

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela Profesional de Administración



Una Institución Adventista

**Comunicación interna y su influencia en el compromiso
organizacional en una empresa de consumo masivo en el Nor
Oriente Peruano**

Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración con
Mención en Gestión Empresarial

Autor:

Eduardo Ivan Saldaña Díaz

Asesor:

Mtro. David Troya Palomino

Tarapoto, octubre de 2022

DECLARACIÓN JURADA DE AUTORÍA DE TESIS

Yo, Mtro. David Troya Palomino, de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que la presente investigación titulada: **“Comunicación interna y su influencia en el compromiso organizacional en una empresa de consumo masivo en el Nor Oriente Peruano”** constituye la memoria que presenta el Bachiller: Eduardo Ivan Saldaña Díaz, para obtener el título de Profesional de Licenciado en Administración con Mención en Gestión Empresarial, cuya tesis ha sido realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

Las opiniones y declaraciones en este informe son de entera responsabilidad del autor, sin comprometer a la institución.

Y estando de acuerdo, firmo la presente declaración en la ciudad de Tarapoto, a los 31 días del mes de octubre del año 2022.



David Troya Palomino

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En san Martín, Tarapoto, Morales, a los 20 día(s) del mes de octubre del año 2022 siendo las 10:00 horas se reunieron los miembros del jurado en la Universidad Peruana Unión campus Tarapoto, bajo la dirección del (de la) Presidente(a): Dr. Mario Manuel Siles Nates, el (la) secretario(a): Mtro. Elvis Ricardo Flores Calderón y los demás miembros, Mtra. Kelita Guillen Lopez, Mtro. Jose Joel Cruz Tarrillo, y el asesor(a): Mtro. David Troya Palomino, con el propósito de administrar el acto académico de sustentación de la tesis titulado:

"Comunicación interna y su influencia en el compromiso organizacional en una empresa de consumo masivo en el Nor Oriente Peruano"

de los (las) bachiller (es): a) Eduardo Ivan Saldaña Díaz b)

c) Conducente a la obtención del título profesional de:

Lic. Administración – Mención Gestión Empresarial

El presidente inició el acto académico de sustentación invitando al (a la) / a (los) (las) candidato (a)/s hacer uso del tiempo determinado para su exposición. Concluida la exposición, el Presidente invitó a los demás miembros del jurado a efectuar las preguntas, y aclaraciones y la emisión del dictamen del jurado.

Posteriormente, el jurado procedió a dejar constancias escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente:

Bachiller (a): Eduardo Ivan Saldaña Díaz

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
APROBADO	14	C	ACEPTABLE	BUENO

Bachiller (b):


CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	

Bachiller (c):

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	

Finalmente, el Presidente del jurado invito al (a la) / (los) (las) candidato (a)/s a ponerse de pie, para recibir la evaluación final y concluir el acto académico de sustentación procediéndose a registrar las firmas respectivas.

.....
Presidente/a


.....
Secretario/a

.....
Asesor

.....
Miembro

.....
Miembro

.....
Bachiller (a)

.....
Bachiller (b)

.....
Bachiller (c)

RESUMEN

En el presente artículo se planteó como objetivo principal determinar la relación entre la comunicación interna y el compromiso organizacional en los colaboradores de una empresa de consumo masivo en el nor oriente peruano, en este estudio participaron 135 colaboradores, a quienes se les aplicó una encuesta como instrumento de recolección de datos, se hizo uso de la Escalas de Comunicación Interna y Compromiso Organizacional; estos instrumentos fueron sometidos al análisis de fiabilidad Alfa de Cronbach que para ambos instrumentos se obtuvo como resultado coeficientes que demuestran fiabilidad (0.906 y 0.769); cabe indicar que en este estudio se hizo uso de una metodología para una investigación de tipo básica, de enfoque cuantitativo, de nivel descriptivo - correlacional, con diseño de investigación no experimental de corte transversal. Luego de procesados los datos se determinó un p-valor = 0.000 lo cual indica que existe relación significativa entre la comunicación interna y el compromiso organizacional y un Rho Spearman = 0,586 lo que indica que la relación es positiva considerable entre las variables, en este estudio se llegó a la conclusión que, al realizar esfuerzos por mejorar la comunicación interna, esta acción influirá de manera proporcional en el compromiso organizacional de los colaboradores.

Palabras clave: Comunicación, comunicación organizacional, compromiso, compromiso organizacional, tipos de comunicación.

