

ESCUELA DE POSTGRADO SAN FRANCISCO XAVIER SFX



SFX

ESCUELA DE POSTGRADO
ESCUELA DE NEGOCIOS

TESIS

**“COMUNICACIÓN INTERNA Y SU RELACION CON EL
COMPROMISO ORGANIZACIONAL EN UNA ENTIDAD BANCARIA
EN LA CIUDAD DE AREQUIPA 2022”**

AUTOR:

Presentada por los Bachiller:

Karen Catherine Gutierrez Moran

Juan Pablo Zea Carazas

Para optar el Grado Académico de:

Maestro en Administración de Empresas Innovadoras y Emprendedoras MBA

AREQUIPA – PERÚ

2023



Agradecimientos

Gracias a Dios por habernos guiado en la decisión de estudiar la maestría, no ha sido un camino sencillo, pero gracias a Él hemos podido culminar este proyecto, gracias a nuestras familias, por apoyarnos en cada paso que damos en nuestras vidas, por confiar siempre en nosotros y brindarnos su apoyo constante.

Gracias a la Escuela de Negocios San Francisco Xavier – SFX, ha sido una experiencia maravillosa la que hemos vivido, nos brindaron a los mejores docentes y ponencias para enriquecer nuestro conocimiento, gracias a nuestros compañeros de estudio, vivimos anécdotas y compartimos momentos que quedarán guardados siempre en nuestra memoria, especialmente nuestro gran viaje a China.

Para todos ellos está dedicada esta tesis, porque han sido y son pieza fundamental en nuestro crecimiento profesional, estamos enormemente agradecidos por este gran aprendizaje.

Muchas gracias

Karen Catherine Gutiérrez Morán

Juan Pablo Zea Carazas

Resumen

El objetivo de la tesis fue establecer de qué manera la Comunicación interna se relaciona con el Compromiso organizacional en una Entidad bancaria en la Ciudad de Arequipa en el año 2022. Para ello se realizó un estudio de tipo aplicado de nivel correlacional, con un diseño transversal, no experimental, en una muestra de 150 servidores de la Entidad bancaria.

Para la prueba de confiabilidad de Alfa de Cronbach en el instrumento de Comunicación interna se obtiene un coeficiente de 0.985 y para el instrumento de Compromiso organizacional se obtiene un coeficiente de 0.880 de confiabilidad. En cuanto a la hipótesis principal, existe una correlación moderada y positiva (0.512) y en los niveles de Comunicación interna y Compromiso organizacional también se evidencia una correlación moderada y positiva al estar parcialmente cercano a valor de 1.

Igualmente, los niveles de Comunicación interna son “positivos” en un 48% y para la variable de Compromiso organizacional fueron “moderados” en un 55%.

Palabras Clave: Comunicación interna, Compromiso organizacional.

Abstract

The objective of the thesis was to establish how Internal communication is related to Organizational commitment in a Banking entity in the City of Arequipa in the year 2022. For this, an applied study of a correlational level was carried out, with a cross-sectional design. non-experimental, in a sample of 150 bank employees. For the Cronbach's Alpha reliability test in the Internal communication instrument, a coefficient of 0.985 is obtained and for the Organizational commitment instrument, a reliability coefficient of 0.880 is obtained. Regarding the main hypothesis, there is a moderate and positive correlation (0.512), and in the levels of Internal communication and Organizational commitment a moderate and positive correlation is also evident, being partially close to a value of 1.

Likewise, the levels of Communication internal are "positive" at 48%, and for the Organizational commitment variable they were "moderate" at 55%.

Keywords: Internal communication, Organizational commitment.

Índice general

Resumen.....	iii
Abstract.....	iv
Introducción	1
Análisis de Las Variables.....	3
Operacionalización de Variables.....	3
Interrogantes del Problema.....	4
Interrogante General	4
Interrogantes Específicas	4
Descripción del Problema	5
Campo, Área y Línea de Acción	5
Justificación del Problema	6
Teórica:	6
Práctica:	6
Social:	6
Metodológica:	6
Antecedentes Investigativos.....	7
Antecedentes Investigativos Internacionales.....	7
Antecedentes Investigativos Nacionales.	8
Hipótesis	10
Hipótesis General	10
Hipótesis Nula.....	10
Hipótesis Específicas.....	10
Objetivos.....	11
Objetivo general	11

Objetivos Específicos	11
Capítulo I Marco Teórico.....	12
Comunicación Organizacional.....	13
Tipos De Comunicación Organizacional	14
Comunicación Externa	14
Comunicación Interna.....	15
Quiénes y para qué Utilizan la Comunicación Interna.....	16
Los Canales de Comunicación Interna.....	18
ensajes Clave en las Organizaciones.....	19
Proceso comunicativo.....	19
Planificación	19
Periodicidad.....	20
Objetivos de la Comunicación Interna.....	20
Barreras de la Comunicación	22
Barreras Personales.....	22
Barreras Físicas.....	22
Barreras Semánticas	22
Relación Entre la Comunicación Interna y el Compromiso Organizacional	23
Compromiso Organizacional.....	24
Compromiso Organizacional	26
Modelos de Compromiso Organizacional.....	27
Modelo Meyer y Allen.	27
Modelo de Porter y Smith.....	27
Modelo de Kanungo.	27
Modelo de Morrow	28

Modelo de Mathieu y Zajac.....	28
Enfoques del Compromiso Organizacional.....	29
Enfoque Unidimensional	29
Enfoque Multidimensional	29
Dimensiones del Compromiso Organizacional.....	29
El Compromiso Afectivo.....	29
El Compromiso Continuo.....	30
El compromiso Normativo	31
Causas del Compromiso Organizacional:	31
Capítulo II Metodología.....	32
Método Científico	33
Métodos Específicos:.....	33
Enfoque de la Investigación.....	33
Tipo de Investigación	34
Nivel de Investigación.....	34
Diseño de Investigación	34
Unidad de Estudio	34
Sujetos o unidad de estudio.	34
Muestra.	35
Delimitación de la Investigación.....	35
Campo del Estudio.....	35
Delimitación Temporal.....	35
Delimitación Geográfica.....	35
Delimitación Teórica.	35
Técnicas e Instrumentos y Fuentes de Recolección de Datos.....	35

Técnicas de Investigación.....	35
Instrumento de Investigación.....	36
CAPÍTULO III RESULTADOS.....	37
Comunicación Interna.....	38
Patrones de la Comunicación	38
CONCLUSIONES	100
RECOMENDACIONES.....	102
BIBLIOGRAFÍA	103

Índice de tablas

Tabla 1 Operacionalización de variables	3
Tabla 2 Pregunta 1. Mi superior inmediato, me proporciona toda la información que necesito para realizar mi trabajo.	38
Tabla 3 Pregunta 2. La comunicación en la organización generalmente fluye de abajo hacia arriba, es decir, de los niveles base a los superiores	39
Tabla 4 Pregunta P3. Intercambio información con mis compañeros para coordinar tareas entre diferentes unidades de la organización	40
Tabla 5 Pregunta 4. Transmito a mi superior inmediato toda la información que recibo.....	41
Tabla 6 Pregunta 5. Obtengo información directa y clara acerca de mi desempeño, a través de mi superior inmediato.	42
Tabla 7 Pregunta 6. La información relacionada con el proyecto de empresa (misión, visión, valores) de la organización, me llega a través de mi superior inmediato	43
Tabla 8 Pregunta 7. La información relacionada con resultados financieros de la organización me llega a través de mi superior inmediato	44
Tabla 9 Pregunta 8. Me siento satisfecho con la comunicación que existe entre mi superior inmediato y mi persona.....	45
Tabla 10 Pregunta 9. Existe libertad y confianza para aclarar malentendidos y resolver conflictos entre los miembros del grupo de trabajo.....	46
Tabla 11 Pregunta 10. Mi superior inmediato me da más información de la que puedo usar	47
Tabla 12 Pregunta 11. Cuando mi superior inmediato me da una orden de cualquier tipo, se asegura de que yo la haya entendido.....	48
Tabla 13 Pregunta 12. La información relacionada con nuevos negocios, productos y servicios de la organización me llega a través de mi superior inmediato.	49
Tabla 14 Pregunta 13. Me siento en confianza para plantear a mi superior inmediato sugerencias para mejorar procesos o procedimientos de trabajo.....	50
Tabla 15 Pregunta 14. Existe un buen clima de apoyo y entendimiento entre los miembros de mi grupo de trabajo.	51
Tabla 16 Pregunta 15. Cuando recibo demasiada información de mi superior inmediato y no sé cómo usarla, selecciono una parte de ella y el resto la desecho.	52
Tabla 17 Pregunta 16. Mi superior inmediato verifica el cumplimiento de sus órdenes.....	53

Tabla 18 Pregunta 17. La información relacionada con campañas comerciales de la organización me llega a través de mi superior inmediato.	54
Tabla 19 Pregunta 18. Tengo inconvenientes para comentar los problemas de mi puesto de trabajo con mi superior inmediato.	55
Tabla 20 Pregunta 19. Cuando recibo demasiada información de mi superior inmediato y no sé cómo usarla, la delego en otros.	56
Tabla 21 Pregunta 20. La información que proviene de mi superior inmediato es creíble y confiable.	57
Tabla 22 Pregunta 21. Obtengo información sobre mi proyección profesional en la organización, a través de mi superior inmediato	58
Tabla 23 Pregunta 22. La información relacionada con instrucciones operativas de la organización me llega a través de mi superior inmediato.	59
Tabla 24 Pregunta 23. Mi superior inmediato conoce y comprende los problemas que yo enfrento en la realización de mis tareas.	60
Tabla 25 Pregunta 24. Me salto los canales formales de la organización cuando requiero información dentro o fuera de mi área de trabajo	61
Tabla 26 Pregunta 25. La distancia y la distribución física entre mi superior inmediato y yo, obstaculiza la comunicación.	62
Tabla 27 Pregunta 26. En la organización, cuando alguna información resulta amenazante o crítica, las personas actúan defensivamente.	63
Tabla 28 Pregunta 27. Las instrucciones de cómo realizar una tarea me llegan a través de mi superior inmediato.	64
Tabla 29 Pregunta 28. Tengo libertad y confianza al discutir, con mi superior inmediato, asuntos importantes relacionados al trabajo.	65
Tabla 30 Pregunta 29. En la organización, la información que proviene de los niveles superiores parece ser interpretada de distintas maneras.	66
Tabla 31 Pregunta 30. La explicación de cuál es la mejor metodología para realizar una tarea me llega a través de mis compañeros de área o unidad.	67
Tabla 32 Pregunta 31. En la organización, las instrucciones provenientes de los compañeros de la misma área o unidad, parece ser interpretada de distintas maneras.	68

Tabla 33 Pregunta 32. La descripción del trabajo que el equipo debe llevar a cabo, se me informa a través de mi superior inmediato	69
Tabla 34 Pregunta 33. Me entero de los problemas que necesitan atención por mi superior inmediato.....	70
Tabla 35 Pregunta 34. En general, mi superior inmediato y yo comprendemos las cosas de la misma manera.....	71
Tabla 36 Nivel de patrones de la comunicación	72
Tabla 37 Nivel de barreras de la comunicación.....	73
Tabla 38 Nivel de retroalimentación.....	74
Tabla 39 Nivel de comunicación interna	75
Tabla 40 Pregunta 1. Estoy orgulloso de pertenecer a esta empresa	76
Tabla 41 Pregunta 2. Me siento ligado emocionalmente a mi organización	77
Tabla 42 Pregunta 3. No me siento plenamente integrado a mi organización.....	78
Tabla 43 Pregunta 4. Realmente tomo los problemas de la empresa como míos.....	79
Tabla 44 Pregunta 5. Esta empresa significa personalmente mucho para mí.....	80
Tabla 45 Pregunta 6. No experimento un fuerte sentimiento hacia mi organización	81
Tabla 46 Pregunta 7. Estaría feliz de trabajar por mucho más tiempo en esta empresa.....	82
Tabla 47 Pregunta 8. Siento como si tuviera muy pocas opciones de trabajo	83
Tabla 48 Pregunta 9. Si no hubiera puesto tanto de mí mismo en la organización, hubiera considerado otras organizaciones	84
Tabla 49 Pregunta 10. Sería para mí muy duro dejar esta organización así lo quisiera	85
Tabla 50 Pregunta 11. Gran parte de mi vida se afectaría si decidiera salir de la organización...	86
Tabla 51 Pregunta 12. Hoy pertenecer en esta organización es una cuestión tanto de necesidad como de deseo.....	87
Tabla 52 Pregunta 13. Me sentiría culpable si dejara mi organización ahora	88
Tabla 53 Pregunta 14. No abandonaría a mi empresa en estos momentos	89
Tabla 54 Pregunta 15. Estoy en deuda con la organización	90
Tabla 55 Pregunta 16. Esta organización merece mi lealtad	91
Tabla 56 Pregunta 17. Aún si fuera por mi beneficio, siento que no estaría bien si dejar mi organización.....	92
Tabla 57 Pregunta 18. No siento obligación alguna de permanecer.....	93

Tabla 58 Nivel de componente afectivo	94
Tabla 59 Nivel de componente de continuidad.....	95
Tabla 60 Nivel de componente normativo.....	96
Tabla 61 Nivel de compromiso organizacional	97
Tabla 62 Resultados de Confiabilidad de los Instrumentos de Investigación	98
Tabla 63 Resultados de Correlación de los Instrumentos de Investigación.....	99

Índice de figuras

Figura 1 Esquema de públicos de la comunicación interna.....	17
Figura 2 Canales de comunicación	18
Figura 3 Comunicación Organizacional Interna.....	21
Figura 4 Barreras de la comunicación	23
Figura 5 Pregunta 1. Mi superior inmediato, me proporciona toda la información que necesito para realizar mi trabajo.	38
Figura 6 Pregunta 2. La comunicación en la organización generalmente fluye de abajo hacia arriba, es decir, de los niveles base a los superiores	39
Figura 7 Pregunta P3. Intercambio información con mis compañeros para coordinar tareas entre diferentes unidades de la organización	40
Figura 8 Pregunta 4. Transmito a mi superior inmediato toda la información que recibo.	41
Figura 9 Pregunta 5. Obtengo información directa y clara acerca de mi desempeño, a través de mi superior inmediato.	42
Figura 10 Pregunta 6. La información relacionada con el proyecto de empresa (misión, visión, valores) de la organización, me llega a través de mi superior inmediato	43
Figura 11 Pregunta 7. La información relacionada con resultados financieros de la organización me llega a través de mi superior inmediato	44
Figura 12 Pregunta 8. Me siento satisfecho con la comunicación que existe entre mi superior inmediato y mi persona.....	45
Figura 13 Pregunta 9. Existe libertad y confianza para aclarar malentendidos y resolver conflictos entre los miembros del grupo de trabajo.....	46
Figura 14 Pregunta 10. Mi superior inmediato me da más información de la que puedo usar.....	47
Figura 15 Pregunta 11. Cuando mi superior inmediato me da una orden de cualquier tipo, se asegura de que yo la haya entendido.....	48
Figura 16 Pregunta 12. La información relacionada con nuevos negocios, productos y servicios de la organización me llega a través de mi superior inmediato.	49
Figura 17 Pregunta 13. Me siento en confianza para plantear a mi superior inmediato sugerencias para mejorar procesos o procedimientos de trabajo.....	50

Figura 18 Pregunta 14. Existe un buen clima de apoyo y entendimiento entre los miembros de mi grupo de trabajo.	51
Figura 19 Pregunta 15. Cuando recibo demasiada información de mi superior inmediato y no sé cómo usarla, selecciono una parte de ella y el resto la desecho.	52
Figura 20 Pregunta 16. Mi superior inmediato verifica el cumplimiento de sus órdenes.	53
Figura 21 Pregunta 17. La información relacionada con campañas comerciales de la organización me llega a través de mi superior inmediato.	54
Figura 22 Pregunta 18. Tengo inconvenientes para comentar los problemas de mi puesto de trabajo con mi superior inmediato.	55
Figura 23 Pregunta 19. Cuando recibo demasiada información de mi superior inmediato y no sé cómo usarla, la delego en otros.	56
Figura 24 Pregunta 20. La información que proviene de mi superior inmediato es creíble y confiable.	57
Figura 25 Pregunta 21. Obtengo información sobre mi proyección profesional en la organización, a través de mi superior inmediato.	58
Figura 26 Pregunta 22. La información relacionada con instrucciones operativas de la organización me llega a través de mi superior inmediato.	59
Figura 27 Pregunta 23. Mi superior inmediato conoce y comprende los problemas que yo enfrento en la realización de mis tareas.	60
Figura 28 Pregunta 24. Me salto los canales formales de la organización cuando requiero información dentro o fuera de mi área de trabajo.	61
Figura 29 Pregunta 25. La distancia y la distribución física entre mi superior inmediato y yo, obstaculiza la comunicación.	62
Figura 30 Pregunta 26. En la organización, cuando alguna información resulta amenazante o crítica, las personas actúan defensivamente.	63
Figura 31 Pregunta 27. Las instrucciones de cómo realizar una tarea me llegan a través de mi superior inmediato.	64
Figura 32 Pregunta 28. Tengo libertad y confianza al discutir, con mi superior inmediato, asuntos importantes relacionados al trabajo.	65

Figura 33 Pregunta 29. En la organización, la información que proviene de los niveles superiores parece ser interpretada de distintas maneras.	66
Figura 34 Pregunta 30. La explicación de cuál es la mejor metodología para realizar una tarea me llega a través de mis compañeros de área o unidad.	67
Figura 35 Pregunta 31. En la organización, las instrucciones provenientes de los compañeros de la misma área o unidad, parece ser interpretada de distintas maneras.	68
Figura 36 Pregunta 32. La descripción del trabajo que el equipo debe llevar a cabo, se me informa a través de mi superior inmediato.	69
Figura 37 Pregunta 33. Me entero de los problemas que necesitan atención por mi superior inmediato.	70
Figura 38 Pregunta 34. En general, mi superior inmediato y yo comprendemos las cosas de la misma manera.	71
Figura 39 Nivel de patrones de la comunicación.	72
Figura 40 Nivel de barreras de la comunicación.	73
Figura 41 Nivel de retroalimentación.	74
Figura 42 Nivel de comunicación interna.	75
Figura 43 Pregunta 1. Estoy orgulloso de pertenecer a esta empresa.	76
Figura 44 Pregunta 2. Me siento ligado emocionalmente a mi organización.	77
Figura 45 Pregunta 3. No me siento plenamente integrado a mi organización.	78
Figura 46 Pregunta 4. Realmente tomo los problemas de la empresa como míos.	79
Figura 47 Pregunta 5. Esta empresa significa personalmente mucho para mí.	80
Figura 48 Pregunta 6. No experimento un fuerte sentimiento hacia mi organización.	81
Figura 49 Pregunta 7. Estaría feliz de trabajar por mucho más tiempo en esta empresa.	82
Figura 50 Pregunta 8. Siento como si tuviera muy pocas opciones de trabajo.	83
Figura 51 Pregunta 9. Si no hubiera puesto tanto de mí mismo en la organización, hubiera considerado otras organizaciones.	84
Figura 52 Pregunta 10. Sería para mí muy duro dejar esta organización así lo quisiera.	85
Figura 53 Pregunta 11. Gran parte de mi vida se afectaría si decidiera salir de la organización.	86
Figura 54 Pregunta 12. Hoy pertenecer en esta organización es una cuestión tanto de necesidad como de deseo.	87

Figura 55 Pregunta 13. Me sentiría culpable si dejara mi organización ahora	88
Figura 56 Pregunta 14. No abandonaría a mi empresa en estos momentos.....	89
Figura 57 Pregunta 15. Estoy en deuda con la organización	90
Figura 58 Pregunta 16. Esta organización merece mi lealtad.....	91
Figura 59 Pregunta 17. Aún si fuera por mi beneficio, siento que no estaría bien si dejar mi organización.....	92
Figura 60 Pregunta 18. No siento obligación alguna de permanecer	93
Figura 61 Nivel de componente afectivo	94
Figura 62 Nivel de componente de continuidad	95
Figura 63 Nivel de componente normativo	96
Figura 64 Nivel de compromiso organizacional.....	97

Introducción

La presente investigación hace referencia al tema de la “Comunicación interna y su relación con el compromiso Organizacional en una Entidad bancaria en la Ciudad de Arequipa en el año 2022”

Conforme lo expresado anteriormente, el objeto general del presente trabajo de investigación es demostrar *fácticamente*, si las Comunicaciones internas que se dan en una Entidad bancaria, influyen en el Compromiso organizacional, de sus servidores en la Ciudad de Arequipa.

El presente estudio es de un enfoque cuali cuantitativo, transversal, de nivel exploratorio y explicativo, no experimental; participarán un total de 150 servidores de la Entidad bancaria, de la Ciudad de Arequipa. Para la primera variable de Comunicación Interna, se utilizará el instrumento de GF Asesores en el año 2003 y en la ciudad de Caracas, Venezuela y para la segunda variable de Compromiso organizacional se empleará la Escala de Meyer, J. y Allen, C. ,2001.

Primero, se aborda la idea central de la investigación haciendo el planteamiento del problema, describiendo la realidad problemática con los antecedentes teóricos y definiendo el problema general y los problemas específicos relacionados con las variables y su operacionalización. Asimismo, se presentan los objetivos, su respectiva justificación, se analizan las dimensiones, y la hipótesis.

El primer Capítulo comprende las bases teóricas, modelos teóricos.

En el Capítulo II se plantea el modelo teórico de la investigación, se desarrolla la metodología, estableciendo el tipo, enfoque, diseño, alcance, delimitaciones de la investigación,

se precisa la población de estudio; las técnicas de recolección de datos, instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad del instrumento, proceso de recolección y análisis de datos, protocolo de recolección de datos y las técnicas de análisis de datos.

En el Capítulo III se realizará la presentación y análisis de resultados, se citará la información recogida mediante tablas y gráficos, finalizando con las conclusiones y recomendaciones.

Análisis de Las Variables

Operacionalización de Variables

La investigación se trabajara con las siguientes variables Variable 1: Comunicación Interna; Variable 2: Compromiso Organizacional

Tabla 1

Operacionalización de variables

VARIABLE	Tipo de Variable	DIMENSIONES DE LA VARIABLE	INDICADORES DE LA VARIABLE
Comunicación interna GF Asesores – 2003- Caracas Venezuela	V.I	Patrones de Comunicación	Escala de Manejo de Información. Escala de confianza. Numero de medios de información.
		Barreras de la Comunicación Interna	Porcentaje de sesgo de la información. Escala de falta de seguridad. Escala de relación escalonada.
		Retroalimentación	Escala de Manejo de Información. Escala de seguridad. Escala de buena explicación.

			Identificación con la organización.
		Compromiso afectivo	Involucramiento con la organización.
Compromiso organizacional de Meyer, J. y Allen, C., 2001	V. II	Compromiso de continuidad	Percepción de alternativas. Inversiones en la organización.
		Compromiso normativo	Lealtad con la organización Sentido de obligación.

En la tabla 1 se indica la operacionalización de variables, en las cuales se indica las variables siguientes: Comunicación interna y compromiso organizacional.

Interrogantes del Problema

Interrogante General

¿Cuál es la influencia de la Comunicación interna y los niveles de Compromiso organizacional en los servidores de una Entidad bancaria en la Ciudad de Arequipa 2022?

Interrogantes Específicas

¿Como se podría determinar los Patrones de Comunicación, en los servidores de una Entidad bancaria en la Ciudad de Arequipa 2022?

¿Como se podría determinar las Barreras de la Comunicación Interna, en los servidores de una Entidad bancaria en la Ciudad de Arequipa 2022?

¿Como se podría determinar la Retroalimentación, en los servidores de una Entidad bancaria en la Ciudad de Arequipa 2022?

