un grupo de concepciones se torna como mensaje y se traslada a un sujeto o un equipo de ellos, de cierto modo que la concepción vista tiene que ser semejante a lo que los indicadores del mismo pretendieron ceder. No obstante, algunos especialistas indican que la comunicación es mucho más que el acontecimiento sencillo intencional de ceder mensajes. La comunicación se encuentra concurrente en todo que tenga que ver con lo social. Es uno de los métodos sumamente importante y adecuados de la especie humana.

Para conocer a fondo y aprender todo sobre la comunicación, se tiene que extender los conocimientos por medio de la formación de 2 patrones tal como lo indica la academia:

- a. La comunicación como proceso.
- b. la comunicación como un sistema estructurado.

Sin embargo, la comunicación, no se observa únicamente desde ese enfoque, sino además desde otro patrón que va más allá que un proceso sencillo de envío y recepción de mensajes. Aquel patrón diferente de aproximar la investigación de la comunicación sobrepone su alto realce en la comunicación como producción de significado.

#### ***H. Beneficios de la comunicación interna***

Castro & Díaz (2020) manifiestan que los beneficios de la comunicación interna son impalpables y a largo alcance, pero su excelente gestión forma además la base de una excelente comunicación exterior. De esa manera, un conveniente progreso de sus capacidades consiente a las compañías ser más profesionales a nivel intrínseco y exterior. La organización presente, implanta en un ambiente comunicativo que consiente el feedback firme y compatible, se ve necesaria a desenvolver una comunicación dinámica y en estable progreso en el que se coloca de preeminencia la colaboración de los oficiales internos, así como funcionarios importantes de este transcurso, porque su compromiso es concluyente para los propósitos de progreso de la compañía y para transformarse

en voceros y embajadores de marca. De esta manera, las estrategias de la comunicación interna ayudan a crear compromiso y participación. Este vínculo sentimental de los colaboradores con la compañía a la que conciernen se ve restringida por el conocimiento acerca de los grados de prosperidad y bienestar que la organización les suministra. (p. 2).

### ***I. Plan de comunicación***

Egas & Yance (2018) manifiesta que hoy en día la comunicación simboliza una herramienta importante que tiene que ser hecha de manera eficaz internamente en todas las organizaciones. El plan de comunicación es el origen que viabiliza la comunicación organizacional o corporativa competitiva. Como la comunicación es una labor que plantea un grupo de objetivos, es necesario para toda organización organizarla y llevarla a cabo, por esta razón se tiene que hacer un plan de comunicación.

El plan sobre comunicación facilita que la comunicación hecha de parte de la organización se pronuncie con sabidurías competentes y de acuerdo al procedimiento de la misma. Si se anhela un plan sobre comunicación eficaz se tiene que usar un método basado en:

- a. Propósitos corporativos sobre temas de comunicación. La comunicación organizacional es la acción por medio de la cual la organización remite una cuantía de mensajes por medio del uso de diferentes conductos a un número indefinido de receptores con la finalidad de trasladar algunas concepciones y pensamientos determinados.
- b. Personas en las que se tienen que enfocar. El público propósito al cual el plan de comunicación internamente en una compañía tendrá que encaminarse al consumidor interno, quiere decir, hacia los trabajadores generalmente.
- c. Mensajes y concepciones que sean transferidos al público propósito. En todo plan sobre comunicación es importante que se transfiera a las personas objetivo aquello que se desea comunicar.

- d. Modos para conseguir los objetivos. Las tácticas simbolizan los ejercicios que la compañía realiza con la finalidad de conseguir los propósitos planteados. Por medio de los modos, las compañías pretenden favorecerse de los contextos propicios que surgen internamente en su clima, fortaleciendo las potencias y eliminando sus inestabilidades. Preparar un plan sobre comunicación adecuado viabiliza a cualquier organización establecer un camino a orientarse, teniendo una apariencia específica.

### ***J. Comunicación en equipos***

Chiavenato (2015) marca que en un contorno global y competidor las compañías utilizan sus herramientas con la finalidad de enfrentar problemas complicados. De aquel modo, si las posturas de los grupos son sumamente dificultosas, se requiere que cada uno de los miembros distribuyan información en una compañía dispersada con el propósito de resolver de manera eficientemente los dilemas. En ciertos acontecimientos, los grupos requieren un flujo independiente de información cada una de las orientaciones. Se requiere para los miembros empleen una gran parte de su tiempo para procesar información y a contender asuntos.

Sin embargo, si el equipo proporciona labores habituales y procesa información escaso tiempo, la constitución de comunicaciones puede que sea concentrada. Puede que la información sea canalizada a un dirigente, lo que desase a los miembros con el propósito de emplear un gran tiempo al avance de sus tareas.

La labor en grupo casi todas las veces solicita una comunicación enérgica. La red de intercambio de información creada por el propio grupo repercute en su productividad y la satisfacción de las personas partícipes. Una distribución concentrada en un jefe, los miembros del grupo cuentan con una comunicación por medio de ello con la finalidad de resolver problemas o elegir determinaciones. En una red los miembros cuentan con una comunicación independiente. Cada uno de los miembros procesan información hasta alcanzar un convenio sobre una determinación.

La distribución centralizada proporciona una réplica rápida a problemas fáciles. Los miembros transfieren la información significativa al encargado para que aquel escoja elecciones. La distribución descentralizada es lenta con el propósito de llevar faltas fáciles porque la información pasa por distintas personas que juntan los fragmentos y resuelven la falta. No obstante, la estructura apoya para solucionar faltas dificultosas más rápida, porque en la información no se reúne a una sola persona. Las determinaciones son sumamente rápidas y excelentes. Asimismo, aparte de la centralización o descentralización de la comunicación, existe otro componente importante: la complicación del tema que enfrenta el grupo. La distribución centralizada crea un minúsculo de falta al resolver faltas fáciles y varias en caso se hable de faltas dificultosas. La distribución descentralizada no cuenta con numerosa precisión si reside en faltas fáciles y más puntuales ante faltas dificultosas.

## **Variable 2: Compromiso organizacional**

### ***A. Definiciones***

Cárdenas (2016) señala que el compromiso organizacional “es el anhelo de hacer altos empeños por el bienestar del establecimiento, el deseo de persistir en la misma y admitir sus primordiales propósitos y cualidades” (p.99).

Calderón, Laca, Pando y Pedroza (2015), es “el vínculo que determina el sujeto con su empresa, producto de las diminutas inversiones hechas en todo el tiempo” (p.270).

Mochón, Mochón y Sáez (2014) definen que es la imagen del grado en que el colaborador se iguala con la empresa, con sus propósitos, metas y anhela quedarse en la misma.

Griffin (2011) define que “es una postura que irradia la caracterización de un individuo con la compañía y su afecto a ella” (p. 484).

### ***B. Dimensiones***

Uribe (2015) señala en su investigación que las dimensiones son las mencionadas a continuación:

a. Compromiso afectivo

Orientación y vínculo afectivos, como también en el grado de identificación de los colaboradores hacia la organización, sus objetivos, metas y valores.

b. Compromiso normativo

Es el compromiso en el cual el trabajador debe tener en cuenta como apropiado conforme a su moral con el fin de seguir sus actividades en una cierta compañía procede de presiones normativas propias para cooperar con lograr con los objetivos de la empresa.

c. Compromiso de continuidad

Es aquel que tiene el trabajador con el fin de persistir en una empresa como provecho del agradecimiento a un individuo de los precios relacionados (retribución salarial, antigüedad en el trabajo, beneficios sociales) que se crearían – desaprovecharían al concluir el vínculo en el trabajo.

### ***C. Posturas laborales en la organización***

Robbins y Judge (2017) indican que todo ser humano tiene varias posturas, no obstante, el comportamiento organizacional se orienta solamente en una cuantía mínima de aquellas, las que completan los estudios de los empleados, sean provechosas o no, y que tienen relación consideraciones de su ambiente organizacional. La mayoría de las investigaciones vienen centrándose esencialmente en las posturas posteriores:

a. Satisfacción organizacional y participación en el trabajo

En el momento que hablamos acerca de las posturas de los trabajadores, prácticamente se refiere a la satisfacción organizacional, la que se conceptualiza como una emoción favorable sobre una ocupación en el trabajo, que se crea del examen de sus peculiaridades. Una persona con un elevado nivel de satisfacción organizacional es emotiva favorablemente en una ocupación laboral, al contrario, la persona que no está satisfecha tiene emociones perjudiciales.



Un concepto relacionado a la satisfacción laboral es la participación laboral, que establece el nivel en el que un individuo se aprecia reconocido psicológicamente con su cargo en el trabajo y nota que su grado de esfuerzo es importante para su misma estima. Los empleados con un nivel elevado de participación laboral se sienten identificados enormemente con las tareas realizadas y están interesados en estas.

Otro concepto relacionado ampliamente con la satisfacción laboral es la aptitud mental, expresado en otras palabras, el nivel en que los empleados sienten que son influyentes en su contexto laboral, sus competidores, la importancia de su ocupación y la libertad que observan.

#### b. Compromiso laboral

Aquí un trabajador se aprecia identificado con una organización en particular y con sus objetivos, de manera que quiere seguir perteneciendo a la misma. El afecto entusiasta hacia una organización y la idea clara sobre sus cualidades es el más acreditado como patrón dorado del compromiso laboral.

Aquellos trabajadores que están comprometidos con una empresa no se arriesgan a estar aislados en la organización, hasta incluso si no está satisfecho, por motivo que tiene un sentimiento de lealtad hacia la empresa. Puede que los colaboradores no se encuentren satisfechos con su trabajo, pero si están comprometidos siempre estarán aptos a desvelarse por la misma

#### c. Asistencia emocional notada

La asistencia organizacional notada es el nivel en que los colaboradores sienten que la organización establece su contribución y revela angustia por su prosperidad. Los individuos tienen el pensamiento que sus organizaciones les brindan servicio en el momento que los resarcimientos son dados dignamente, los empleados puede que opinen o decidan y aquellos que los controlan son vistos como individuos que proporcionan apoyo. Es un aspecto de apreciación, sin embargo, existen algunas influencias de la cultura. Del mismo modo es primordial en estados en espacios donde intermedie la potestad, expresado de otra forma, el grado en que los individuos aceptan en las organizaciones y empresas se aprecian generalmente colindantes.

#### ***D. Aspectos que aumentan la probabilidad que los individuos se comprometan con sus labores***

Robbins y Judge (2017) mencionan que un tema importante es que el colaborador piensa que es importante comprometerse con el trabajo, lo cual se encuentra determinado de modo parcial por las peculiaridades de la ocupación y por el paso a los bienes suficientes con la finalidad de hacer la labor de modo eficaz.

La casualidad que hay entre los valores del sujeto y los de la compañía es otro aspecto. Las conductas de liderazgo que aspiran a los trabajadores a contar con un alto significado de misión del mismo modo aumentan la responsabilidad de los trabajadores.

Uno de los juicios hacia el adeudo es que el construido es reiterado con posturas laborales como la complacencia o el agobio. No obstante, los interrogatorios acerca del compromiso valoran la motivación y la concentración en un trabajo, lo cual retarda elocuentemente de los interrogatorios sobre satisfacción laboral.

Puede que del mismo modo el nivel de responsabilidad pronostique óptimos resultados en el trabajo, que las actitudes acostumbradas hacia el trabajo.

#### ***E. Tipos de conductas en el lugar de trabajo***

Griffin y Moorhead (2010) aluden que las conductas de compromiso en el centro de trabajo es un ejemplo de acción por los miembros de la compañía que intervienen directa o indirectamente en la eficacia de la misma.

Una manera de conversar sobre las conductas de compromiso en el lugar de trabajo es describiendo su efecto en el empeño y la producción, el ausentismo, la rotación y el civismo en la organización. Desgraciadamente, los trabajadores puede que exhiban conductas anormales.

##### **a. Conductas del desempeño**

Son todas las conductas vinculadas con el trabajo que la compañía desea que exponga el sujeto. Puede que usted piense en estos como en términos del

tratado psíquico. Para ciertas ocupaciones, las conductas del desempeño logran ser definidas de forma angosta y calcularse con sencillez. Por ejemplo, un colaborador de la línea de ensamble que se sienta al lado de una banda transportadora en movimiento y junta partes a un producto en el momento que pasa, tiene comparativamente escasas posturas de desempeño. Se desea que él o ella permanezcan en su labor y que junte las partes de forma correcta. En ocasiones el desempeño se logra valorar de modo cuantitativo al calcular la proporción de los fragmentos que fueron anexados de modo apropiado.

#### b. Conductas disfuncionales

Ciertas conductas que se vinculan con la labor son de carácter disfuncional. Significa que las conductas disfuncionales son las que empañan el desempeño organizacional, en vez de ayudarlo. Dos de los más frecuentes son:

- El ausentismo: sucede en el momento que un trabajador no va a laborar. Aquella ausencia tiene un motivo legal, como enfermedad, tener que ir a la corte, fallecimiento o padecimiento en la familia. En otros sucesos el trabajador logra aparentar un motivo legítimo que es únicamente un pretexto para permanecer en su hogar. En el momento que un trabajador se encuentra ausente, de manera o no legítima, su labor no es realizada o se tiene que contratar a una persona que lo sustituya con el fin que se realice dicha labor.
- La rotación: sucede en el momento que los individuos dejan sus trabajos. Una compañía por lo general incide en costes al suplir a los colaboradores que tienen que renunciar y si la rotación contiene a personas fundamentalmente fructíferas, es sumamente costoso. La rotación puede que sea de varios componentes, comprendidos los elementos de la ocupación, la compañía, el individuo, el establecimiento de trabajo y las intervenciones familiares. Habitualmente una pésima correspondencia entre la persona y la ocupación tiene posibilidad que cause rotación.