ABSTRACT

In this article, the main objective was to determine the relationship between internal communication and organizational commitment in the collaborators of a mass consumption company in northeastern Peru. 135 collaborators participated in this study, to whom a survey was applied as data collection instrument, the Scales of Internal Communication and Organizational Commitment were used; These instruments were subjected to the Cronbach's Alpha reliability analysis, which for both instruments resulted in coefficients that demonstrate reliability (0.906 and 0.769); It should be noted that in this study a methodology was used for a basic type of research, with a quantitative approach, at a descriptive - correlational level, with a non-experimental cross-sectional research design. After processing the data, a p-value = 0.000 was determined, which indicates that there is a significant relationship between internal communication and organizational commitment and a Rho Spearman = 0.586, which indicates that the relationship is considerable positive between the variables, in this study. It was concluded that, by making efforts to improve internal communication, this action will proportionally influence the organizational commitment of employees.

Keywords: Communication, organizational communication, commitment, organizational commitment, types of communication.

INTRODUCCIÓN

Las personas en las organizaciones son un factor fundamental que determinan el éxito o el fracaso de las mismas, Cuenca & López (2020) si las personas realizan sus funciones con compromiso organizacional (CO) el aporte que harían por medio de sus esfuerzos ayudaría a concretar las metas organizacionales; cuando notamos que un colaborador presta atención a las metas y realiza esfuerzos por ayudar a concretarlas, a su vez notamos que al desarrollar sus actividades lo hace con entrega y preocupación por hacer un buen trabajo estaríamos hablando de un colaborador con CO (Morales & Morales, 2018; Araya et al., 2020; Paredes et al., 2021; Morales et al. 2019).

El encaminar a las organizaciones por el rumbo adecuado y siguiendo las estrategias adecuadas es responsabilidad de los directivos o gerentes; pero un papel fundamental tiene los responsables de la gestión de las personas en las organizaciones (Ames, 2021, Polo et al. 2017). No solamente es dotar del personal idóneo para conseguir los objetivos organizacionales, sino lograr que las personas se sientan comprometidas con la organización, que de alguna manera ellas sientan que al aportar sus energías, conocimientos, habilidades, etc. a la organización es un beneficio mutuo, otro rol fundamental del responsable de las personas en las organizaciones es generar un clima de trabajo donde se valore el esfuerzo y a las personas y propiciar el desarrollo de una buena comunicación interna (CI) (Hernández et al., 2018; Castro et al. 2022; Cuervo, 2011).

Al hacer referencia al CI se determina es el intercambio de información que se realiza dentro de una organización; Flores & Gómez (2018), la CI es una pieza clave para lograr CO, se debería prestar atención y brindar los medios necesario para que la información fluya de manera natural dentro de la organización.

A nivel internacional tal como lo indica Herrera & De Las Heras (2020), según estudio el nivel de CO en los colaboradores en una muestra de 142 países dio como resultado que solo el 13% de los participantes muestran rasgos de CO. De esta manera queda por sentado que hay una falencia en temas de CO y que hay la necesidad de implementar estrategias para mejorar estos niveles.

En América latina se presenta resultados un tanto alentadores Vidal (2022), indica que el nivel de CO en esta parte del mundo es 62% favorable a comparación de otras partes del mundo; pese que en países como Argentina, Brasil y Chile luego de consultar a 1200 empresas se encontró que es una variable deficiente es el CO.

Es ese escenario realizan sus actividades las organizaciones en el Perú que según indica Grandez & Saravia (2021), las organizaciones peruanas realizan esfuerzos para lograr el CO en sus colaboradores se plantean metas y las comunican a las personas responsables de ejecutarlas realizando motivación y dirección para lograr el objetivo trazado.

De aquí deriva el objetivo principal de este estudio que es identificar la relación entre la CI y el CO.

En cuanto a las bases teóricas que sustentan este estudio tenemos:

Comunicación Interna (CI)

Al referirnos a la CI es el intercambio de información haciendo uso de mecanismos del traslado de la misma dentro de una organización; esto conlleva a la vinculación de los seres humanos propiciando lazos colaborativos; así lo afirma Rojas (2011), es un medio que permite a las organizaciones conformar equipos y se fomenta la coordinación entre las distintas áreas; en esa misma línea Condor & Omar (2018), es un proceso de ida y vuelta que se desarrolla al interior de una organización de distintas formas y en distintos niveles y su contenido aporta al logro de los objetivos; Martínez et al. (2018), es lo que da vida a la organización, sin ella no se realiza coordinación y su deficiencia lleva irreparablemente al fracaso. La CI es indispensable en cualquier organización indistintamente al rubro en que se desenvuelve, Vilca et al. (2021), la gestión de la CI en cualquier organización responde a un mundo cambiante, y esta busca la escucha a los colaboradores y el fluido de la información de los mandos altos con el propósito de cumplir objetivos planteados.