¿Como se podría determinar el Compromiso afectivo, en los servidores de una Entidad bancaria en la Ciudad de Arequipa 2022?

¿Como se podría determinar el Compromiso de continuidad, en los servidores de una Entidad bancaria en la Ciudad de Arequipa 2022?

¿Como se podría determinar el Compromiso normativo, en los servidores de una Entidad bancaria en la Ciudad de Arequipa 2022?

Descripción del Problema

Campo, Área y Línea de Acción

- a. Campo : Ciencias sociales
- b. Área : Administración de Empresas
- c. Línea : Comunicación interna y Compromiso organizacional.

Justificación del Problema

Teórica:

El presente trabajo de investigación se orienta a establecer la relación entre las comunicaciones internas y el compromiso laboral de los colaboradores en un reconocido banco del Perú, tomando como referencia el trabajo de GF Asesores – 2003- Caracas Venezuela para las comunicaciones internas y las teorías de compromiso organizacional de Meyer, J. y Allen, C. ,2001.

Práctica:

Este trabajo nos permitirá establecer si la Comunicación interna cumple con sus objetivos para que los colaboradores puedan receptar correctamente la información que se les brinda y consigan desempeñar eficientemente las funciones que les compete y si ello se relaciona con el Compromiso organizacional, repercutiendo en su producción y rendimiento.

Social:

Este trabajo ayudará a diagnosticar si la Comunicación interna es clara y permite la cooperación e integración de todos los colaboradores, buscando impulsar el trabajo en equipo y fomentar en ellos la participación en emitir sus opiniones acerca de los procedimientos y sus niveles de eficacia o simplemente puedan ser redundantes.

Metodológica:

Asimismo, el trabajo al utilizar el método científico servirá de base para otros estudios similares que se realicen en otros bancos o en diferentes instituciones públicas y privadas.

Antecedentes Investigativos

Antecedentes Investigativos Internacionales

TESIS DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR, GUATEMALA. PRESENTADA POR J. ALDANA, TITULADA “COMPROMISO LABORAL DE LOS TRABAJADORES DEL ÁREA CENTRAL DE UNA INSTITUCIÓN BANCARIA QUE OPERA EN LA CIUDAD DE GUATEMALA, SEGÚN SEXO”

En relación con el sexo masculino o femenino, Aldaña, demuestra que en una institución bancaria no existe una diferencia significativa entre ambos, ni por la edad o por el puesto de trabajo. Es por ello, que hace una relación entre el compromiso organizacional con diversos factores: el conocimiento de los objetivos y la misión, la práctica de los valores institucionales, la adaptabilidad a los cambios que plantea la alta gerencia, la rapidez para lograr el aprendizaje institucional, la frustración, el orgullo institucional. Concluye que en la institución el nivel de compromiso organizacional es alto, esto debido a que los empleados se sienten satisfechos y orgullosos con su lugar de trabajo y quieren permanecer en la misma, son conscientes en alcanzar en conjunto los objetivos empresariales y para ellos tienen que estar en constante aprendizaje. (Aldaña, 2013)

TESIS DE MAESTRÍA TITULADA “EL COMPROMISO ORGANIZACIONAL Y SU RELACIÓN CON EL RENDIMIENTO DE LOS PROFESORES DE CURSOS DE LENGUA INGLESA EN LA UNIVERSIDADES DE COLIMA”

Plantea los enormes desafíos de los empleados mexicanos que deben cumplir, donde el compromiso organizacional y el desempeño docente juega un papel clave. El primero, sobre los empleados que quieren, sienten y aman seguir trabajando dentro de la organización. En segundo

lugar, porque la calidad y la excelencia es parte del nuevo lenguaje de las universidades, aspectos que requieren un buen desempeño. También el estudio arrojó que existe una correlación positiva entre el compromiso organizacional de nivel medio. Para medir el grado y tipo de compromiso organizacional se adoptó el modelo de Allen y Meyer. Para medir el desempeño, se utilizó una cédula que utiliza la Universidad de Colima que cuenta con dos series de exámenes. (Ramos, 2005)

Antecedentes Investigativos Nacionales.

TESIS: “COMPROMISO ORGANIZACIONAL BASADO EN EL MODELO DE MEYER Y ALLEN EN LOS COLABORADORES DE UN BANCO CHICLAYANO, 2018” DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO, FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES DE LA ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS. DEL Sr. GUERRERO MALDONADO, PEDRO ANTONIO.

El inicio de muchos cambios organizacionales, tras la fusión repentina de dos entidades financieras, provocó la desmotivación en el trabajo y confusión de identidad por parte de los colaboradores de un Banco Chiclayano, afectando negativamente el rendimiento de su talento humano y directamente en su compromiso para con la empresa. Es así que se plantea como propósito central en esta investigación, desarrollar una propuesta de mejora del compromiso organizacional en un Banco Chiclayano–2018 (Guerrero Maldonado, 2019).

TESIS: VALIDACIÓN DE LA ESCALA DE COMPROMISO ORGANIZACIONAL DE MEYER Y ALLEN EN TRABAJADORES DE UN CONTACT CENTER presentada por ELIZABETH M. MONTOYA – 2014, de la UNIVERSIDAD DE CIENCIAS APLICADAS.

El estudio de carácter psicométrico tiene como objetivo validar la escala de compromiso organizacional de Meyer y Allen a partir de una muestra representativa de 642 trabajadores de un Contact Center. La muestra estuvo conformada por un 66% de mujeres y un 34% de hombres, la edad promedio de ambos sexos fue de 27 años. Asimismo, en esta investigación se empleó la escala de compromiso organizacional de Meyer y Allen (1997), adaptada y validada en versión en español por Arciniega y Gonzáles. Los resultados, según la validez de constructo, demostraron que el modelo de 2 factores obtiene un mejor ajuste. Teniendo como dimensiones el compromiso afectivo-normativo y el compromiso de continuidad. (Montoya Santos, 2014)

Hipótesis

Hipótesis General

Es probable que, la Comunicación interna se relacione significativamente con el Compromiso organizacional en los servidores de una Entidad bancaria en la Ciudad de Arequipa 2022.

Hipótesis Nula

H₀ Es probable que, la Comunicación interna No se relacione con el Compromiso organizacional en los servidores de una Entidad bancaria en la Ciudad de Arequipa 2022.

Hipótesis Específicas

H₁ Es probable que, los Patrones de Comunicación, incidan en los servidores de una Entidad bancaria en la Ciudad de Arequipa 2022.

H₂ Es probable que, las Barreras de la Comunicación Interna, influyan en los servidores de una Entidad bancaria en la Ciudad de Arequipa 2022.

H₃ Es probable que, la Retroalimentación, influya en los servidores de una Entidad bancaria en la Ciudad de Arequipa 2022.

H₄ Es probable que, el Compromiso afectivo, influya en los servidores de una Entidad bancaria en la Ciudad de Arequipa 2022.

H₅ Es probable que, el Compromiso de continuidad, influya en los servidores de una Entidad bancaria en la Ciudad de Arequipa 2022.

H₆ Es probable que, el Compromiso normativo, influya en los servidores de una Entidad bancaria en la Ciudad de Arequipa 2022.

Objetivos

Objetivo general

Determinar cuál es la influencia de la Comunicación interna y los niveles de Compromiso organizacional en los servidores de una Entidad bancaria en la Ciudad de Arequipa 2022.

Objetivos Específicos

Determinar los Patrones de Comunicación, en los servidores de una Entidad bancaria en la Ciudad de Arequipa 2022.

Determinar las Barreras de la Comunicación Interna, en los servidores de una Entidad bancaria en la Ciudad de Arequipa 2022.

Determinar la Retroalimentación, en los servidores de una Entidad bancaria en la Ciudad de Arequipa 2022.

Determinar el Compromiso afectivo, en los servidores de una Entidad bancaria en la Ciudad de Arequipa 2022.

Determinar el Compromiso de continuidad, en los servidores de una Entidad bancaria en la Ciudad de Arequipa 2022.

Determinar el Compromiso normativo, en los servidores de una Entidad bancaria en la Ciudad de Arequipa 2022.

Capítulo I

Marco Teórico

Comunicación Organizacional

Brönstrup, Godoi y Ribeiro (2007) mencionan que al momento de comunicar algo propio, ese mensaje se combina y se comparte con otros, para que así se forme un plano cognitivo adicional. En otras palabras, se establece un proceso en el que los emisores realizan un intercambio y los receptores identifican los discursos.

Chiavenato (2000), menciona tres elementos que hay que tomar en cuenta para que la comunicación sea comprensible: a) el dato, es el registro de algún suceso en especial; b) la información, es la disminución de la incertidumbre, debido a que realiza un conjunto de datos con su significado; y c) la comunicación, es la información que se transmite de una persona a otra.

También, Chiavenato (2006), afirma que, la comunicación es el poder dar a conocer información entre personas, implica el poder volver usual un mensaje o idea. Asimismo, viene a ser un paso primordial de la naturaleza personal y humana y la relación social. Por último, para Stanton, Etzek y Walker (2007), la comunicación es la transferencia verbal o no verbal de ideas, conceptos e información entre una persona que quiere dar a conocer algo y otra persona que espera captar esa idea, o se busca que la capte.

Andrade (2005), nos indica que se puede entender la comunicación organizacional desde tres puntos importantes: Como un proceso social, porque implica un claro intercambio de un conjunto de mensajes entre las personas que forman parte de una organización y entre el público externo con quienes se tiene relación. En segundo lugar, responde como una disciplina, ya que la comunicación organizacional viene a ser un espacio del juicio humano en donde se realiza el proceso de la comunicación en sí, entre los colaboradores y los stakeholders de la entidad, la

comunicación no solo inicia como un proceso entre los trabajadores, tal y como se ha ido detallando, sino también se desprende de una generación de conocimiento forjada por la investigación. Y tercero, se presenta como un conjunto de acciones y métodos que la empresa debe aprender a gestionar. Si bien es cierto, la comunicación suele asumirse por un jefe particular con su equipo de trabajo, o un departamento encargado de llevar a cabo esta responsabilidad, sucede que en las políticas particulares de la organización, muchas veces cometen el error de manejar las diferentes informaciones a puertas cerradas o solo dar a conocer lo estrictamente necesario, sin dar mayores detalles, por un lado puede resultar adecuado, pero cuando se entrega poca información, repercute en la calidad, imagen y productividad de los colaboradores de la empresa.

Tipos De Comunicación Organizacional

La Comunicación organizacional no es solo un proceso que ocurre dentro de la organización, sino también, este desarrollo se presenta fuera de la misma; esto debido a que el funcionamiento normal de la red interna de la organización tiene que ser tan bueno como la red externa. De esta forma, garantiza el éxito de la organización. Con base a lo mencionado, se menciona dos tipos de comunicación organizacional: interna y externa.

Comunicación Externa

Como se ha mencionado anteriormente, a las organizaciones se les exige interesarse y estar en contacto con su público interno sin dejar de lado a su público externo, como lo son: accionistas, proveedores, clientes, distribuidores, agencias gubernamentales, medios de comunicación, entre otros. Según Gutiérrez (2016), permite que la institución considere el bienestar del público externo en su entorno social, político, económico y ambiental. Del mismo modo, la comunicación externa nace de la responsabilidad que tiene con su entorno, y se define

como un conjunto de mensajes enviados por cualquier organización a sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o mejorar la relación con ellos, formar una buena imagen o promocionar sus productos y servicios.

La comunicación externa se basa en la relación entre el entorno, el público y la empresa, al exteriorizar la imagen, la identidad y la cultura organizacional. Es por ello que Bartoli (1992), presenta tres tipos de comunicación externa: La comunicación externa operativa, que se la realiza para el desarrollo diario de las actividades laborales. La comunicación externa estratégica, la cual, su función principal es conocer todos los movimientos de la competencia, los cambios en los códigos de leyes laborales, entre otros, que son importantes al momento de posicionarse competitivamente con otras empresas. Y la comunicación externa de notoriedad, que es la encargada de dar a conocer a la empresa con todos sus productos y ofertas mediante publicidades, donaciones y demás.

Comunicación Interna

La Comunicación interna se menciona cuando el plan se dirige a los empleados de la organización, es decir, a directivos, mandos intermedios, empleados o trabajadores. Según Gutiérrez (2016), “es una herramienta que gestiona de manera estratégica los procesos, funciones, acciones de la organización en base al bien de los empleados, en base al intercambio de información bilateral, la igualdad y la equidad dentro de la organización” (p. 33). En otras palabras, es una serie de actividades que las organizaciones realizan con el fin de establecer y mantener una buena relación con y entre sus miembros mediante el uso de diferentes métodos de comunicación para mantenerlos informados, integrales y activos para contribuir a la realización de sus logros y metas organizacionales.

Su principal enfoque es alcanzar la estabilidad empresarial, además, de empezar por el bienestar del cliente interno, debido a que su personal es lo primordial para la organización y por ende existe participación de todos los autores en la misma. Según Gutierrez (2016), los empleados son quienes otorgan evolución y desarrollo a la empresa; además, son los que llevan los procesos y brindan una buena imagen y reputación hacia el público externo. En efecto, el público interno es quien conoce todo acerca de la institución, es decir, sus fortalezas, conflictos, debilidades, mensajes y tienen frente a ellos información importante sobre la misma. Es por ello que se maneja a la empresa con estrategias que generen un ambiente laboral adecuado, con sentido de pertenencia en sus empleados, que reconozcan su cultura, valores, misión y visión y los cumplan eficazmente.

Quiénes y para qué Utilizan la Comunicación Interna

Según Brandolini, Gonzáles y Hopkins (2009), afirman que es necesario reconocer ciertos propósitos para entender el ámbito de la comunicación interna:

- **Alta dirección:** La Comunicación interna busca cumplir aquellos objetivos que son amplios e importantes en la organización, su dirección está enfocada en la optimizar los procesos primordiales de la empresa. Ahora, la comunicación interna resultaría siendo una herramienta importante para el fomento de la cultura e identidad de la empresa para que el compromiso de los trabajadores se incremente notablemente en el cumplimiento de los objetivos institucionales.
- **Líneas de mando medio:** la forma de comunicación interna que suelen utilizar los mandos medios generaría mucha utilidad para promover el trabajo en equipo de las áreas, proponiendo acciones y tareas que permitan cumplir con los objetivos

institucionales, buscar el aprendizaje y desarrollo de todo el equipo de trabajo del área en particular y ayudar a la evaluación del efecto final.

- Los recursos humanos: Vienen a ser todos aquellos colaboradores en su totalidad, por lo que es ahí en donde la Comunicación interna tiene que ser clara y permitir la cooperación e integración de todos los trabajadores, buscando impulsar el trabajo en equipo y fomentar en ellos la participación en emitir sus opiniones acerca de los procedimientos que estén funcionando mal o simplemente puedan ser redundantes, ya que son ellos quienes los desarrollan día a día.

Figura 1

Esquema de públicos de la comunicación interna



Nota: En la Figura 2. En esta figura podemos observar los integrantes de los diversos públicos internos, y sobre todo aquellos internos, pero que son indirectos y muchas veces no se toman en cuenta. Adaptado de Comunicación interna. Claves para una gestión exitosa por A. Brandolini, M. Gonzáles y N Hopkins, 2009, p. 30.

Los Canales de Comunicación Interna

Según Brandolini, Gonzáles y Hopkins (2009), afirman que es importante diferenciar los tipos de canales que existen. Los canales de comunicación que ayuda al receptor a que puedan actuar y responder de manera rápida. Algunos ejemplos son: los correos electrónicos, las llamadas telefónicas y aquellas reuniones de trabajo que se realizan con un equipo de persona (cara a cara). Por otro lado, se encuentran los canales de difusión que solo permiten la bajada de ideas e información, y suelen ser usados por un solo emisor, pero esta direccionado a un público más grande, a varios receptores, por ejemplo algún CRM, Boletines institucionales, intranet, etc. Lo malo de estos canales es que no obtiene una respuesta inmediata.

Figura 2

Canales de comunicación

Tradicional	Tecnológicos
* <i>House organ</i> / Newsletter	* Intranet / Internet
* Cartelera	* Blogs
* Programas de intercambio	* E-mails / Agenda electrónica
* Manual de políticas de RRHH	* <i>Newsletters</i> electrónicas
* Manuales de procedimientos	* Glosarios y guías de preguntas frecuentes
* Reuniones de estrategia, actualización, toma de decisiones/ Desayunos de trabajo	* Portales de <i>e-learning</i>
* Encuestas de clima organizacional	* Buzones electrónicos de sugerencias e ideas
* Balance social / Reporte de sostenibilidad	
* <i>Open house</i>	
* Actividades deportivas / culturales	
* Buzón de comunicaciones	
* Memos / Circulares	
* Folletos	
* Cartas de bienvenida/Felicitación	
* Capacitación / Seminarios / Talleres	

Nota: En la presente tabla podemos observar los canales de comunicación tradicionales y tecnológicos en una comunidad. Adaptado de “Comunicación interna”, por A. Brandolini, M. Gonzáles y N. Hopkins, 2009, p.85.

ensajes Clave en las Organizaciones

Según Brandolini y otros (2009): Los mensajes clave son temas centrales por la alta dirección como prioritarios para el negocio. Los líderes deben acompañar y complementar el proceso comunicativo, transmitiendo los mensajes clave a los equipos de trabajo (...) además de planificarse en forma anual o semestral ante situaciones de crisis pueden definirse nuevos y ponerse en circulación. (p. 83)

Por consiguiente, el mensaje clave en las organizaciones parte de una estrategia comunicativa guiada y validada por los directivos y/o líderes de la compañía, estrategia que es elaborada teniendo en cuenta lo siguiente:

Proceso comunicativo

Para Brandolini y otros (2009), para que el intercambio de información y mensajes existan, debe haber un entendimiento por parte del receptor lo que puede llevar que su respuesta genere una variación en su comportamiento y otra manera de ver las cosas.

Por esa razón, los líderes deben transmitir correctamente los mensajes y utilizar un lenguaje sencillo que pueda ser comprendido por todos.

Planificación

Podemos decir que una comunicación sin planificación es una comunicación ineficiente dentro de la organización, pues en ella recae que nuestros mensajes estén claramente definidos y podamos realizar nuestras acciones de la mejor manera posible en beneficio de nuestro público.

Al respecto, “la imprecisión comunicativa de mensajes poco claros y no planificados es la que propicia y genera la aparición de rumores que trascienden en todos los niveles jerárquicos de

la organización y que son tan difíciles de erradicar” (Brandolini, González Frigoli, & Hopkins, 2009, pág. 70)

Periodicidad

La importancia del mensaje y la periodicidad de este es fundamental para lograr una recordación y creencia, generando así una efectividad en la comunicación en nuestros colaboradores.

Al respecto, para Galpin (2013): Determinar el tiempo de la comunicación, refiere al momento en que la comunicación tiene lugar como a la periodicidad del mismo. Es importante tener algo en cuenta a la hora de determinar el tiempo de la comunicación: La consistencia ayuda a establecer la credibilidad del mensaje. La repetición ayuda a que las personas perciban la importancia de los mensajes y la importancia de los cambios que comunican estos mensajes. (p. 55)

Por ello, para Brandolini y otros (2009): Definir la frecuencia, sea semanal, mensual, bimestral, u otros, debe resultar ser la más efectiva para comunicar a partir de la información que se deba transmitir, el momento en que resulte acertado y a partir de los resultados que se espera alcanzar, es valioso determinar el tiempo, y la periodicidad que requerirán esos mensajes. (p. 66)

Objetivos de la Comunicación Interna

Andrade (2005), llegó a considerar unos elementos a los que llamó modelo de las cinco íes de la comunicación interna, que buscan que los trabajadores puedan receptor correctamente la información que se les brinda y consigan desempeñar de la mejor manera sus funciones.

- Investigación, entender las deficiencias existentes en términos de comunicación y determinar lo que hace falta y realizar la evaluación de los resultados obtenidos.

- Identificación, donde lo que se busca es generar y conservar el orgullo de pertenencia y reforzar aquellos hábitos, creencias, valores, entre otros que son parte de nuestra organización.
- Información, referido a facilitar datos, testimonios, mensajes confiables, suficiente y oportunos sobre la empresa y el trabajo que realiza.
- Integración, concerniente a que todos los colaboradores vayan sobre una misma línea relacionado hacia dónde va la empresa.
- Imagen, promover una impresión positiva de los colaboradores con la empresa y en donde los mensajes deben ser congruentes con el ser y quehacer de la empresa.

Figura 3

Comunicación Organizacional Interna



Nota: Andrade, H. (2005),. Comunicación Organizacional Interna: proceso, disciplina y técnica. p. 24.

Barreras de la Comunicación

Cierto déficit de comunicación o la incomunicación es el responsable de que existan fracturas en muchas organizaciones y de ahí surgen las barreras de comunicación, lo que genera distorsiones y malentendidos. Chiavenato (2000), menciona tres barreras que impiden la comunicación entre las personas, las cuales son:

Barreras Personales

Tienen su origen en limitaciones personales, interferencias u obstáculos de valores emocionales y humanos. Entre los obstáculos más comunes se menciona a una escucha, emociones, motivaciones y sentimientos personales que son pobres. Tales barreras de comunicación distorsionan o limitan el intercambio de información con otras personas.

Barreras Físicas

Es la interferencia que se produce en el entorno de la comunicación. Estos incluyen la distancia física entre las personas, los canales o medios saturados, las paredes entre las fuentes de interferencia y los destinos, el ruido estático generado al comunicarse por teléfono, entre otros.

Barreras Semánticas

Son restricciones o cambios provocados por los símbolos utilizados en las comunicaciones. Las palabras u otros métodos de comunicación implican diferentes significados del tema durante el proceso de comunicación, lo que distorsiona el contenido del mensaje. Las diferencias en el idioma son parte de la barrera semántica entre las personas.

Figura 4

Barreras de la comunicación

Barreras	Definición
Filtrado	Se refiere a la información manipulada por el emisor para que sea vista de manera favorable para el receptor.
Percepción selectiva	Cuando los receptores ven y escuchan la información en base a sus necesidades, experiencia, antecedentes, motivaciones y demás y la interpretan a su manera.
Sobrecarga de información	Las personas poseen una capacidad limitada de procesamiento de la información; y si sobrepasa ese nivel tienden a seleccionar, ignorar, olvidar o dejar pasar algo, lo que provoca la pérdida de información.
Emociones	La forma en la que el receptor se sienta influirá en el modo en que la interprete. Esto provoca un bloqueo en los procesos racionales que son sustituidos por juicios emocionales
Lenguaje	Las palabras significan cosas distintas en personas diferentes, ya sea por edad, nivel educativo o antecedentes culturales. Los emisores suponen que las palabras que usan significan lo mismo para el receptor.
Comunicación aprensiva	Se refiere a cuando las personas sufren una tensión o ansiedad indebida en la comunicación verbal y no verbal.
Diferencias de género	Las mujeres escuchan y transmiten un lenguaje de intimidad y conexión; mientras que los hombres escuchan y transmiten un lenguaje de poder, estatus e independencia.
Comunicación "políticamente correcta"	Son aquellas que se mencionan con tanto cuidado para no ser ultrajante que se pierde el significado del mensaje.

Nota: Robbins, S. & Judge, T. (2004). Comportamiento organizacional, p. 368-372

Relación Entre la Comunicación Interna y el Compromiso Organizacional

A través de varias investigaciones, se ha determinado que, al analizar la relación entre el Compromiso organizacional y la Comunicación interna, no se realiza relaciones particulares; en cambio, se analiza de forma global, y las empresas con sus dirigentes tienen que enfocar los esfuerzos en la comunicación para posterior aumentar la conciencia de apoyo y lograr una mayor identificación por parte de los empleados hacia la organización. Wills, Cevallos, Sadi y Ancin, (2017): mencionan que lo esencial es “que el personal se identifique con la filosofía

organizacional y con las estrategias que la organización desea implementar en su ámbito de incumbencia” (p. 156).