#### ***F. Factores del compromiso organizacional***

Aldana, Tafur & Leal (2017) manifiestan que el compromiso con la organización va más allá de la fidelidad, y contiene una aportación activa con el

fin de lograr los objetivos de la compañía, ya que simboliza una acción más extensa que la satisfacción en el trabajo porque es aplicada a todo el establecimiento y no únicamente al trabajo, de ahí que hayan distintos factores, algunos con parentesco real y otros perjudiciales. Según Gómez existen factores que incurren de modo efectivo en el compromiso organizacional como las competencias individuales descubiertas, atenciones de dirigente o el liderato como tal. Y con una intervención más elevada en el compromiso está el entusiasmo interno, las repercusiones en el puesto laboral, la satisfacción individual global, como además la complacencia con el mismo trabajo, esa propensión con el fin de ser patrocinado o con el método de inspección. Continuando, asimismo hay factores perjudiciales que inciden, como el doble rol, desacuerdo de la ocupación laboral y el agobio, etc. Los factores que perturban la dimensión afectuosa son los posteriores:

- a. Peculiaridades propias: aquí se ubican algunas peculiaridades adecuadas del colaborador, como edad, género y decrepitud en el centro laboral.
- b. Peculiaridades de tipo organizacional: en esta sub-categoría, los autores hacen referencia al conocimiento que infunden en sus empleados, las políticas que la compañía tiene.
- c. Experiencias internamente en la organización: de acuerdo con los autores en este apartado se han encontrado los vínculos más enérgicos, ya que a su consideración conforme la persona observa satisfechas sus perspectivas y/o requerimientos de parte de la organización o gracias a aquella, en la misma cantidad el empleado se sentirá comprometido con su empresa, por consecuencia irá desarrollando un elevado nivel de compromiso de carácter afectuoso.

### ***G. Teorías del compromiso organizacional***

Según Fuentes (2018) las teorías son las posteriores:

a. Enfoque Multidimensional.

Aquí se consideran las contribuciones de O'Reilly y Chatman, en el que asimismo marcan que hay un vínculo psíquico de afecto entusiasta de seguir trabajando en una empresa.

b. Teoría del Compromiso según Becker.

En el periodo de 1992, se hallaron diferentes patrones de compromiso y entre ellos se encuentra el compromiso hacia una compañía, compromiso en vínculo a las autoridades, compromiso con el transcurso de control y compromiso con sus colegas del centro laboral, además halló que cada patrón de compromiso es distinto, pero juntos se vinculan con la perfección y buena ejecución de la compañía. Becker declaró que existen distintos tipos de compromiso, los cuales los designó compromiso: con la compañía, con la alta administración, con el inspector, con el equipo de labor, con el puesto. Del mismo modo, cada tipo de compromiso es distinto y cuenta con su funcionamiento adecuado de intervención en el desempeño laboral y en el comportamiento organizacional, todos estos son componentes de las acciones en el trabajo y organizacionales de los trabajadores y colaboradores.

c. Teoría de la equidad.

Esta teoría marca que la motivación es uno de los factores que intervienen en el desempeño de un empleado, significa que los colaboradores hacen su labor que necesita energía, imaginación, por lo que este tiene que ser agradecido a través de una distinción, puesto que las empresas tienen que conseguir aquel equilibrio en el que el resultado de un sujeto tiene que ser el mismo a los resultados de otro sujeto, entonces al hacer este cotejo la distinción tiene que ser imparcial; en el caso que no se efectuara esta ecuanimidad los colaboradores se encontrarán disgustados, desalentados y no se van a esforzar porque saben que no es imparcial y garante los cotejos que se hacen conforme al resultado de una labor realizada.

d. Teoría de la expectativa de la motivación.

Vroom señaló que se tiene que motivar a los trabajadores con la finalidad de conseguir los propósitos de la empresa, en el que muestra que los empleados se sentirán motivados en el momento que emplean toda su energía al hacer las

labores fijadas con la intención de lograr los objetivos trazados y aprecian satisfacción que gracias a su rendimiento hecho se favorece la empresa y además ellos en aprendizaje, acrecentamientos de sueldo, entre otros. Del mismo modo, se determina una formula en la que la energía es pareja al bien del valor por la perspectiva, en el que la potencia es la parte intrínseca de cada empleado, su fortificación, el valor es lo primordial de los colaboradores de realizar las cosas excelentemente y la perspectiva es la probabilidad de que los actos o ejercicios que se hagan proporcionen como consecuencia los resultados que se proyectaron.

#### ***H. Algunos factores cruciales en el compromiso***

Chiavenato (2011) indica lo posterior:

##### **a. Características del puesto**

A menudo las personas laboran en las compañías al encontrarse en un puesto laboral específicamente. En el suceso en el que un empleado indica que trabaja en una compañía en especial, la primera interrogación que se le nombra es la ocupación laboral que se encarga. De esta manera se conoce su ocupación en la compañía como asimismo de su excelencia y grado organizacional. En el suceso de la compañía, el perfil laboral es un contrafuerte para las personas en los trabajos organizacionales. En las personas, el perfil laboral es un componente importante de expectativas y responsabilidad con su compañía. Cuando las personas ingresan a la empresa, en el periodo que persisten en ella, perfilan muchas ocupaciones.

- Recibimiento, plasmar y distribuir correspondencias (mandar a un receptor), concisos, escritos y actas, anotar su reposición y clasificado.
- Redactar correspondencias y comunicaciones en castellano.
- Restituir escritos y asuntos importantes recibidos, para la correspondencia y recoger registros.
- Regularizar y poner al tanto documentaciones y actas que frecuentemente son reservadas, como asimismo listas en las cuales se determine su localización, en los acontecimientos en el que es significativo hacer y proporcionar información de compromisos al jefe inmediatamente.

- Encontrarse asiduamente de los requerimientos fundamentales, en los cuales se encuentra los recursos de despacho, peticiones: encargarse de las tareas del jefe inmediatamente.

b. Condiciones laborales

Existen tres unidos de condiciones que incurren elevadamente en el trabajo, las cuales son mencionadas a continuación:

- Condiciones de escenario. luminosidad, ruidos, etc.
- Condiciones periódicas: hora de labor, tiempo suplementario, etc.
- Condiciones colectivas: compañía no forma, relaciones, etc.

La limpieza en el trabajo es encargada del unido primordial, expresadamente en otras palabras, de aquellos contextos circunstanciales laborales, sin embargo, se encuentra pendiente de los demás unidos. En el momento que se hace mención de contextos circunstanciales labores se refiere a los ambientes palpables que envuelven al colaborador en la ocupación laboral en la que se halla, expresado en otras palabras, el ambiente perceptible del colaborador en lo que hace su ocupación. La luminosidad, el ruido y las situaciones de espacio son estimadas los tres puntos que tienen más categoría en el centro laboral.

- Iluminación

Se refiere a la correspondencia de luminosidad que interviene en el lugar de tareas del centro laboral. No reside solamente en la luminosidad completa, solo parte de luminosidad que el sitio puntual del centro laboral. De este modo, los modelos de iluminación se establecen de acuerdo al ejemplo de labora visual determinada, expresado en otras palabras, en los acontecimientos en los que la aglomeración de la luz logra proporcionar al empleado identificaciones de su lugar laboral. Una luminosidad defectuosa propende a que la visión se canse, altera el SNC humano, proporciona razones con el fin de hacer una labor de pésima calidad y es promotor de incidentes laborales. Para contar con un excelente método de luminosidad se necesita de estas exigencias:

- Ser idóneo: de este modo alumbrará cada escondrijo con la cuantía apropiada para cada sitio laboral.
- Repartir la luz continua y homogéneamente: con el propósito de frenar el agotamiento percibido, aquella se debe a firmes alteraciones de intensidad en la luminosidad. Es necesario impedir contrastes impulsivos de luz.

- Ruido

Es definido como una repercusión no codiciada y tienen dos pormenores atrayentes: regularidad y fuerza. La regularidad se refiere a la cuantía de vibraciones por segundo expresadas por el ruido. La fuerza es calculada por fonios. Varias investigaciones nos manifiestan que el ruido no interviene en la deflación del rendimiento en el trabajo. Sin embargo, aquel incurre considerablemente en la prosperidad del trabajador, fundamentalmente en su escucha. De ese modo, la ponencia amplia a grados largos de ruido logra generar merma de escucha. El desgaste sensorial se genera en exhibiciones seguidas de ruido. Los episodios de ruido necesitan de estos componentes:

- Fuerza del ruido.
- Exactitud de la prontitud.
- Exactitud y tono.

- Temperatura

Es un contexto circunstancial sumamente distinguido. Existen ocupaciones laborales en las que se hallas por elevados niveles de temperaturas, como en el acontecimiento de las labores vinculadas a la siderúrgica, en la que se requiere que el empleado cuente con todos los utensilios solicitados que no afecten su fortaleza. En el acontecimiento inverso, vinculados a laborar en temperaturas descendes, en el cual se requiere del atuendo conveniente. En los acontecimientos indicados, un componente primordial es el perjuicio ya que aquel indica un pormenor significativo en esos entornos ambientales.



- Humedad

Es fruto de un alto contenido humectante del viento. En el que existen lugares en ambientes donde el entorno es muy húmedo, como manufacturas textiles. Por otra parte, hay contextos en el que se necesita escasa o nada de humedad.

### **2.3 Bases filosóficas**

Según lo escrito por Chiavenato (2015), la comunicación es muy significativa para la postura de las compañías, agrupadas y las personas. Por lo frecuente, la comunicación cuenta con algunas ocupaciones fundamentales en una compañía, agrupada y persona: control, motivación, expresión de emociones y datos.

Control. En la postura de la compañía, los grupos y los individuos la comunicación cuenta con un elemento esencial de control. Si las personas veneran reglamento y procesos de la tarea, o si se informan una dificultad que la comunicación tiene en el centro laboral a su superior inmediato, estimulan que la comunicación tenga la ocupación de control. Tiene que continuar el grado y las pautas oficiales, y la comunicación seguida con la finalidad de comprobar si ello verdaderamente sucede. La comunicación no formal también controla la postura si un agrupado fastidia a otro, o si alguna cuenta con reclamos sea la razón ya que un individuo genera regularmente que lo que la mitad del agrupado.

Motivación: la comunicación beneficia la motivación si se conceptúa lo que tiene que hacer una persona, se inspecciona su producción y se le dirige sobre los propósitos y provechos que anhela conseguir. El establecimiento de los objetivos, la retroalimentación sobre lo elaborado y el empeño de la postura han querido originar la motivación y requieren de comunicación.

Expresión de emociones. La comunicación en un conjunto, es una elección con el fin que las personas manifiesten sus simpatías de satisfacción o insatisfacción. La comunicación frecuentemente es un camino para exponer las conmociones de los apegos y proporcionar satisfacción a establecidas faltas agrupadas.

Datos. La comunicación también proporciona sencillez en la elección de determinaciones particulares y agrupadas al trasladar datos que estudian una administración alterna.

Por otro lado, Griffin (2011) alude que puede ser que una persona con un nivel elevado de responsabilidad se observe a sí mismo como un integrante existente de la compañía; por ejemplo, hace referencia a la compañía en cláusulas particulares como “elaboramos productos excelentes” que excluya principios mínimos de no satisfacción con la compañía y que se observe continuando como integrante de la compañía. Por el contrario, una persona exterior; por ejemplo, al hablar de la compañía en cláusulas menos particulares como “no remuneran excelentemente a sus colaboradores”, que manifieste más insatisfacción sobre los acontecimientos y no se observe como un integrante de la compañía a larga duración.

La indagación asimismo insinúa que el compromiso es fortalecido con la edad de una persona, los años con la empresa, la acepción de protección en el trabajo y la contribución en la elección de determinaciones. Los empleados que se aprecian enredados con una compañía cuentan con prácticas elevadamente fiables, proyectan una estancia larga con la compañía y descubren más esfuerzos en el desempeño. Aunque existen escasas cosas concluyentes que las compañías logran realizar con la finalidad de instituir u originar la responsabilidad, existen ciertos lineamientos determinados aprovechables. Para iniciar, si la compañía trata a sus empleados de forma justa y proporciona premios sensatos, y protección en el trabajo, es más probable que esos colaboradores estén satisfechos y comprometidos. El consentir que los colaboradores participen sobre el modo en que se realizan los acontecimientos asimismo logra originar las actitudes.

## **2.4 Definición de términos básicos**

### *Comunicación interna*

Es el proceso por medio el cual los individuos intercambian información en una compañía (Chiavenato, 2015).

### *Compromiso organizacional*

Es una postura que irradia la caracterización de un individuo con la empresa y su afecto a la misma (Griffin, 2011).

### *Comunicaciones formales*

Son aquellas que se proporcionan por medio de los caminos establecidos en la compañía formal, que usan los conductos, conductos estatales y aptos por todos los miembros de la compañía. Las comunicaciones verticales, ascendentes y descendentes, corresponden a este equipo (Sánchez, 2015).

### *Comunicaciones informales*

Se fundamenta en los vínculos directos de las personas y acogen rumores o informes frescos con el fin que sea expandido de manera veloz por todos los grados del establecimiento (Sánchez, 2015).

### *Comunicaciones transversales*

Esta comunicación anda de modo diagonal y horizontal en la organización, consintiendo el reemplazo de información a través de las personas y elementos que conciernen de otros departamentos organizacionales (Sánchez, 2015).

### *Comunicaciones verticales*

Son aquellas que se muestran en los diferentes grados escalonados internamente de la compañía (Sánchez, 2015).

### *Compromiso afectivo*

Orientación y vínculo afectivos, como también en el grado de identificación de los colaboradores hacia la organización, sus objetivos, metas y valores (Uribe, 2015).

### *Compromiso normativo*

Es el compromiso en el cual el trabajador debe tener en cuenta como apropiado conforme a su moral con el fin de seguir sus actividades en una cierta compañía procede de presiones normativas propias para cooperar con lograr con los objetivos de la empresa (Uribe, 2015).