De todo lo anterior se plantea la importancia de la CI que no es una opción, sino una obligación, esto debido a que las organizaciones indistintamente de que actividad económica realizan, deben mantenerse informadas, esto ayuda a la toma de las decisiones de los responsables de las riendas en la organización, así corrobora Neto & Cruz (2017), la importancia de la CI se hace manifiesto en la identidad, compromiso y otros factores favorables que ayudan a que la organización se encamine por el rumbo planeado; John (2020), Garantiza la actividad organizada, propicia el cambio y se hace fluida la integración con la finalidad de lograr las metas.

En cuanto a las dimensiones de la CI este estudio tomó las dimensiones propuestas por Quiñones et al. (2021), quien propone que las dimensiones con tres: comunicación

descendente (comunicación que viene de los niveles jerárquicos más altos de la organización hacia los niveles jerárquicos más bajos), comunicación ascendente (comunicación que va desde los niveles jerárquicos más bajos hacia los niveles jerárquicos altos de la organización) y la comunicación horizontal (la comunicación que se desarrolla entre colaboradores del mismo nivel jerárquico).

Compromiso Organizacional (CO)

Respecto al CO se define como el grado en el que un colaborador se identifica con la organización así lo define Oseda et al. (2018), en referencia al término se define como la percepción positiva que los colaboradores tienen en referencia al trabajo y se demuestra por medio de un sentimiento de pertenencia y deseos de seguir aportando a la organización, Hernández et al. (2018), indican que el CO es una condición mental adecuada que muestran los colaboradores cuando realizan un trabajo encomendado por la empresa y lo hacen con esfuerzo y dedicación, el resultado es positivo para la organización y en los colaboradores se genera identidad por el trabajo; así mismo Herrera & De Las Heras (2020), es una demostración motivacional en referencia a las actividades cotidianas del trabajo que se desarrollan en el centro de labores y la cual hace aflorar una actitud positiva hasta culminar la tarea, y una vez concluida la tarea el colaborador suele sentirse satisfecho por el trabajo realizado y como consecuencia se llega a tener satisfacción laboral, corrobora esta definición Araque et al. (2017), el CO es la fuerza que mueve a los colaboradores a desarrollar su trabajo con dedicación hasta culminar la tarea, también hace referencia que este término se viene utilizando desde 1965 tras la publicación que realizaron Lodahl y Kejner, fue partir de entonces que en el campo del estudio empresarial cobró relevancia.

La importancia de contar con colaboradores con CO es que se facilita el cumplimiento de los objetivos, se realiza mejor el trabajo en equipo, se logra sinergia, realizan las labores con un equipo motivado, se facilita la acción organizada, aporta a la felicidad organización, los colaboradores sienten orgullo y satisfacción por el trabajo que realizan entre otros aspectos que son fundamentales para el éxito organizacional, en esa misma línea lo indican Estrada & Mamani (2020), esta variable es muy importante porque al contar con colaboradores con CO se asegura el cumplimiento de las metas organizacionales, además es importante porque cuando un colaborador está comprometido se desarrollan las actividades con optimismo, se despliega un ambiente agradable y lo más importante ayuda a aproximar a las metas puesto que los colaboradores llegan a sentir pasión por el

trabajo que realizan; en muchos de los casos al colaborador se pasa el tiempo muy rápido cuando está inmerso en sus labores y tiene el deseo de seguir aportando.

En cuanto a las dimensiones del CO, esta investigación consideró las propuestas por Flores & Gómez (2018), quienes proponen que esta variable se mide por las dimensiones siguientes: Compromiso afectivo (Es el sentimiento de afecto y apego que siente el colaborador por la organización y sus objetivos, los que se reflejan en una norma de no querer dejar a la organización); Identificación con los objetivos (Es la identificación con los objetivos que propone la organización) y Moral (son los valores que resalta el valor de reciprocidad hacia la organización).