Asimismo, Barresi (2013) en su investigación concluye que el compromiso de un empleado con la organización está influenciado con el nivel de comunicación que tenga con sus dirigentes o sus demás compañeros, debido a que la información proporcionada para realizar adecuadamente su trabajo desarrolla un mayor sentido de pertenencia.

Compromiso Organizacional

Meyer y Allen, (1991) definen el Compromiso organizacional como un estado psicológico que caracteriza la relación entre una persona y una organización, que influyen en la decisión de continuar o dejar la organización. Asimismo, estos autores señalan que el compromiso organizacional es un constructo de concepto multidimensional que comprende tres tipos de compromiso organizacional: el afectivo, el de continuidad y el normativo.

Davis (2000): definen el compromiso organizacional o lealtad de los colaboradores como el grado en el que un colaborador se identifica con la organización y desea seguir participando activamente en ella.

Davis (2000): identifica la existencia de ciertos factores con los que el Compromiso organizacional mantiene una correlación más alta, éstos son los siguientes: motivación interna (positiva), implicación en el puesto de trabajo (positiva), satisfacción laboral global (positiva), satisfacción con el propio trabajo (positiva), satisfacción con la promoción (positiva), satisfacción con el sistema de supervisión (positiva) y estrés (negativa).

También se señala que el compromiso organizacional es un conjunto de concepto multidimensionales que presentan tres tipos de compromiso: El afectivo, de continuidad y por

último el formativo, esta teoría tridimensional es la que mayor soporte a tenido en los últimos años, siendo la teoría más investigada por otros autores.

Compromiso Organizacional

Seguidamente mencionaremos deferentes autores que nos brindaran conceptos parra la conceptualización del presente trabajo.

Gibson, (1994) Asimismo Ramos (2005): afirma que el Compromiso organizacional es un constructo multidimensional en donde no se puede estandarizar una teoría o disciplina para su comprensión, medición y estudio.

Asimismo, desde la teoría de la motivación, Gibson (1994): el compromiso organizacional es “una fuerza o fuerzas que actúan sobre una persona y que inician o dirigen su conducta”.

La teoría de las expectativas según Robbins, argumenta que la fuerza de la tendencia a actuar en cierto sentido depende de la fuerza de las expectativas de que el acto seguirá un resultado y del atractivo que éste tiene para el individuo (Robbins, 1997).

Para Galicia (1980): el Compromiso Organizacional existe en primer lugar la actitud que es la predisposición para reaccionar favorable o desfavorablemente hacia un objeto psicológico, entendido como cualquier símbolo, persona, institución o cosa ante las cuales y tomándolos como referencia, la gente difiere en el grado y tipo de reacción.

La idea de considerar al compromiso organizacional como un constructo que se compone de tres componentes fue criticado por varios autores, aunque otros proponían hasta cinco componentes. Por lo cual, Meyer y Allen desarrollaron un instrumento de evaluación para su modelo tridimensional como son: compromiso normativo, compromiso de continuidad y compromiso afectivo. Es así como Meyer y Allen (1991): la definen como, un estado psicológico que caracteriza la relación del empleado con su organización y que tiene implicaciones en su

decisión de mantener o no su condición de miembro de esa organización (p. 358). Los tres componentes evalúan las bajas intención de renunciar al trabajo.

Modelos de Compromiso Organizacional.

Modelo Meyer y Allen.

El modelo de 1991 es uno de los más citados y usados en la literatura. Está basado en tres dimensiones: afectivo, continuo y normativo, los autores sostienen que el compromiso organizacional es un constructo multidimensional. Esta aproximación tridimensional ha sido ampliamente investigada y respaldada durante décadas convirtiéndose en una de las teorías más estudiadas por diversos autores (Arciniega & González, 2006).

Modelo de Porter y Smith

Se enfoca en un concepto unidimensional basado en el compromiso afectivo como la satisfacción laboral como el principal determinante del compromiso organizacional. Este modelo indica que la satisfacción laboral está relacionada con la percepción del colaborador sobre el grado en que sus necesidades y expectativas son satisfechas por la organización. Según los autores, cuanto mayor sea la satisfacción laboral de los empleados, mayor será su compromiso con la organización. (Porter & Smith, 1970)

Modelo de Kanungo.

Se puede considerar un modelo unidimensional teniendo como base al compromiso actitudinal. El autor introdujo el constructo work involvement el cual significa “implicación hacia el trabajo” la cual está determinada en base a capacidad del trabajo en satisfacer las necesidades del colaborador, la implicación hacia el trabajo está ligado al compromiso organizacional. Siendo este un aspecto cognitivo, pero no afectivo respecto a la actitud del

colaborador, esto demuestra que el colaborador reestructura y transforma las experiencias vividas en su organización a través de su percepción para llegar a identificarse con la actividad laboral que realiza y no solo las metas que tiene la organización. (Kanungo, 1982)

Modelo de Morrow

Este modelo habla acerca del compromiso identificación y la implicación en el trabajo, ambas deben ser integradas en el Compromiso organizacional, ambos factores forman parte del compromiso actitudinal. Morrow destaca la importancia del compromiso organizacional como un indicador fundamental para el éxito en una organización, también indica que la satisfacción laboral y la lealtad organizacional están relacionados al compromiso y que para su medición es necesario usar herramientas adecuadas que brinden resultados válidos y confiables. (Morrow, Paula C, 2011)

Modelo de Mathieu y Zajac.

Define el compromiso como una atadura del individuo hacia la organización. Según el autor se basa en una doble dimensión, el compromiso afectivo y continuo. El compromiso organizacional se encuentra asociado a diversos factores como la autonomía, la variedad de tareas y la retroalimentación del trabajo. Mathieu y Zajac sugirieron que cuanto más atractivo sea el trabajo, es decir mientras más características positivas tenga, más alto será el compromiso organizacional de los empleados. (Mathieu & Zajac, 1990)

Enfoques del Compromiso Organizacional

Se considera estos enfoques del Compromiso organizacional:

Enfoque Unidimensional

Se determina por una desigualdad entre el compromiso de actitud y conducta, cuanto el compromiso actitudinal se determina por el ausentismo, la rotación y la productividad, por el lado conductual, se define como el trabajador se siente vinculado con la organización, si su labor es reconocida, ya sea por medio de recompensas o algún tipo de beneficio.

Enfoque Multidimensional

Se basa en como un trabajador tiene un apego hacia su empresa, lo que se desarrolla un nivel alto de compromiso, para esto se determina tres dimensiones: involucramiento instrumental con recompensas extrínsecas, involucramiento basado en la afiliación y finalmente el involucramiento sustentado en congruencia entre valores individuales y organizacionales.

Dimensiones del Compromiso Organizacional

El modelo de Meyer y Allen (1991): diferencia tres dimensiones del compromiso organizacional, teniendo en cuenta que estas son diferentes en lo que respecta a sus causas y consecuencias. A continuación, se detalla cada tipo de Compromiso organizacional propuesto por estos autores.

El Compromiso Afectivo

Es visto como el vínculo emocional que los trabajadores sienten hacia su organización, caracterizada por su identificación e implicación con la misma, así como por su deseo de permanecer en ella. Es entonces, este vínculo el que promueve que los trabajadores disfruten y sientan placer de trabajar en su organización. De ahí que los trabajadores que poseen este tipo de

compromiso están inclinados a trabajar para el beneficio y bien de la entidad a la que pertenecen (Johnson & Chang, 2006). Esto puede estar relacionado con la motivación intrínseca, ya que el trabajador realiza una actividad por el simple placer de realizarla sin recibir algún incentivo externo, sintiendo una sensación de placer, éxito y un fuerte deseo personal. Asimismo, esta concepción de compromiso afectivo es la que mayor aceptación ha recibido por parte de investigadores que se han dedicado a su meticulosa (Mathieu & Zajac, 1990).

El Compromiso Continuo

Hace referencia a los costos, tales como financieros, beneficios, etc., los cuales perdería un trabajador al retirarse de una institución, de manera que dejarlo implicaría un alto costo para el empleado, debido a las pocas probabilidades de conseguir otro empleo igual (Arias, 2001). Esta concepción de compromiso ha tenido algunas observaciones: algunos autores han sugerido que el compromiso continuo debe estar subdividido en dos dimensiones, sacrificio personal, que hace referencia a dejar el trabajado y oportunidades limitadas que es asociado al encontrar otras oportunidades laborales (McGee & Ford, 1987). Asimismo, el compromiso continuo puede estar más relacionado con la motivación extrínseca, ya que lo que atrae al trabajador no es la actividad que realiza en sí, si no lo que recibe a cambio por la actividad realizada, ya sea dinero u otra forma de recompensa. Entonces, ello hace que el trabajador permanezca comprometido en la organización, por que adquiere beneficios que no sacrificaría. Esto nos lleva a suponer una sociedad con un alto índice de desempleo, existirá un mayor compromiso de continuidad por parte de los trabajadores hacia sus organizaciones (Vandenberghe, 1996).

El compromiso Normativo

Es definido como el sentimiento de obligación de los trabajadores de permanecer en la organización, esto también hace referencia a las normas sociales que deben seguir para que una organización marche bien (McDonald & Makin, 2000). Asimismo, este compromiso hace referencia a la creencia de la lealtad hacia la organización, partiendo del sentido moral, ya que al recibir ciertas prestaciones tales como, capacitaciones, pago de estudios, etc., conduce al despertar de un sentido de reciprocidad en los empleados para con la empresa, y, por ende, estar comprometidos con la organización hasta el tiempo estipulado (Galicía, 1980).

Causas del Compromiso Organizacional:

Se puede considerar que el compromiso en los colaboradores se da a causa de:

- Las funciones, ya que mayor identidad de los colaboradores genera más compromiso.
- La diversidad de actividades laborales.
- La responsabilidad de actividades específicas.
- Los trabajadores que tienen niveles jerárquicos más altos tienden a desarrollar un nivel de compromiso más elevado, ya que presentan mejores beneficios y más ventajas, las cuales produce en los trabajadores un sentimiento de agradecimiento y satisfacción hacia la empresa.

Se podría enumerar mayores situaciones que causen el compromiso organizacional, pero todo depende del rubro que tenga la empresa, en este caso, se consideran los de mayor énfasis. (Guerrero Maldonado, 2019)

Capítulo II

Metodología

Método Científico

Para Caballero, (2000), el método científico es el método por excelencia utilizado para incluir el proceso básico de la investigación por lo que en forma fundamental se aplicó desde el inicio de la investigación, asegurando la solución del problema motivo de la investigación, y garantizado el carácter dialéctico y permanente en su desarrollo.

Métodos Específicos:

a) Método Descriptivo. - Este método nos permitió describir de manera detallada por dimensiones cada una de las variables de estudio incluidas en la presente investigación.

Asimismo, de acuerdo con Caballero, (2000) dos métodos útiles en toda investigación son el inductivo y el deductivo los cuales se describen a continuación.

b) Método Inductivo – Deductivo. - Estos métodos nos permitieron hacer un estudio minucioso partiendo de algunos aspectos particulares para determinar y establecer nuestros objetivos de manera generalizada.

Enfoque de la Investigación.

Según Hernández et al. (2010) la presente investigación tiene enfoque cuantitativo, “Utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teoría” (p. 4). Este enfoque se caracteriza por su énfasis en la objetividad y la generalización de los resultados obtenidos a partir de una muestra representativa.

Tipo de Investigación

De acuerdo con Carrasco, (2007): la investigación es de tipo aplicada ya que persigue fines de aplicación directos e inmediatos. Busca la aplicación sobre una realidad, antes que el desarrollo de teorías. Su principal objetivo se basa en resolver problemas prácticos, con un margen de generalización limitado.

Nivel de Investigación

La investigación será del nivel correlacional. De acuerdo con Hernández, Fernández, & Baptista (2010): este tipo de estudios tienen como finalidad conocer la relación o grado de asociación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular. Los estudios correlacionales, al evaluar el grado de asociación entre dos o más variables, miden en primer lugar cada una de ellas (presuntamente relacionadas) y después, cuantifican y analizan la vinculación.

Diseño de Investigación

En este caso se aplicó un diseño no experimental, que de acuerdo con Hernández et al (2010): porque no se pretende manipular deliberadamente ninguna variable, sino, recopilar e interpretar información en función a las variables de trabajo tal y como se encuentran en la realidad (de acuerdo con los resultados del cuestionario que se aplicará). Asimismo; el tipo de diseño fue el transversal pues se pretende recabar información en una determinada fecha.

Unidad de Estudio

Sujetos o unidad de estudio.

Bernal (2006): nos dice que la población está conformada por un grupo de elementos, personas, animales o cosas que tienen rasgos similares, de los cuales se busca hacer un análisis.

Así la unidad de estudio de la presente investigación cuantitativa está conformada por los servidores del Banco en Arequipa 2022.

Muestra.

Según Hernández y Mendoza (2018), indica que es necesario hacer todo estudio con una muestra, es por ello, que la muestra para esta investigación está conformada 150 servidores del Banco en Arequipa 2022.

Delimitación de la Investigación.

Campo del Estudio.

Servidores de todos los niveles de las Entidades bancarias en Arequipa 2022.

Delimitación Temporal

La investigación se realizó el año 2022 -2023.

Delimitación Geográfica.

En la Ciudad de Arequipa.

Delimitación Teórica.

Comunicación interna y Compromiso organizacional.

Técnicas e Instrumentos y Fuentes de Recolección de Datos.

Técnicas de Investigación.

La técnica usada fue la encuesta, que según Hernández et al. (2010): nos dice que “un cuestionario es un conjunto de preguntas respecto de una o más variables que se van a medir” (p. 217), con escalamiento tipo Likert. El cuestionario se elaboró en base al modelo propuesto por los autores Meyer y Allen, respecto al Compromiso organizacional y de Comunicación interna.

Instrumento de Investigación.

El instrumento se consigna en el Anexo N°1 del presente trabajo.

CAPÍTULO III

RESULTADOS

Comunicación Interna

Patrones de la Comunicación

Tabla 2

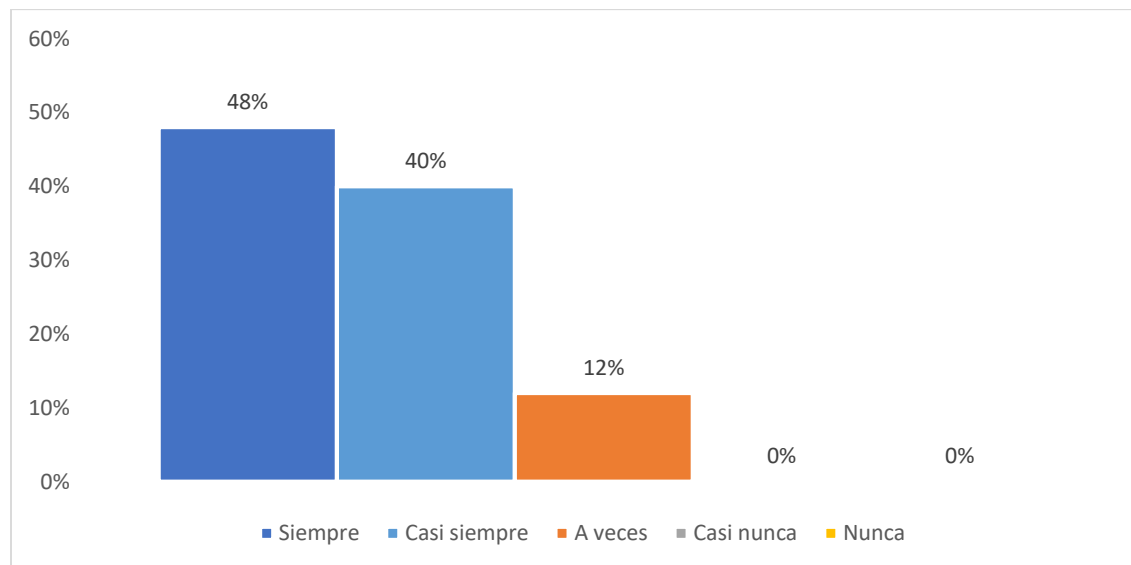
Pregunta 1. Mi superior inmediato, me proporciona toda la información que necesito para realizar mi trabajo.

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	48%	72
Casi siempre	40%	60
A veces	12%	18
Casi nunca	0%	0
Nunca	0%	0
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 5

Pregunta 1. Mi superior inmediato, me proporciona toda la información que necesito para realizar mi trabajo.



Nota: Elaborado por el propio investigador

A la pregunta, “mi superior inmediato, me proporciona toda la información que necesito para realizar mi trabajo”, el 48% dijo que “siempre”.

Tabla 3

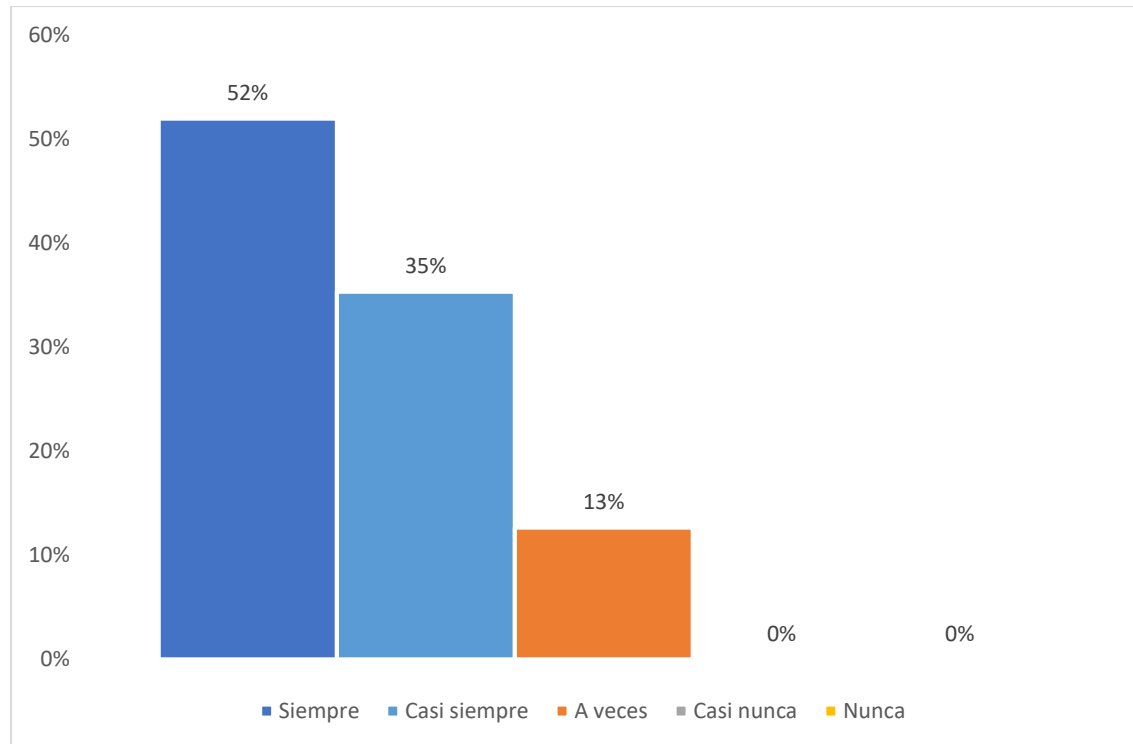
Pregunta 2. La comunicación en la organización generalmente fluye de abajo hacia arriba, es decir, de los niveles base a los superiores

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	52%	78
Casi siempre	35%	53
A veces	13%	19
Casi nunca	0%	0
Nunca	0%	0
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 6

Pregunta 2. La comunicación en la organización generalmente fluye de abajo hacia arriba, es decir, de los niveles base a los superiores



Nota: Elaborado por el propio investigador

A la pregunta, “la comunicación en la organización generalmente fluye de abajo hacia arriba, es decir, de los niveles base a los superiores”, el 52% dijo “siempre”.

Tabla 4

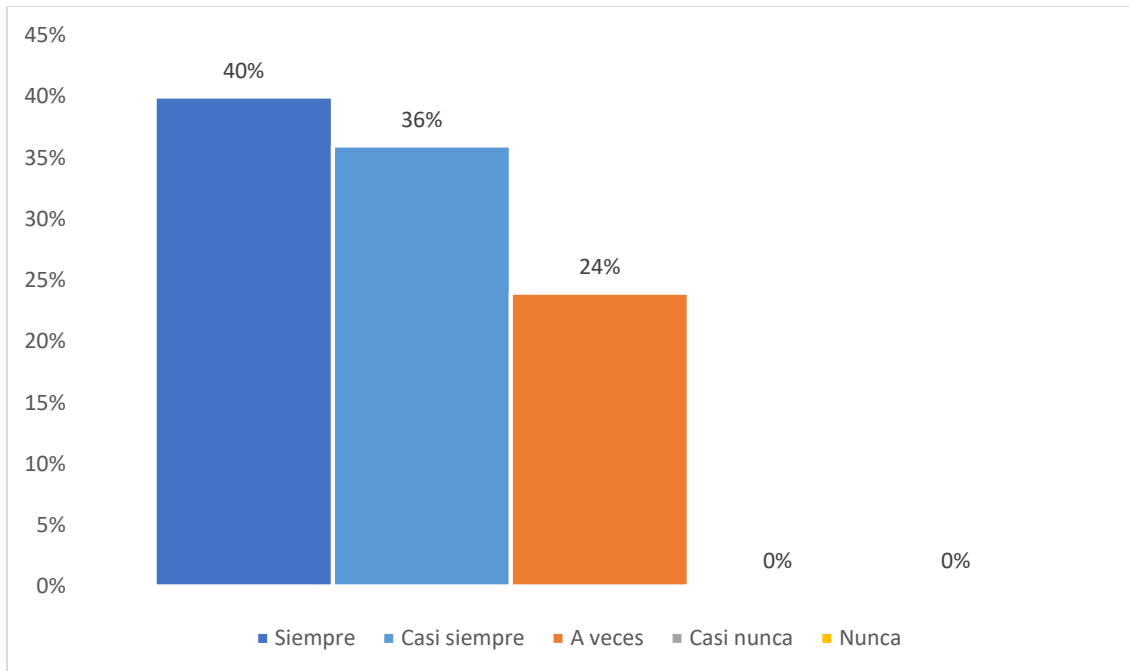
Pregunta P3. Intercambio información con mis compañeros para coordinar tareas entre diferentes unidades de la organización

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	40%	60
Casi siempre	36%	54
A veces	24%	36
Casi nunca	0%	0
Nunca	0%	0
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 7

Pregunta P3. Intercambio información con mis compañeros para coordinar tareas entre diferentes unidades de la organización



Nota: Elaborado por el propio investigador

A la pregunta si “intercambio información con mis compañeros para coordinar tareas entre diferentes unidades de la organización”, el 40% dejó “siempre”.

