

NOMBRE DEL TRABAJO

Articlulo CI y CO.docx

RECuento DE PALABRAS

4689 Words

RECuento DE CARACTERES

28618 Characters

RECuento DE PÁGINAS

16 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

104.2KB

FECHA DE ENTREGA

Jun 24, 2024 12:47 AM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Jun 24, 2024 12:48 AM GMT-5

● 14% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 12% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 7% Base de datos de trabajos entregados
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Bloques de texto excluidos manualmente
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 8 palabras)

10

Comunicación y su influencia en el compromiso en una empresa de servicio de transporte

*Communication and its influence on commitment in a transportation service
company*

Cristel Marisol Reyes Torres
Universidad Peruana Unión
cristelreyes@upeu.edu.pe
<https://0000-0002-4677-8980>

Jennifer Margoth Hidalgo Vargas
Universidad Peruana Unión
jennifer.hidalgo@upeu.edu.pe
<https://0000-0001-9164-2049>

David Troya Palomino
Universidad Peruana Unión
davidtroya@upeu.edu.pe
<https://0000-0003-3630-8122>

Resumen

La comunicación interna es el intercambio de información y mensajes dentro de una organización entre empleados y la dirección. Ayuda al compromiso organizacional al fomentar la transparencia, mejorar la moral y asegurar que todos los miembros estén alineados con los objetivos de la empresa; este estudio se propuso como objetivo determinar la relación entre la comunicación interna y el compromiso organizacional, se contó con la participación de 152 trabajadores, se utilizó como metodología: investigación de tipo básica, cuantitativa, descriptiva – correlacional y de diseño no experimental; el análisis inferencial aplicado en el estudio, basado en la regla de decisión, demuestra que para todos los casos analizados el p-valor es 0.000, lo que indica una relación significativa entre las variables estudiadas. Específicamente, se encontró que la Comunicación Interna y el Compromiso Organizacional tienen una relación significativa, Rho de Spearman de 0.539, lo que sugiere una relación positiva considerable. Asimismo, se observó una relación significativa entre las dimensiones de la comunicación interna y el compromiso organizacional con un Rho de Spearman de 0.532, 0.585 y 0.536, respectivamente, indicando también una relación positiva considerable en todos los casos, se concluye que los esfuerzos por mejorar la comunicación interna en la empresa se verán reflejados en el compromiso que muestran los trabajadores.

Palabras clave: Comunicación; compromiso; ascendente; descendente, horizontal.

Abstract

Internal communication is the exchange of information and messages within an organization between employees and management. It helps organizational commitment by fostering transparency, improving morale, and ensuring that all members are aligned with the company's goals. This study aimed to determine the relationship between internal communication and organizational commitment, involving 152 workers. The methodology used was basic, quantitative, descriptive-correlational research with a non-experimental design. The inferential analysis applied in the study, based on the decision rule, shows that for all cases analyzed, the p-value is 0.000, indicating a significant relationship between the variables studied. Specifically, it was found that Internal Communication and Organizational Commitment have a significant relationship, with a Spearman's Rho of 0.539, suggesting a considerable positive relationship. Likewise, a significant relationship was observed between the dimensions of internal communication and organizational commitment, with Spearman's Rho of 0.532, 0.585, and 0.536, respectively, also indicating a considerable positive relationship in all cases. It is concluded that efforts to improve internal communication in the company will be reflected in the commitment shown by the workers.

Keywords: Communication; commitment; ascending; descending; horizontal.

Introducción

En el entorno dinámico y competitivo de las empresas de servicios de transporte, la comunicación eficaz se ha convertido en un elemento fundamental para garantizar el éxito organizacional (Morejón, 2024). La manera en que una empresa comunica tanto internamente con sus empleados como externamente con sus clientes puede tener un impacto significativo en el nivel de compromiso y lealtad de sus empleados (Saldaña et al., 2023). Este compromiso es vital, ya que empleados motivados y comprometidos son más propensos a proporcionar un servicio de calidad, mejorar la eficiencia operativa y contribuir positivamente al ambiente laboral (Wills et al., 2017).

El compromiso organizacional (CO) es un desafío creciente para muchas empresas a nivel global. Según un estudio de Chiang & Candia (2021), solo el 21% de los empleados a nivel mundial se sienten realmente comprometidos con su trabajo. Esta falta de compromiso se traduce en una menor productividad, mayores tasas de rotación y un ambiente laboral menos favorable (Calderón, 2022). En el sector de transporte, donde la coordinación y la puntualidad son esenciales, estos problemas pueden tener un impacto aún más significativo (Mamani et al., 2023).