MATERIAL Y MÉTODOS

Tipo de investigación

En este estudio se hizo uso de una metodología para una investigación básica porque solo aborda el tema de CI y su relación con el CO sin dirigir la orientación de este tema en otros de importancia pero que no forman parte del objeto de este estudio (Sanca, 2011); en este estudio se ha recolectado la información de los participantes la que se ha procesado haciendo uso de una técnica estadística la cual tiene una base numérica lo que determinó que el enfoque de este estudio es numérico (Sánchez, 2019); en el procesamiento de los datos de este estudio se destacan las características de la CI y CO buscando determinar la relación o el grado en que se asocian las variables y por ello este estudio es de nivel descriptivo – correlacional (Ortiz, 2012) y por último se ha procesado la información tal cual como se ha encontrado y solo en una oportunidad se encuestó a los participantes utilizando un diseño de investigación no experimental y de corte transversal (Rodas & Cubero, 2022).

Población y muestra

Para concretar el objetivo de este estudio se tomó como población a los colaboradores de Almacenes de la Selva S.A.C, los que hacen un total de 135 que laboran en diferentes áreas de la empresa. Estas personas tienen características similares las que son de interés para este estudio (Rendón & Villasís, 2017).

Para determinar la muestra se hizo uso de un muestreo no probabilístico por conveniencia, por esta razón y por libre determinación del investigador se ha considerado al total de la

población quienes mostraron interés por participar en este estudio (Otzen & Manterola, 2017).

Técnica e instrumentos de recolección

La técnica utilizada para la recolección de datos fue la encuesta, la cual se aplicó de manera virtual haciendo uso del formulario de Google y distribuyéndose por los medios de comunicación que hace uso la empresa.

Los instrumentos utilizados para recoger la información fueron:

Para medir la CI se hizo uso de la Escala de comunicación interna creada por Quiñones etl al. (2021), este instrumento está compuesto por 3 dimensiones y 28 ítems, está estructurado en la escala de Likert con categorías de 1= nunca hasta 5= siempre.

Para medir el CO se hizo uso de la Escala para medir el Compromiso de Flores & Gómez (2018), este instrumento está estructurado con 3 dimensiones y 12 ítems, está estructurado en la escala de Likert con categorías de 1= nunca hasta 5= siempre.

Para la determinación de la fiabilidad de los instrumentos se hizo por medio del análisis de fiabilidad Alfa de Cronbach, luego de su procesamiento dio como resultado para la Escala de CI un coeficiente de 0.960 y para la Escala CO un coeficiente de 0,769; Caycho (2017), indican que la fiabilidad Alfa de Cronbach se manifiesta cuando supera el 0,7.

En cuanto a la validez de los instrumentos estos fueron sometidos al juicio de 3 expertos en el tema quienes valoraron los cuestionarios en cuanto a consistencia, pertinencia y objetividad y el dictamen fue que los instrumentos pueden ser usados tal y como se estructuraron.

Análisis de datos

Antes de recolectar la información se solicitó la autorización a la gerencia de Almacenes de la Selva S.A.C, al tener la autorización se procedió a enviar la encuesta utilizando los medios virtuales de comunicación que utiliza empresa, en este proceso tomó 2 meses.

Las herramientas que ayudaron a procesar los datos fueron el Excel X para Windows y el SPSS 26.

En cuanto a las técnicas estadísticas utilizadas en este estudio: para determinar la fiabilidad del instrumento se utilizó el Alfa de Cronbach, en la determinación de los

niveles de percepción de las variables estudiadas se utilizó la estadística descriptiva, utilizamos la prueba de normalidad Kolmogorov – Smirnov para determinar el coeficiente más adecuado que dio como resultado el nivel de significancia menor a 0.05 y se tomó la decisión de utilizar el coeficiente Rho Spearman (Fau et al., 2020).

En cuanto a la determinación de los niveles de relación se ha tomado en cuenta el rango de correlación que proponen Mondragón (2014), quien indica: (0 = no hay correlación, de 0,01 – 0,10 = correlación positiva débil; de 0,11 – 0,50 = correlación positiva media; de 0,51 - 0,75 = correlación positiva considerable; de 0,76 – 0,90 = correlación positiva muy fuerte y de 0,91 – 1 correlación positiva perfecta).

RESULTADOS

Características de los participantes

En la Tabla 1 se muestran los datos sociodemográficos de los 135 participantes, de estos resultados los porcentajes mayores son: en género el 88.9% son masculinos, el 57.8% son de rango de edad de 25 a 35 años, el 70.4% son de estado civil soltero y el 63.7% tiempo laborando en la empresa de 1 a 5 años.