Tabla 5

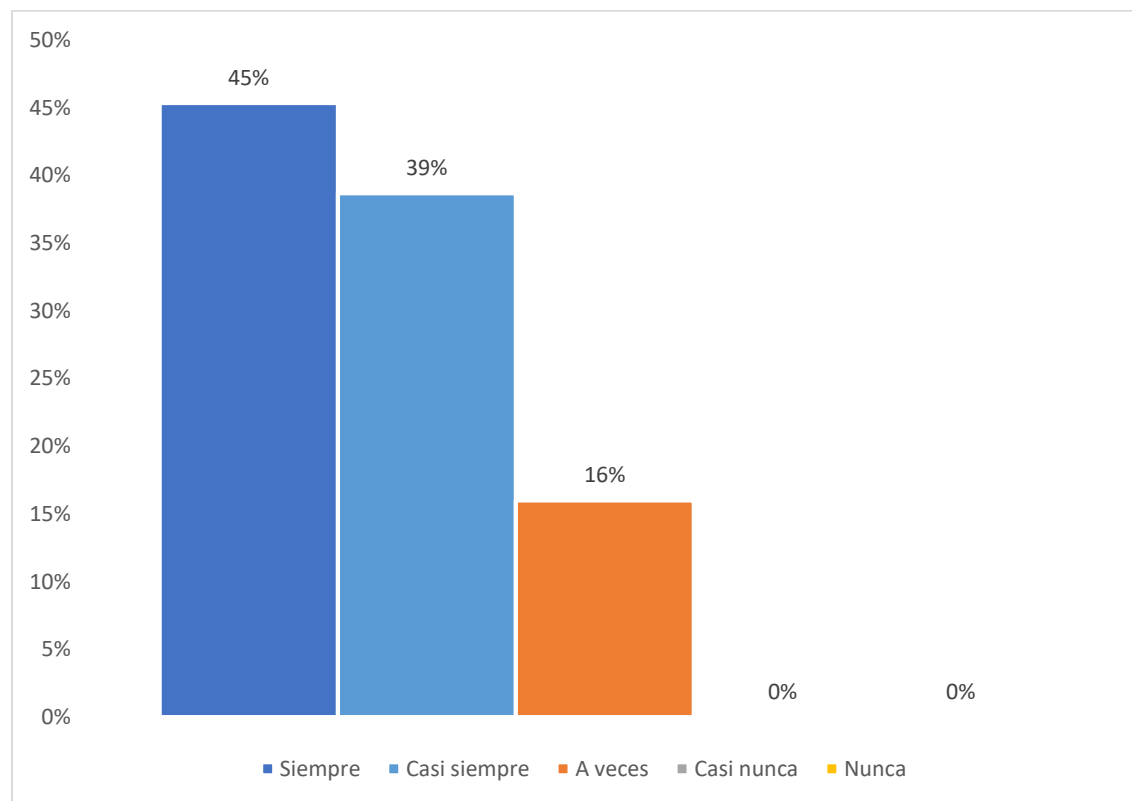
Pregunta 4. Transmito a mi superior inmediato toda la información que recibo.

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	45%	68
Casi siempre	39%	58
A veces	16%	24
Casi nunca	0%	0
Nunca	0%	0
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 8

Pregunta 4. Transmito a mi superior inmediato toda la información que recibo.



Nota: Elaborado por el propio investigador

A la pregunta si “transmito a mi superior inmediato toda la información que recibo”, el 45% dijo que “siempre”.

Tabla 6

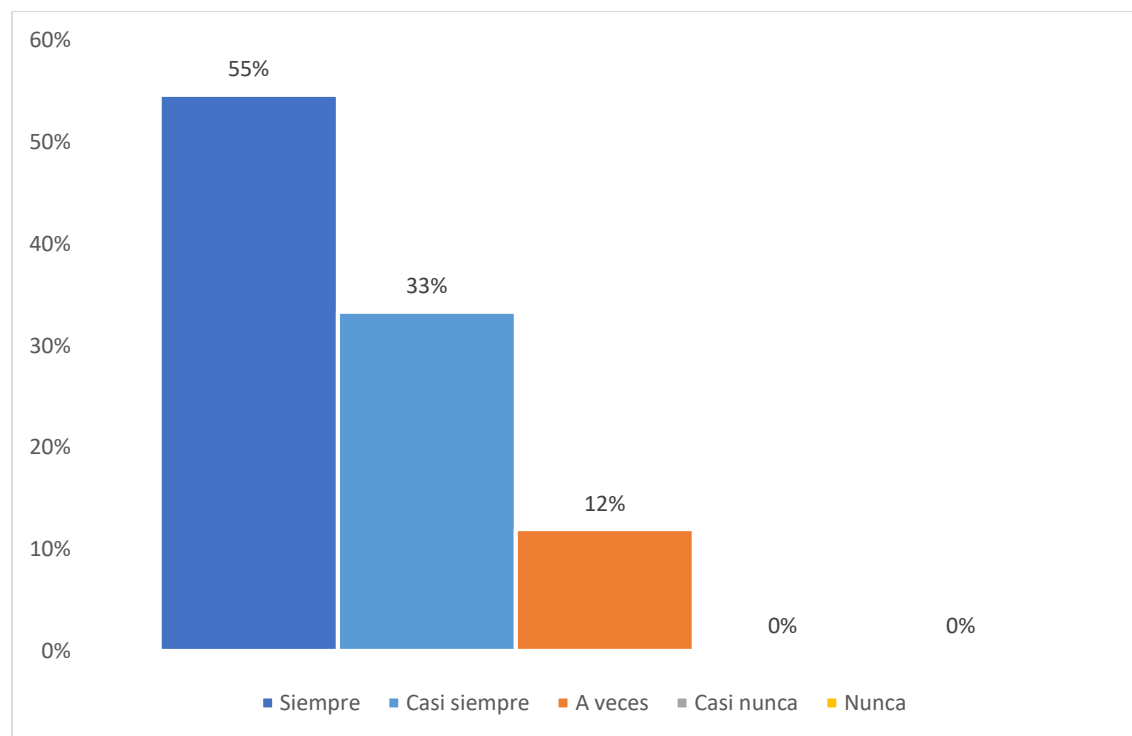
Pregunta 5. Obtengo información directa y clara acerca de mi desempeño, a través de mi superior inmediato.

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	55%	82
Casi siempre	33%	50
A veces	12%	18
Casi nunca	0%	0
Nunca	0%	0
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 9

Pregunta 5. Obtengo información directa y clara acerca de mi desempeño, a través de mi superior inmediato.



Nota: Elaborado por el propio investigador

A la pregunta si, “obtengo información directa y clara acerca de mi desempeño, a través de mi superior inmediato”, el 55% dijo que “siempre”.

Tabla 7

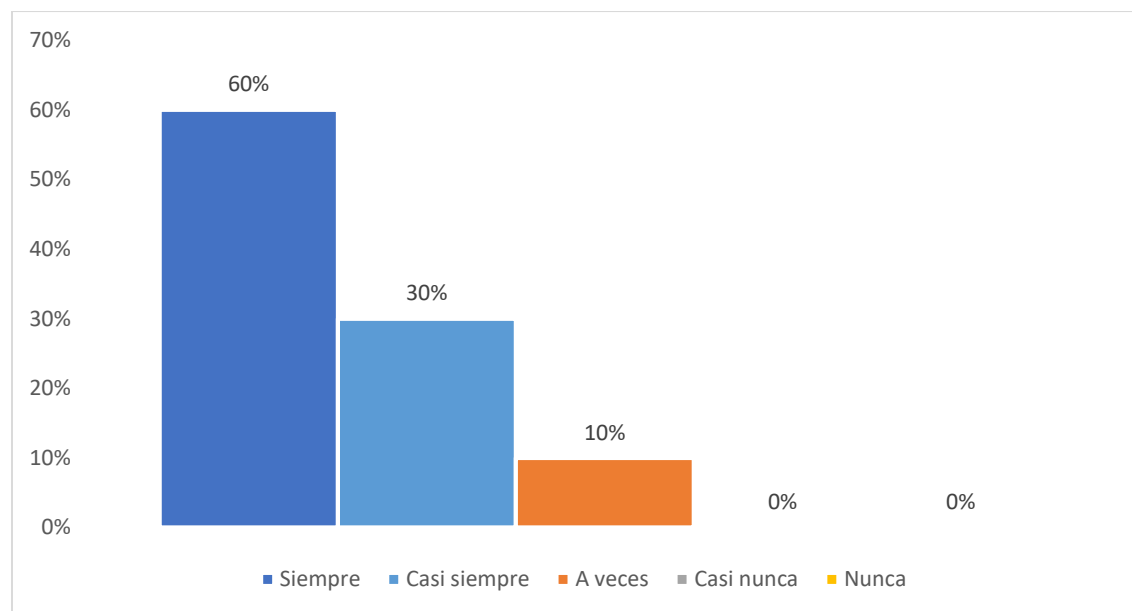
Pregunta 6. La información relacionada con el proyecto de empresa (misión, visión, valores) de la organización, me llega a través de mi superior inmediato

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	60%	90
Casi siempre	30%	45
A veces	10%	15
Casi nunca	0%	0
Nunca	0%	0
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 10

Pregunta 6. La información relacionada con el proyecto de empresa (misión, visión, valores) de la organización, me llega a través de mi superior inmediato



Nota: Elaborado por el propio investigador

A la pregunta si, “la información relacionada con el proyecto de empresa (misión, visión, valores) de la organización, me llega a través de mi superior inmediato” el 60% dijo que “siempre”.

Tabla 8

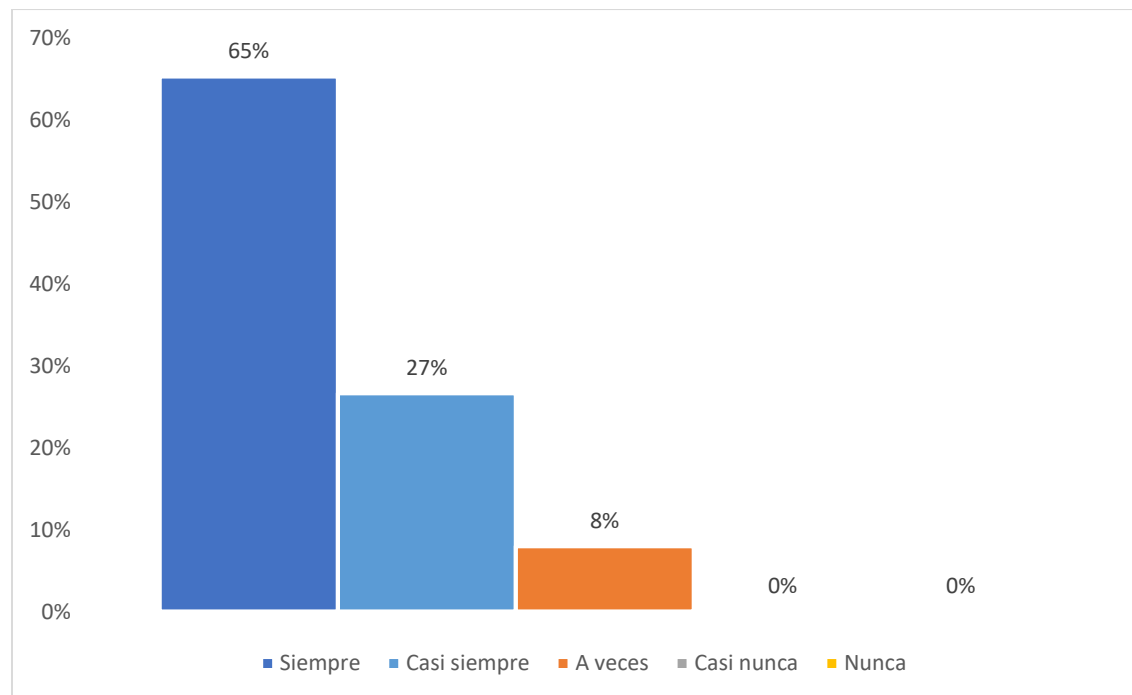
Pregunta 7. La información relacionada con resultados financieros de la organización me llega a través de mi superior inmediato

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	65%	98
Casi siempre	27%	40
A veces	8%	12
Casi nunca	0%	0
Nunca	0%	0
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 11

Pregunta 7. La información relacionada con resultados financieros de la organización me llega a través de mi superior inmediato



Nota: Elaborado por el propio investigador

A la pregunta si, “la información relacionada con resultados financieros de la organización me llega a través de mi superior inmediato”, el 65% dijo que “siempre”.

Tabla 9

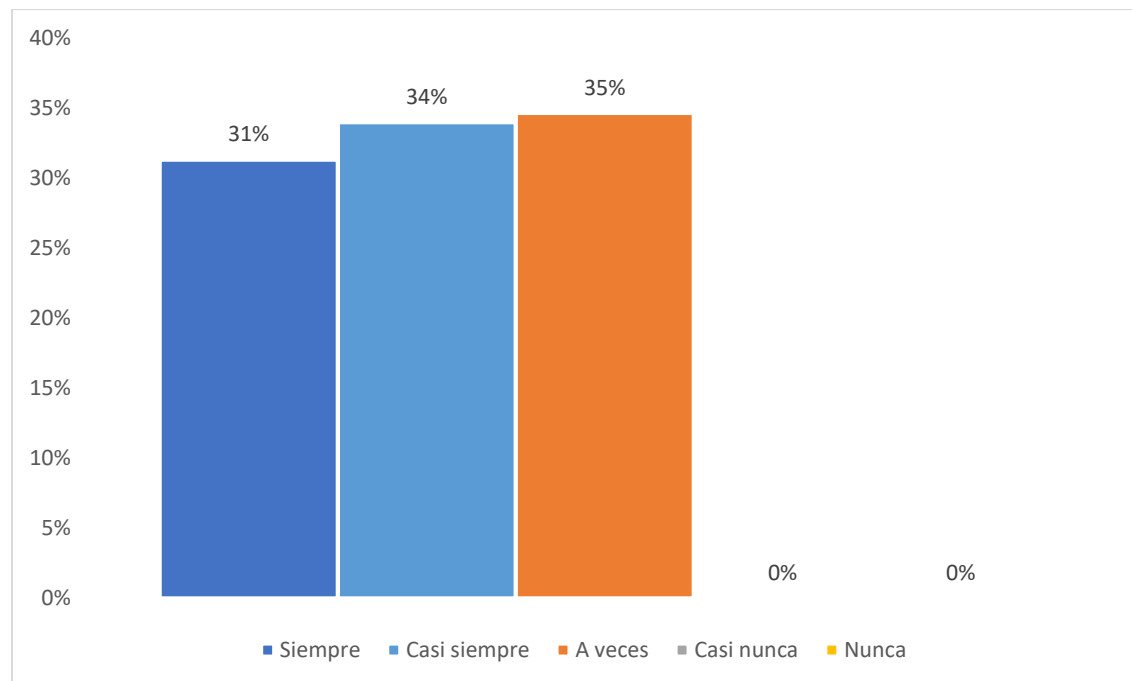
Pregunta 8. Me siento satisfecho con la comunicación que existe entre mi superior inmediato y mi persona

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	31%	47
Casi siempre	34%	51
A veces	35%	52
Casi nunca	0%	0
Nunca	0%	0
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 12

Pregunta 8. Me siento satisfecho con la comunicación que existe entre mi superior inmediato y mi persona



Nota: Elaborado por el propio investigador

A la pregunta si, “me siento satisfecho con la comunicación que existe entre mi superior inmediato y mi persona”, el 35% que “a veces”.

Tabla 10

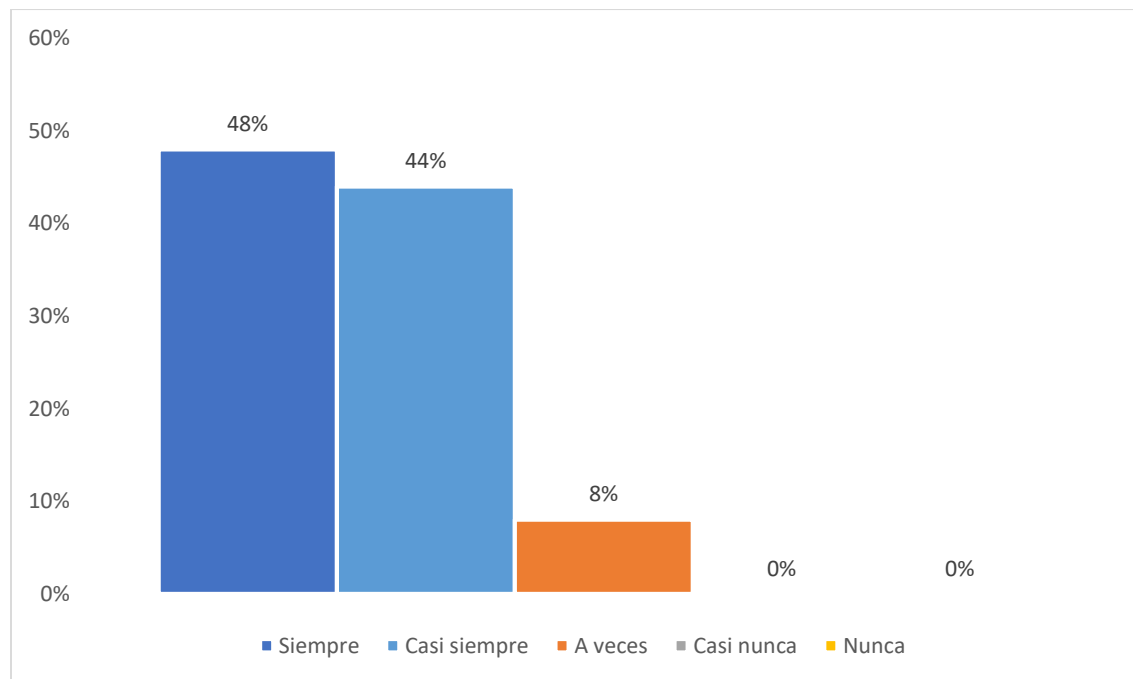
Pregunta 9. Existe libertad y confianza para aclarar malentendidos y resolver conflictos entre los miembros del grupo de trabajo

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	48%	72
Casi siempre	44%	66
A veces	8%	12
Casi nunca	0%	0
Nunca	0%	0
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 13

Pregunta 9. Existe libertad y confianza para aclarar malentendidos y resolver conflictos entre los miembros del grupo de trabajo



Nota: Elaborado por el propio investigador

A la pregunta si, “existe libertad y confianza para aclarar malentendidos y resolver conflictos entre los miembros del grupo de trabajo”, el 48% dijo que “siempre”.

Tabla 11

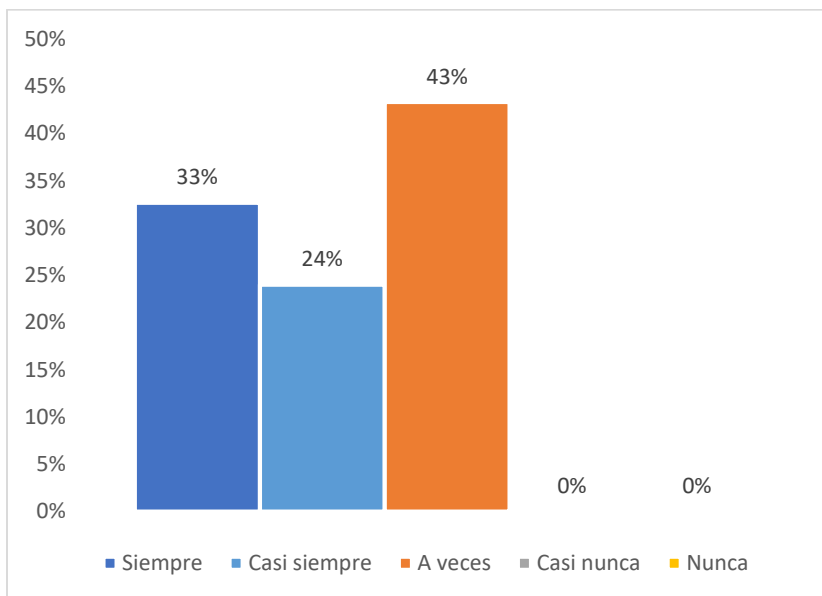
Pregunta 10. Mi superior inmediato me da más información de la que puedo usar

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	33%	49
Casi siempre	24%	36
A veces	43%	65
Casi nunca	0%	0
Nunca	0%	0
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 14

Pregunta 10. Mi superior inmediato me da más información de la que puedo usar



Nota: Elaborado por el propio investigador

A la pregunta si, “mi superior inmediato me da más información de la que puedo usar “, el 43% dijo “a veces”.

Tabla 12

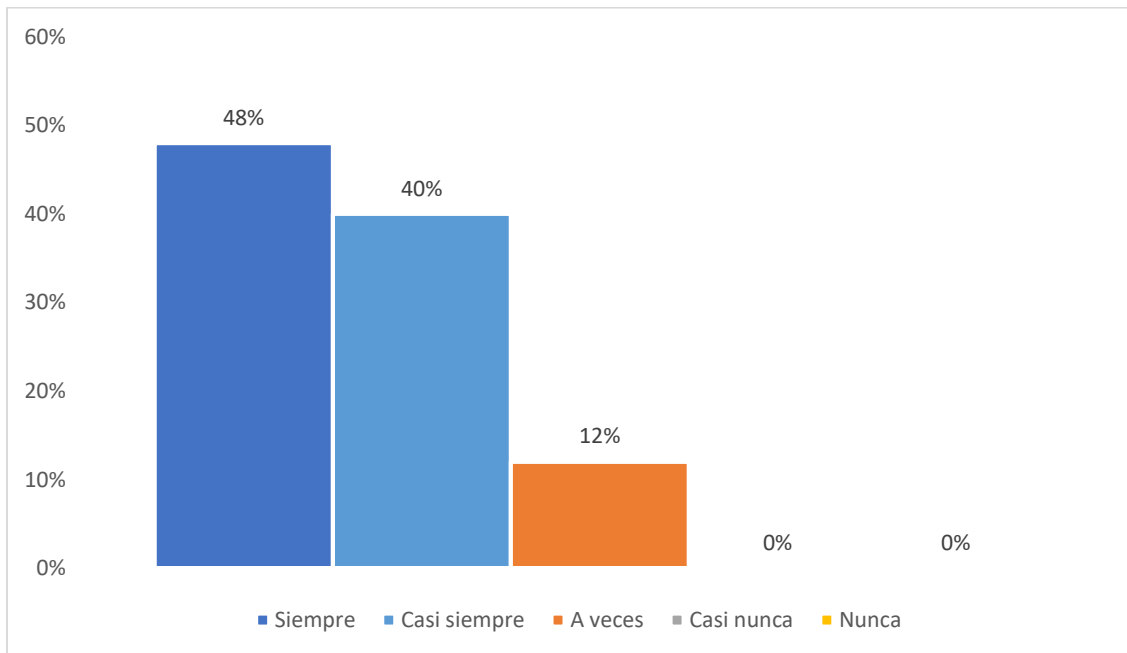
Pregunta 11. Cuando mi superior inmediato me da una orden de cualquier tipo, se asegura de que yo la haya entendido

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	48%	72
Casi siempre	40%	60
A veces	12%	18
Casi nunca	0%	0
Nunca	0%	0
TOTAL	100%	150

Fuente: Elaboración propia

Figura 15

Pregunta 11. Cuando mi superior inmediato me da una orden de cualquier tipo, se asegura de que yo la haya entendido



Nota: Elaborado por el propio investigador

A la pregunta si, “cuando mi superior inmediato me da una orden de cualquier tipo, se asegura de que yo la haya entendido”, el 48% de los encuestados respondió que “siempre”.