### *Compromiso de continuidad*

Es aquel que tiene el trabajador con el fin de persistir en una empresa como provecho del agradecimiento a un individuo de los precios relacionados (retribución salarial, antigüedad en el trabajo, beneficios sociales) que se crearían – desaprovecharían al concluir el vínculo en el trabajo (Uribe, 2015).

## **2.5 Hipótesis de investigación**

### **2.5.1 Hipótesis general**

La comunicación interna se relaciona significativamente con el compromiso organizacional de los colaboradores de Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C., Huaura.

### **2.5.2 Hipótesis específicas**

- a. Las comunicaciones verticales se relacionan significativamente con el compromiso organizacional de los colaboradores de Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C., Huaura.
- b. Las comunicaciones transversales se relacionan significativamente con el compromiso organizacional de los colaboradores de Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C., Huaura.
- c. Las comunicaciones formales se relacionan significativamente con el compromiso organizacional de los colaboradores de Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C., Huaura.
- d. Las comunicaciones informales se relacionan significativamente con el compromiso organizacional de los colaboradores de Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C., Huaura.
- e. Las relaciones laborales se relacionan significativamente con el compromiso organizacional de los colaboradores de Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C., Huaura.

## 2.6 Operacionalización de las variables

Variable 1	Dimensiones	Indicadores
<b>COMUNICACIÓN INTERNA</b>	Comunicaciones verticales	- Verticales descendentes. - Verticales ascendentes.
	Comunicaciones transversales	- Horizontales. - Diagonales.
	Comunicaciones formales	- Canales conocidos. - Canales aceptados.
	Comunicaciones informales	- Incertidumbre. - Ansiedad. - Deseo de tener información de primera mano. - Credibilidad.
	Relaciones laborales	- Plan de acogida. - Buzón de ideas y sugerencias. - Encuestas y sondeos.

Fuente: Sánchez (2015).

Variable 2	Dimensiones	Indicadores
<b>COMPROMISO ORGANIZACIONAL</b>	Compromiso afectivo	- Grado de identificación. - Objetivos y metas. - Valores.
	Compromiso normativo	- Vínculo moral. - Presiones normativas.
	Compromiso de continuidad	- Retribución salarial. - Antigüedad en el trabajo. - Beneficios sociales.

Fuente: Uribe (2015).

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1 Diseño metodológico**

##### **3.1.1 Tipo de investigación**

Básico, puesto que partiendo desde conocimientos anteriores se pudo generar nuevos conocimientos con el fin de identificar la realidad (Díaz, Escalona, Castro, León y Ramírez, 2013).

##### **3.1.2 Nivel de investigación**

Correlacional, puesto que la investigación logró establecer la relación entre la comunicación interna y el compromiso organizacional (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

##### **3.1.3 Diseño de investigación**

No experimental, puesto que durante la investigación no se manipuló las variables (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

##### **3.1.4 Enfoque de investigación**

Enfoque cuantitativo, puesto que se utilizó, con el fin de lograr las conclusiones del objetivo, ciencia estadística (Muñoz, 2011).

#### **3.2 Población y muestra**

##### **3.2.1 Población**

La población está representada por 340 colaboradores de Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C., Huaura.

<b>PLANTA HUAURA</b>	<b># DE TRABAJADORES</b>
DIRECTORIO	2
PERSONAL ADMINISTRATIVO	104
PERSONAL OBRERO	208
PRACTICANTE	8
FORMACIÓN LABORAL JUVENIL	18
<b>TOTAL</b>	<b>340</b>

### 3.2.2 Muestra

La fórmula que se utilizó para hallar la muestra:

$$n = \frac{Z^2 p \cdot q \cdot N}{\varepsilon^2 (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

*Donde:*

n	Es el tamaño de la muestra.
p y q	Probabilidad de la población de estar o no incluidas en la muestra.
Z	Unidades de desviación estándar.
N	Total de la población.
E	Error estándar de la estimación.

*Reemplazando:*

$$n = \frac{3.8416 * 0.5 * 0.5 * 340}{0.0025(340 - 1) + 3.8416 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 180.62$$

La muestra está representada por 181 colaboradores de Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C., Huaura.

### **3.3 Técnicas de recolección de datos**

La técnica desarrollada fue la encuesta. El instrumento aplicado fue un cuestionario, el cual evaluó las variables, Comunicación interna y Compromiso organizacional.

### **3.4 Técnicas para el procesamiento de la información**

El software utilizado fue el SPSS. Las tablas y figuras presentan los resultados del estudio.



## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS

#### 4.1 Análisis de resultados

##### A. Análisis descriptivo de la comunicación interna

Tabla 1

*Resultado de la comunicación vertical según sus indicadores*

	TDS		EDS		MNDA		DA		TDA	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1. ¿Sus superiores emplean la comunicación vertical descendente para dar información a los niveles inferiores con respecto al curso de los objetivos?	43	23.8%	31	17.1%	44	24.3%	33	18.2%	30	16.6%
2. ¿Los trabajadores emplean la comunicación ascendente para informar de las actividades encargadas por los superiores?	33	18.2%	25	13.8%	46	25.4%	40	22.1%	37	20.4%

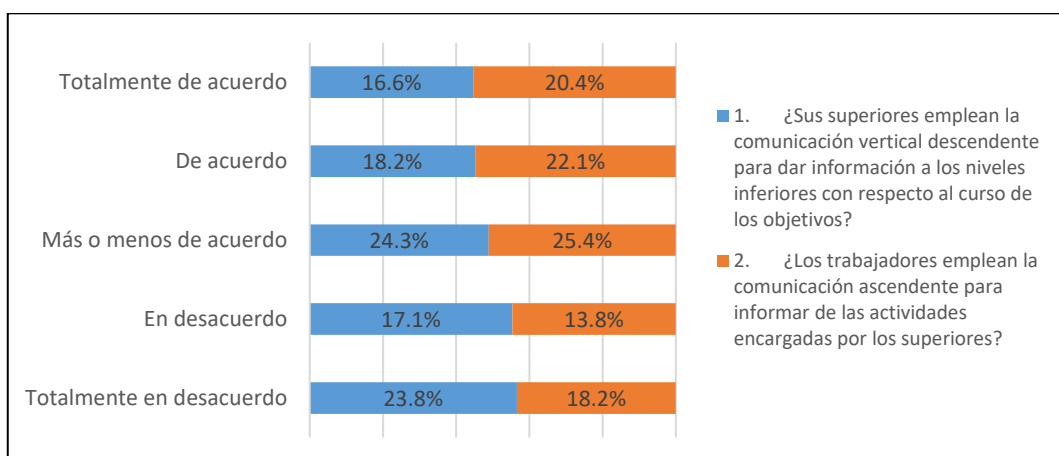


Figura 1. Comunicación vertical.

Se muestra en la Tabla 1 que en cuanto a si sus superiores emplean la comunicación vertical descendente para dar información a los niveles inferiores con respecto al curso de los

objetivos el 40.9% indicó que está en totalmente en desacuerdo y en desacuerdo, en el caso del 24.3% mencionó que está más o menos de acuerdo y el 34.8% recalcó que está de acuerdo y totalmente de acuerdo. En segundo lugar, en referencia a si los trabajadores emplean la comunicación ascendente para informar de las actividades encargadas por los superiores el 32% acotó estar totalmente en desacuerdo y en desacuerdo, el 25.4% respondió que está más o menos de acuerdo y el 42.5% determinó que está de acuerdo y totalmente de acuerdo.

Tabla 2

*Resultado de la comunicación transversales según sus indicadores*

	TDS		EDS		MNDA		DA		TDA	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
3. ¿Considera que existe integración y coordinación entre sus colegas del mismo nivel para solucionar problemas?	41	22.7%	45	24.9%	33	18.2%	33	18.2%	29	16.0%
4. ¿Sus superiores emplean la comunicación diagonal para reuniones productivas entre las diferentes áreas?	31	17.1%	41	22.7%	35	19.3%	39	21.5%	35	19.3%

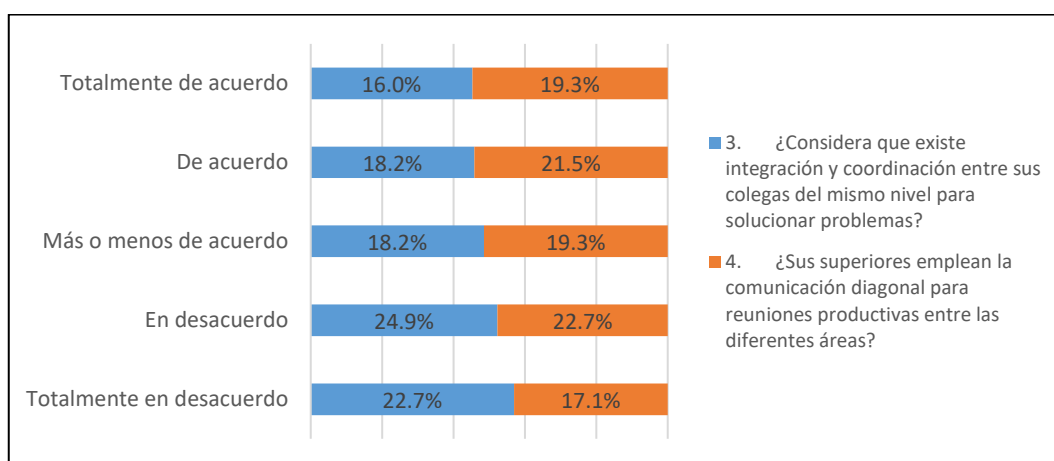


Figura 2. Comunicación transversales.

Se muestra en la Tabla 2 que en cuanto a si considera que existe integración y coordinación entre sus colegas del mismo nivel para solucionar problemas el 47.5% indicó que está en totalmente en desacuerdo y en desacuerdo, en el caso del 18.2% mencionó que está más o menos de acuerdo y el 34.3% recalcó que está de acuerdo y totalmente de acuerdo. En segundo lugar, en referencia a si sus superiores emplean la comunicación diagonal para

reuniones productivas entre las diferentes áreas el 39.8% acotó estar totalmente en desacuerdo y en desacuerdo, el 19.3% respondió que está más o menos de acuerdo y el 40.9% determinó que está de acuerdo y totalmente de acuerdo.

Tabla 3  
*Resultado de la comunicación formales según sus indicadores*

	TDS		EDS		MNDA		DA		TDA	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
5. ¿Sus superiores con el fin de brindar información interna utilizan canales formales conocidos?	37	20.4%	43	23.8%	36	19.9%	35	19.3%	30	16.6%
6. ¿Los canales de comunicación que se viene realizando en la empresa es aceptada por todos?	38	21.0%	44	24.3%	34	18.8%	38	21.0%	27	14.9%

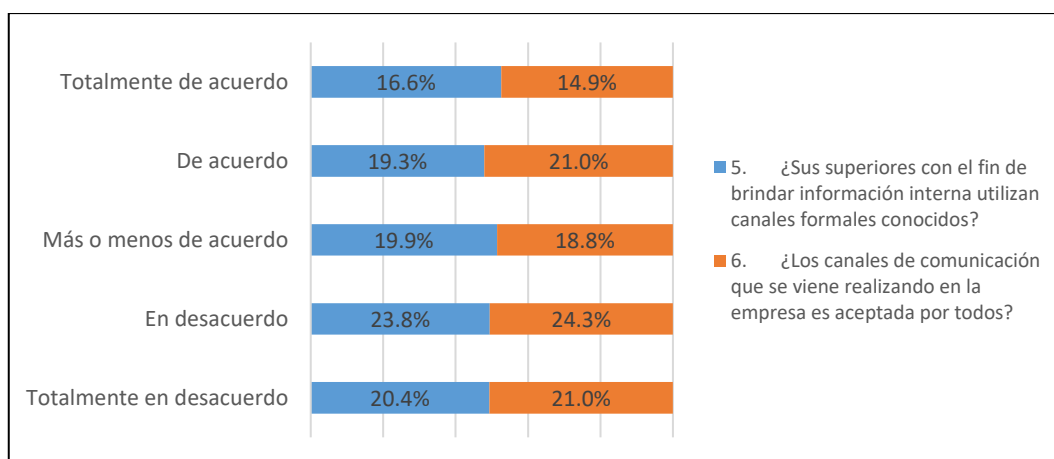


Figura 3. Comunicación formales.

Se muestra en la Tabla 3 que en cuanto a si sus superiores con el fin de brindar información interna utilizan canales formales conocidos el 44.2% indicó que está en totalmente en desacuerdo y en desacuerdo, en el caso del 19.2% mencionó que está más o menos de acuerdo y el 35.9% recalzó que está de acuerdo y totalmente de acuerdo. En segundo lugar, en referencia a si los canales de comunicación que se viene realizando en la empresa es aceptada por todos el 45.3% acotó estar totalmente en desacuerdo y en desacuerdo, el 18.8% respondió que está más o menos de acuerdo y el 35.9% determinó que está de acuerdo y totalmente de acuerdo.