Tabla 1

Datos sociodemográficos (N = 120)

		Recuento	%
Género	Masculino	120	88.9%
	Femenino	15	11.1%
Edad	Menos de 25 años	18	13.3%
	De 25 a 35 años	78	57.8%
	De 36 a 45 años	31	23.0%
	De 46 a 55 años	5	3.7%
	Más de 56 años	3	2.2%
Estado Civil	Soltero(a)	95	70.4%
	Casado(a)	37	27.4%
	Viudo(a)	2	1.5%
	Divorciado(a)	1	0.7%
Tiempo que labora en la empresa	Menos de 1 año	34	25.2%
	De 1 a 5 años	86	63.7%
	De 5 a 10 años	12	8.9%

Más de 10 años	3	2.2%
----------------	---	------

Análisis descriptivo de las variables

Antes de indicar los resultados se debe precisar que se hizo una recategorización de la escala (nunca y casi nunca se cambió por Bajo), (A veces se cambió por Medio) y (Casi siempre y siempre se cambió por Alto) esto con la finalidad de un mejor entendimiento en los resultados.

Comunicación interna

La Tabla 2. se muestra los niveles de la comunicación interna y sus dimensiones, de los cuales tenemos que: la variable en general se encuentra en un nivel medio con un 89.6%; y sus dimensiones comunicación descendente en un nivel medio con un 79.3%; comunicación ascendente en nivel medio con un 85.9% y comunicación horizontal en nivel bajo con un 54.8%.

Tabla 1.

Análisis descriptivo de la comunicación interna y sus dimensiones

		Recuento	%
Comunicación interna	Bajo	14	10.4%
	Medio	121	89.6%
	Alto	0	0.0%
Comunicación descendente	Bajo	28	20.7%
	Medio	107	79.3%
	Alto	0	0.0%
Comunicación ascendente	Bajo	19	14.1%
	Medio	116	85.9%
	Alto	0	0.0%
Comunicación horizontal	Bajo	74	54.8%
	Medio	61	45.2%
	Alto	0	0.0%

Compromiso organizacional

En la Tabla 3. se muestra los niveles del compromiso organizacional y sus dimensiones, de los cuales tenemos que: la variable en general se encuentra en un nivel medio con un

70.4% y sus dimensiones compromiso afectivo en un nivel medio con un 54.8%; identificación con los objetivos en un nivel medio con 55.6%; moral en nivel medio con un 65.9%

Tabla 3.

Análisis descriptivo del compromiso organizacional y sus dimensiones

		Recuento	%
Compromiso organizacional	Bajo	40	29.6%
	Medio	95	70.4%
	Alto	0	0.0%
Compromiso afectivo	Bajo	61	45.2%
	Medio	74	54.8%
	Alto	0	0.0%
Identificación con los objetivos	Bajo	60	44.4%
	Medio	75	55.6%
	Alto	0	0.0%
Moral	Bajo	46	34.1%
	Medio	89	65.9%
	Alto	0	0.0%

Prueba de normalidad

La Tabla 4, muestra los resultados de la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov (K-S), donde se observa que las variables de estudio y sus dimensiones no presentan una distribución normal ($p \leq 0.05$). Por esta razón se utilizó la prueba no paramétrica Rho Spearman (Fau et al., 2020).

Tabla 2.

Distribución de normalidad de los datos

	Kolmogorov-Smirnov^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Comunicación interna	0.234	135	0.000
Comunicación descendente	0.133	135	0.000
Comunicación ascendente	0.225	135	0.000
Comunicación horizontal	0.181	135	0.000
Compromiso organizacional	0.149	135	0.000
Compromiso afectivo - normativo	0.216	135	0.000

Compromiso de continuidad	0.197	135	0.000
---------------------------	-------	-----	-------

Análisis de correlación

Para determinar la existencia o no de relación se consideró la siguiente regla de decisión:

-Si el p valor es > 0.05, no existe relación significativa.

-Si el p valor < 0.05, existe relación significativa.

En la tabla 5, se muestra que la correlación entre el CI y el CO en la cual el p-valor = 0.000 lo cual indica que existe relación significativa y el Rho Spearman = 0,586 indica que la relación es positiva considerable; en cuanto a la correlación entre las dimensiones de la CI y el CO tienen una relación significativa con un p-valor = 0.00 y la relación que existe es positiva considerable con un Rho Spearman (0.633; 0.747) en acepción de la dimensión Comunicación horizontal que tiene una relación positiva mediana (0,498)

Tabla 3.