Tabla 13

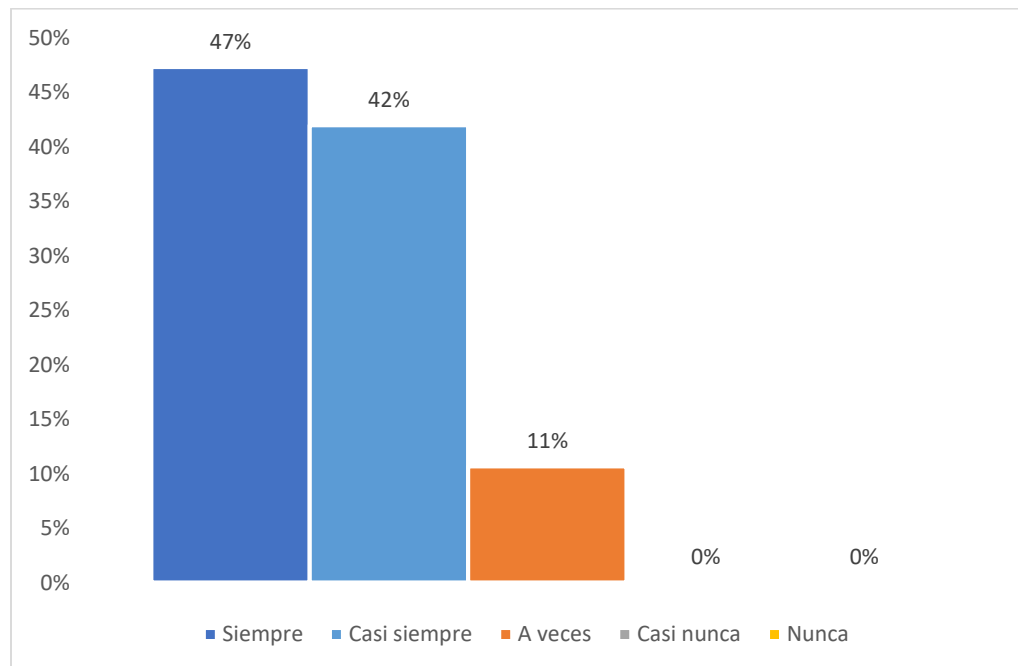
Pregunta 12. La información relacionada con nuevos negocios, productos y servicios de la organización me llega a través de mi superior inmediato.

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	47%	71
Casi siempre	42%	63
A veces	11%	16
Casi nunca	0%	0
Nunca	0%	0
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 16

Pregunta 12. La información relacionada con nuevos negocios, productos y servicios de la organización me llega a través de mi superior inmediato.



Nota: Elaborado por el propio investigador

A la pregunta si, “la información relacionada con nuevos negocios, productos y servicios de la organización me llega a través de mi superior inmediato”, el 47% dijo que “siempre”.

Tabla 14

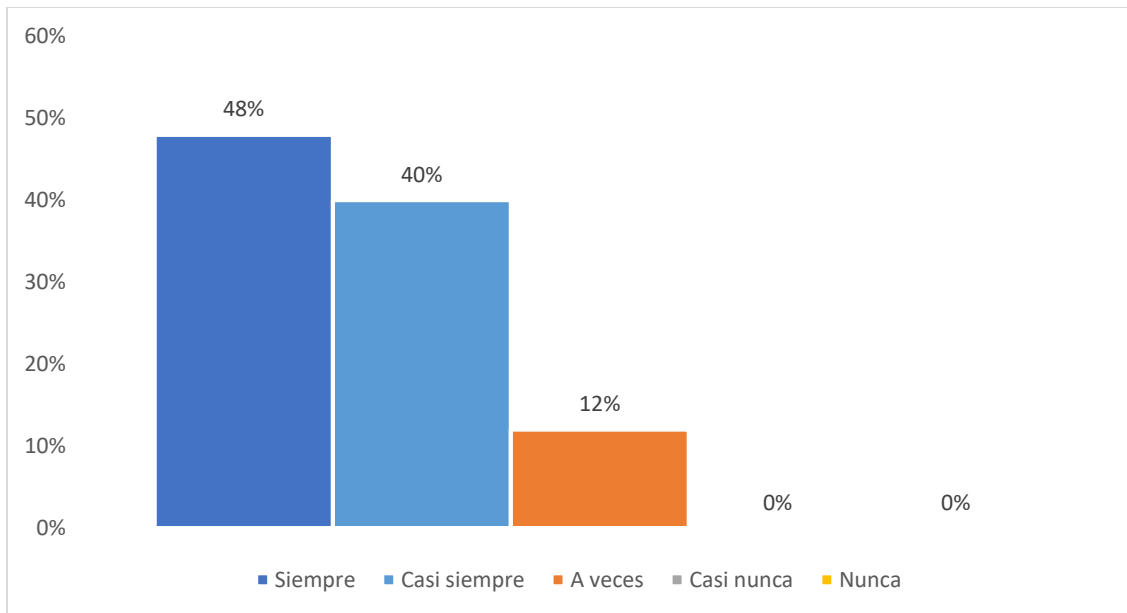
Pregunta 13. Me siento en confianza para plantear a mi superior inmediato sugerencias para mejorar procesos o procedimientos de trabajo.

OPCION		N° ENTREVISTADOS
Siempre	48%	72
Casi siempre	40%	60
A veces	12%	18
Casi nunca	0%	0
Nunca	0%	0
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 17

Pregunta 13. Me siento en confianza para plantear a mi superior inmediato sugerencias para mejorar procesos o procedimientos de trabajo.



Nota: Elaborado por el propio investigador

A la pregunta si, “me siento en confianza para plantear a mi superior inmediato sugerencias para mejorar procesos o procedimientos de trabajo”, el 48% dijo que “siempre”.

Tabla 15

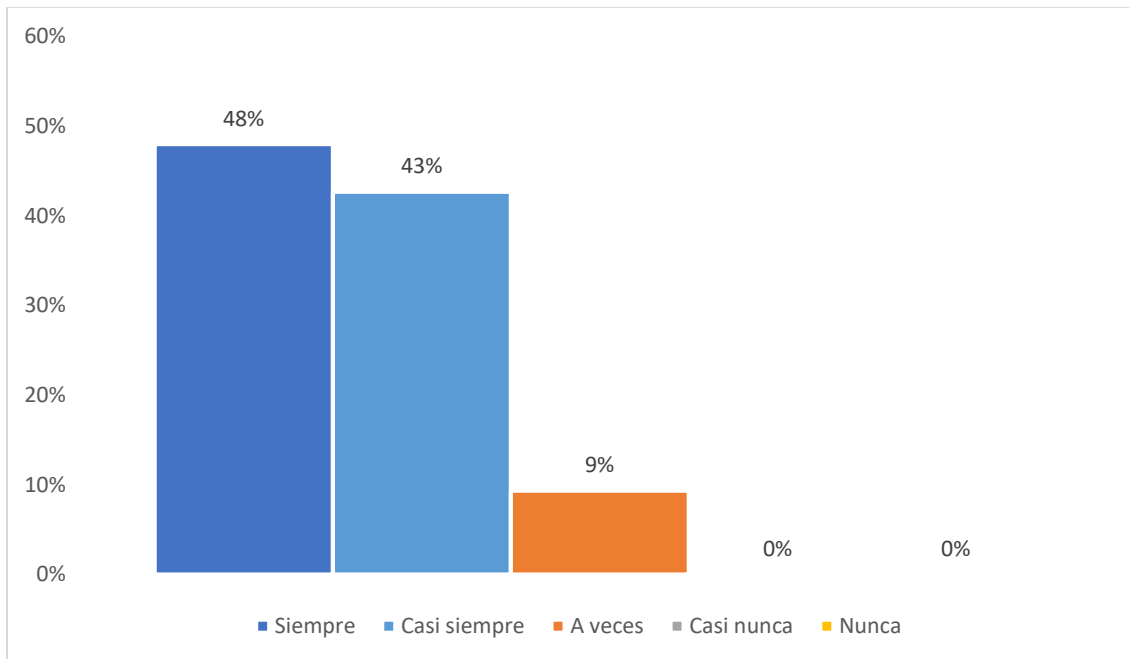
Pregunta 14. Existe un buen clima de apoyo y entendimiento entre los miembros de mi grupo de trabajo.

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	48%	72
Casi siempre	43%	64
A veces	9%	14
Casi nunca	0%	0
Nunca	0%	0
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 18

Pregunta 14. Existe un buen clima de apoyo y entendimiento entre los miembros de mi grupo de trabajo.



Nota: Elaborado por el propio investigador

A la pregunta si, “existe un buen clima de apoyo y entendimiento entre los miembros de mi grupo de trabajo”, 48% que “siempre”.

Tabla 16

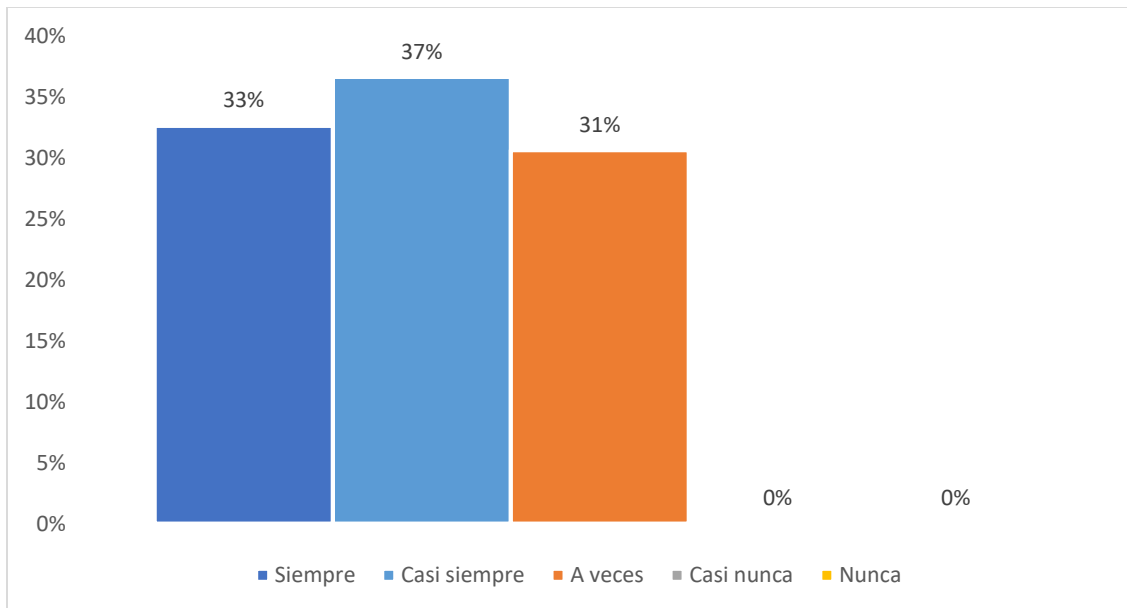
Pregunta 15. Cuando recibo demasiada información de mi superior inmediato y no sé cómo usarla, selecciono una parte de ella y el resto la desecho.

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	33%	49
Casi siempre	37%	55
A veces	31%	46
Casi nunca	0%	0
Nunca	0%	0
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 19

Pregunta 15. Cuando recibo demasiada información de mi superior inmediato y no sé cómo usarla, selecciono una parte de ella y el resto la desecho.



Nota: Elaborado por el propio investigador

A la pregunta si, “cuando recibo demasiada información de mi superior inmediato y no sé cómo usarla, selecciono una parte de ella y el resto la desecho”, el 37% dijo que “casi siempre”.

Tabla 17

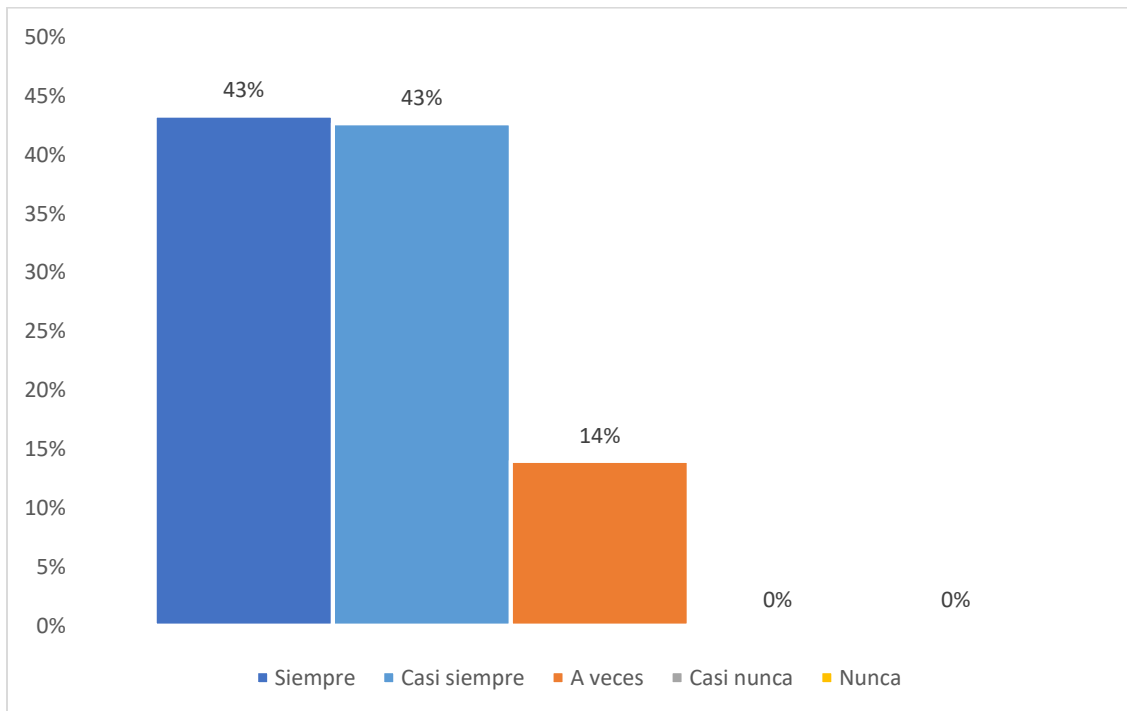
Pregunta 16. Mi superior inmediato verifica el cumplimiento de sus órdenes.

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	43%	65
Casi siempre	43%	64
A veces	14%	21
Casi nunca	0%	0
Nunca	0%	0
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 20

Pregunta 16. Mi superior inmediato verifica el cumplimiento de sus órdenes.



Nota: Elaborado por el propio investigador

A la pregunta si, “mi superior inmediato verifica el cumplimiento de sus órdenes” el 43% dijo que “siempre”.

Tabla 18

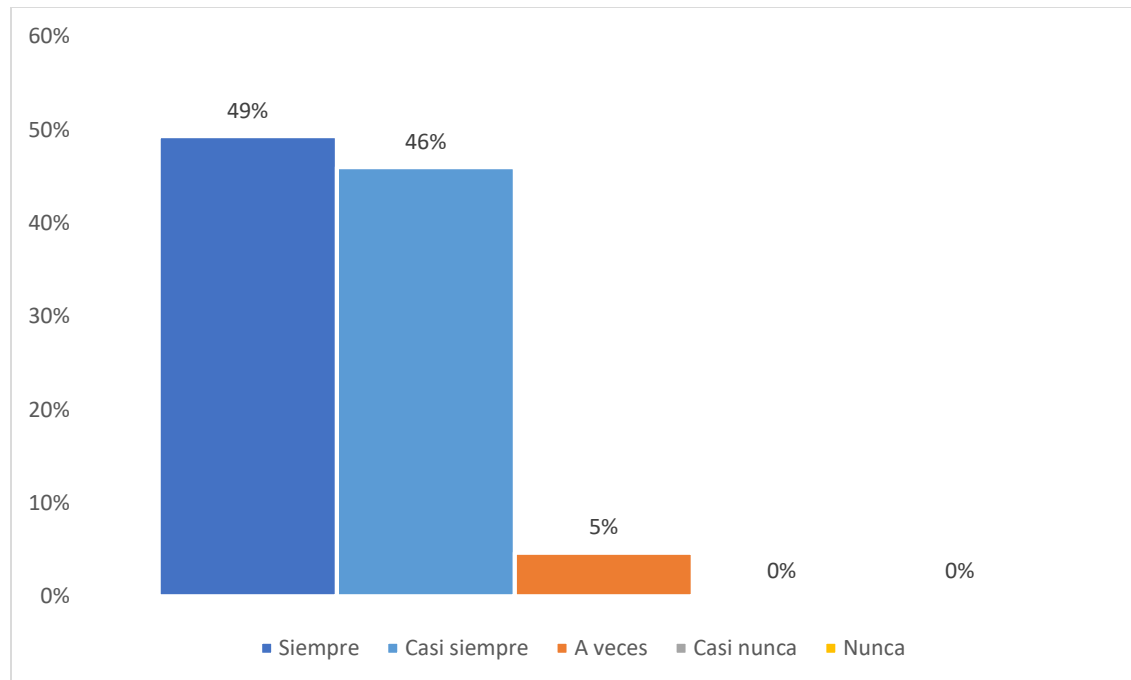
Pregunta 17. La información relacionada con campañas comerciales de la organización me llega a través de mi superior inmediato.

OPCION	N° ENTREVISTADOS	
Siempre	49%	74
Casi siempre	46%	69
A veces	5%	7
Casi nunca	0%	0
Nunca	0%	0
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 21

Pregunta 17. La información relacionada con campañas comerciales de la organización me llega a través de mi superior inmediato.



Nota: Elaborado por el propio investigador

A la pregunta si, “la información relacionada con campañas comerciales de la organización me llega a través de mi superior inmediato”, el 49% dijo que “siempre”.

Tabla 19

Pregunta 18. Tengo inconvenientes para comentar los problemas de mi puesto de trabajo con mi superior inmediato.

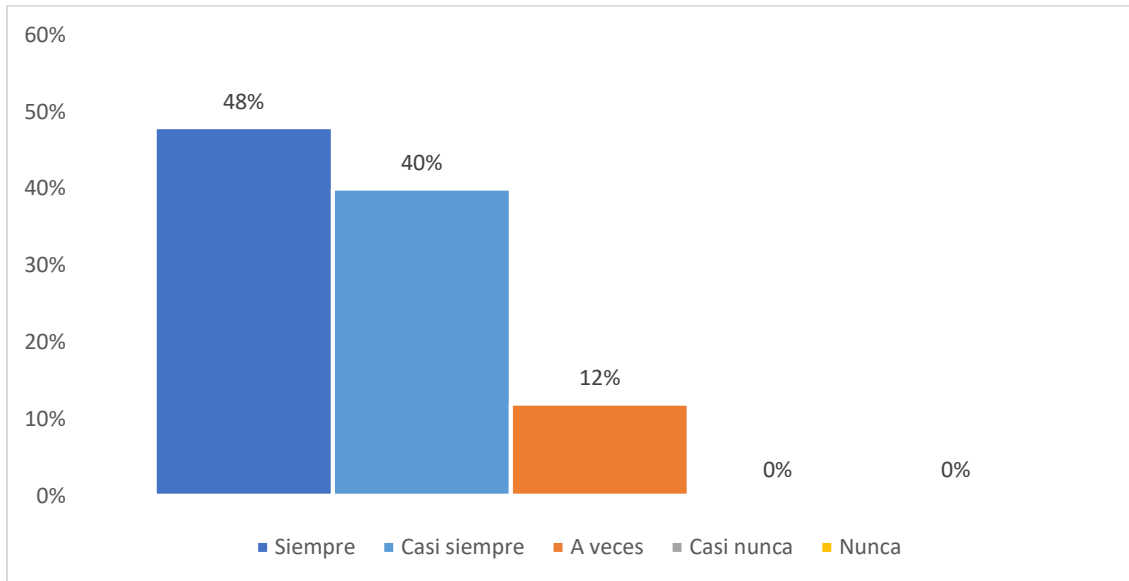
Tabla 18

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	48%	72
Casi siempre	40%	60
A veces	12%	18
Casi nunca	0%	0
Nunca	0%	0
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 22

Pregunta 18. Tengo inconvenientes para comentar los problemas de mi puesto de trabajo con mi superior inmediato.



Nota: Elaborado por el propio investigador

A la pregunta si, “tengo inconvenientes para comentar los problemas de mi puesto de trabajo con mi superior inmediato”, el 48% dijo que “siempre”.

Tabla 20

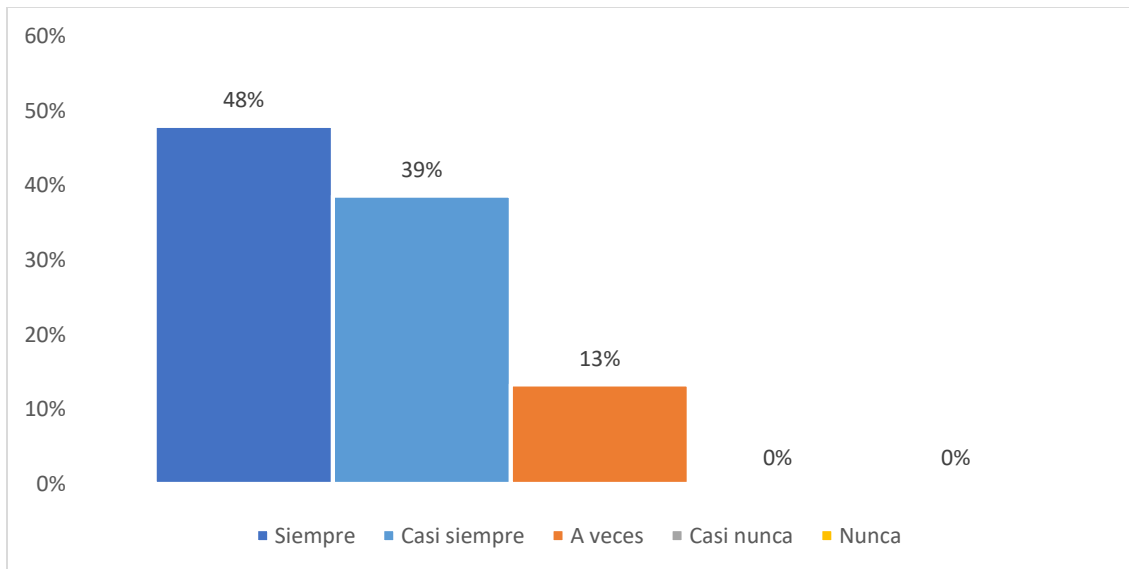
Pregunta 19. Cuando recibo demasiada información de mi superior inmediato y no sé cómo usarla, la delego en otros.

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	48%	72
Casi siempre	39%	58
A veces	13%	20
Casi nunca	0%	0
Nunca	0%	0
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 23

Pregunta 19. Cuando recibo demasiada información de mi superior inmediato y no sé cómo usarla, la delego en otros.



Nota: Elaborado por el propio investigador

A la pregunta si, “cuando recibo demasiada información de mi superior inmediato y no sé cómo usarla, la delego en otros”, el 48% dijo que “siempre”.

Tabla 21

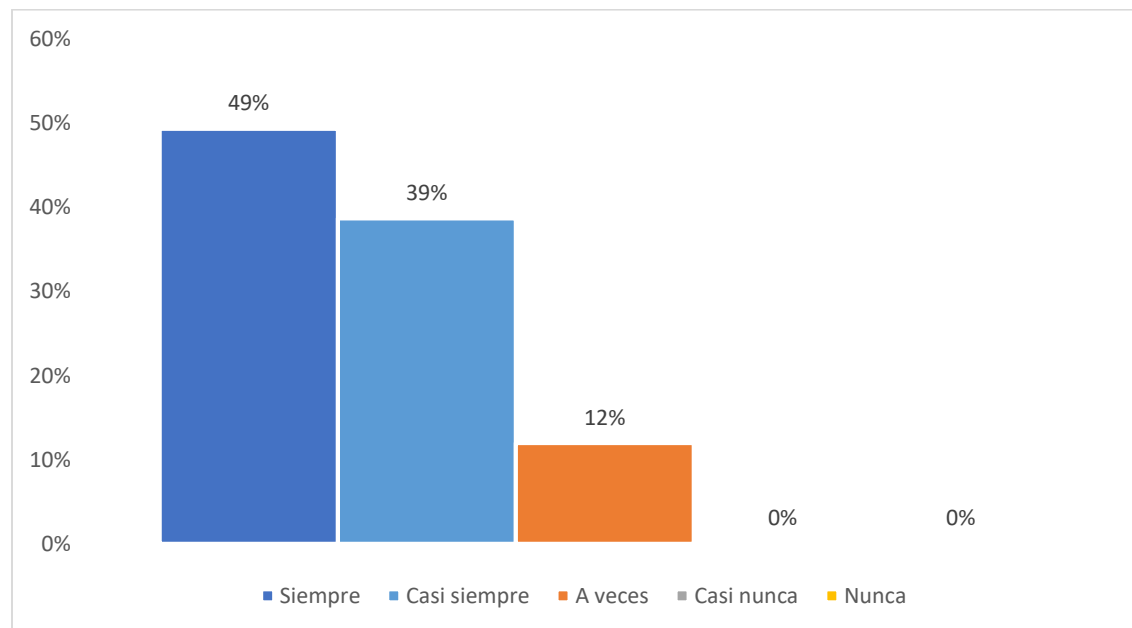
Pregunta 20. La información que proviene de mi superior inmediato es creíble y confiable.