En América Latina, la situación no es diferente. Estudios recientes indican que solo el 32% de los empleados se sienten comprometidos con su trabajo (Soria et al., 2021); según Mercer (2021). Factores como la falta de comunicación efectiva, la ausencia de oportunidades de desarrollo profesional y un liderazgo deficiente contribuyen a este bajo nivel de compromiso (Mercer, 2021). Nuestra realidad en cuanto al CO muestra la necesidad urgente de mejorar las estrategias de comunicación y liderazgo para fomentar un ambiente laboral más comprometido y productivo (Araya et al., 2020).

En Perú, el problema del compromiso organizacional es igualmente preocupante. Un estudio realizado por Jaramillo (2023), revela que solo el 34% de los trabajadores peruanos se sienten comprometidos con su trabajo. En el sector de transporte, esta cifra puede ser aún más baja debido a factores como la falta de inversión en tecnología de comunicación, la ausencia de políticas claras de desarrollo profesional y un ambiente laboral a menudo estresante. Esta falta de compromiso no solo afecta la eficiencia operativa, sino que también repercute negativamente en la calidad del servicio al cliente y en la reputación de la empresa (Hernández et al., 2018).

El sector transporte regional en el Perú enfrenta varios desafíos y oportunidades en la

actualidad. La infraestructura vial sigue siendo un área crítica, con necesidades de mantenimiento y modernización para mejorar la conectividad entre regiones. Sin embargo, hay un esfuerzo creciente por parte del gobierno y el sector privado para invertir en proyectos de infraestructura y tecnología, lo que podría impulsar la eficiencia y la seguridad en el sector (Pinedo, 2022).

En se escenario desarrolla sus actividades la empresa de transportes Villa Bellavista, quienes tienen como objetivo principal conectar personas y comunidades brindando un servicio de calidad; este objetivo no se puede concretar sin contar con personal comprometido es por eso que ¹³ la presente investigación se centra en analizar cómo las prácticas de comunicación dentro de esta empresa de servicio de transporte influyen en ²⁴ el compromiso de sus empleados.

Revisión de la literatura

Comunicación interna (CI)

La CI ⁷ se refiere a los procesos y métodos utilizados por una organización para intercambiar información y mensajes entre sus empleados, ²⁵ asegurando que todos estén alineados con los objetivos y políticas corporativas, así define Iglesias et al., (2019), es la difusión de información relevante y la creación de canales efectivos para que los empleados puedan interactuar y colaborar, fortaleciendo así el ambiente de trabajo y la cohesión del equipo, en esa misma línea Castro & Díaz (2020), indican que abarca todas las herramientas y estrategias que una organización emplea para mantener informados a sus colaboradores sobre decisiones, cambios y eventos importantes, fomentando un flujo continuo de información dentro de la empresa, también aportan Valenzuela et al. (2020), la CI es el medio por el cual se coordina las actividades de los empleados, se asegura la claridad en las tareas y objetivos, y se promueve una cultura organizacional coherente y participativa; para Charry (2018), la CI engloba los medios y técnicas que una organización utiliza para garantizar que sus empleados reciban y comprendan la información necesaria para desempeñar sus roles, mejorando la eficiencia y el compromiso, por último Medina & González (2017), la CI engloba las prácticas de ⁸ una organización para facilitar el intercambio de información y la comunicación entre sus miembros, con el fin de mantener un entorno de trabajo informado, motivado y alineado con las metas corporativas.

La importancia de la CI se denota en su participación en el desarrollo de la cultura organizacional. Una comunicación efectiva ayuda a establecer valores compartidos y comportamientos comunes, lo cual ¹⁵ es esencial para la cohesión y el desempeño del equipo. Corroborar lo anterior Saldaña et al. (2023), la CI es vital para la implementación exitosa de estrategias de mercadeo, asegura que todos los miembros de la organización comprendan y se

alineen con los objetivos de la campaña, lo que mejora la coordinación y eficacia de las acciones; también Iglesias et al. (2019), destaca la importancia de la CI en el liderazgo y la gestión del cambio, sostiene que una comunicación clara y constante es fundamental para motivar a los empleados y asegurar que comprendan y apoyen los procesos de cambio dentro de la organización y por último Castro & Díaz (2020), enfatiza que la CI es esencial para la toma de decisiones y la eficiencia operativa, cuando los empleados están bien informados, pueden tomar decisiones más acertadas y contribuir de manera más efectiva al logro de los objetivos organizacionales.