Determinación de las correlaciones

Comunicación interna y dimensiones	Compromiso Organizacional	
	Rho Spearman	p-valor
Comunicación interna	0.586**	0.00
Comunicación descendente	0.633**	0.00
Comunicación ascendente	0.747**	0.00
Comunicación horizontal	0.498**	0.00

DISCUSIÓN

En este estudio se determinó que los colaboradores perciben a la CI en un nivel medio, esto indica que los colaboradores que formaron parte de esta investigación no perciben de manera completamente satisfactoria el uso de la comunicación interna en esta organización, este resultado debe ser tomado en cuenta ya que la CI es necesaria para realizar la actividad organizada; Fatuly et al. (2020) resalta el uso de la comunicación interna ayuda en el logro de los objetivos al fomentar el intercambio de información relevante dentro de las organizaciones. El resultado presentado difiere con el trabajo realizado por Valenzuela et al. (2020), quienes determinaron que los participantes en este

estudio muestran satisfacción por la manera como se desarrolla la comunicación en la entidad estudiada.

En relación a la variable CO se determinó una percepción media, dejando constancia que los colaboradores en su mayoría muestran un mediano CO, en esa misma línea Araya et al (2020) realizaron una investigación en instituciones educativas en Chile con una participación de 67 personas y se determinó un nivel de percepción moderado con un 78% de los participantes respecto al CO.

En cuanto a la relación de la CI y CO esta investigación llegó a concluir que entre las variables existe una relación positiva considerable y lo mismo ocurre cuando se relaciona las dimensiones de la CI y el CO, este resultado indica que, si se trabaja en mejorar la CI y lo mismo se realiza en sus dimensiones, esto afectará de manera proporcional en el CO que perciben los colaboradores y denotando la importancia de la CO; este resultado es similar al presentado por Díaz & Vásquez (2022), quienes indican que la comunicación organizacional interna es fundamental para conseguir colaboradores satisfechos y comprometidos con su trabajo, en la investigación que desarrollan concluyen que al realizar esfuerzos con desarrollar comunicación organizacional interna adecuada se conseguirá que los colaboradores sientan satisfacción y hagan suyos los objetivos organizacionales.

También afirma Valenzuela et al. (2020), quienes determinaron que la comunicación interna bien desarrollada es un medio valioso para lograr trabajadores comprometidos con el trabajo y al momento de desarrollar las actividades encomendadas muestran satisfacción por estas.

En el desarrollo de esta investigación se presentaron algunas dificultades en el regajo de los datos, causado las ocupaciones de los participantes que causó demoras en el llenado del cuestionario, algunos participantes no tenían conocimiento del manejo de aparatos tecnológicos a estos les brindamos apoyo e indicaciones más puntuales para no perjudicar el llenado de la información.

Finalmente se recomienda a otros investigadores correlacionar estas variables con otras como motivación en el trabajo, clima laboral, satisfacción laboral o aplicar estas variables en organizaciones de diferentes rubros.

CONCLUSIONES

Se llegó a concluir la existencia de una relación entre la CI y el CO, indicando que todo esfuerzo por mejorar la comunicación dentro de la empresa tendrá un impacto en el compromiso que muestran los colaboradores hacia el trabajo y que para lograr trabajadores que interioricen los objetivos de la organización es necesario mejorar la CI.

En cuanto a las dimensiones de la CI (comunicación descendente, comunicación ascendente y comunicación horizontal) todas tienen impacto en el CO, determinando así que cada esfuerzo por mejorar en la comunicación de los jefes con los colaboradores de los niveles jerárquicos inferiores tendrá un impacto positivo en el CO; así también el esfuerzo por mejorar el fluido de la información desde los niveles jerárquicos inferiores hacia los superiores aportará en el CO y por último el esfuerzo por propiciar medios que ayuden en el desarrollo de la comunicación entre personal del mismo nivel jerárquico ayudará a mejorar el CO.

REFERENCIAS

- Ames Guerrero, R. J. (2021). Factores de atracción y retención del talento humano y su influencia en el compromiso organizacional. *ECONÓMICAS CUC*, 43(1), 139–152. <https://doi.org/10.17981/econcuc.43.1.2022.Org.1>
- Araque Jaimes, D. L., Sánchez Estepa, J. M., & Uribe R., A. F. (2017). Relación entre marketing interno y compromiso organizacional en Centros de Desarrollo Tecnológico colombianos. *Estudios gerenciales*, 33(142), 95–101. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2016.12.005>
- Araya-Pizarro, S. C., Díaz Cortés, K. V., & Rojas Escobar, L. E (2020). Compromiso Organizacional de Funcionarios de un Colegio Municipal Chileno: Un Análisis Multidimensional según Variables de Caracterización. *Revista Propósitos y Representaciones*, 8(3), e428. <https://dx.doi.org/10.20511/pyr2020.v8n3.428>
- Castro-Martínez , A. ., Díaz-Morilla, P. ., & Torres-Martín, J. L. . (2022). El papel de la comunicación interna en la gestión del teletrabajo durante la crisis de la COVID-19. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 55, 29–51. <https://doi.org/10.15198/seeci.2022.55.e768>
- Caycho-Rodríguez, T. (2017). Intervalos de confianza para el coeficiente Alfa de Cronbach: aportes a la investigación pediátrica. *Revista Acta pediátrica de México*, 38(4), 291-292. <https://doi.org/10.18233/apm38no4pp291-2941440>