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	49%	74
Casi siempre	39%	58
A veces	12%	18
Casi nunca	0%	0
Nunca	0%	0
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 24

Pregunta 20. La información que proviene de mi superior inmediato es creíble y confiable.



Nota: Elaborado por el propio investigador

A la pregunta si, “la información que proviene de mi superior inmediato es creíble y confiable” el 49% contesto que “siempre”.

BARRERAS DE LAS COMUNICACIÓN

Tabla 22

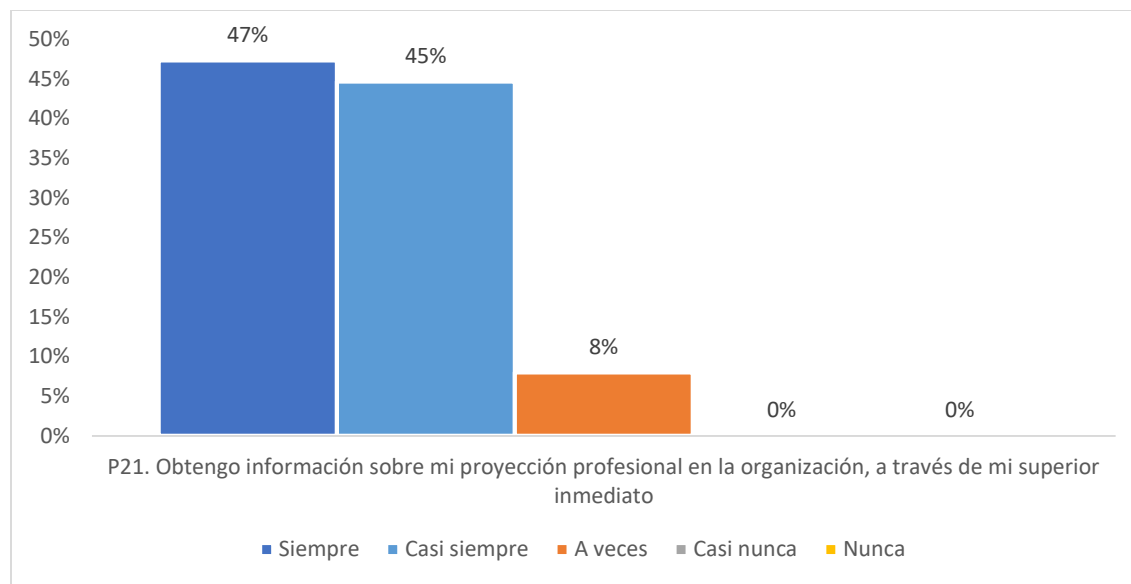
Pregunta 21. Obtengo información sobre mi proyección profesional en la organización, a través de mi superior inmediato

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	47%	71
Casi siempre	45%	67
A veces	8%	12
Casi nunca	0%	0
Nunca	0%	0
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 25

Pregunta 21. Obtengo información sobre mi proyección profesional en la organización, a través de mi superior inmediato



Nota: Elaborado por el propio investigador

A la pregunta si, “obtengo información sobre mi proyección profesional en la organización, a través de mi superior inmediato”, el 47% dijo que “siempre”.

Tabla 23

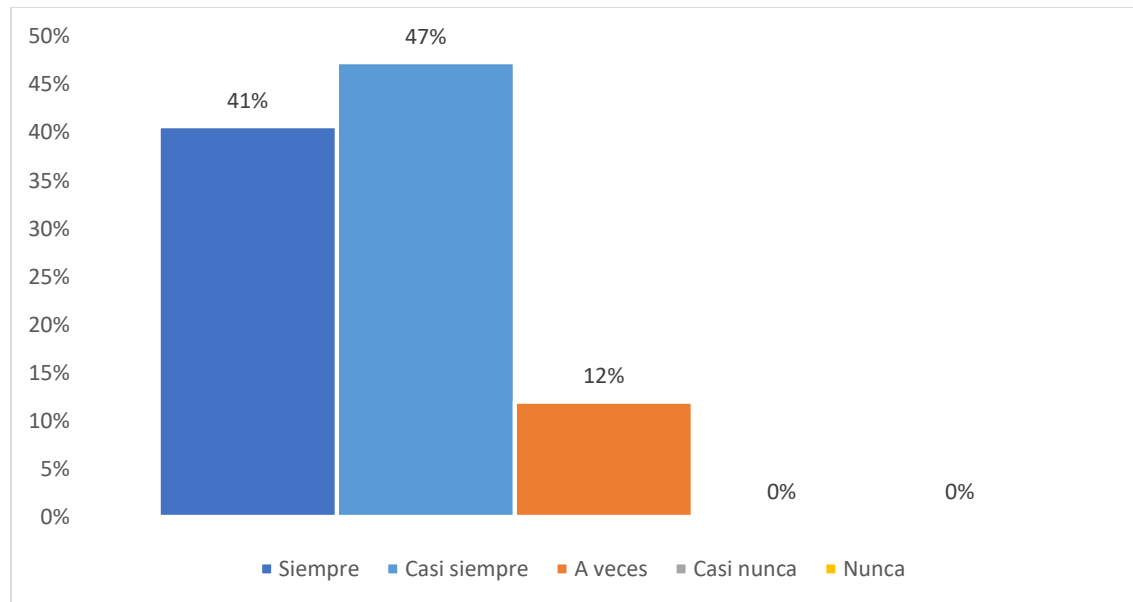
Pregunta 22. La información relacionada con instrucciones operativas de la organización me llega a través de mi superior inmediato.

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	41%	61
Casi siempre	47%	71
A veces	12%	18
Casi nunca	0%	0
Nunca	0%	0
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 26

Pregunta 22. La información relacionada con instrucciones operativas de la organización me llega a través de mi superior inmediato.



Nota: Elaborado por el propio investigador

A la pregunta si, “la información relacionada con instrucciones operativas de la organización me llega a través de mi superior inmediato”, el 47% dijo que “casi siempre”.

Tabla 24

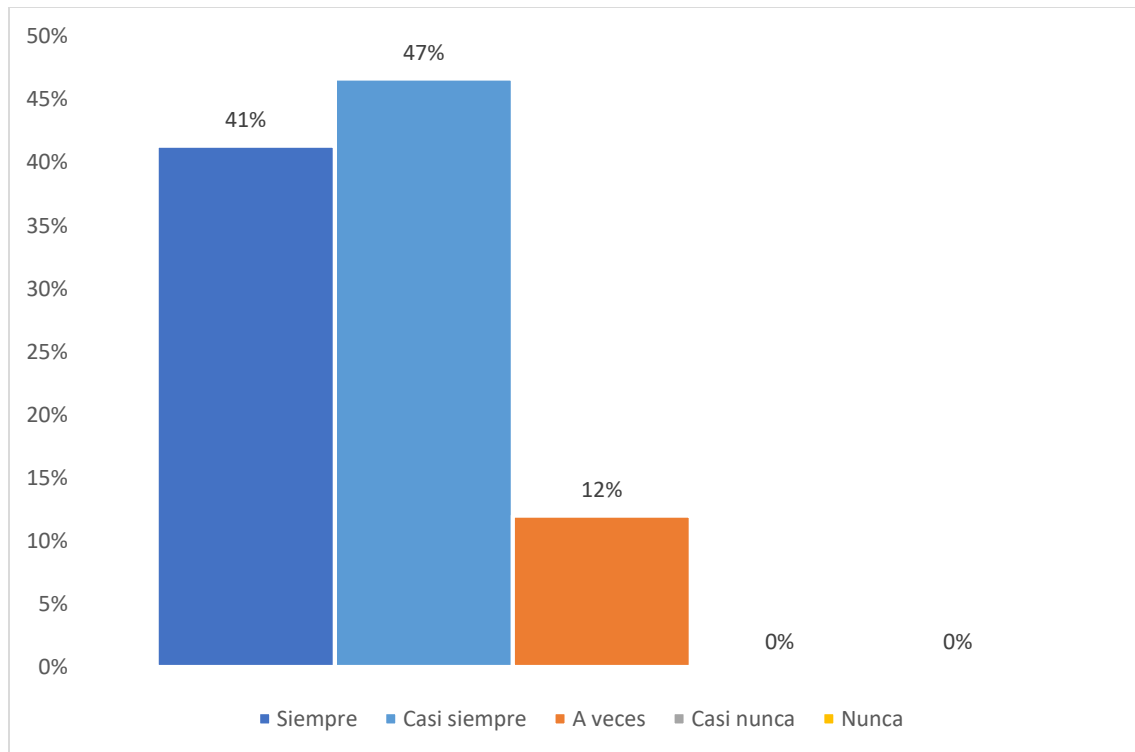
Pregunta 23. Mi superior inmediato conoce y comprende los problemas que yo enfrento en la realización de mis tareas.

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	41%	62
Casi siempre	47%	70
A veces	12%	18
Casi nunca	0%	0
Nunca	0%	0
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 27

Pregunta 23. Mi superior inmediato conoce y comprende los problemas que yo enfrento en la realización de mis tareas.



Nota: Elaborado por el propio investigador

A la pregunta si, “mi superior inmediato conoce y comprende los problemas que yo enfrento en la realización de mis tareas”, el 47% dijo que “casi siempre”.

Tabla 25

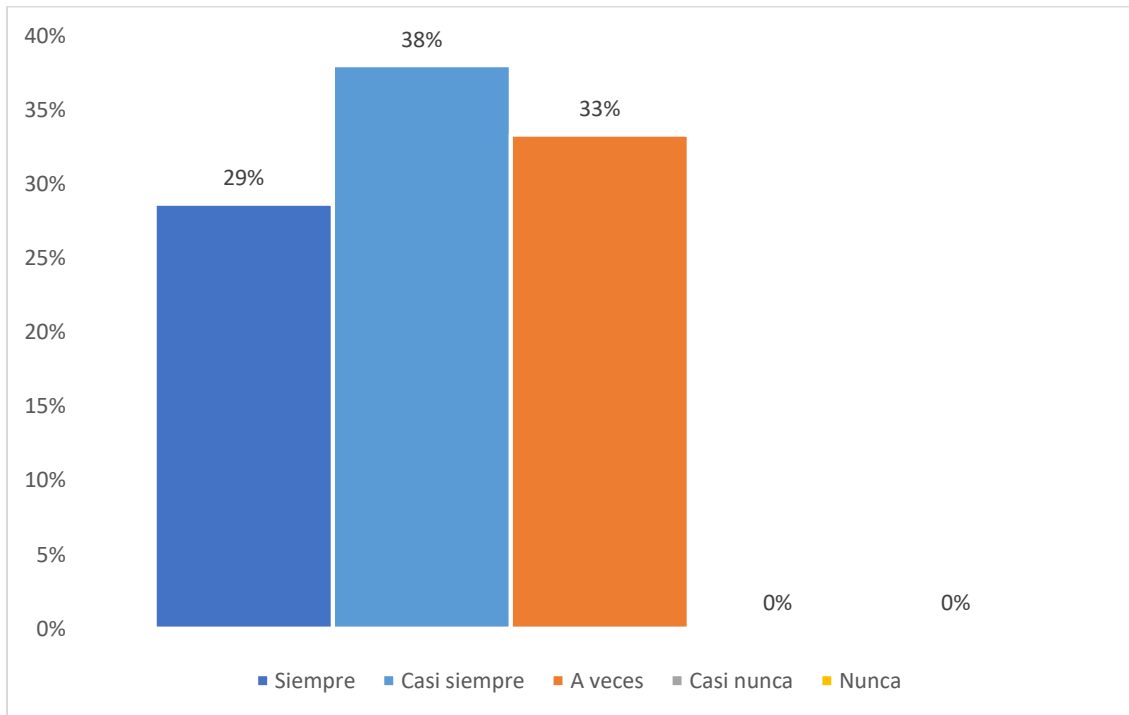
Pregunta 24. Me salto los canales formales de la organización cuando requiero información dentro o fuera de mi área de trabajo

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	29%	43
Casi siempre	38%	57
A veces	33%	50
Casi nunca	0%	0
Nunca	0%	0
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 28

Pregunta 24. Me salto los canales formales de la organización cuando requiero información dentro o fuera de mi área de trabajo



Nota: Elaborado por el propio investigador

A la pregunta si, “me salto los canales formales de la organización cuando requiero información dentro o fuera de mi área de trabajo”, el 38% dijo que “a veces”.

Tabla 26

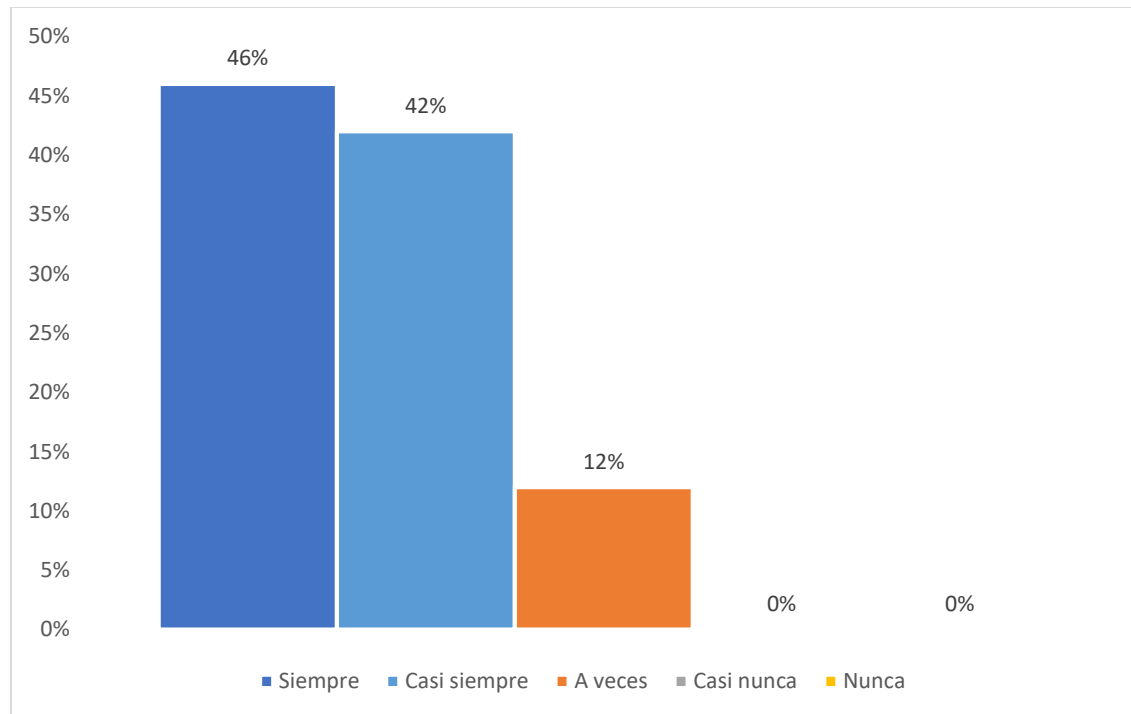
Pregunta 25. La distancia y la distribución física entre mi superior inmediato y yo, obstaculiza la comunicación.

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	46%	69
Casi siempre	42%	63
A veces	12%	18
Casi nunca	0%	0
Nunca	0%	0
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 29

Pregunta 25. La distancia y la distribución física entre mi superior inmediato y yo, obstaculiza la comunicación.



Nota: Elaborado por el propio investigador

A la pregunta si, “la distancia y la distribución física entre mi superior inmediato y yo, obstaculiza la comunicación”, el 46% dijo que “siempre”.

Tabla 27

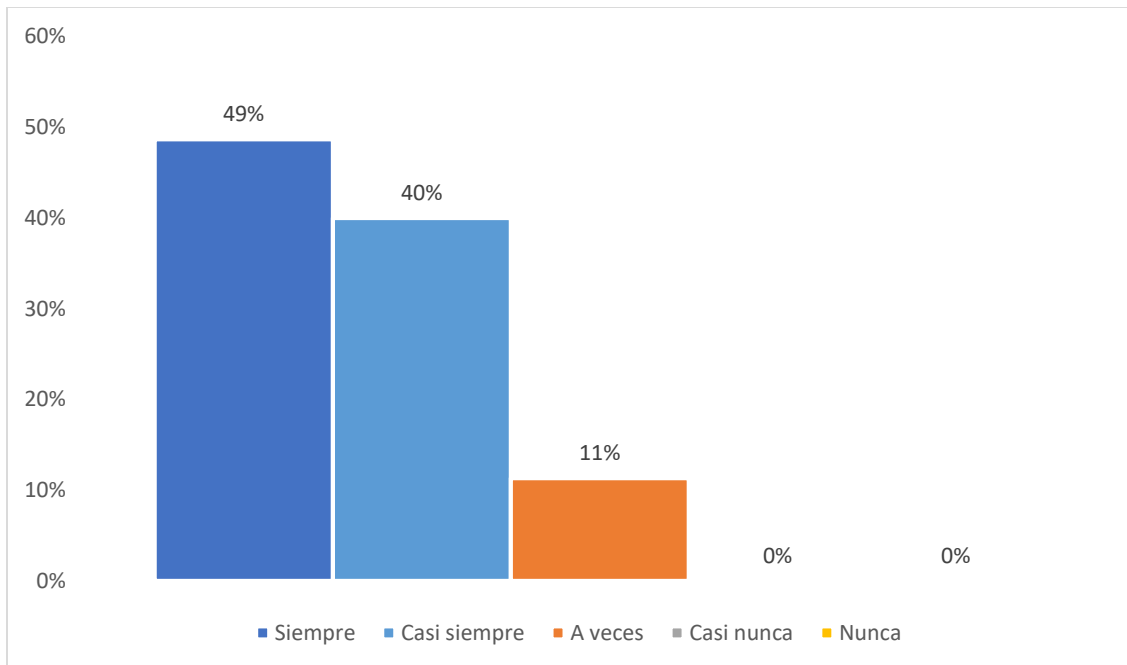
Pregunta 26. En la organización, cuando alguna información resulta amenazante o crítica, las personas actúan defensivamente.

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	49%	73
Casi siempre	40%	60
A veces	11%	17
Casi nunca	0%	0
Nunca	0%	0
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 30

Pregunta 26. En la organización, cuando alguna información resulta amenazante o crítica, las personas actúan defensivamente.



Nota: Elaborado por el propio investigador

A la pregunta si, “en la organización, cuando alguna información resulta amenazante o crítica, las personas actúan defensivamente, el 49% dijo que “siempre”.

Tabla 28

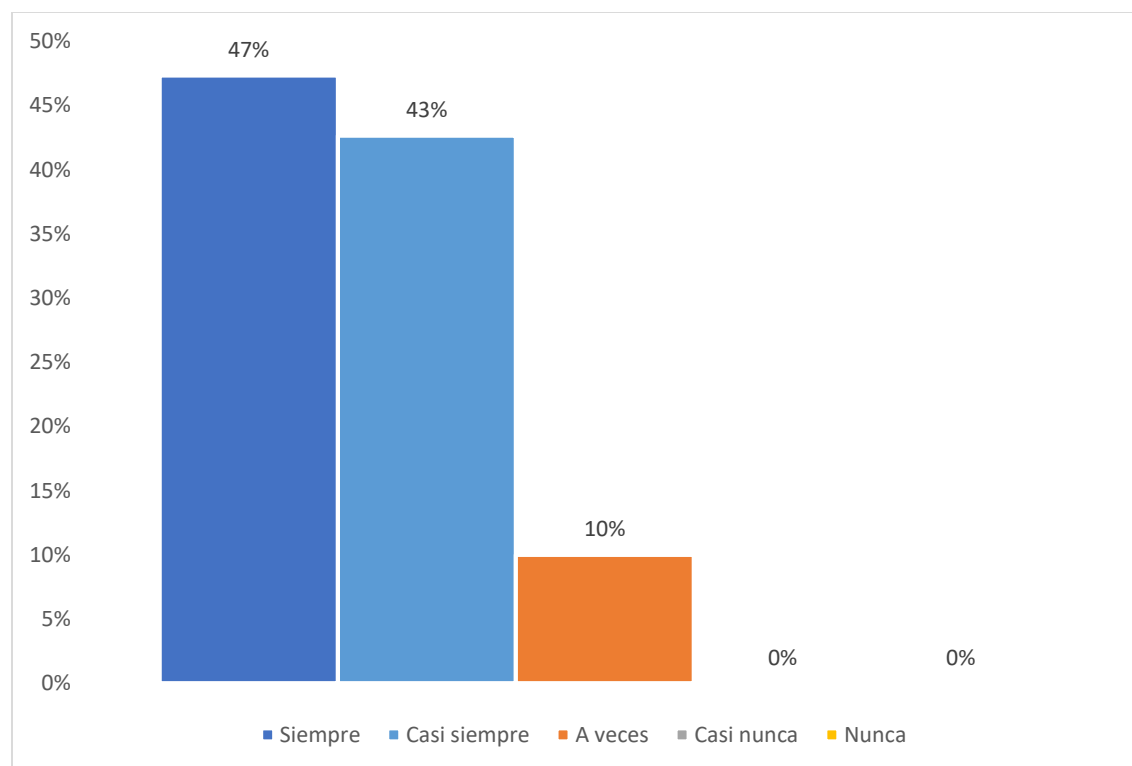
Pregunta 27. Las instrucciones de cómo realizar una tarea me llegan a través de mi superior inmediato.

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	47%	71
Casi siempre	43%	64
A veces	10%	15
Casi nunca	0%	0
Nunca	0%	0
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 31

Pregunta 27. Las instrucciones de cómo realizar una tarea me llegan a través de mi superior inmediato.



Nota: Elaborado por el propio investigador

A la pregunta si, “las instrucciones de cómo realizar una tarea me llegan a través de mi superior inmediato”, el 47% dijo que “siempre”.