En este estudio se han tenido en cuenta las dimensiones validadas por Díaz & Vásquez (2022), quienes indican que son: ¹ *Comunicación ascendente*: Es el flujo de información que va desde los empleados hacia los niveles superiores de la organización, permitiendo a la gerencia recibir feedback y sugerencias para la toma de decisiones; ⁸ *Comunicación descendente*: Se refiere a la transmisión de instrucciones, políticas y decisiones desde la alta dirección hacia los empleados, asegurando que todos comprendan y sigan las directrices establecidas por la empresa y la *Comunicación horizontal*: ¹⁴ Implica el intercambio de información y la colaboración entre empleados y departamentos en el mismo nivel jerárquico, facilitando la coordinación y el trabajo en equipo dentro de la organización. ³

Compromiso organizacional (CO)

El CO es la lealtad y dedicación que un empleado siente hacia su empresa, reflejándose en su disposición a esforzarse por ³⁰ alcanzar los objetivos y metas de la organización. Así también lo indican Araque et al. (2017), ¹ es el grado de identificación y vinculación emocional que un trabajador tiene con su empresa, lo que influye en su deseo de permanecer y contribuir al éxito de la misma; según Quiroz et al. (2021), ¹² es la alineación de los valores y objetivos personales de un empleado con los de la empresa, resultando en una mayor motivación y productividad en el trabajo diario; López et al. (2022), ¹ es la conexión psicológica y emocional que un trabajador desarrolla con su organización, llevándolo a mostrar un alto nivel de responsabilidad y a perseguir activamente el logro de los objetivos corporativos; Baez et al. (2019), es el grado en que un empleado está involucrado y se siente parte integral de su empresa, lo cual se manifiesta en su esfuerzo constante por mejorar y alcanzar resultados positivos, Chiang et al. (2023), ²² es la voluntad de los empleados de ir más allá de sus responsabilidades básicas, impulsados por un sentido de pertenencia y propósito compartido con la organización.

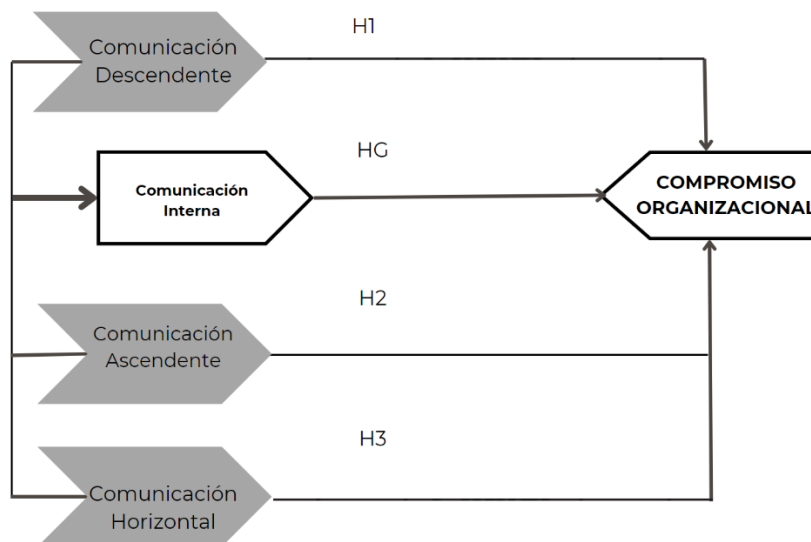
El CO es importante está directamente relacionado con ²¹ la retención de empleados y la reducción de la rotación. Los empleados comprometidos están más dispuestos a quedarse en la empresa a largo plazo, lo que ¹⁶ ahorra costos de contratación y formación. Es importante para la

productividad y el rendimiento, los empleados que sienten un fuerte vínculo con su organización están más motivados para alcanzar altos niveles de desempeño y contribuir positivamente a los resultados de la empresa (López et al., 2024); es importante para de los empleados, un fuerte compromiso con la organización mejora la satisfacción laboral y reduce el estrés, lo que contribuye a un ambiente de trabajo más saludable y eficiente (Cuyubamba & Vásquez, 2024); es fundamental para la implementación exitosa de cambios dentro de la empresa, los empleados comprometidos son más receptivos y apoyan las iniciativas de cambio, facilitando la adaptación y la innovación dentro de la organización (Cáceres et al., 2023).

Las dimensiones del CO que se utilizaron en este estudio son las propuestas por Flores & Gómez (2018), quienes indican que son: *Afectivo-normativo*: Esta dimensión del compromiso organizacional combina el apego emocional del empleado hacia la empresa (afectivo) con el sentido de obligación moral (normativo) de permanecer en la organización, creando un vínculo fuerte y estable basado en la lealtad y el deber, y *Continuidad*: se refiere a la percepción del empleado sobre los costos asociados con dejar la empresa, como la pérdida de beneficios o la dificultad de encontrar un trabajo similar, lo que les motiva a quedarse por razones pragmáticas y de estabilidad económica.

Figura 1.

Marco y modelo teórico



Metodología

El tipo de estudio se clasifica como una investigación básica, centrándose exclusivamente en el tema de la CI y el CO (Herbas & Rocha, 2018). Este trabajo adopta un enfoque cuantitativo al emplear técnicas estadísticas para el análisis de datos (Sánchez, 2019). El diseño del estudio

fue no experimental y transversal, ya que los datos se procesaron tal y como se encontraron y la recolección de información se realizó una única vez (Vallejo, 2002). Se detallaron las características de ambas variables y sus dimensiones, además de explorar la relación entre la CI y el CO, lo que sitúa el nivel del estudio en un enfoque descriptivo correlacional (González & Ruiz, 2011).