- Condor, C., & Omar, H. (2018). La gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en el sector público. *Revista Comuni@cción*, 9(1), 25-34. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682018000100003&lng=es&tlng=es
- Cuenca Galarza, R. X., & López Paredes, H. A. (2020). Estudio de la Gestión del Compromiso y Cultura Organizacional de FLACSO. *PODIUM*, (37), 43–56. <https://doi.org/10.31095/podium.2020.37.4>
- Cuervo, M. (2011). Comunicación Interna y formación profesional. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, (35), 95-105. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-35232011000100009&lng=es&tlng=es.
- Díaz Muñoz, R. E., & Vásquez Pérez, K. J. (2022). Comunicación organizacional interna y satisfacción laboral en la municipalidad provincial de Hualgayoc-Bambamarca . *Revista Compás Empresarial*, 13(34), 28–41. <https://doi.org/10.52428/20758960.v13i34.223>
- Estrada, E., & Mamani, H. (2020). Compromiso organizacional y desempeño docente en las Instituciones de Educación Básica. *Revista Innova Educación*, 2(1), 132–146. <https://doi.org/10.35622/j.rie.2020.01.008>
- Fatuly Adum, S. D., León Quintuña, M. de los Ángeles, & Noboa Auz, M. L. (2020). Medios de comunicación interna como estrategia para fomentar el comportamiento de ciudadanía organizacional. *Revista Científica Ecociencia*, 7(4), 15–34. <https://doi.org/10.21855/ecociencia.74.37>
- Fau-Fuentes, C., Nabzo, S., & Nasabun, V. (2020). Bondad de ajuste y análisis de concordancia. *Revista mexicana de oftalmología*, 94(2), 100-102. <https://doi.org/10.24875/rmo.m2000010>
- Flores M., J., & Gómez V., I. (2018). Apoyo organizacional percibido y compromiso organizacional en una empresa privada de Lima, Perú. *Revista Ajayu Órgano de Difusión Científica del Departamento de Psicología UCBS*, 16(1), 1-30. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2077-21612018000100001&lng=es&tlng=es
- Grandez Pastor, L. P., & Saravia Carbajal, J. J. . (2021). La satisfacción laboral y el compromiso organizacional del personal del programa nacional de centros juveniles, 2019. *Revista Gobierno y Gestión Pública*, 9(1), 10 - 22. <https://doi.org/10.24265/iggp.2022.v9n1.03>

- Hernández Bonilla, B. E., Ruiz Reynoso, A. M., Ramírez Cortés, V., Sandoval Trujillo, S. J., & Méndez Guevara, L. C. (2018). Motivos y factores que intervienen en el compromiso organizacional. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 8(16), 820-846. <https://doi.org/10.23913/ride.v8i16.370>
- Herrera, J., & De Las Heras-Rosas, C. (2020). The organizational commitment in the company and its relationship with the psychological contract. *Research journal Frontiers in Psychology*, 11, 609211. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.609211>
- John, A. (2020), Comunicación interna e integridad de la información. *Revista Conocimiento, memoria y comunicación globales*, vol. 69 núm. 1/2, págs. 5-6. <https://doi.org/10.1108/GKMC-06-2019-0064>
- Martínez Muñoz, E., Hernández Gracia, T. J., Torres-Flórez, D., García Velázquez, M. del R., & Montañó Arango, O. (2018). La realidad comunicacional, liderazgo y clima laboral de la pequeña empresa industrial textil en el Estado de Hidalgo. *Revista GEON (Gestión, Organizaciones Y Negocios)*, 5(1), 76-90. <https://doi.org/10.22579/23463910.15>
- Mondragón Barrera, M. A. (2014). Uso de la correlación de Spearman en un estudio de intervención en fisioterapia. *Revista Movimiento Científico*, 8(1), 98–104. <https://doi.org/10.33881/2011-7191.mct.08111>
- Morales Fiallos, P. R., & Morales Carrasco, C. R. (2018). Empowerment como productor del compromiso laboral en docentes de la UTA. *Ciencia Digital*, 2(4), 225–235. <https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v2i4.224>
- Morales Cárdenas, T. F., Pérez Sánchez, A., & Haidar Torres, E. (2019). Apoyo organizacional percibido y compromiso organizacional, su relación con el clima ético en entidades de fiscalización superior. *Hitos de Ciencias Económico Administrativas*, 24(70), 597–619. <https://doi.org/10.19136/hitos.a24n70.2962>
- Neto, C. F., & Cruz, S. A. (2017). Comunicação interna e comprometimento organizacional: o caso da Autoridade para as Condições do Trabalho. *Revista Sociologia*, 34, 47-72. <https://doi.org/10.21747/08723419/soc34a3>
- Ortiz, E. (2012). Los Niveles Teóricos y Metodológicos en la Investigación Educativa. *Revista Cinta de moebio*, (43), 14-23. <https://dx.doi.org/10.4067/S0717-554X2012000100002>
- Oseña, D., Ramos, M., Cirilo, O., Manrique, R., & Zevallos, L. (2018). Compromiso organizacional y actitud al cambio del personal que labora en la Universidad Nacional