Tabla 29

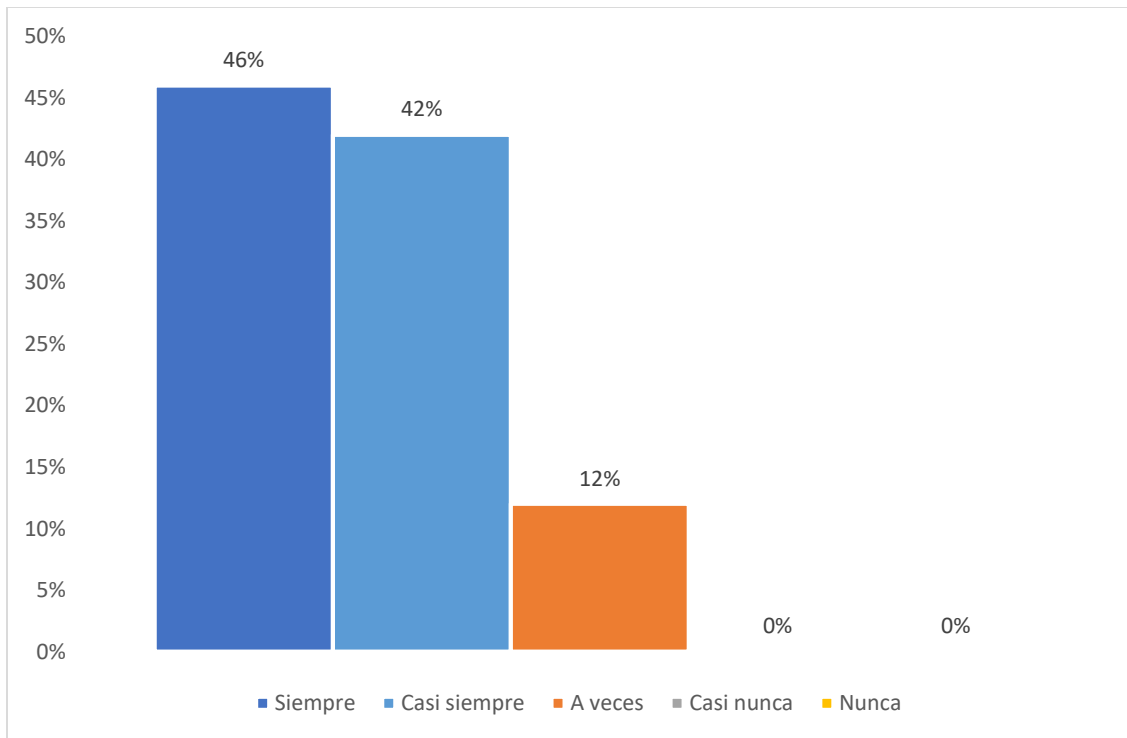
Pregunta 28. Tengo libertad y confianza al discutir, con mi superior inmediato, asuntos importantes relacionados al trabajo.

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	46%	69
Casi siempre	42%	63
A veces	12%	18
Casi nunca	0%	0
Nunca	0%	0
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 32

Pregunta 28. Tengo libertad y confianza al discutir, con mi superior inmediato, asuntos importantes relacionados al trabajo.



Nota: Elaborado por el propio investigador

A la pregunta si, “tengo libertad y confianza al discutir, con mi superior inmediato, asuntos importantes relacionados al trabajo”, el 46% dijo que “siempre”.

Tabla 30

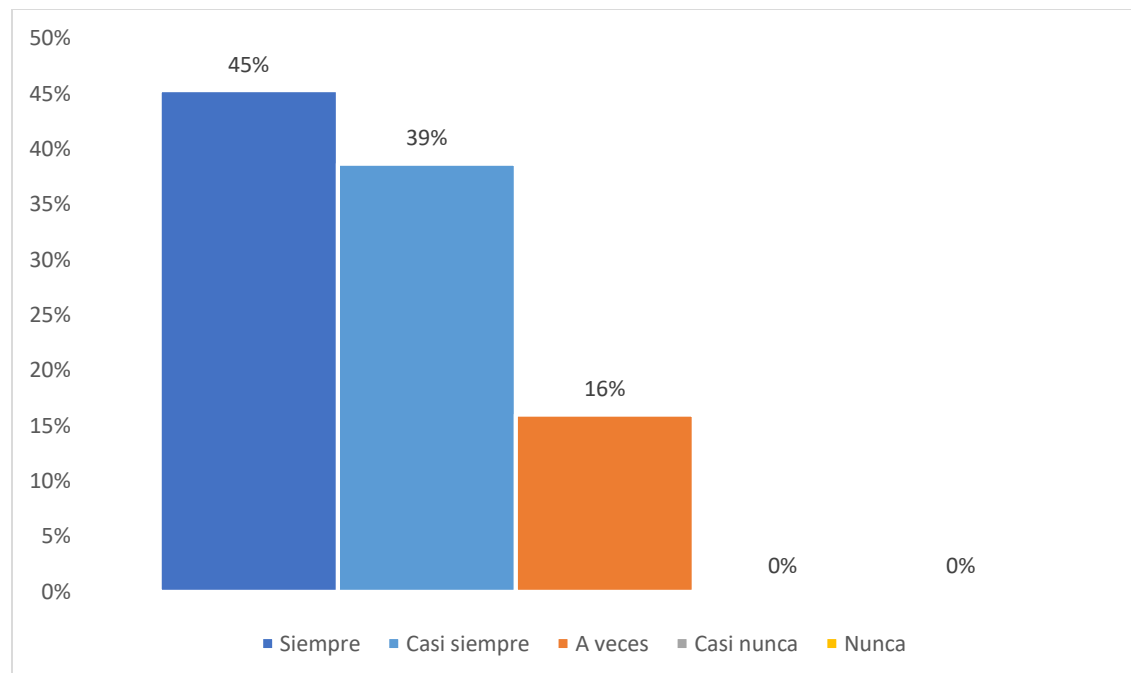
Pregunta 29. En la organización, la información que proviene de los niveles superiores parece ser interpretada de distintas maneras.

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	45%	68
Casi siempre	39%	58
A veces	16%	24
Casi nunca	0%	0
Nunca	0%	0
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 33

Pregunta 29. En la organización, la información que proviene de los niveles superiores parece ser interpretada de distintas maneras.



Nota: Elaborado por el propio investigador

A la pregunta si, “en la organización, la información que proviene de los niveles superiores parece ser interpretada de distintas maneras”, el 45% dijo que “siempre”

RETROALIMENTACIÓN

Tabla 31

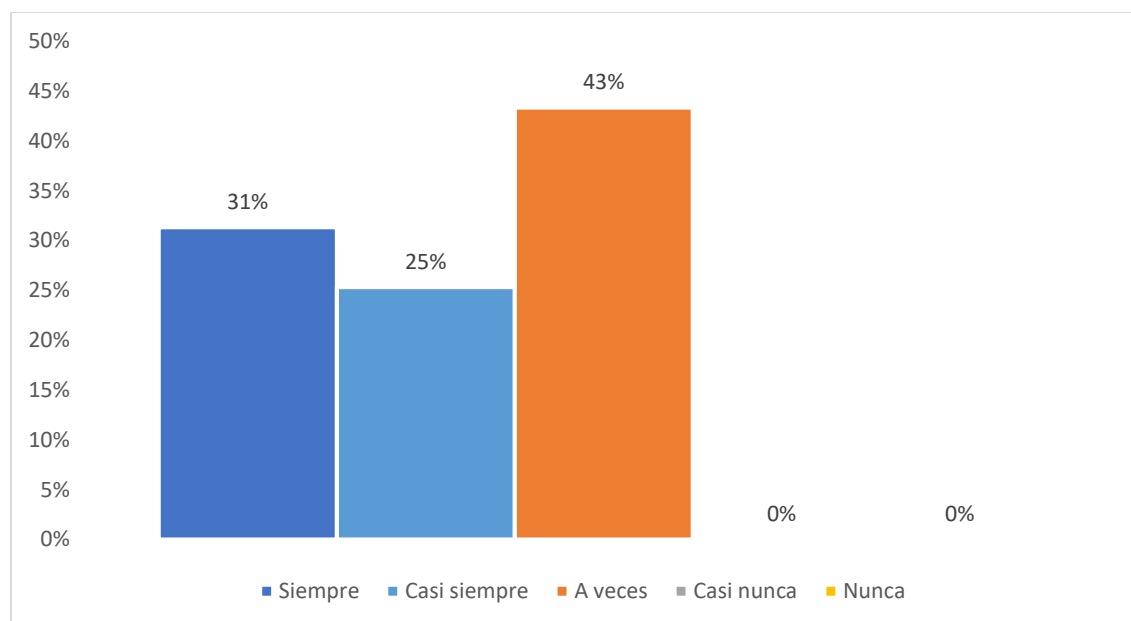
Pregunta 30. La explicación de cuál es la mejor metodología para realizar una tarea me llega a través de mis compañeros de área o unidad.

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	31%	47
Casi siempre	25%	38
A veces	43%	65
Casi nunca	0%	0
Nunca	0%	0
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 34

Pregunta 30. La explicación de cuál es la mejor metodología para realizar una tarea me llega a través de mis compañeros de área o unidad.



Nota: Elaborado por el propio investigador

A la pregunta si, “la explicación de cuál es la mejor metodología para realizar una tarea me llega a través de mis compañeros de área o unidad” el 43% dijo “a veces”.

Tabla 32

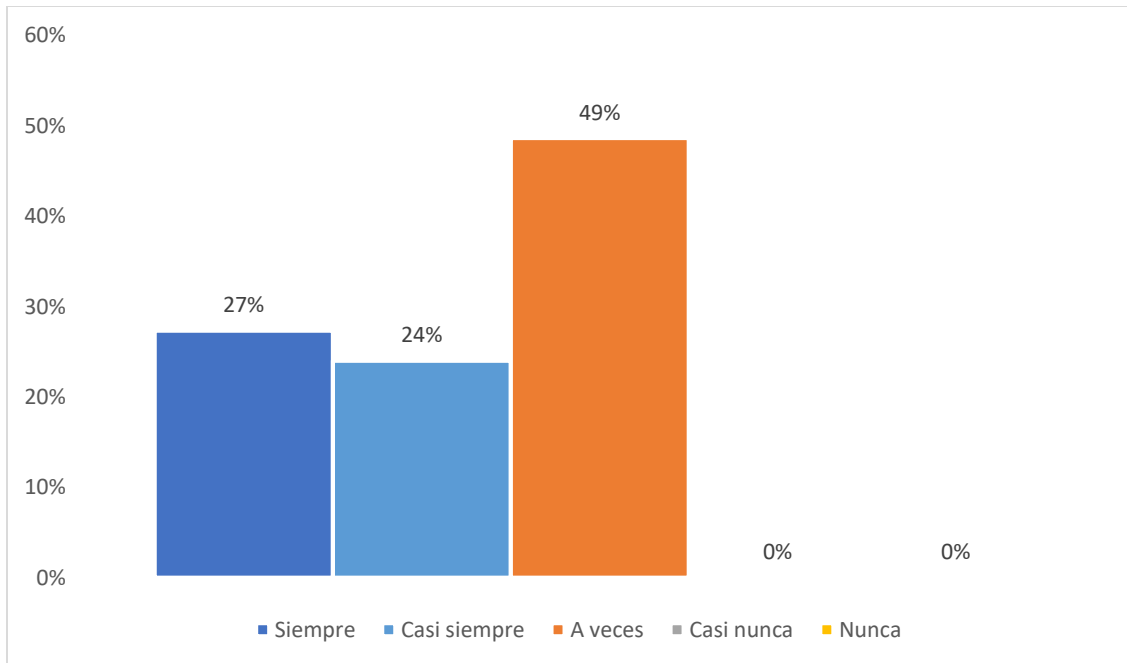
Pregunta 31. En la organización, las instrucciones provenientes de los compañeros de la misma área o unidad, parece ser interpretada de distintas maneras.

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	27%	41
Casi siempre	24%	36
A veces	49%	73
Casi nunca	0%	0
Nunca	0%	0
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 35

Pregunta 31. En la organización, las instrucciones provenientes de los compañeros de la misma área o unidad, parece ser interpretada de distintas maneras.



Nota: Elaborado por el propio investigador

A la pregunta si, “en la organización, las instrucciones provenientes de los compañeros de la misma área o unidad, parece ser interpretada de distintas maneras” el 49% dijo que “a veces”.

Tabla 33

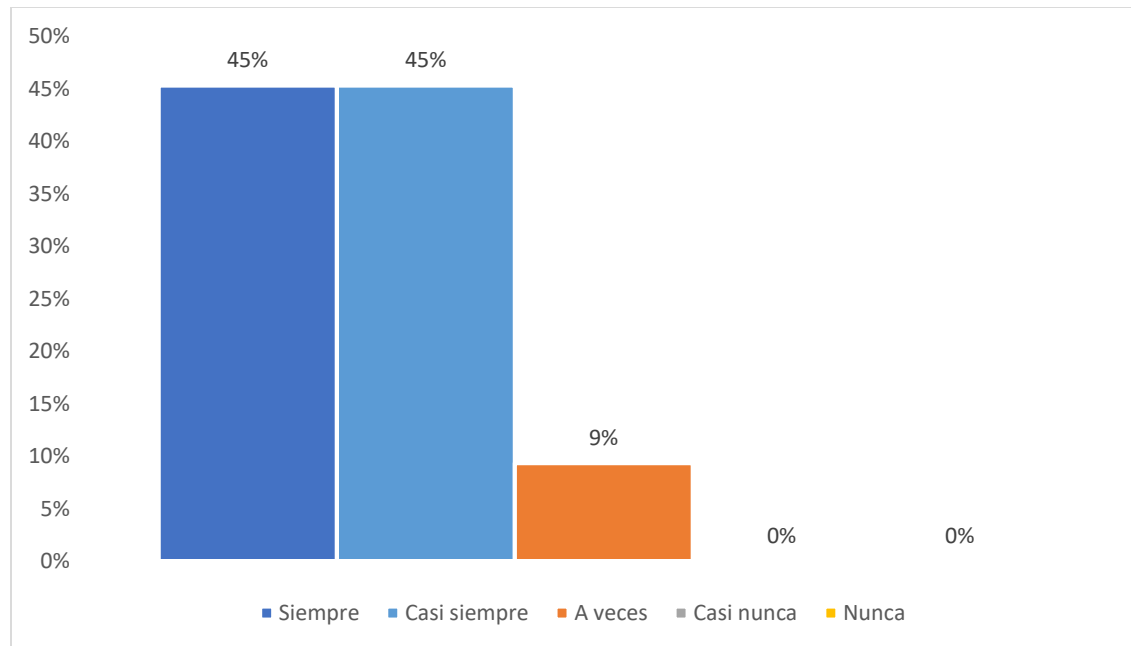
Pregunta 32. La descripción del trabajo que el equipo debe llevar a cabo, se me informa a través de mi superior inmediato

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	45%	68
Casi siempre	45%	68
A veces	9%	14
Casi nunca	0%	0
Nunca	0%	0
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 36

Pregunta 32. La descripción del trabajo que el equipo debe llevar a cabo, se me informa a través de mi superior inmediato



Nota: Elaborado por el propio investigador

A la pregunta si, “la descripción del trabajo que el equipo debe llevar a cabo, se me informa a través de mi superior inmediato”, en esta pregunta, podemos observar que existen porcentajes similares tanto para “siempre”, con un 45% como para “casi siempre”.

Tabla 34

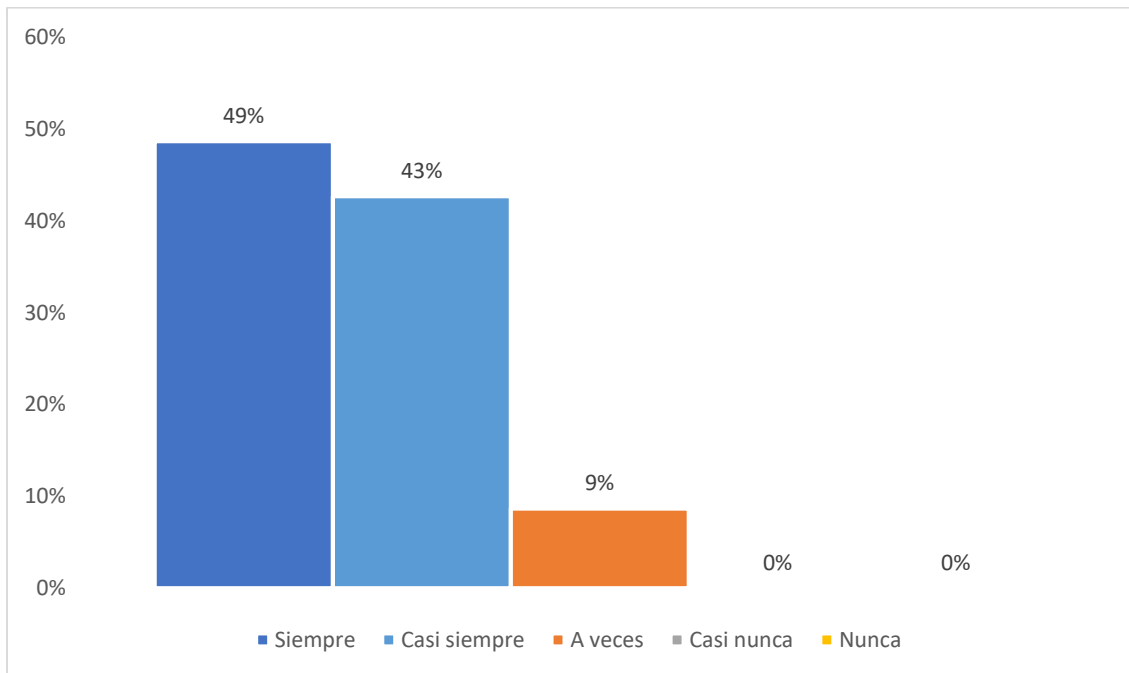
Pregunta 33. Me entero de los problemas que necesitan atención por mi superior inmediato.

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	49%	73
Casi siempre	43%	64
A veces	9%	13
Casi nunca	0%	0
Nunca	0%	0
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 37

Pregunta 33. Me entero de los problemas que necesitan atención por mi superior inmediato.



Nota: Elaborado por el propio investigador

A la pregunta si, “me entero de los problemas que necesitan atención por mi superior inmediato” el 49% dijo que “siempre”.

Tabla 35

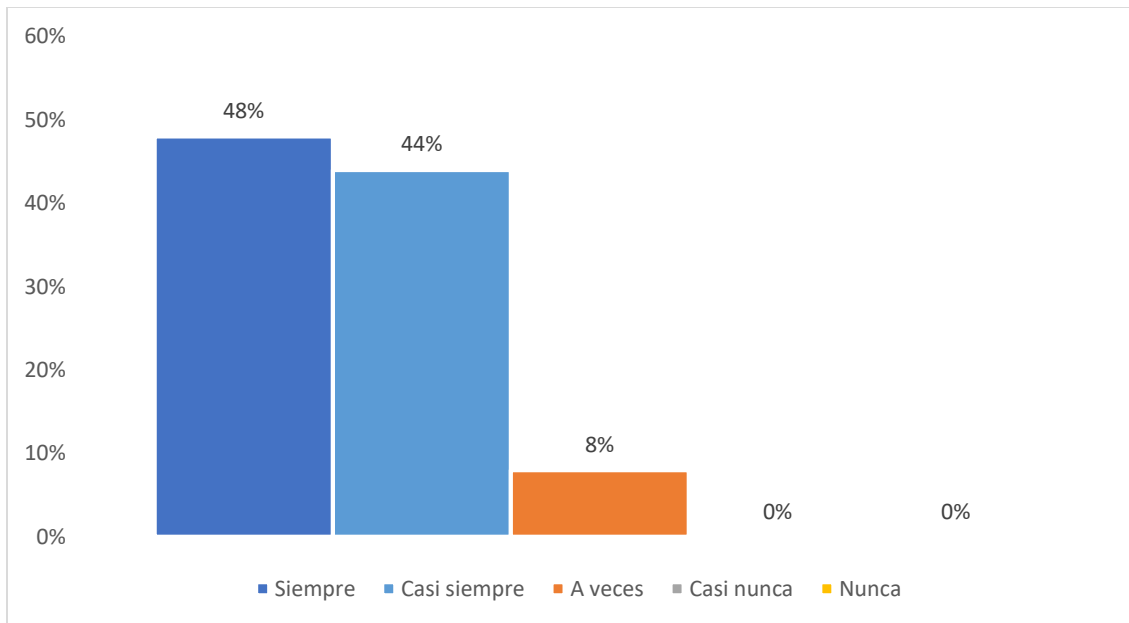
Pregunta 34. En general, mi superior inmediato y yo comprendemos las cosas de la misma manera.

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	48%	72
Casi siempre	44%	66
A veces	8%	12
Casi nunca	0%	0
Nunca	0%	0
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 38

Pregunta 34. En general, mi superior inmediato y yo comprendemos las cosas de la misma manera.



Nota: Elaborado por el propio investigador

A la pregunta si, “en general, mi superior inmediato y yo comprendemos las cosas de la misma manera”, el 48% dijo que “siempre”.

NIVEL DE PATRONES DE LA COMUNICACIÓN

Tabla 36

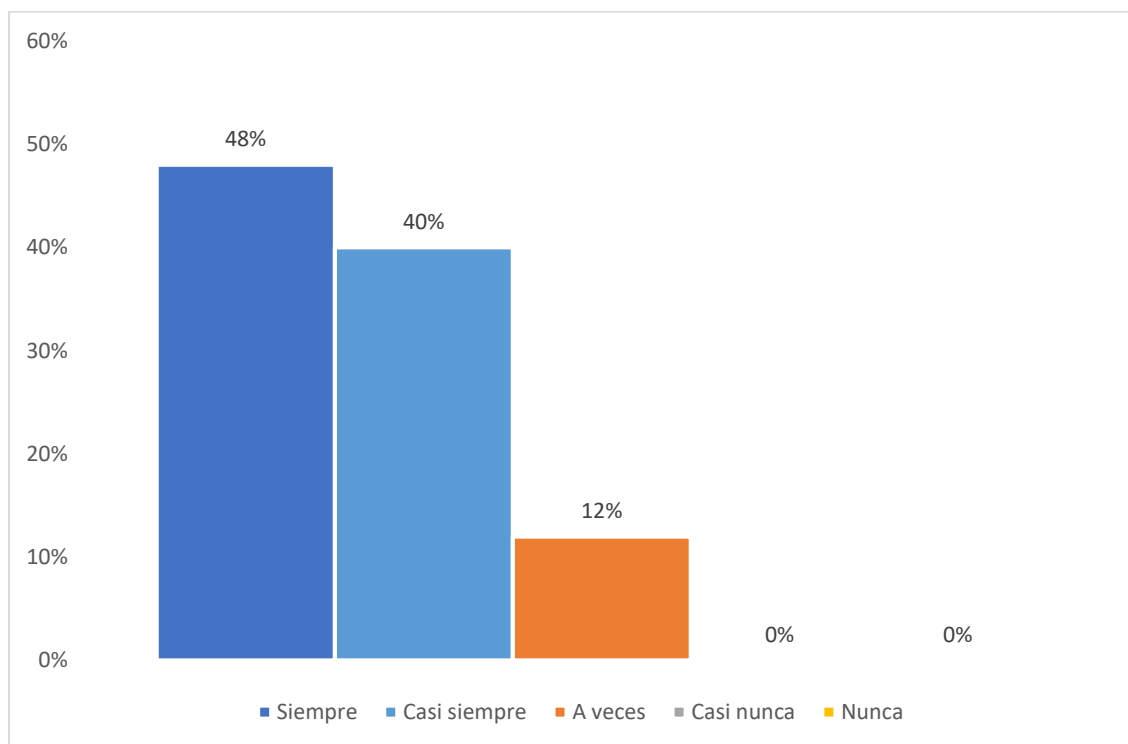
Nivel de patrones de la comunicación

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	48%	72
Casi siempre	40%	60
A veces	12%	18
Casi nunca	0%	0
Nunca	0%	0
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 39

Nivel de patrones de la comunicación



Nota: Elaborado por el propio investigador

Podemos observar en los “niveles de patrones de la comunicación” que el 48% de las incidencias es “siempre”, seguido de “casi siempre” con un 40% y finalmente con un 12% “a veces”.