La población lo conformaron los trabajadores de la empresa de transportes Villa Bellavista S.A.C. los cuales al mes de abril 2024 fueron un total de 157, los cuales laboran como conductores y personal de labores administrativas.

En este estudio se tomaron criterios de inclusión y exclusión.

Inclusión: Trabajadores que mantengan relación laboral mayor a 3 meses y que este nade acuerdo en participar del estudio.

Exclusión: Aquellos trabajadores que de manera voluntaria decidieron no participar del estudio y trabajadores con relación laboral menor a 3 meses.

Luego de aplicado estos criterios se contó con 152 trabajadores, 5 de ellos tienen relación laboral menor a 3 meses.

Para determinar la muestra se utilizó la técnica de muestreo intencional por conveniencia, por libre determinación de los investigadores se determinó encuestar a los 152 trabajadores porque fueron pieza clave para el logro del objetivo del estudio (Veiga et al., 2017).

Para la recolección de datos, se utilizó la técnica de la encuesta. Para medir la variable de CI, se empleó el cuestionario validado por Díaz & Vásquez (2022), el cual está compuesto por 3 dimensiones y 28 ítems. Para evaluar la variable de CO, se utilizó el instrumento desarrollado por Flores & Gómez (2018), que consta de 2 dimensiones y 14 ítems. Ambos instrumentos fueron medidos utilizando la escala de Likert de 5 puntos.

La validez se determinó mediante la técnica del juicio de expertos. En este estudio, se contó con la participación de tres especialistas en el tema, quienes evaluaron la claridad, relevancia y coherencia de cada ítem de los instrumentos. Tras su evaluación, emitieron un dictamen favorable para su aplicación.

La fiabilidad se evaluó utilizando la técnica estadística del Alfa de Cronbach. El resultado para el Cuestionario de (CI) fue un coeficiente de 0.824, y para el instrumento de (CO), el coeficiente fue de 0.928. Estos resultados indican una alta fiabilidad, ya que superan el umbral de 0.7 considerado aceptable para demostrar fiabilidad (Arévalo & Padilla, 2016).

Para asegurar el apoyo de la empresa, se solicitó autorización de la administración de la empresa de Servicios y transportes Villa Bellavista S.A.C. Una vez emitida la autorización, se contactó a los jefes de conductores y personal administrativo, para comunicarles la utilidad del estudio y obtener su compromiso de apoyo. La encuesta se realizó de manera virtual utilizando el aplicativo Google Forms, cuyo enlace fue enviado al grupo de Whatsapp oficial de la empresa. El llenado de la encuesta tomó aproximadamente 10 minutos por participante y el proceso de encuesta se completó en un periodo de 20 días. Los datos recolectados se procesaron en el programa estadístico SPSS 26.

Las técnicas estadísticas utilizadas incluyeron el Alfa de Cronbach para determinar la fiabilidad de los instrumentos. El análisis sociodemográfico de los participantes y la descripción de los niveles de las variables y sus dimensiones se realizaron mediante estadística descriptiva. Para determinar el análisis estadístico adecuado, se utilizó la prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnov, y según sus resultados, se empleó el coeficiente Rho de Spearman.

Resultados

Características de los participantes

En la Tabla 1 se muestran las características de los participantes que en mayor porcentaje tenemos que: el 79.6% son de género masculino, el 58.6% son de grado de instrucción secundaria, el 71.7% son de estado civil casado y el tiempo que labora en la institución los de rango 1 a 5 años son de mayor proporción con 56.6%.

Tabla 1.

Características de los participantes

Variable	Categoría	Distribución	
Genero	Femenino	31	20,4%
	Masculino	121	79,6%
Grado de instrucción	Secundaria	89	58,6%
	Superior universitaria	33	21,7%
	Superior técnica	30	19,7%
Estado civil	Casado (a)	109	71,7%
	Divorciado (a)	1	0,7%
	Soltero (a)	42	27,6%
Tiempo que labora en la empresa (años)	<1	22	14,5%
	de 1 a 5	86	56,6%
	de 5 a 10	30	19,7%
	> 10	14	9,2%

¹ **Nivel de las variables y sus dimensiones**

Los resultados muestran que la variable CI tiene un nivel medio de percepción con un 44.7%, las dimensiones ²⁸ comunicación descendente, ascendente y horizontal se ubican en un nivel medio de percepción con un (53.3.6%; 42.8%; 36.8%).

En referencia a la variable CO esta es percibida ⁴ en un nivel medio con un 44.7%, las dimensiones afectivo - normativo y continuidad se encuentran en nivel medio con (41.4% y 47.4%).

Tabla 2.