Tabla 4

Resultado de la comunicación informales según sus indicadores

	TDS		EDS		MNDA		DA		TDA	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
7. ¿Considera que las comunicaciones informales dentro de la empresa ocasionan incertidumbre y no ayuda a que desempeñen las funciones del trabajo?	27	14.9%	51	28.2%	41	22.7%	22	12.2%	40	22.1%
8. ¿Considera que las comunicaciones informales generan ansiedad?	40	22.1%	47	26.0%	34	18.8%	32	17.7%	28	15.5%
9. ¿Siente deseo por tener información de primera mano?	35	19.3%	39	21.5%	40	22.1%	34	18.8%	33	18.2%
10. ¿Considera que la comunicación informal generada en la empresa es creíble?	39	21.5%	44	24.3%	36	19.9%	35	19.3%	27	14.9%

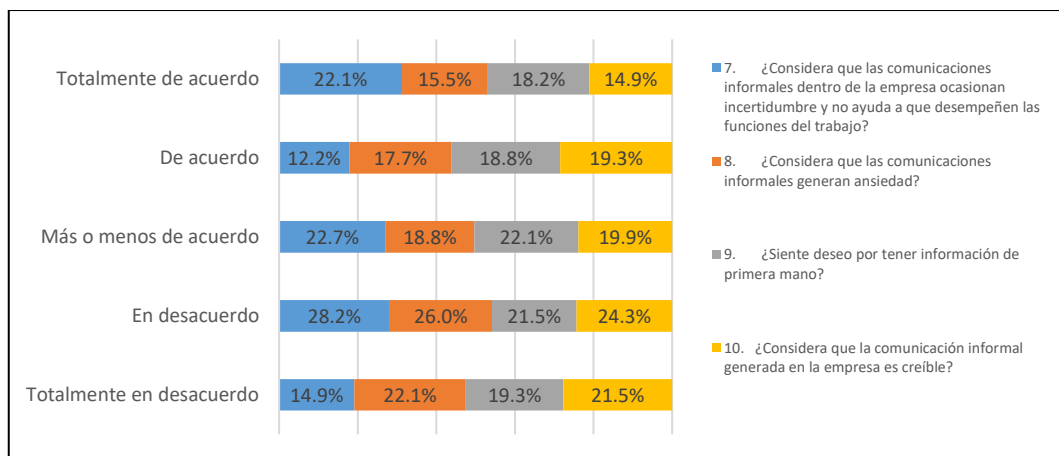


Figura 4 Comunicación informales.

Se muestra en la Tabla 4 que en cuanto a si considera que las comunicaciones informales dentro de la empresa ocasionan incertidumbre y no ayuda a que desempeñen las funciones del trabajo el 43.1% indicó que está en totalmente en desacuerdo y en desacuerdo, en el caso del 22.7% mencionó que está más o menos de acuerdo y el 34.3% recaló que está de acuerdo y totalmente de acuerdo. En segundo lugar, en referencia a si considera que las comunicaciones informales generan ansiedad el 48.1% acotó estar totalmente en desacuerdo y en desacuerdo, el 18.8% respondió que está más o menos de acuerdo y el 33.1% determinó que está de acuerdo y totalmente de acuerdo. En tercer lugar, en mención a si considera que las comunicaciones informales generan ansiedad el 40.9% evidenció que está totalmente en

desacuerdo y en desacuerdo, el 22.1% refirió que está más o menos de acuerdo y el 37% determinó que está de acuerdo y totalmente de acuerdo. En cuarto lugar, al referirnos a si considera que la comunicación informal generada en la empresa es creíble el 45.9% indicó que está totalmente en desacuerdo y en desacuerdo, el 19.9% contestó que está más o menos de acuerdo y el 34.3% acotó está de acuerdo y totalmente de acuerdo.

Tabla 5  
*Resultado de las relaciones laborales según sus indicadores*

	TDS		EDS		MNDA		DA		TDA	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
11. ¿La empresa cuenta con un plan de acogida que fomente actitudes positivas en beneficio de la misma?	36	19.9%	53	29.3%	35	19.3%	37	20.4%	20	11.0%
12. ¿En la empresa se emplea buzón de ideas y sugerencias para tener conocimiento la opinión de sus trabajadores?	41	22.7%	48	26.5%	29	16.0%	30	16.6%	33	18.2%
13. ¿La empresa realiza encuestas y sondeos para obtener información sobre las relaciones laborales que generan en la misma?	35	19.3%	45	24.9%	31	17.1%	31	17.1%	39	21.5%

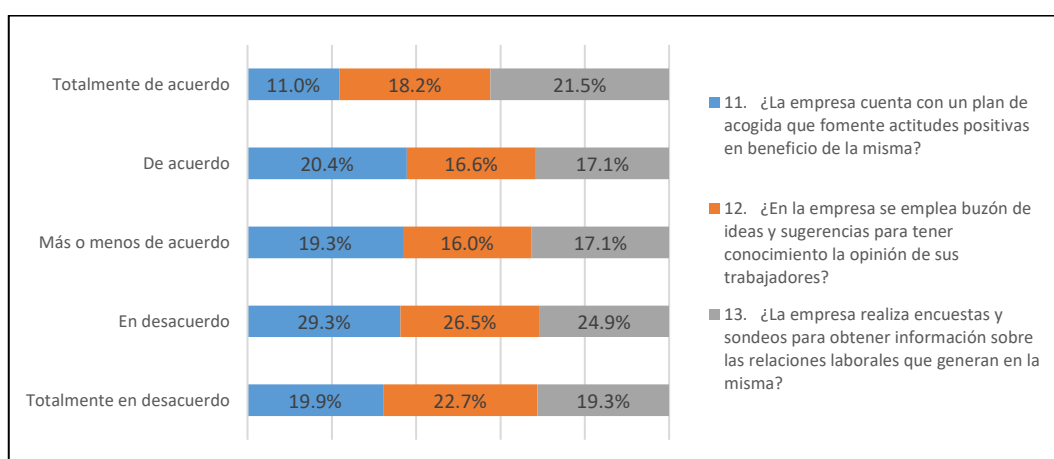


Figura 5 Relaciones laborales.

Se muestra en la Tabla 5 que en cuanto a si la empresa cuenta con un plan de acogida que fomente actitudes positivas en beneficio de la misma el 49.2% indicó que está en totalmente en desacuerdo y en desacuerdo, en el caso del 19.3% mencionó que está más o menos de

acuerdo y el 31.5% recalco que está de acuerdo y totalmente de acuerdo. En segundo lugar, en referencia a si en la empresa se emplea buzón de ideas y sugerencias para tener conocimiento la opinión de sus trabajadores el 49.2% acotó estar totalmente en desacuerdo y en desacuerdo, el 16% respondió que está más o menos de acuerdo y el 34.8% determinó que está de acuerdo y totalmente de acuerdo. En tercer lugar, en mención a si la empresa realiza encuestas y sondeos para obtener información sobre las relaciones laborales que generan en la misma el 44.2% evidenció que está totalmente en desacuerdo y en desacuerdo, el 17.1% refirió que está más o menos de acuerdo y el 38.7% determinó que está de acuerdo y totalmente de acuerdo.

## B. Análisis descriptivo del compromiso organizacional

Tabla 6

*Resultado del compromiso afectivo según sus indicadores*

	TDS		EDS		MNDA		DA		TDA	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
14. ¿Cree usted que siente un compromiso emocional con la empresa?	45	24.9%	38	21.0%	38	21.0%	37	20.4%	23	12.7%
15. ¿Siente que tanto los objetivos como metas de la empresa están alineadas a las suyas?	56	30.9%	33	18.2%	30	16.6%	29	16.0%	33	18.2%
16. ¿Se siente identificado con los valores de la empresa?	48	26.5%	29	16.0%	33	18.2%	32	17.7%	39	21.5%

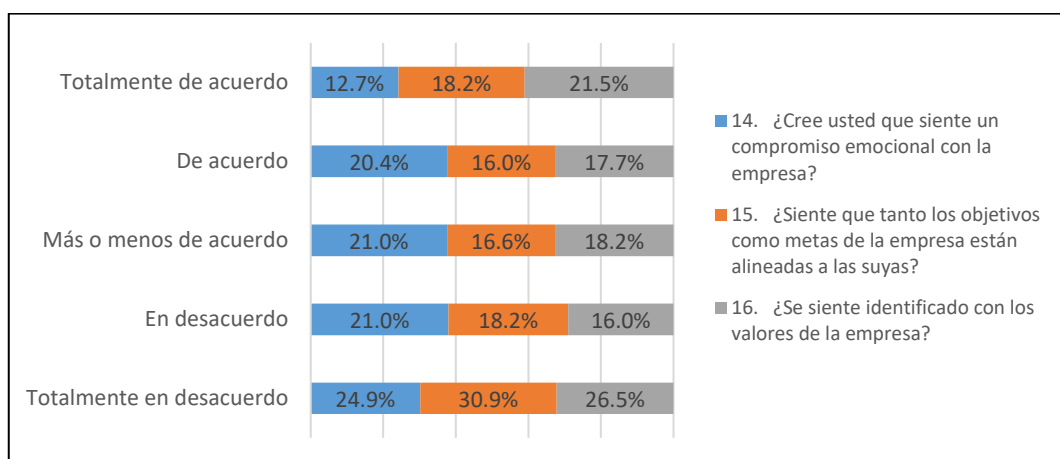


Figura 6. Compromiso afectivo.

Se muestra en la Tabla 6 que en cuanto a si cree usted que siente un compromiso emocional con la empresa el 45.9% indicó que está en totalmente en desacuerdo y en desacuerdo, en el

caso del 21% mencionó que está más o menos de acuerdo y el 31.1% recaló que está de acuerdo y totalmente de acuerdo. En segundo lugar, en referencia a si siente que tanto los objetivos como metas de la empresa están alineadas a las suyas el 49.2% acotó estar totalmente en desacuerdo y en desacuerdo, el 16.6% respondió que está más o menos de acuerdo y el 34.3% determinó que está de acuerdo y totalmente de acuerdo. En tercer lugar, en mención a si se siente identificado con los valores de la empresa el 42.5% evidenció que está totalmente en desacuerdo y en desacuerdo, el 18.2% refirió que está más o menos de acuerdo y el 39.2% determinó que está de acuerdo y totalmente de acuerdo.

Tabla 7

*Resultado del compromiso normativo según sus indicadores*

	TDS		EDS		MNDA		DA		TDA	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
17. ¿Siente un compromiso moral con la empresa?	52	28.7%	34	18.8%	25	13.8%	37	20.4%	33	18.2%
18. ¿Siente que su permanencia en la empresa es debido a presiones normativas?	50	27.6%	39	21.5%	31	17.1%	31	17.1%	30	16.6%

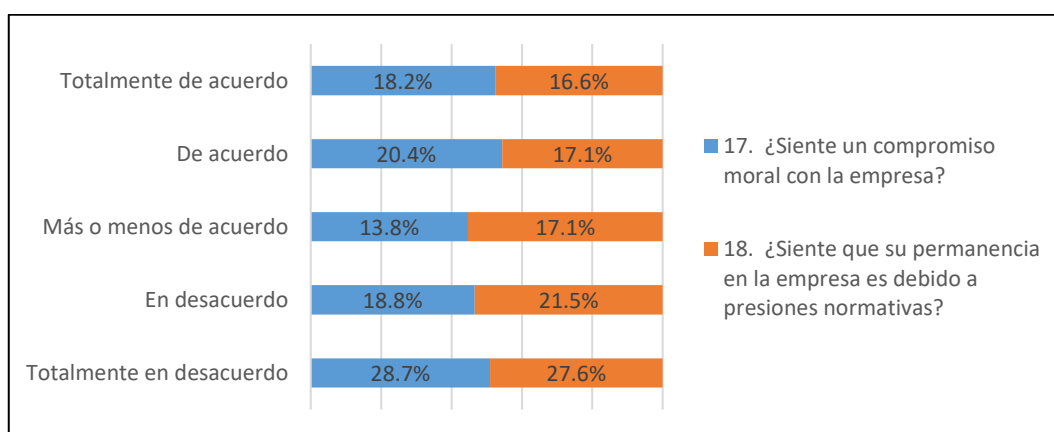


Figura 7 Compromiso normativo.

Se muestra en la Tabla 7 que en cuanto a si cree usted que Siente un compromiso moral con la empresa el 47.5% indicó que está en totalmente en desacuerdo y en desacuerdo, en el caso del 13.8% mencionó que está más o menos de acuerdo y el 38.7% recaló que está de acuerdo y totalmente de acuerdo. En segundo lugar, en referencia a si siente que su permanencia en la empresa es debido a presiones normativas el 49.2% acotó estar totalmente en desacuerdo y en desacuerdo, el 17.1% respondió que está más o menos de acuerdo y el 33.7% determinó que está de acuerdo y totalmente de acuerdo.

Tabla 8

Resultado del compromiso de continuidad según sus indicadores

	TDS		EDS		MNDA		DA		TDA	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
19. ¿Siente que su permanencia en la empresa es debido a la pensión que recibirá?	47	26.0%	40	22.1%	37	20.4%	36	19.9%	21	11.6%
20. ¿Estaría dispuesto a renunciar pese a la antigüedad que lleva en la empresa?	54	29.8%	33	18.2%	28	15.5%	33	18.2%	33	18.2%
21. ¿Siente que su permanencia en la empresa es debido a los beneficios que le otorga??	44	24.3%	32	17.7%	31	17.1%	29	16.0%	45	24.9%

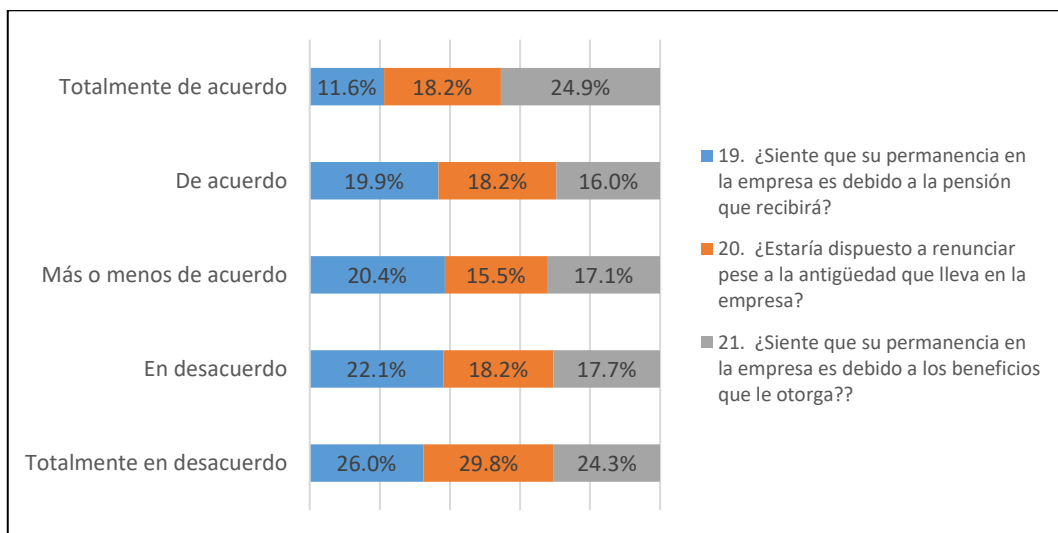


Figura 8. Compromiso de continuidad.