- Intercultural de la Amazonia, Ucayali. *Apuntes de Ciencia & Sociedad*, 08(01).
<https://doi.org/10.18259/acs.2018011>
- Otzen, T. & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *Revista Internacional de Morfología*, 35 (1), 227-232.
<https://dx.doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>
- Paredes-Pérez, M. A. J., Palomino-Crispin, A. E., Cárdenas-Tapia, V. R., & Gonzales-Peralta, C. F. (2021). Compromiso organizacional en los colaboradores de las instituciones financieras en la región Junín. *Gaceta Científica*, 7(1), 29–35.
<https://doi.org/10.46794/gacien.7.1.1062>
- Polo-Vargas, J., Fernandez-Rios, M., Bargsted, M., Ferguson Fama, L., & Rojas-Santiago, M. (2017). Relación entre el compromiso organizacional y la satisfacción con la vida: la mediación del engagement. *ucjc Business and Society Review. formerly Known As Universia Business Review*, (54).
<https://doi.org/10.3232/UBR.2017.V14.N2.04>
- Quiñones Li, Aura Elisa, Cervera Cajo, Luz Emerita, Macarlupu Guevara, Delia María, & Quiñones Vernazza, César Augusto. (2021). Gerencia educativa: comunicación interna en la Oficina General de Gestión de Recursos Humanos caso Perú. *Horizontes Revista de Investigación en Ciencias de la Educación*, 5(21), 197-206.
<https://doi.org/10.33996/revistahorizontes.v5i21.296>
- Rendón-Macías, M. E., & Villasís-Keever, M. Á. (2017). El protocolo de investigación V: el cálculo del tamaño de muestra. *Revista alergia México*, 64(2), 220-227.
<https://doi.org/10.29262/ram.v64i2.267>
- Rodas-LLanos, M., & Cubero Juanez, J. (2022). El diseño del artículo de investigación como generador de vocaciones científicas. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 25(1), 61–77. <https://doi.org/10.6018/reifop.502731>
- Rojas Lobo, P. (2011). La comunicación interna, una herramienta para generar pertenencia y aumentar la productividad en las organizaciones. *Revista Nacional de Administración*, 2(2), 101-128. <https://doi.org/10.22458/rna.v2i2.375>
- Sanca Tinta, M. D. (2011). Tipos de investigación científica. *Revista de Actualización Clínica Investiga*, 621.
http://www.revistasbolivianas.ciencia.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2304-37682011000900011&lng=pt&nrm=iso

- Sánchez Flores, F. A. (2019). Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: consensos y disensos. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 13(1), 102-122. <https://dx.doi.org/10.19083/ridu.2019.644>
- Valenzuela Salazar, N. L., Martínez, C. P. B., Sánchez, V. L. V., & Briones, C. T. R. (2020). Comunicación organizacional interna y su relación con la satisfacción de los empleados de una empresa concesionaria de automóviles de Piedras Negras Coahuila. *Revista GEON (Gestión, Organizaciones Y Negocios)*, 7(1), 129-141. <https://doi.org/10.22579/23463910.206>
- Vidal Rischmoller, J. C. (2022). Compromiso organizacional de grupos etarios y su influencia en el desempeño laboral. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(3), 3600-3631. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i3.2487