Análisis descriptivos de la COI y el TE

Variable / dimensiones	Bajo		Medio		Alto	
CI	46	(30.3%)	68	(44.7%)	38	(25.0%)
CD	57	(37.5%)	81	(53.3%)	14	(9.2%)
CA	53	(34.9%)	65	(42.8%)	34	(22.4%)
CH	54	(35.5%)	56	(36.8%)	42	(27.6%)
CO	46	(30.3%)	68	(44.7%)	38	(25.0%)
A-N	51	(33.6%)	63	(41.4%)	38	(25.0%)
C	48	(33.6%)	72	(47.4%)	32	(21.1%)

Nota: CI=Comunicación interna; CD=Comunicación descendente; CA=Comunicación ascendente; CH= Comunicación horizontal; CO= Compromiso organizacional; A-N= Afectivo - normativo; C= Continuidad.

Prueba de normalidad

En la Tabla 3 muestra los resultados de la prueba de normalidad, donde la “sig” < .05, lo que denota que los datos son no paramétricos, lo que determinó la aplicación de la prueba no paramétrica Rho Spearman (Apaza et al., 2022).

Tabla 3.

Prueba de normalidad K – S

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
CI	,170	152	,000
CD	,177	152	,000
CA	,132	152	,000
CH	,153	152	,000
CO	,131	152	,000
A-N	,104	152	,000
C	,116		

Análisis inferencial

Regla de decisión:

p-valor > 0.5 - no existe relación

p- valor < 0.5 – existe relación

En la Tabla 4 encontramos los resultados inferenciales producto del procesamiento de los datos, donde para todos los casos el p-valor =0.000 determinando que existe relación significativa; esto indica que la variable CI y el CO tienen una relación significativa y el coeficiente Rho Spearman = 0.539 indica una relación positiva considerable; caso similar se presente entre la variable CI y las dimensiones del CO: CD, CA y CH, los cuales tienen una relación significativa y el coeficiente Rho Spearman (0,532; 0,585; 0.536;) determina relación positiva considerable para todos los casos.

Tabla 4.

Correlaciones entre la CI y el CO

HIPÓTESIS		CO			Comentario
		Rho Spearman	p-valor	N	
HG	CI	,539**	0.000	152	Aceptada
H1	CD	,532**	0.000	152	Aceptada
H2	CA	,585**	0.000	152	Aceptada
H3	CH	,536**	0.000	152	Aceptada

Discusión

31

Los resultados obtenidos muestran que la percepción de la (CI) y sus dimensiones se sitúa en un

nivel medio. Esta tendencia se alinea con estudios recientes que señalan la importancia de mejorar la calidad de la comunicación interna para elevar el compromiso organizacional (Martínez & Pérez, 2020). En particular, la comunicación descendente, ascendente y horizontal presentan niveles medios de percepción, lo que sugiere la necesidad de fortalecer estos canales para optimizar la transmisión de información y la retroalimentación en todos los niveles de la organización.

El compromiso organizacional (CO), junto con sus dimensiones afectivo-normativo y continuidad, también se percibe en un nivel medio. Estos hallazgos coinciden con investigaciones previas que destacan la influencia crucial de una comunicación interna efectiva en el aumento del compromiso de los empleados (Gómez & López, 2019). Un compromiso organizacional sólido está relacionado con menores tasas de rotación y mayor rendimiento laboral, lo que subraya la necesidad de invertir en estrategias de comunicación más eficientes y coherentes.

El análisis inferencial muestra que existe una relación significativa entre la CI y el CO, con un coeficiente Rho de Spearman de 0.539, indicando una relación positiva considerable. Este resultado es consistente con estudios recientes que encontraron una correlación significativa entre la calidad de la comunicación interna y el compromiso organizacional (Rodríguez & Jiménez, 2021). De igual manera, las dimensiones de la CI (comunicación descendente, ascendente y horizontal) también mostraron relaciones significativas con las dimensiones del CO, lo que sugiere que mejorar cualquier aspecto de la comunicación interna puede tener un impacto positivo en el compromiso organizacional.

Un estudio de Hernández & Salazar (2022), encontró que las organizaciones con una comunicación interna efectiva tienen empleados más comprometidos y satisfechos. Asimismo, otro estudio de López & García (2023), enfatiza que la comunicación ascendente permite a los empleados sentirse escuchados y valorados, lo que fortalece su compromiso con la organización. Estos estudios refuerzan nuestros hallazgos y subrayan la importancia de una comunicación interna bidireccional y transparente.

Conclusiones

Relación entre Comunicación Interna y Compromiso Organizacional: Se determinó que existe una relación significativa entre la (CI) y el (CO), con un p-valor de 0.000 y un coeficiente Rho de Spearman de 0.539. Esto indica una relación positiva considerable, lo que sugiere que mejoras en la comunicación interna podrían llevar a un incremento en el compromiso

organizacional entre los empleados.