Se muestra en la Tabla 8 que en cuanto a si siente que su permanencia en la empresa es debido a la pensión que recibirá el 48.1% indicó que está en totalmente en desacuerdo y en desacuerdo, en el caso del 20.4% mencionó que está más o menos de acuerdo y el 31.5% recalzó que está de acuerdo y totalmente de acuerdo. En segundo lugar, en referencia a si estaría dispuesto a renunciar pese a la antigüedad que lleva en la empresa el 48.1% acotó estar totalmente en desacuerdo y en desacuerdo, el 15.5% respondió que está más o menos de acuerdo y el 36.5% determinó que está de acuerdo y totalmente de acuerdo. En tercer lugar, en mención a si siente que su permanencia en la empresa es debido a los beneficios que le otorga el 42% evidenció que está totalmente en desacuerdo y en desacuerdo, el 17.1% refirió que está más o menos de acuerdo y el 40.9% determinó que está de acuerdo y totalmente de acuerdo.



### C. Prueba de normalidad

En la Tabla 9 se muestra que la prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnov ya que la muestra está conformada de más de 50 encuestados, encontrándose para las variables de estudio valores menores al 0.05 indicando que no presentan una distribución normal, por lo tanto, la prueba de las variables la cual serán medidas mediante Rho de Spearman.

Tabla 9  
*Prueba de normalidad*

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>		
	Estadístico	gl	Sig.
Comunicación interna	0.067	181	0.048
Comunicaciones verticales	0.159	181	0.000
Comunicaciones transversales	0.126	181	0.000
Comunicaciones formales	0.132	181	0.000
Comunicaciones informales	0.086	181	0.002
Relaciones laborales	0.110	181	0.000
Compromiso organizacional	0.111	181	0.000

a. Corrección de significación de Lilliefors

## 4.2 Contrastación de hipótesis

Hipotesis General

Tabla 10

*Prueba de Rho de Spearman entre la comunicación interna y compromiso organizacional*

			Comunicación interna	Compromiso organizacional
Rho de Spearman	Comunicación interna	Coefficiente de correlación	1.000	,700**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	181	181
	Compromiso organizacional	Coefficiente de correlación	,700**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	181	181

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

Se muestra en la Tabla 10 que la comunicación interna se relaciona significativamente con el compromiso organizacional de los colaboradores de Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C., Huaura, donde mediante el análisis estadístico Spearman se tuvo el coeficiente de 0.700 y p –valor igual a 0.000 menor a 0.05.

Hipótesis específica 1

Tabla 11

*Prueba de Rho de Spearman entre la comunicación vertical y compromiso organizacional*

			Comunicaciones verticales	Compromiso organizacional
Rho de Spearman	Comunicaciones verticales	Coefficiente de correlación	1.000	,409**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	181	181
	Compromiso organizacional	Coefficiente de correlación	,409**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	181	181

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

Se muestra en la Tabla 11 que se las comunicaciones verticales se relacionan significativamente con el compromiso organizacional de los colaboradores de Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C., Huaura, donde mediante el análisis estadístico Spearman se tuvo el coeficiente de 0.409 y p –valor igual a 0.000 menor a 0.05.

## Hipotesis especifica 2

Tabla 12

*Prueba de Rho de Spearman entre la comunicación transversales y compromiso organizacional*

			Comunicaciones transversales	Clima laboral
Rho de Spearman	Comunicaciones transversales	Coeficiente de correlación	1.000	,793**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	61	61
	Clima laboral	Coeficiente de correlación	,793**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	61	61

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

Se muestra en la Tabla 11 que Las comunicaciones transversales se relacionan significativamente con el compromiso organizacional de los colaboradores de Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C., Huaura, donde mediante el análisis estadístico Spearman se tuvo el coeficiente de 0.793 y p –valor igual a 0.000 menor a 0.05.

Hipotesis especifica 3

Tabla 13

*Prueba de Rho de Spearman entre la comunicación formales y compromiso organizacional*

			Comunicaciones formales	Compromiso organizacional
Rho de Spearman	Comunicaciones formales	Coefficiente de correlación	1.000	,492**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	181	181
	Compromiso organizacional	Coefficiente de correlación	,492**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	181	181

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

Se muestra en la Tabla 13 que las comunicaciones formales se relacionan significativamente con el compromiso organizacional de los colaboradores de Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C., Huaura, donde mediante el análisis estadístico Spearman se tuvo el coeficiente de 0.492 y p –valor igual a 0.000 menor a 0.05.

Hipótesis específica 4

Tabla 14

*Prueba de Rho de Spearman entre la comunicación informales y compromiso organizacional*

			Comunicaciones informales	Compromiso organizacional
Rho de Spearman	Comunicaciones informales	Coefficiente de correlación	1.000	,468**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	181	181
	Compromiso organizacional	Coefficiente de correlación	,468**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	181	181

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

Se muestra en la Tabla 14 que las comunicaciones informales se relacionan significativamente con el compromiso organizacional de los colaboradores de Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C., Huaura, donde mediante el análisis estadístico Spearman se tuvo el coeficiente de 0.468 y p –valor igual a 0.000 menor a 0.05.

Hipotesis especifica 5

Tabla 15

*Prueba de Rho de Spearman entre las relaciones laborales y compromiso organizacional*

			Relaciones laborales	Compromiso organizacional
Rho de Spearman	Relaciones laborales	Coefficiente de correlación	1.000	,776**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	181	181
	Compromiso organizacional	Coefficiente de correlación	,776**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	181	181

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

Se muestra en la Tabla 15 que las relaciones laborales se relacionan significativamente con el compromiso organizacional de los colaboradores de Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C., Huaura, donde mediante el análisis estadístico Spearman se tuvo el coeficiente de 0.776 y p –valor igual a 0.000 menor a 0.05.

## CAPÍTULO V

### DISCUSIÓN

#### 5.1 Discusión de resultados

Se tuvo como propósito general conocer el vínculo entre la comunicación interna y el compromiso organizacional de los colaboradores de Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C., Huaura, donde por medio del análisis estadístico Spearman se tuvo el coeficiente de 0.700 y p –valor igual a 0.000 menor a 0.05. Indicando que a mejor comunicación mayor será el compromiso. De acuerdo con Griffin y Moorhead (2010) señalan que, el objetivo primordial es lograr una labor mezclada. Del mismo modo como el SNC del individuo responde a los alicientes y ordena las respuestas enviando encargos a distintas zonas del organismo, la comunicación ordena las posturas de las zonas de la compañía. Si no se logra, una compañía sencillamente sería un unido de trabajadores personales realizando trabajos separadamente. Las posturas organizacionales no tendrán que contar con una organización y se hallaría encaminada a objetivos particulares en lugar de organizacionales. A nivel internacional en su mayoría las empresas carecen de herramientas necesarias para mejorar la comunicación interna y por ende el compromiso de los trabajadores, motivo por el que tienen problemas en solucionar deficiencias entorno a estas variables. Salazar (2018) en función a los resultados demuestra que el compromiso se puede reflejar en ciertas percepciones intrínsecas del trabajador, ya que este se halla inmerso a problemas familiares y laborales que generan efectos y emociones; en efecto que invita a los empleadores a mejorar las condiciones de trabajo. Por otro lado, conforme al estudio elaborado por Mendieta (2014), el uso de la comunicación interna, en contextos de dificultades es importante, porque los trabajadores son los voceros de lo que sucede en el ambiente interno. Es significativo que los trabajadores, que completan un grupo sean profesionales y dispuestos a trabajar a beneficio de la empresa. Y en referencia a nivel nacional, Mori



(2018) bajo sus resultados demuestra que la mayor parte del personal muchas veces tiene poco compromiso debido a la falta de capacitación o pago de capacitaciones profesionales por lo que no sentían obligación de permanecer dentro de la organización. Por otro lado, una investigación elaborada por el diario Gestión (2014), señala que más del 60% de compañías que se sitúan en Perú no usan la comunicación como instrumento esencial en sus empresas y existe un insuficiente saber acerca del suceso lo que permite que les obstaculice tener una claridad activa de sus operaciones.

Se tuvo como primer propósito conocer el vínculo entre las comunicaciones verticales y el compromiso organizacional de los colaboradores de Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C., Huaura, donde por medio del análisis estadístico Spearman se tuvo el coeficiente de 0.409 y p –valor igual a 0.000 menor a 0.05. De acuerdo con Griffin (2011) conceptualiza que los trabajadores que se aprecian complicados con una compañía cuentan con costumbres elevadamente fiables, proyectan un periodo largo con la compañía y exponen más esfuerzos en el desempeño. Aunque existen escasos acontecimientos definitivos que las compañías logran hacer para producir u originar la responsabilidad, existen ciertos lineamientos determinados aprovechables. Para iniciar, si la compañía trata a sus empleados de modo justo y proporciona premios sensatos y protección en el trabajo, es más probable que esos colaboradores estén satisfechos y comprometidos. Consentir que los colaboradores opinen sobre el modo en que se realicen los acontecimientos asimismo puede originar las posturas. En contraste con la investigación Abanto y Arana (2015), mencionan que debe establecerse poca burocracia, en la que prime la comunicación clara con réplicas en base a los requerimientos de cada área. Los resultados con relación a las dimensiones de comunicación interna en la dimensión comunicación ascendente 15% de los trabajadores creen que sus acotaciones son algunas veces consideradas; en la comunicación descendente el 50% de los trabajadores de Recursos Humanos, expresan que en ciertas ocasiones recogen feedback acerca de su desempeño y la comunicación horizontal el 25% del personal dice que algunas veces hay un ambiente de familiaridad entre colegas. Se concluye que la comunicación interna no incurre elocuentemente, ni efectivamente en la motivación de los trabajadores de una compañía de la sección construcción del norte del país, en el año 2015.

Se tuvo como segundo objetivo conocer la relación entre conocer el vínculo entre las comunicaciones transversales y el compromiso organizacional de los colaboradores de Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C., Huaura, donde por medio del examen estadístico Spearman se tuvo el coeficiente de 0.793 y p –valor igual a 0.000 menor a 0.05. De acuerdo Chiavenato (2015) marca que en un contorno global y competidor las compañías utilizan sus herramientas con la finalidad de enfrentar problemas complicados. De aquel modo, si las posturas de los grupos son sumamente complejas, se requiere que cada uno de sus miembros distribuyan información en una compañía dispersada con el propósito de resolver de manera eficientemente los dilemas. En ciertos acontecimientos, los grupos requieren un flujo independiente de información cada una de las orientaciones. Se requiere para los miembros empleen una gran parte de su tiempo para procesar información y a contender asuntos. En contraste con la investigación Rojas C. (2019), la cual los resultados sostienen que en las dimensiones de comunicación interna en cuanto al comunicación ascendente el 57,3% consideran que solamente en ciertas ocasiones la junta directiva de la compañía manifiesta aquella propensión y el grado de confianza requerida con el fin de lograr comenzar un cambio de opiniones alrededor del conjunto de problemas producida en el trabajo. En la comunicación descendente el 49,1% revelan que la información sobre su desempeño laboral de parte de sus encargados es proporcionada solamente en algunas ocasiones, no me modo habitual y en la comunicación horizontal el 47,3% muestran que en algunas ocasiones hay un grado admisible de incorporación y coordinación entre colegas del mismo grado jerárquico, con la finalidad de proporcionar resultados prácticos a los dilemas que se muestren mediante el progreso de las actividades que solicita la realización de sus ocupaciones en la compañía. Se concluye que la comunicación interna se vincula elocuentemente y efectivamente con el clima laboral, el vínculo entre las dos variables es directo con un 0.723, entonces, en medida que la comunicación interna sea óptima, mejor será el Clima Laboral internamente en la compañía.

Se tuvo como tercer propósito conocer el vínculo entre las comunicaciones formales y el compromiso organizacional de los colaboradores de Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C., Huaura, donde por medio del análisis estadístico Spearman se tuvo el coeficiente de 0.492 y p –valor igual a 0.000 menor a 0.05. De acuerdo con Griffin y Moorhead (2010) describen que la transmisión es un proceso en el que las

representaciones que proporciona el encargo son enviadas al receptor. El canal de conducto de emisión. El canal para la conversación vis a vis son las áreas de sonido. El mismo diálogo sustentado telefónicamente abarca no únicamente ondas de sonido, sino además sugerencias eléctricas y las líneas que enlazan los dos celulares. Para mostrar a su trabajador de qué manera tienen que hacerse las labores, el jefe tiene que mostrárselo enfrente o utilizar el teléfono, un apunte, recado de correspondencia electrónica o un mensaje de voz. Las herramientas o modos de contenido expresivo inician por conductos interpersonales, como por ejemplo manifestarse o tantear, inclusive en suma cuantía como los periódicos, revistas o en el televisor. Cada uno de ciertos conductos tiene distintas aptitudes para trasladar la información. En contraste con la investigación Gómez (2018), la indagación tuvo como resultados de la variable comunicación interna reflejaron que menor apreciación son el conocimiento con el que cuentan los trabajadores con el fin de no suministrar datos, no conmueve la gestión de la compañía (66%) y el envío de datos de urgencias es labor de otra área (64%). El uso de los datos no es un acontecimiento que conmueve la gestión y la permanencia de la compañía para los trabajadores. Se concluye que algunos empleados no saben la categoría que posee la comunicación y la información como un instrumento esencial para contextos de urgencia y cómo aquella logra optimizar los grados de desempeño y producción interiormente.