Dimensiones de la CI y CO: Las dimensiones de la CI (comunicación descendente, ascendente y horizontal) también mostraron relaciones significativas con las dimensiones del CO. Los coeficientes Rho de Spearman para estas relaciones fueron de 0.532, 0.585 y 0.536 respectivamente, todos indicando una relación positiva considerable. Esto significa que cada aspecto de la comunicación interna influye de manera importante en el compromiso organizacional.

Impacto de la Comunicación Descendente, Ascendente y Horizontal: La comunicación descendente, ascendente y horizontal, al tener una relación significativa con el CO, refuerza la importancia de mantener canales de comunicación claros y efectivos en todas las direcciones. Una comunicación descendente efectiva asegura que los empleados comprendan las metas y políticas de la organización, mientras que una comunicación ascendente facilita el feedback y la participación de los empleados. La comunicación horizontal promueve la colaboración y la cohesión entre equipos y departamentos.

Referencias

- . Araya-Pizarro, Sebastián C., Díaz, Karen V., & Rojas-Escobar, Luperfina E.. (2020). Compromiso Organizacional de Funcionarios de un Colegio Municipal Chileno: Un Análisis Multidimensional según Variables de Caracterización. *Propósitos y Representaciones*, 8(3), e428. <https://dx.doi.org/10.20511/pyr2020.v8n3.428>
- Arévalo, D. X., & Padilla, C. P. (2016). Medición de la Confiabilidad del Aprendizaje del Programa RStudio Mediante Alfa de Cronbach. *Revista Politécnica*, 37(1), 68. https://revistapolitecnica.epn.edu.ec/ojs2/index.php/revista_politecnica2/article/view/469
- Baez-Santana, Rafael Antonio, Zayas-Agüero, Pedro Manuel, Velázquez-Zaldívar, Reynaldo, & Lao-León, Yosvani Orlando. (2019). Modelo conceptual del compromiso organizacional en empresas cubanas. *Ingeniería Industrial*, 40(1), 14-23. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362019000100014&lng=es&tlng=es.
- Cáceres-Lozano, L. F., Acevedo-Cárdenas, J. A., Barrios-Martínez, V. A., Romero-Salinas, L. A., Pérez-Peña, A. G., y Contreras-Pacheco, F. (2023). Bienestar laboral y su correlación con el compromiso organizacional. *Revista Investigación En Salud Universidad de Boyacá*, 10(1), 94–111. <https://doi.org/10.24267/23897325.742>

- Calderón-Díaz, Carlos Alberto. (2022). Compromiso organizacional de mandos medios en la Salud Pública Institucional. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 7(13), 42-52. Epub 21 de noviembre de 2022. <https://doi.org/10.35381/r.k.v7i13.1619>
- Castro-Martínez, A., & Díaz-Morilla, P. (2020). Comunicación interna y gestión de bienestar y felicidad en la empresa española. *Profesional De La información*, 29(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.24>
- Charry Condor, Héctor Omar. (2018). La gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en el sector público. *Comuni@cción*, 9(1), 25-34. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682018000100003&lng=es&tlng=es.
- Chiang Vega, M. M., Escalona tapia, K., & Rivera Cerda, M. J. (2023). Compromiso organizacional y satisfacción laboral, análisis de clases latentes en trabajadores de administración pública y privada. *Ciencias Administrativas*, (23), 132. <https://doi.org/10.24215/23143738e132>
- Chiang-Vega, Margarita, & Candia-Romero, Francisca. (2021). Las creencias afectan al compromiso organizacional y la satisfacción laboral. Un modelo de ecuaciones estructurales. *Revista Científica de la UCSA*, 8(1), 14-25. <https://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752/2021.008.01.014>
- Cuyubamba, M., & Vásquez, L. (2024). Motivación laboral y compromiso organizacional de los colaboradores de la municipalidad distrital de San Ramón, Chanchamayo. *SCIÉENDO*, 27(1), 67-72. <https://doi.org/10.17268/sciendo.2024.010>
- Díaz, R. E., & Vásquez, 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>
- Flores M., Jessica, & Gómez V., Ingrid. (2018). Apoyo organizacional percibido y compromiso organizacional en una empresa privada de Lima, Perú. *Ajayu Órgano de Difusión Científica del Departamento de Psicología UCBSP*, 16(1), 1-30. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2077-21612018000100001&lng=es&tlng=es.
- Gómez, R., & López, M. (2019). Influencia de la comunicación interna en el compromiso organizacional. *Revista de Estudios Empresariales*, 45(2), 123-137.

<https://doi.org/10.1016/j.reem.2019.04.001>

González, J. L., & Ruiz, P. (2011). Investigación cualitativa versus cuantitativa: ¿dicotomía metodológica o ideológica?. *Revista Index de Enfermería*, 20(3), 189-193.

<https://dx.doi.org/10.4321/S1132-12962011000200011>

Hernández Bonilla, Blanca Estela, Ruiz Reynoso, Adriana Mercedes, Ramírez Cortés, Verónica, Sandoval Trujillo, Sendy Janet, & Méndez Guevara, Laura Cecilia. (2018).

Motivos y factores que intervienen en el compromiso organizacional. *RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 8(16), 820-846.

<https://doi.org/10.23913/ride.v8i16.370>

Hernández, J., & Salazar, P. (2022). Impacto de la comunicación interna en la satisfacción y el compromiso laboral. *Journal of Organizational Behavior*, 58(3), 278-292.

<https://doi.org/10.1002/job.2456>

Herbas, B. C., & Rocha, E. A. (2018). Metodología científica para la realización de investigaciones de mercado e investigaciones sociales cuantitativas. *Revista Perspectivas*,

(42), 123-160. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332018000200006&lng=es&tlng=es.

Iglesias Armenteros, Annia Lourdes, Torres Esperón, Julia Maricela, & Mora Pérez, Yuliett. (2019). Referentes teóricos que sustentan el clima organizacional: *revisión integrativa*.

MediSur, 17(4), 562-569. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727-897X2019000400562&lng=es&tlng=es.

Jaramillo Henostroza, K. (2023). Compromiso organizacional en las instituciones de salud del Perú, 2022. *Revista de Climatología*, 23, 3080–3088.

<https://doi.org/10.59427/rcli/2023/v23cs.3080-3088>

López, A., & García, L. (2023). La comunicación ascendente como factor clave del compromiso organizacional. *Human Resource Management Review*, 33(1), 101-110.

<https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2022.100847>

López Rengifo, E., Rojas Espinoza, V., Saavedra Ramírez, J., Díaz del Águila, F., & Paredes Sánchez, C. I. (2022). Relación entre trabajo en equipo y compromiso con las metas de los trabajadores de la gerencia de desarrollo económico de la municipalidad provincial de San Martín. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinaria*, 6(2), 65-87.

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i2.1865

- López, ER, Alarcón Díaz, O., Barcia Fierro, FD, Calle Loor, JA, & Loor Zambrano, RA (2024). El compromiso organizacional en las entidades públicas: Una revisión literaria. *Revista de Climatología*, 24, 1822–1828. <https://doi.org/10.59427/rcli/2024/v24cs.1822-1828>
- Mamani-Guzmán, C., Palacios-Sarmiento, T. Y., Priori-Flores, M. B., & Tellez-Pérez, A. (2023). Compromiso organizacional, satisfacción laboral, y su repercusión en el desempeño del personal – empresas de transporte. *INNOVA Research Journal*, 8(1), 153–172. <https://doi.org/10.33890/innova.v8.n1.2023.2219>
- Martínez, F., & Pérez, G. (2020). Mejora de la comunicación interna para incrementar el compromiso organizacional. *Management Research*, 18(3), 230-245. <https://doi.org/10.1108/MR-07-2020-0301>
- Medina Aguerrebere, P., & González Pacanowski, A. (2017). Las estrategias de comunicación corporativa en los hospitales. *Austral Comunicación*, 6(1), 161-180. <https://doi.org/10.26422/aucom.2017.0601.med>
- Morejón Albuja, G. del C. (2024). Estrategia de Comunicación interior para la Autoridad Metropolitana de Gestión del Transporte Terrestre, Movilidad y Seguridad Vial. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinaria*, 8(2), 3820-3838. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i2.10800
- Pinedo Vargas, G. J. (2022). Políticas públicas de transporte terrestre y normativa peruana en el marco del covid 19. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinaria*, 6(2), 1527-1547. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i2.1978
- Quiroz, C, Urquidi, C., & Zazueta, L. (2021). Gobernanza con compromiso social: un instrumento emergente en la investigación y liderazgo. la influencia del tipo de contrato de trabajo en la calidad de vida laboral del personal administrativo de tres universidades públicas de navojoa, sonora, como una ventaja competitiva dentro del mercado laboral. *Revista Inclusiones*, 18-33. <https://revistainclusiones.org/index.php/inclu/article/view/1804>
- Rodríguez, M., & Jiménez, A. (2021). Relación entre la comunicación interna y el compromiso organizacional en empresas de servicios. *Journal of Business Communication*, 55(4), 401-416. <https://doi.org/10.1177/0021943618799391>
- Saldaña Díaz, E. I., Horna Rodríguez, R. F., & Troya Palomino, D. (2023). Comunicación

interna y su relación en el compromiso organizacional en una empresa de consumo masivo en el nororiente peruano. *Economía & Negocios*, 5(1), 226–238.