Se tuvo como cuarto propósito conocer el vínculo entre las comunicaciones informales y el compromiso organizacional de los colaboradores de Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C., Huaura, donde por medio del análisis estadístico Spearman se tuvo el coeficiente de 0.468 y p –valor igual a 0.000 menor a 0.05. De acuerdo con Griffin y Moorhead (2010) que el ruido es cualquier interrupción en el proceso de comunicación que colabore o perturbe la misma. Puede que el ruido se meta en algún acontecimiento. El ruido más significativo es el ruido de camino, que se vincula con la vía. La estática en la radiodifusora y las figuras “espectro” en el televisor son ejemplos de ruido de conducto, del mismo modo que un virus en la correspondencia electrónica. Puede que el provecho sea escaso si el ruido es partícipe en los procesos de codificación y decodificación. Los apegos que colaboran con la comunicación asimismo se consideran como un ejemplo de ruido. Es posible que un trabajador no oiga las instrucciones que le proporciona el jefe por motivo a que una máquina que hace mucha bulla en el taller o que demás individuos conversan a la

misma vez. La comunicación solida se manifiesta si por lo menos dos personas distribuyen información o el comentario. Efectivamente, se requiere que la comunicación contenga la contestación del receptor de vuelta al transmisor. El último no logra conocer si el recado fue transmitido como deseaba si no hay feedback de parte del receptor, como en el momento que deponemos un recado en la correspondencia de voz. Los dos lados, son encargados de la seguridad de la comunicación. El progreso del nuevo conjunto de técnicas en años nuevos muestra dificultades nuevas para aseverarse de que la comunicación marcha como el emisor y el receptor anhelan. En contraste con la investigación Arcos (2016), la cual sus resultados en relación con el compromiso sostuvo que el componente de compromiso afectivo el 39.54% de los encuestados mencionaron estar en desacuerdo que la organización tiene un enorme valor para estos, en el mecanismo continuidad un 32.09% cuentan con un conocimiento de haber empleado en la compañía sin tener agradecimiento y en relación al componente normativo el 45.85% de los encuestados, es decir menos de la mitad, marca encontrarse en compromiso con la compañía. La investigación concluyó en el compromiso organizacional guarda un vínculo significativo que atañe al 66.5% con el exceso en el trabajo, es decir, que a más exceso en el trabajo es menos el compromiso organizacional; subsiguientemente, reducir el exceso en el trabajo tendrá consecuencias efectivas acerca del compromiso organizacional.

Se tuvo como quinto propósito Conocer el vínculo entre las relaciones laborales y el compromiso organizacional de los colaboradores de Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C., Huaura, donde por medio del análisis estadístico Spearman se tuvo el coeficiente de 0.776 y p –valor igual a 0.000 menor a 0.05. De acuerdo con Chiavenato (2015) señala que la labor en grupo casi todas las veces solicita una comunicación enérgica. La red de intercambio de información creada por el propio grupo repercute en su productividad y la satisfacción de las personas partícipes. Una distribución concentrada en un jefe, los miembros del grupo cuentan con una comunicación por medio de ello con la finalidad de resolver problemas o elegir determinaciones. En una red los miembros cuentan con una comunicación independiente. Cada uno de los miembros procesan información hasta alcanzar un convenio sobre una determinación. La distribución centralizada proporciona una réplica rápida a problemas fáciles. Los miembros transfieren la información

significativa al encargado para que aquel escoja elecciones. La distribución descentralizada es lenta con el propósito de llevar faltas fáciles porque la información pasa por distintas personas que juntan los fragmentos y resuelven la falta. No obstante, la estructura apoya para solucionar faltas dificultosas más rápida, porque en la información no se reúne a una sola persona. Las determinaciones son sumamente rápidas y excelentes. Asimismo, aparte de la centralización o descentralización de la comunicación, existe otro componente importante: la complicación del tema que enfrenta el grupo. La distribución centralizada crea un minúsculo de falta al resolver faltas fáciles y varias en caso se hable de faltas dificultosas. La distribución descentralizada no cuenta con numerosa precisión si reside en faltas fáciles y más puntuales ante faltas dificultosas. En contraste con la investigación Rojas (2019), la cual sus resultados señalan que el compromiso organizacional se basa en la evaluación de las dimensiones compromiso afectivo, normativo y de continuidad, en donde el 30.3% de los colaboradores aseveran que no se encuentran ni conforme ni en disconformidad con el compromiso afectivo del colaborador hacia la compañía, 3.3% de los colaboradores se encuentran templadamente en disconformidad con el compromiso de continuidad y un 9.1% de los trabajadores aseveran que no se encuentran ni conformes ni en disconformidad con el compromiso normativo. La conclusión es que existe seguridad para aseverar estadísticamente que, existe un vínculo directo y revelador entre las dos variables investigadas.

## **CAPÍTULO VI**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **6.1 Conclusiones**

Las comunicaciones verticales se relacionan significativamente con el compromiso organizacional de los colaboradores de Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C., Huaura, donde mediante el análisis estadístico Spearman se tuvo el coeficiente de 0.409 y p –valor igual a 0.000 menor a 0.05. Esto implica que si la organización promueve un sistema de comunicación integral que vincule el envío de la información efectiva en todos los niveles con respecto al curso de los objetivos y del desarrollo de las actividades desarrolladas por sus superiores se generara un mejor clima laboral.

Las comunicaciones transversales se relacionan significativamente con el compromiso organizacional de los colaboradores de Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C., Huaura, donde mediante el análisis estadístico Spearman se tuvo el coeficiente de 0.793 y p –valor igual a 0.000 menor a 0.05. Esto implica que si la organización pone en práctica una comunicación integrada y coordinada entre sus colegas del mismo nivel para solucionar problemas que se puedan presentar en las jornadas laborales será mayor la empatía orientada a mejorar las relaciones entre el equipo de trabajo.

Las comunicaciones formales se relacionan significativamente con el compromiso organizacional de los colaboradores de Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C., Huaura, donde mediante el análisis estadístico Spearman se tuvo el coeficiente de 0.492 y p –valor igual a 0.000 menor a 0.05. Esto implica que si la organización implementa canales formales que se adapten y se adecuen de manera eficiente y correcta el envío de la información interna será mayor la participación del trabajo en equipo fomentando una imagen positiva de la empresa.

Las comunicaciones informales se relacionan significativamente con el compromiso organizacional de los colaboradores de Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C., Huaura, donde mediante el análisis estadístico Spearman se tuvo el coeficiente de 0.468 y p –valor igual a 0.000 menor a 0.05. Es implica que si la organización que se genere ambientes amigables favoreciendo la confianza autonomía y toma de decisiones para evitar que las comunicaciones informales dentro de la empresa ocasionen incertidumbre y no ayuden al que desempeño de las funciones será mayor el fortalecimiento del compromiso del personal.

Las relaciones laborales se relacionan significativamente con el compromiso organizacional de los colaboradores de Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C., Huaura, donde mediante el análisis estadístico Spearman se tuvo el coeficiente de 0.776 y p –valor igual a 0.000 menor a 0.05. Esto implica que si la organización desarrolla actividades dinámicas e innovadoras para fomentar actitudes positivas e integración institucional será mayor la motivación y el involucramiento del personal.

La comunicación interna se relaciona significativamente con el compromiso organizacional de los colaboradores de Embotelladora San Miguel del Sur S.A.C., Huaura, donde mediante el análisis estadístico Spearman se tuvo el coeficiente de 0.700 y p –valor igual a 0.000 menor a 0.05.

## **6.2 Recomendaciones**

Establecer un sistema de comunicación integral que vincule el envío de la información efectiva en todos los niveles con respecto al curso de los objetivos y al desarrollo de las actividades desarrolladas por sus superiores para que de esta manera se promueva un mejor clima laboral.

Fortalecer la práctica de una comunicación integrada y coordinada entre sus colegas del mismo nivel para solucionar problemas que se puedan presentar en las jornadas laborales con la finalidad de mejorar las relaciones entre el equipo de trabajo.

Implementar canales formales que se adapten y se adecuen de manera eficiente y correcta al envío de la información interna donde queden plasmados los objetivos y metas organizacionales de modo que se genere mayor participación del trabajo en equipo y una imagen positiva de la empresa.

Desarrollar actividades dinámicas e innovadoras para fomentar actitudes positivas e integración institucional con la finalidad de aumentar la motivación y el involucramiento del personal.

Fomentar ambientes amigables favoreciendo la confianza, autonomía y toma de decisiones y así evitar que las comunicaciones informales dentro de la empresa ocasionen incertidumbre y no ayuden al que desempeño de las funciones y se fortalezca su compromiso.



## REFERENCIAS

### 7.1 Fuentes bibliográficas

- Alles, M. (2012). *Dirección Estratégica de Recursos Humanos*. Buenos Aires, Argentina: Granica.
- Bernal, C. y Sierra, H. (2013). *Proceso administrativo para las organizaciones del siglo XXI* (2 ed.). Colombia: Pearson.
- Chiavenato, I. (2011). *Administración de recursos humanos* (9 ed.). México: Mc Graw Hill.
- Chiavenato, I. (2015). *Comportamiento Organizacional* (3 ed.). México: Mc Graw Hill.
- Daft, R. y Marcic, D. (2010). *Introducción a la administración* (6 ed.). México: Cengage Learning.
- Díaz, F., Escalona, M., Castro, D., León, A. y Ramírez, M. (2013). *Metodología de la investigación*. México D.F., México: Trillas.
- Fernández, D. y Fernández, E. (2015). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. España: Paraninfo.
- Griffin, R. (2011). *Administración* (10 ed.). México: Cengage Learning.
- Griffin, R. y Moorhead, G. (2010). *Comportamiento organizacional. Gestión de personas y organizaciones* (9 ed.). México: Cengage Learning.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6 ed.). México D.F., México: Mc Graw Hill.
- INEGI. (2005). *Metodología de la investigación*. México: INEGI.
- Koontz, H., Weihrich, H. y Cannice, M. (2012). *Administración. Un perspectiva global y empresarial* (14 ed.). México D.F., México: Mc Graw Hill.
- Mochón, F., Mochón, M. y Sáez, M. (2014). *Administración Enfoque por Competencias con Casos Latinoamericanos*. México: Alfaomega.
- Muñoz, C. (2011). *Como elaborar y asesorar una investigación de tesis* (2 ed.). México: Pearson.

Robbins, S. y Judge, T. (2017). *Comportamiento organizacional* (17 ed.). México: Pearson.

Sánchez, P. (2015). *Comunicación y atención al cliente*. España: Editex.

Uribe, J. (2015). *Clima y ambiente organizacional. Trabajo, salud y factores psicosociales*. México: Manual moderno.

## 7.2 Fuentes electrónicas

Abanto, J. y Arana, L. (2015). *La comunicación interna y su incidencia en la motivación de los colaboradores de una empresa del sector construcción del norte del país*. Tesis de maestría, Universidad Privada del Norte, Cajamarca. Recuperado el 23 de setiembre de 2021, de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/10945/Abanto%20Salda%c3%b1a%20Juan%20Carlos%20-%20Arana%20Cabrera%20Lizbeth.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Arcos, M. (2016). *La sobrecarga de trabajo y su efecto sobre el compromiso organizacional en la gerencia de negocios de una empresa de telecomunicaciones*. Tesis de maestría, Universidad Andina Simón Bolívar, Quito. Recuperado el 2 de junio de 2021, de <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6057/1/T2551-MDTH-Arcos-La%20sobrecarga.pdf>

Barrera, E. (2021). *Comunicación interna y su relación con el clima organizacional en una compañía de alimentos en Cartagena de Indias*. Tesis de maestría, Universidad Tecnológica de Bolívar, Cartagena de Indias. Recuperado el 8 de julio de 2021, de [https://na04.alma.exlibrisgroup.com/view/delivery/57UTB\\_INST/1217066910005731](https://na04.alma.exlibrisgroup.com/view/delivery/57UTB_INST/1217066910005731)

Cárdenas, M. (2016). El compromiso organizacional como parte del comportamiento de los trabajadores de las pequeñas empresas. *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 5(9), 95-105. Obtenido de [theibfr2.com/RePEc/ibf/riafin/riaf-v9n5-2016/RIAF-V9N5-2016.pdf#page=97](http://theibfr2.com/RePEc/ibf/riafin/riaf-v9n5-2016/RIAF-V9N5-2016.pdf#page=97)

- Gestión. (02 de abril de 2014). Mypes podrían reducir sus costos si usaran más tecnologías. Recuperado el 23 de setiembre de 2021, de <https://gestion.pe/economia/mercados/mypes-reducir-costos-usaran-tecnologias-informacion-comunicacion-56408-noticia/>
- Gómez, Y. (2018). *Diseño de una estrategia de comunicación interna para fortalecer la cultura corporativa en la defensa civil colombiana seccional Bogotá*. Tesis de maestría, Universidad de la Sabana, Bogotá. Recuperado el 23 de setiembre de 2021, de <https://intellectum.unisabana.edu.co/bitstream/handle/10818/38639/TESIS%20CAROLINA%20GOMEZ%20OCT2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Mendieta, M. (2014). *Plan de comunicación interna para Monterrey Azucarera Lojana C.A.MALCA, Catamaya 2014*. Tesis , Universidad Técnica Particular de Loja. Recuperado el 18 de diciembre de 2020, de [http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/11029/1/Mendieta\\_Benavides\\_Mar%C3%ADa\\_Fernanda.pdf](http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/11029/1/Mendieta_Benavides_Mar%C3%ADa_Fernanda.pdf)
- Mori, A. (2018). *Compromiso organizacional en los colaboradores de una empresa retail - ciudad de Chiclayo 2016*. Tesis de licenciatura, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo. Recuperado el 22 de setiembre de 2021, de [http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1775/1/TL\\_MoriZu%C3%B1igaAnderson.pdf](http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1775/1/TL_MoriZu%C3%B1igaAnderson.pdf)
- Rojas, C. (2019). *La comunicación interna y su relación con el clima laboral del Área de Operaciones en la empresa TRAMARSA al año 2019*. Lima, Universidad Privada del Norte, 2019. Recuperado el 22 de setiembre de 2021, de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/23163/Rojas%20Flores%2c%20Claudio%20Alberto%20-%20Tesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rojas, J. (2019). *Liderazgo y compromiso organizacional de los trabajadores administrativos del área de gestión en el Electrosur S.A. - Tacna, 2017*. Tesis de licenciatura, Universidad José Carlos Mariátegui, Moquegua. Recuperado el 2 de junio de 2021, de

[http://repositorio.ujcm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12819/758/Jamilet\\_tesis\\_titulo\\_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ujcm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12819/758/Jamilet_tesis_titulo_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Romero, Y. (2017). *Cultura Organizacional y Compromiso Organizacional en operarios de una empresa avícola en Huarney, 2017*. Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo, Lima. Recuperado el 2 de junio de 2021, de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/3369/Romero\\_RYY.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/3369/Romero_RYY.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Salazar, P. (2018). *Relación entre satisfacción laboral y compromiso organizacional: un estudio en una entidad pública ecuatoriana*. Tesis de maestría, Universidad Andina Simón Bolívar, Quito. Recuperado el 22 de setiembre de 2021, de <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6348/1/T2694-MDTH-Salazar-Satisfacci%C3%B3n.pdf>

Tello, R. (2018). *Relación del Compromiso Organizacional con la Satisfacción Laboral en el sector calzado de la Provincia de Tungurahua*. Tesis de maestría, Universidad Técnica de Ambato, Ambato. Recuperado el 2 de junio de 2021, de <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/28319/1/43%20GTH.pdf>

## ANEXOS

### ANEXO N°01 - CUESTIONARIO

**I. Por favor marque con una equis (X) en el espacio correspondiente:**

a. Género

Masculino	
Femenino	

**II. Instrucciones**

En el siguiente cuadro de preguntas marcar con una equis “X” según corresponda, teniendo en cuenta el cuadro de calificación siguiente:

CUADRO DE CALIFICACIÓN	
Totalmente de acuerdo	5
De acuerdo	4
Más o menos de acuerdo	3
En desacuerdo	2
Totalmente en desacuerdo	1

ITEM	1	2	3	4	5
<b>COMUNICACIÓN INTERNA</b>					
DIMENSIÓN 01					
1. ¿Sus superiores emplean la comunicación vertical descendente para dar información a los niveles inferiores con respecto al curso de los objetivos?					
2. ¿Los trabajadores emplean la comunicación ascendente para informar de las actividades encargadas por los superiores?					
DIMENSIÓN 02					
3. ¿Considera que existe integración y coordinación entre sus colegas del mismo nivel para solucionar problemas?					
4. ¿Sus superiores emplean la comunicación diagonal para reuniones productivas entre las diferentes áreas?					

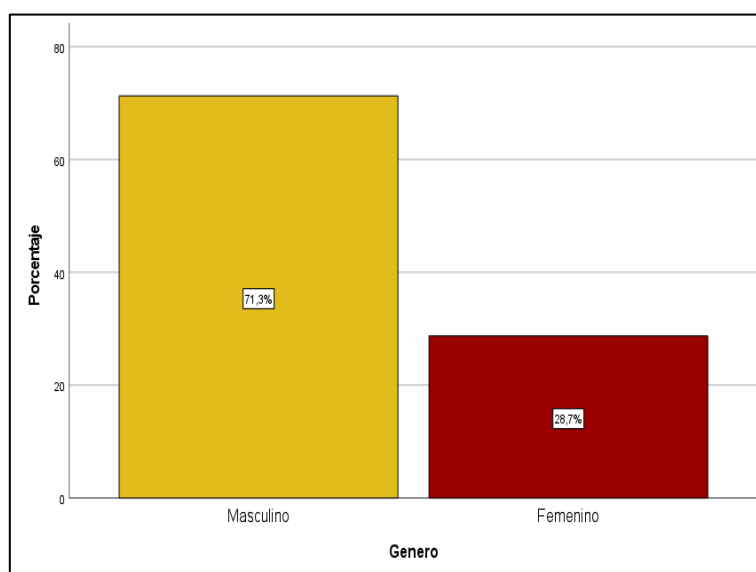
DIMENSIÓN 03				
5. ¿Sus superiores con el fin de brindar información interna utilizan canales formales conocidos?				
6. ¿Los canales de comunicación que se viene realizando en la empresa es aceptada por todos?				
DIMENSIÓN 04				
7. ¿Considera que las comunicaciones informales dentro de la empresa ocasionan incertidumbre y no ayuda a que desempeñen las funciones del trabajo?				
8. ¿Considera que las comunicaciones informales generan ansiedad?				
9. ¿Siente deseo por tener información de primera mano?				
10. ¿Considera que la comunicación informal generada en la empresa es creíble?				
DIMENSIÓN 05				
11. ¿La empresa cuenta con un plan de acogida que fomente actitudes positivas en beneficio de la misma?				
12. ¿En la empresa se emplea buzón de ideas y sugerencias para tener conocimiento la opinión de sus trabajadores?				
13. ¿La empresa realiza encuestas y sondeos para obtener información sobre las relaciones laborales que generan en la misma?				
<b>COMPROMISO ORGANIZACIONAL</b>				
DIMENSIÓN 01				
14. ¿Cree usted que siente un compromiso emocional con la empresa?				
15. ¿Siente que tanto los objetivos como metas de la empresa están alineadas a las suyas?				
16. ¿Se siente identificado con los valores de la empresa?				
DIMENSIÓN 02				
17. ¿Siente un compromiso moral con la empresa?				
18. ¿Siente que su permanencia en la empresa es debido a presiones normativas?				
DIMENSIÓN 03				
19. ¿Siente que su permanencia en la empresa es debido a la pensión que recibirá?				
20. ¿Estaría dispuesto a renunciar pese a la antigüedad que lleva en la empresa?				
21. ¿Siente que su permanencia en la empresa es debido a los beneficios que le otorga??				

Fuente: *Elaboración propia en base a Sánchez (2015) y Uribe (2015).*

## ANEXO N°02 – DATOS GENERALES

*Tabla  
Género*

		f	%
Válido	Masculino	129	71.3
	Femenino	52	28.7
	Total	181	100.0



*Figura. Datos generales.*

Se muestra en la Tabla que el 71.3% pertenece al género masculino y el 28.7% mencionó pertenecer al género femenino.

## ANEXO N° 03 – VALIDACIÓN Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

### VALIDEZ DE LA COMUNICACIÓN INTERNA

<i>Prueba de KMO y Bartlett</i>		
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		0.741
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	235.154
	gl	78
	Sig.	0.000

<i>Comunalidades</i>		
	Inicial	Extracción
p1	1.000	0.702
p2	1.000	0.758
p3	1.000	0.623
p4	1.000	0.694
p5	1.000	0.774
p6	1.000	0.852
p7	1.000	0.786
p8	1.000	0.737
p9	1.000	0.720
p10	1.000	0.762
p11	1.000	0.722
p12	1.000	0.819
p13	1.000	0.821
Método de extracción: análisis de componentes principales.		

### VALIDEZ DEL COMPROMISO ORGANIZACIONAL

<i>Prueba de KMO y Bartlett</i>		
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		0.723
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	137.227
	gl	28
	Sig.	0.000



<i>Comunalidades</i>		
	Inicial	Extracción
p14	1.000	0.691
p15	1.000	0.707
p16	1.000	0.539
p17	1.000	0.840
p18	1.000	0.744
p19	1.000	0.838
p20	1.000	0.620
p21	1.000	0.570
Método de extracción: análisis de componentes principales.		

#### CONFIABILIDAD DE LA COMUNICACIÓN INTERNA

<i>Estadísticas de fiabilidad</i>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,887	13

#### CONFIABILIDAD DEL COMPROMISO ORGANIZACIONAL

<i>Estadísticas de fiabilidad</i>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,878	8

## ANEXO N° 05 – DATA DE LA VALIDACIÓN Y CONFIABILIDAD

p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18	p19	p20	p21
1	2	3	2	5	5	5	1	1	3	4	1	4	1	2	3	2	5	5	5	1
1	3	4	1	3	1	1	1	2	1	2	2	4	1	3	4	1	3	1	1	1
3	4	1	4	3	3	2	4	4	4	5	2	2	3	4	1	4	3	3	2	4
2	3	5	1	3	5	5	2	4	2	3	1	2	2	3	5	1	3	5	5	2
1	4	2	1	5	2	5	5	3	4	1	1	2	1	4	2	1	5	2	5	5
3	2	1	1	2	2	3	1	5	1	3	4	2	3	2	1	1	2	2	3	1
5	2	1	5	1	1	3	4	2	3	1	2	5	5	2	1	5	1	1	3	4
5	2	3	2	2	5	4	5	3	4	4	2	2	5	2	3	2	2	5	4	5
3	1	1	1	4	5	5	4	3	5	2	1	5	3	1	1	1	4	5	5	4
4	4	4	3	3	1	2	1	3	4	3	2	2	4	4	4	3	3	1	2	1
5	5	2	3	5	5	5	4	1	3	5	5	5	5	5	2	3	5	5	5	4
4	2	1	4	4	2	1	3	2	4	2	1	2	4	2	1	4	4	2	1	3
3	1	1	1	5	5	4	1	4	4	2	1	5	3	1	1	1	5	5	4	1
1	1	5	3	1	2	1	4	1	1	5	1	5	1	1	5	3	1	2	1	4
5	5	5	3	4	4	4	1	5	2	1	5	5	5	5	5	3	4	4	4	1
4	4	1	3	1	1	4	4	4	4	4	4	1	4	4	1	3	1	1	4	4
4	4	4	4	4	4	1	4	1	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	1	4
1	3	1	3	2	2	5	1	4	1	1	4	1	1	3	1	3	2	2	5	1
1	1	1	1	2	1	4	3	1	1	3	1	1	1	1	1	1	2	1	4	3
2	4	2	4	2	2	5	5	2	4	5	2	2	2	4	2	4	2	2	5	5
1	4	1	4	2	3	5	2	1	4	2	1	1	1	4	1	4	2	3	5	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	3	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	1	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	1	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5

## ANEXO N° 06 – BASE DE DATOS

Gen ero	COMUNIC ACIÓN INTERNA	Comunica ciones verticales	p 1	p 2	Comunica ciones transversal es	p 3	p 4	Comunica ciones formales	p 5	p 6	Comunica ciones informales	p 7	p 8	p 9	p 10	Relaci ones laboral es	p 11	p 12	p 13
1	25	3	2	1	6	3	3	4	3	1	7	2	1	2	2	5	1	2	2
2	29	3	2	1	6	3	3	6	5	1	8	2	1	2	3	6	1	2	3
2	41	8	4	4	8	5	3	8	4	4	9	1	1	3	4	8	1	3	4
2	41	6	1	5	6	3	3	6	1	5	12	1	5	4	2	11	5	4	2
2	37	2	1	1	6	4	2	6	3	3	12	1	5	4	2	11	5	4	2
2	27	7	4	3	3	2	1	2	1	1	9	3	2	3	1	6	2	3	1
1	55	10	5	5	9	4	5	7	5	2	17	5	2	5	5	12	2	5	5
1	39	4	2	2	7	5	2	7	3	4	12	3	3	3	3	9	3	3	3
1	24	2	1	1	4	2	2	4	2	2	8	2	2	2	2	6	2	2	2
1	42	5	2	3	10	5	5	8	4	4	11	3	5	2	1	8	5	2	1
1	31	4	3	1	4	3	1	6	3	3	11	5	1	1	4	6	1	1	4
1	35	8	4	4	6	4	2	6	3	3	10	5	2	2	1	5	2	2	1
1	29	6	3	3	3	2	1	2	1	1	10	2	1	5	2	8	1	5	2
1	42	7	3	4	7	3	4	5	4	1	14	5	2	2	5	9	2	2	5
1	46	10	5	5	8	5	3	8	4	4	12	4	1	5	2	8	1	5	2
1	42	8	4	4	4	1	3	2	1	1	16	4	4	4	4	12	4	4	4
1	37	8	4	4	8	4	4	8	4	4	7	1	4	1	1	6	4	1	1
1	29	4	1	3	4	1	3	4	2	2	11	5	1	4	1	6	1	4	1
1	21	2	1	1	2	1	1	3	2	1	9	4	3	1	1	5	3	1	1
1	43	6	2	4	6	2	4	4	2	2	16	5	5	2	4	11	5	2	4
1	34	5	1	4	5	1	4	5	2	3	12	5	2	1	4	7	2	1	4
1	27	2	1	1	2	1	1	4	2	2	12	5	5	1	1	7	5	1	1
1	43	7	2	5	7	2	5	7	4	3	12	2	3	2	5	10	3	2	5
1	39	6	2	4	6	2	4	6	3	3	11	1	4	2	4	10	4	2	4
1	57	10	5	5	10	5	5	8	4	4	15	1	4	5	5	14	4	5	5
1	51	8	5	3	8	5	3	8	5	3	14	1	5	5	3	13	5	5	3
1	32	4	1	3	4	1	3	4	1	3	11	2	5	1	3	9	5	1	3
1	35	5	3	2	5	3	2	5	2	3	11	2	4	3	2	9	4	3	2
1	36	6	4	2	6	4	2	5	4	1	11	3	2	4	2	8	2	4	2
1	32	5	4	1	5	4	1	5	3	2	9	1	3	4	1	8	3	4	1
1	31	4	3	1	4	3	1	4	3	1	12	5	3	3	1	7	3	3	1
1	28	6	3	3	4	2	2	4	2	2	8	2	2	2	2	6	2	2	2
1	40	7	5	2	7	5	2	7	5	2	11	3	1	5	2	8	1	5	2
2	35	4	1	3	4	1	3	4	2	2	14	5	5	1	3	9	5	1	3
1	35	6	3	3	6	3	3	8	4	4	8	1	1	3	3	7	1	3	3
2	43	6	4	2	6	4	2	7	3	4	14	4	4	4	2	10	4	4	2
2	13	2	1	1	2	1	1	2	1	1	4	1	1	1	1	3	1	1	1
2	28	6	3	3	4	2	2	4	2	2	8	2	2	2	2	6	2	2	2
1	16	2	1	1	2	1	1	2	1	1	7	4	1	1	1	3	1	1	1
1	15	2	1	1	2	1	1	2	1	1	5	1	2	1	1	4	2	1	1
1	42	7	3	4	7	3	4	7	3	4	12	3	2	3	4	9	2	3	4
1	41	7	2	5	7	2	5	7	2	5	11	2	2	2	5	9	2	2	5
1	31	4	3	1	4	3	1	4	3	1	11	3	4	3	1	8	4	3	1
1	48	7	2	5	7	2	5	7	2	5	16	5	4	2	5	11	4	2	5
2	28	6	3	3	4	2	2	4	2	2	8	2	2	2	2	6	2	2	2
2	44	7	3	4	7	3	4	7	3	4	13	3	3	3	4	10	3	3	4
2	47	8	5	3	8	5	3	8	5	3	13	3	2	5	3	10	2	5	3
2	28	6	3	3	4	2	2	4	2	2	8	2	2	2	2	6	2	2	2
2	30	5	1	4	5	1	4	5	1	4	9	3	1	1	4	6	1	1	4
2	36	6	3	3	6	3	3	6	3	3	10	2	2	3	3	8	2	3	3
2	27	4	3	1	4	3	1	4	3	1	10	5	1	3	1	5	1	3	1
2	53	8	4	4	8	4	4	8	4	4	17	5	4	4	4	12	4	4	4
2	19	2	1	1	2	1	1	2	1	1	8	3	3	1	1	5	3	1	1