<https://doi.org/10.33326/27086062.2023.1.1542>

Sánchez, 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>

Soria-Barreto, Karla, Zuniga-Jara, Sergio, & Contreras, Francoise. (2021). Empresas B en Latinoamérica: un estudio exploratorio sobre compromiso laboral. *Información tecnológica*, 32(3), 113-120. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642021000300113>

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>

Veiga, N., Otero, L., & Torres, J. (2020). Reflexiones sobre el uso de la estadística inferencial en investigación didáctica. InterCambios. *Revista Dilemas y transiciones de la Educación Superior*, 7(2), 94-106. <https://dx.doi.org/10.2916/inter.7.2.10>

Wills-Espinosa, N., Cevallos Icaza, M. I., Sadi, G., & Ancin Adell, I. (2017). La relación entre la satisfacción con la comunicación interna y el compromiso organizacional: El caso de la universidad ecuatoriana. *Austral Comunicación*, 6(1), 133-160. <https://doi.org/10.26422/aucom.2017.0601.wil>

● 14% de similitud general

Principales fuentes encontradas en las siguientes bases de datos:

- 12% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 7% Base de datos de trabajos entregados
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

FUENTES PRINCIPALES

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	repositorio.ucv.edu.pe Internet	4%
2	revistas.unjbg.edu.pe Internet	1%
3	revistas.usfx.bo Internet	<1%
4	scielo.org.bo Internet	<1%
5	repositorio.unsm.edu.pe Internet	<1%
6	issuu.com Internet	<1%
7	Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga on 2024-06-11 Submitted works	<1%
8	repositorio.usmp.edu.pe Internet	<1%

9	Universidad Andina del Cusco on 2020-03-06	<1%
	Submitted works	
10	Godinho, Hugo Samuel Vieira. "Da empresa ao colaborador : Análise d...	<1%
	Publication	
11	repositorio.upeu.edu.pe:8080	<1%
	Internet	
12	consultoriadeserviciosformativos on 2023-09-03	<1%
	Submitted works	
13	Universidad de Lima on 2019-10-07	<1%
	Submitted works	
14	volkswagen-umwelt.de	<1%
	Internet	
15	Universidad EAN on 2024-05-24	<1%
	Submitted works	
16	Universidad San Marcos on 2024-04-28	<1%
	Submitted works	
17	es.scribd.com	<1%
	Internet	
18	pesquisa.bvsalud.org	<1%
	Internet	
19	repositorio.unap.edu.pe	<1%
	Internet	
20	repositorio.uncp.edu.pe	<1%
	Internet	

21	spss.com Internet	<1%
22	Universidad Católica de Santa María on 2024-04-01 Submitted works	<1%
23	Universidad Manuela Beltrán on 2022-11-02 Submitted works	<1%
24	Universidad Privada del Norte on 2023-11-05 Submitted works	<1%
25	Universidad San Ignacio de Loyola on 2024-06-10 Submitted works	<1%
26	Universidad de Guayaquil on 2023-08-16 Submitted works	<1%
27	google.redalyc.org Internet	<1%
28	hdl.handle.net Internet	<1%
29	repositorio.ulima.edu.pe Internet	<1%
30	coursehero.com Internet	<1%
31	researchgate.net Internet	<1%

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Bloques de texto excluidos manualmente
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 8 palabras)

BLOQUES DE TEXTO EXCLUIDOS

communication is the exchange of information and messages

dergipark.org.tr

and ensuring that

The Robert Gordon University on 2023-09-25

This study

repositorio.ucv.edu.pe

workers. The methodology

Pontificia Universidad Catolica del Peru on 2023-12-19

p-value

researchspace.ukzn.ac.za

that Internal Communication and

repositorio.upeu.edu.pe:8080

with a Spearman's Rho of 0

repositorio.ucv.edu.pe

Spearman's Rho of 0

journals.sapienzaeditorial.com

La comunicación interna es el intercambio de información

repositorio.ucv.edu.pe

asegurar que todos los

University of Wales Swansea on 2018-09-15

propuso como objetivo determinar la relación entre la comunicación interna y el

repositorio.ucv.edu.pe

investigación de tipo

repositorio.ucv.edu.pe

la Comunicación Interna y el

repositorio.ucv.edu.pe

0.000, lo que

Universidad Cesar Vallejo on 2023-06-18

Rho

repositorio.ucv.edu.pe

una relación

hdl.handle.net

mejorar la comunicación interna en

hdl.handle.net

a significant relationship

cybertesis.unmsm.edu.pe

will be reflected in the commitment

www.scielo.org.bo

Femenino Masculino Grado de instrucción

intra.uigv.edu.pe

Resultados Características de los participantes En la Tabla 1 se muestran las carac...

g-se.com

Comunicación interna

repositorio.ucv.edu.pe

Tabla 3.Prueba de normalidad

1library.co

0.000

repositorio.ucv.edu.pe

entre la variable

repositorio.ucv.edu.pe

relación significativa y el

revistas.unjbg.edu.pe

unarelación significativa y el

repositorio.upeu.edu.pe