2	29	8	5	3	4	2	2	4	2	2	8	1	2	4	1	5	2	2	1
2	44	8	5	3	8	4	4	4	2	2	15	1	5	5	4	9	4	1	4

<b>COMPROMISO ORGANIZACIONAL</b>	Compromiso afectivo	p14	p15	p16	Compromiso normativo	p17	p18	Compromiso de continuidad	p19	p20	p21
19	10	2	2	1	4	2	2	5	1	2	2
27	14	2	2	1	6	3	3	7	1	3	3
36	16	1	4	4	8	4	4	12	5	2	5
32	18	1	1	5	4	1	3	10	1	5	4
31	16	5	3	3	4	2	2	11	5	4	2
33	17	3	1	1	5	4	1	11	5	4	2
39	24	5	5	2	4	1	3	11	2	4	5
27	15	5	3	4	3	2	1	9	2	4	3
23	18	1	1	1	2	1	1	3	1	1	1
30	20	5	5	5	2	1	1	8	4	3	1
31	15	1	3	1	4	1	3	12	3	4	5
34	17	4	4	2	9	5	4	8	2	1	5
33	17	4	2	1	4	1	3	12	5	5	2
34	21	3	3	4	6	2	4	7	1	4	2
35	20	3	5	3	3	1	2	12	3	4	5
34	20	5	1	3	3	2	1	11	1	5	5
33	20	3	4	4	5	1	4	8	2	1	5
31	14	5	1	3	7	5	2	10	3	2	5
29	16	3	1	1	8	5	3	5	3	1	1
33	18	5	2	4	4	1	3	11	5	2	4
24	14	2	1	4	3	1	2	7	2	1	4
31	17	5	1	1	7	5	2	7	5	1	1
33	20	3	2	5	3	2	1	10	3	2	5
42	24	4	2	4	8	5	3	10	4	2	4
44	27	4	5	5	3	1	2	14	4	5	5
40	22	5	5	3	5	4	1	13	5	5	3
35	18	5	1	3	8	5	3	9	5	1	3
32	17	4	3	2	6	3	3	9	4	3	2
32	16	2	4	2	8	3	5	8	2	4	2
28	15	3	4	1	5	2	3	8	3	4	1
21	10	3	3	1	4	1	3	7	3	3	1
16	11	1	1	1	2	1	1	3	1	1	1
33	17	1	5	2	8	4	4	8	1	5	2
31	16	5	1	3	6	4	2	9	5	1	3
32	17	1	3	3	8	5	3	7	1	3	3
26	13	4	4	2	3	1	2	10	4	4	2
11	6	1	1	1	2	1	1	3	1	1	1
11	6	1	1	1	2	1	1	3	1	1	1
16	7	1	1	1	6	4	2	3	1	1	1
23	13	2	1	1	6	4	2	4	2	1	1
32	18	2	3	4	5	4	1	9	2	3	4
32	17	2	2	5	6	2	4	9	2	2	5
33	19	4	3	1	6	5	1	8	4	3	1
31	14	4	2	5	6	5	1	11	4	2	5
18	13	1	1	1	2	1	1	3	1	1	1
39	20	3	3	4	9	4	5	10	3	3	4
29	13	2	5	3	6	1	5	10	2	5	3
14	9	1	1	1	2	1	1	3	1	1	1
26	14	1	1	4	6	5	1	6	1	1	4
29	13	2	3	3	8	4	4	8	2	3	3
31	17	1	3	1	9	4	5	5	1	3	1
34	17	4	4	4	5	3	2	12	4	4	4
29	15	3	1	1	9	5	4	5	3	1	1
36	22	1	4	5	4	2	2	10	1	4	5
37	22	3	5	4	3	1	2	12	3	5	4
33	21	4	5	1	2	1	1	10	4	5	1

38	22	3	4	4	5	3	2	11	3	4	4
34	14	4	4	3	9	4	5	11	4	4	3
13	8	1	1	1	2	1	1	3	1	1	1
28	14	1	1	3	9	4	5	5	1	1	3
32	15	4	2	3	8	4	4	9	4	2	3
25	16	3	1	2	3	2	1	6	3	1	2
34	18	4	3	3	6	2	4	10	4	3	3
22	11	3	1	4	3	2	1	8	3	1	4
14	9	1	1	1	2	1	1	3	1	1	1
26	13	2	1	3	7	5	2	6	2	1	3
30	17	2	4	1	6	4	2	7	2	4	1
27	13	2	5	3	4	2	2	10	2	5	3
20	15	1	1	1	2	1	1	3	1	1	1
41	22	5	3	4	7	2	5	12	5	3	4
38	19	3	4	3	9	4	5	10	3	4	3
32	20	2	2	5	3	2	1	9	2	2	5
37	20	2	5	4	6	3	3	11	2	5	4
36	17	2	5	2	10	5	5	9	2	5	2
32	14	1	3	4	10	5	5	8	1	3	4
29	17	3	1	2	6	3	3	6	3	1	2
34	20	1	5	5	3	1	2	11	1	5	5
28	15	1	3	5	4	3	1	9	1	3	5
27	13	1	3	2	8	4	4	6	1	3	2
22	10	1	1	5	5	2	3	7	1	1	5
16	11	1	1	1	2	1	1	3	1	1	1
29	18	4	2	2	3	1	2	8	4	2	2
36	21	4	2	4	5	1	4	10	4	2	4
38	19	2	5	4	8	5	3	11	2	5	4
34	18	2	1	5	8	3	5	8	2	1	5
35	20	4	2	4	5	4	1	10	4	2	4
35	19	3	2	5	6	2	4	10	3	2	5
38	22	1	3	5	7	3	4	9	1	3	5
45	22	3	5	5	10	5	5	13	3	5	5
29	17	5	1	3	3	2	1	9	5	1	3
28	17	4	1	3	3	1	2	8	4	1	3
31	12	4	4	1	10	5	5	9	4	4	1
15	10	1	1	1	2	1	1	3	1	1	1
33	17	1	1	5	9	4	5	7	1	1	5
41	23	2	3	5	8	5	3	10	2	3	5
35	18	5	5	3	4	1	3	13	5	5	3
24	13	3	1	1	6	4	2	5	3	1	1
24	11	5	1	2	5	1	4	8	5	1	2
15	10	1	1	1	2	1	1	3	1	1	1
31	18	1	2	4	6	4	2	7	1	2	4
36	21	3	4	4	4	2	2	11	3	4	4
36	20	2	5	3	6	5	1	10	2	5	3
39	21	5	4	1	8	5	3	10	5	4	1
40	23	1	5	5	6	1	5	11	1	5	5
35	20	4	4	4	3	2	1	12	4	4	4
33	19	2	2	4	6	3	3	8	2	2	4
33	17	5	4	2	5	3	2	11	5	4	2
26	16	2	2	2	4	1	3	6	2	2	2
34	16	2	3	5	8	4	4	10	2	3	5
27	18	4	1	1	3	2	1	6	4	1	1
39	20	4	5	3	7	5	2	12	4	5	3
30	16	2	1	5	6	3	3	8	2	1	5
34	18	2	1	5	8	3	5	8	2	1	5
31	16	4	1	5	5	3	2	10	4	1	5
22	10	2	3	1	6	3	3	6	2	3	1
21	12	1	2	1	5	4	1	4	1	2	1
36	18	2	5	1	10	5	5	8	2	5	1
31	18	3	4	3	3	1	2	10	3	4	3
30	17	2	5	1	5	1	4	8	2	5	1

30	13	1	5	3	8	4	4	9	1	5	3
20	11	2	1	1	5	4	1	4	2	1	1
30	14	1	2	4	9	5	4	7	1	2	4
29	16	3	2	2	6	2	4	7	3	2	2
32	14	3	2	4	9	4	5	9	3	2	4
24	15	2	1	2	4	3	1	5	2	1	2
32	13	4	1	5	9	5	4	10	4	1	5
16	11	1	1	1	2	1	1	3	1	1	1
27	14	3	3	2	5	1	4	8	3	3	2
31	20	2	2	2	5	1	4	6	2	2	2
39	21	4	5	5	4	3	1	14	4	5	5
24	13	2	2	3	4	3	1	7	2	2	3
28	18	4	1	1	4	2	2	6	4	1	1
35	21	5	5	2	2	1	1	12	5	5	2
33	19	1	4	4	5	4	1	9	1	4	4
34	18	3	4	3	6	1	5	10	3	4	3
33	18	3	4	1	7	5	2	8	3	4	1
31	17	4	1	5	4	2	2	10	4	1	5
29	16	3	3	1	6	4	2	7	3	3	1
34	20	3	1	5	5	1	4	9	3	1	5
37	23	3	3	5	3	1	2	11	3	3	5
38	20	3	4	5	6	1	5	12	3	4	5
30	16	3	2	3	6	1	5	8	3	2	3
27	15	1	5	2	4	2	2	8	1	5	2
27	17	4	2	1	3	2	1	7	4	2	1
36	21	3	5	2	5	1	4	10	3	5	2
33	16	2	5	4	6	3	3	11	2	5	4
30	18	2	1	2	7	2	5	5	2	1	2
43	23	4	4	5	7	4	3	13	4	4	5
35	17	1	4	5	8	5	3	10	1	4	5
28	17	4	1	2	4	3	1	7	4	1	2
33	17	5	2	3	6	2	4	10	5	2	3
33	17	1	4	2	9	5	4	7	1	4	2
35	18	5	2	3	7	2	5	10	5	2	3
37	20	3	1	4	9	4	5	8	3	1	4
42	20	5	2	5	10	5	5	12	5	2	5
33	19	1	5	2	6	1	5	8	1	5	2
36	17	4	4	3	8	4	4	11	4	4	3
31	16	3	1	2	9	5	4	6	3	1	2
34	19	3	4	3	5	4	1	10	3	4	3
36	19	4	3	2	8	5	3	9	4	3	2
34	19	2	3	5	5	4	1	10	2	3	5
34	20	1	5	3	5	2	3	9	1	5	3
39	19	4	2	5	9	5	4	11	4	2	5
31	16	1	4	3	7	2	5	8	1	4	3
37	23	2	5	1	6	5	1	8	2	5	1
52	28	5	5	5	9	4	5	15	5	5	5
39	20	3	5	5	6	4	2	13	3	5	5
22	10	2	3	2	5	3	2	7	2	3	2
21	16	1	1	1	2	1	1	3	1	1	1
36	19	3	5	5	4	1	3	13	3	5	5
26	16	1	1	4	4	3	1	6	1	1	4
36	23	4	2	4	3	2	1	10	4	2	4
46	26	5	3	5	7	3	4	13	5	3	5
39	20	4	4	5	6	1	5	13	4	4	5
29	17	4	2	1	5	4	1	7	4	2	1
29	16	4	1	5	3	1	2	10	4	1	5
23	11	1	3	2	6	3	3	6	1	3	2
22	12	2	2	1	5	4	1	5	2	2	1
29	12	3	3	1	10	5	5	7	3	3	1
23	14	2	2	1	4	2	2	5	2	2	1
22	9	4	1	4	4	2	2	9	4	1	4



---

**DRA. MEDALIT NIEVES SALCEDO RODRIGUEZ**  
**ASESOR**

---

**DR. MANUEL ALBERTO PATRONI BAZALAR**  
**PRESIDENTE**

---

**DR. JESUS JACOBO CORONADO ESPINOZA**  
**SECRETARIO**

---

**M(o). DANIEL ALBERTO OSWALDO VALENZUELA NARVÁEZ**  
**VOCAL**