NIVEL DE BARRERAS DE LA COMUNICACIÓN

Tabla 37

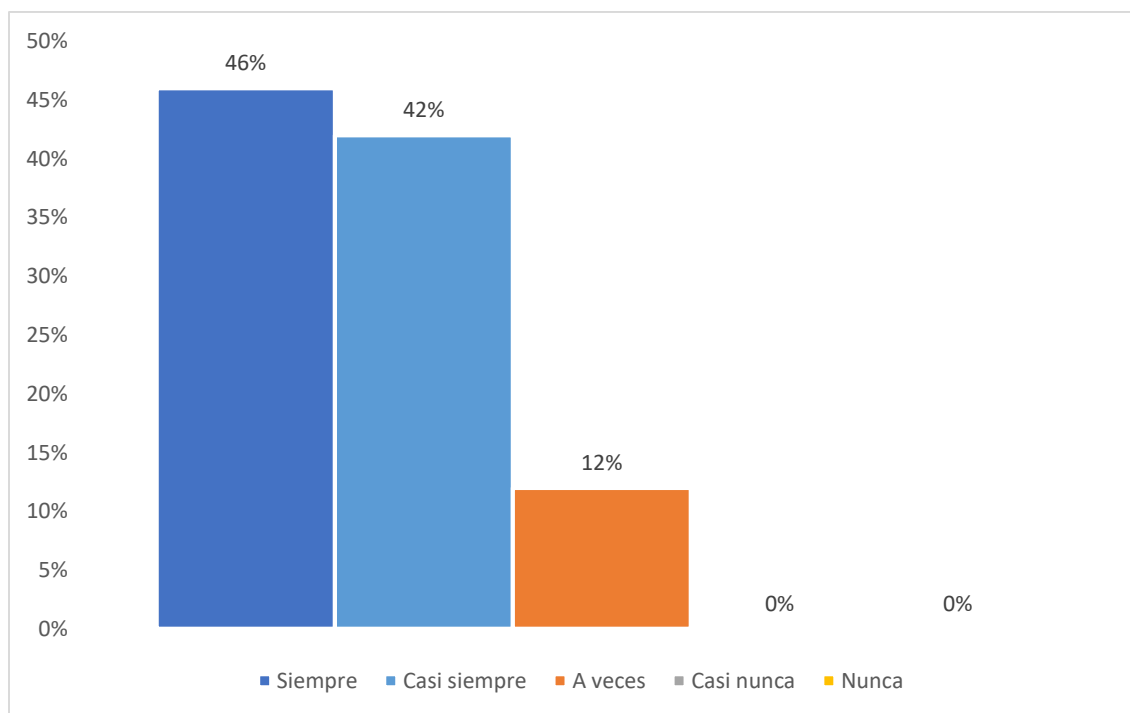
Nivel de barreras de la comunicación

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	46%	69
Casi siempre	42%	63
A veces	12%	18
Casi nunca	0%	0
Nunca	0%	0
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 40

Nivel de barreras de la comunicación



Nota: Elaborado por el propio investigador

Podemos observar que en cuanto a los “niveles en las barreras de comunicación” el 46% es “siempre”, seguido de un 42% “casi siempre”, y finalmente con un 12% “a veces”.

NIVEL DE RETROALIMENTACIÓN

Tabla 38

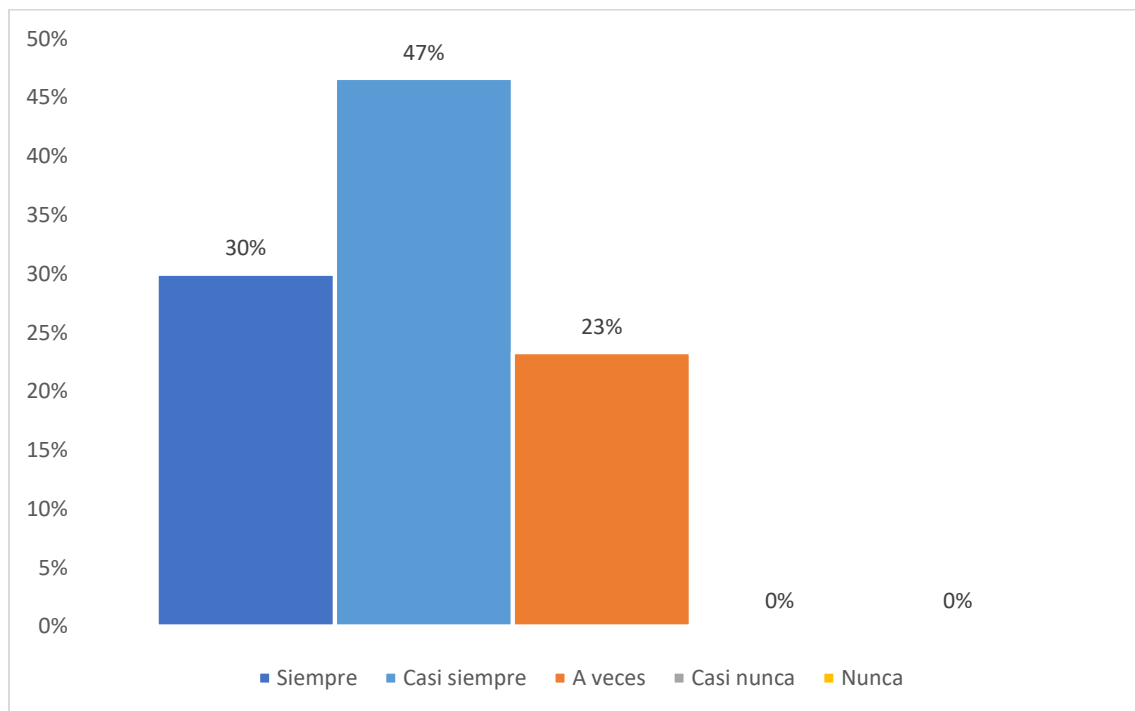
Nivel de retroalimentación

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	30%	45
Casi siempre	47%	70
A veces	23%	35
Casi nunca	0%	0
Nunca	0%	0
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 41

Nivel de retroalimentación



Nota: Elaborado por el propio investigador

En este grafico se puede observar que los “niveles de retroalimentación” son medios, dado que 47% dicen que se dan “casi siempre” con un 47%, seguido de “Siempre”, con un 30%.

NIVEL DE COMUNICACIÓN INTERNA

Tabla 39

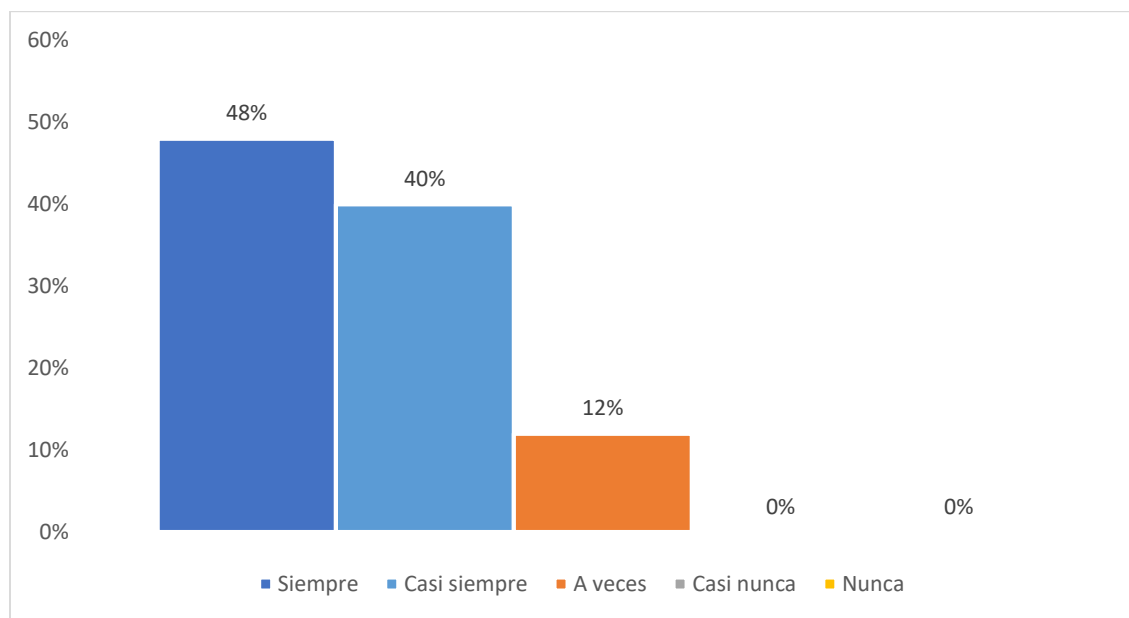
Nivel de comunicación interna

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	48%	72
Casi siempre	40%	60
A veces	12%	18
Casi nunca	0%	0
Nunca	0%	0
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 42

Nivel de comunicación interna



Nota: Elaborado por el propio investigador

En cuanto a los niveles de comunicación interna, el 48% afirman que se dan “siempre”, seguidos de “casi siempre” con un 40%.

COMPROMISO ORGANIZACIONAL

COMPONENTE AFECTIVO

Tabla 40

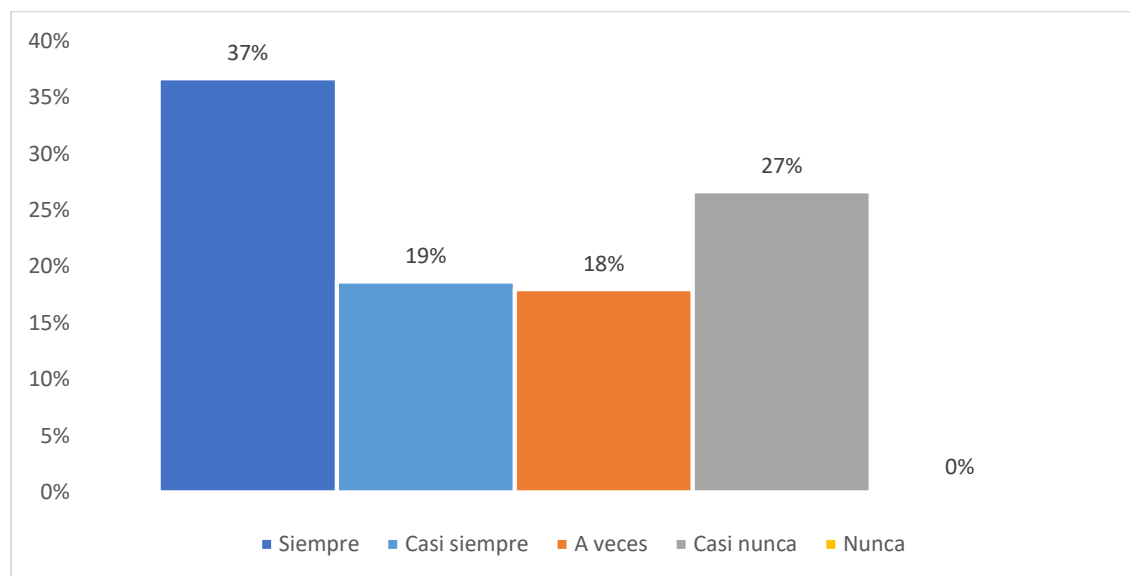
Pregunta 1. Estoy orgulloso de pertenecer a esta empresa

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	37%	55
Casi siempre	19%	28
A veces	18%	27
Casi nunca	27%	40
Nunca	0%	0
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 43

Pregunta 1. Estoy orgulloso de pertenecer a esta empresa



Nota: Elaborado por el propio investigador

Al preguntarles si “estoy orgulloso de pertenecer a esta empresa” el 37% dijo que “siempre” seguido de “casi nunca” con un 27%.

Tabla 41

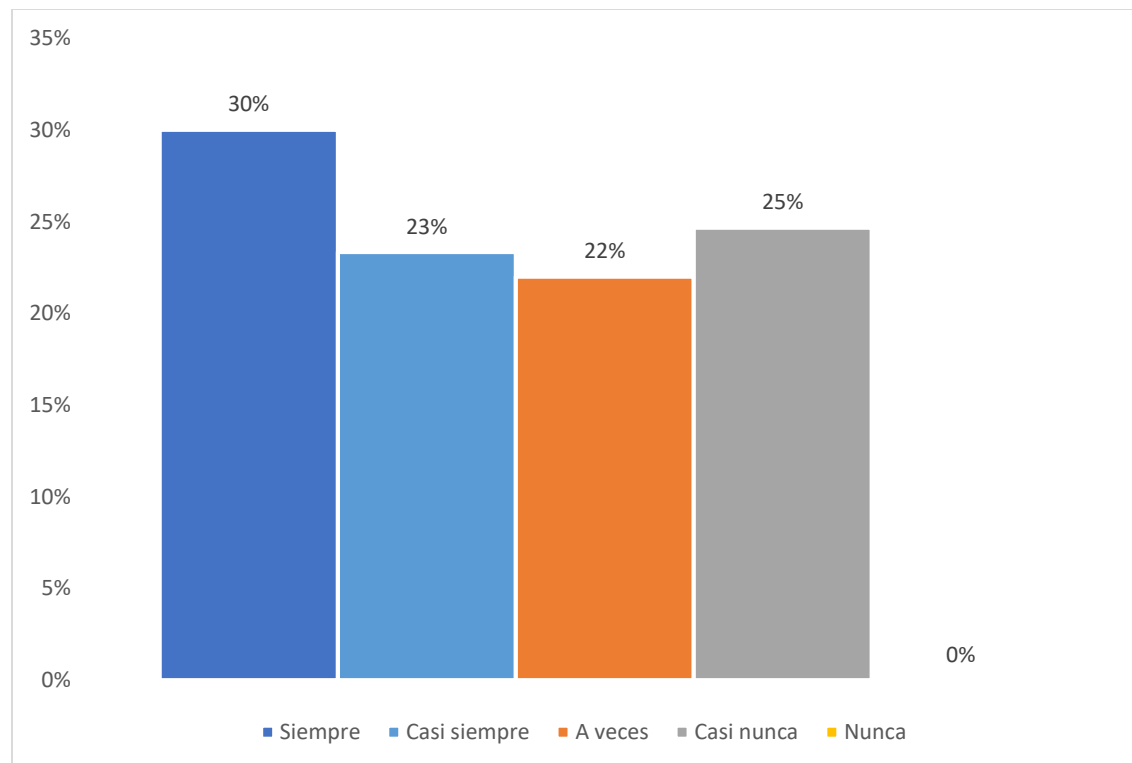
Pregunta 2. Me siento ligado emocionalmente a mi organización

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	30%	45
Casi siempre	23%	35
A veces	22%	33
Casi nunca	25%	37
Nunca	0%	0
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 44

Pregunta 2. Me siento ligado emocionalmente a mi organización



Nota: Elaborado por el propio investigador

Al preguntarles si “me siento ligado emocionalmente a mi organización” el 30%. dijo que “siempre”, seguido de “casi nunca” con un 25%.

Tabla 42

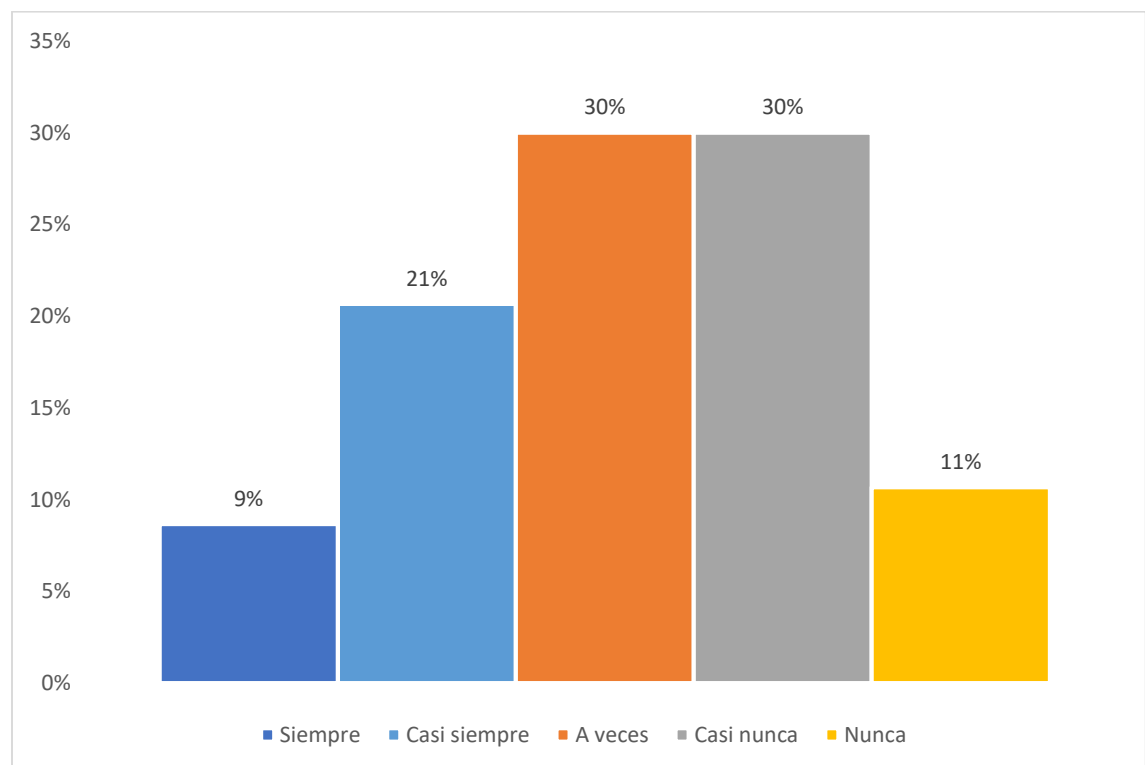
Pregunta 3. No me siento plenamente integrado a mi organización

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	9%	13
Casi siempre	21%	31
A veces	30%	45
Casi nunca	30%	45
Nunca	11%	16
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 45

Pregunta 3. No me siento plenamente integrado a mi organización



Nota: Elaborado por el propio investigador

Al preguntarles si “no me siento plenamente integrado a mi organización”, coincidieron en un 30% tanto “a veces” como “casi nunca”.

Tabla 43

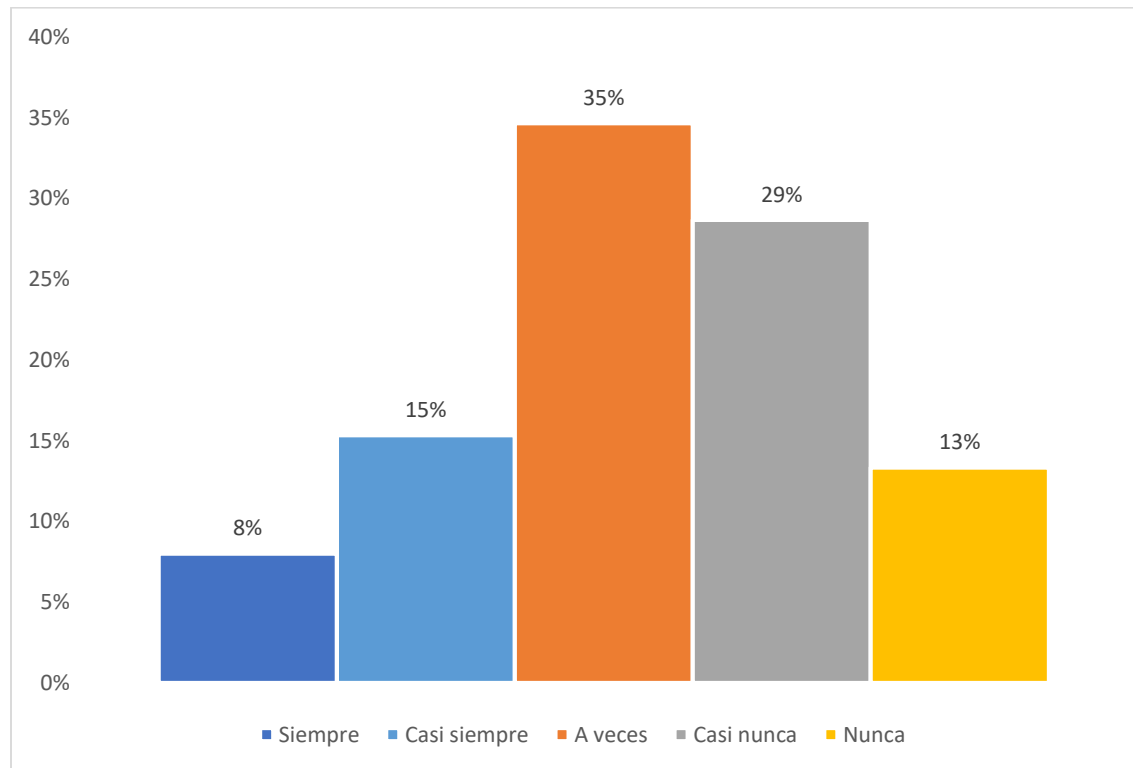
Pregunta 4. Realmente tomo los problemas de la empresa como míos

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	8%	12
Casi siempre	15%	23
A veces	35%	52
Casi nunca	29%	43
Nunca	13%	20
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 46

Pregunta 4. Realmente tomo los problemas de la empresa como míos



Nota: Elaborado por el propio investigador

Al preguntarles si “realmente tomo los problemas de la empresa como míos”, el 35% dijo “a veces”, seguido de “casi nunca” con un 29%.

Tabla 44

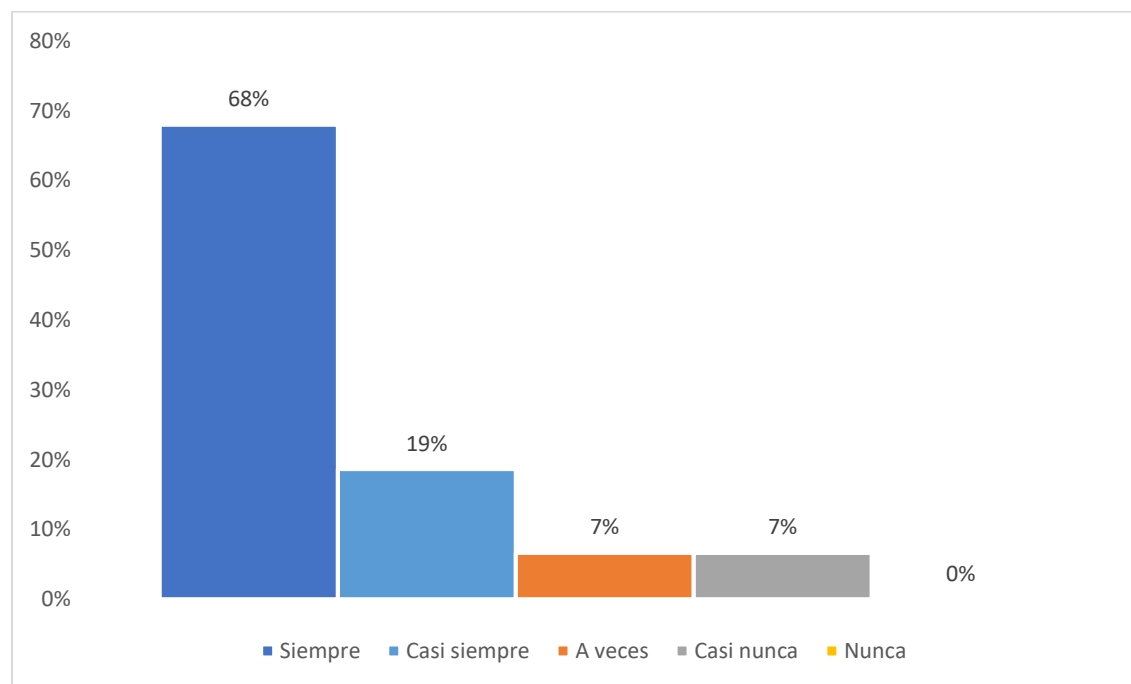
Pregunta 5. Esta empresa significa personalmente mucho para mí

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	68%	102
Casi siempre	19%	28
A veces	7%	10
Casi nunca	7%	10
Nunca	0%	0
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 47

Pregunta 5. Esta empresa significa personalmente mucho para mí



Nota: Elaborado por el propio investigador

Al preguntarles si “esta empresa significa personalmente mucho para mí”, el 68% dijo que “siempre”.

Tabla 45

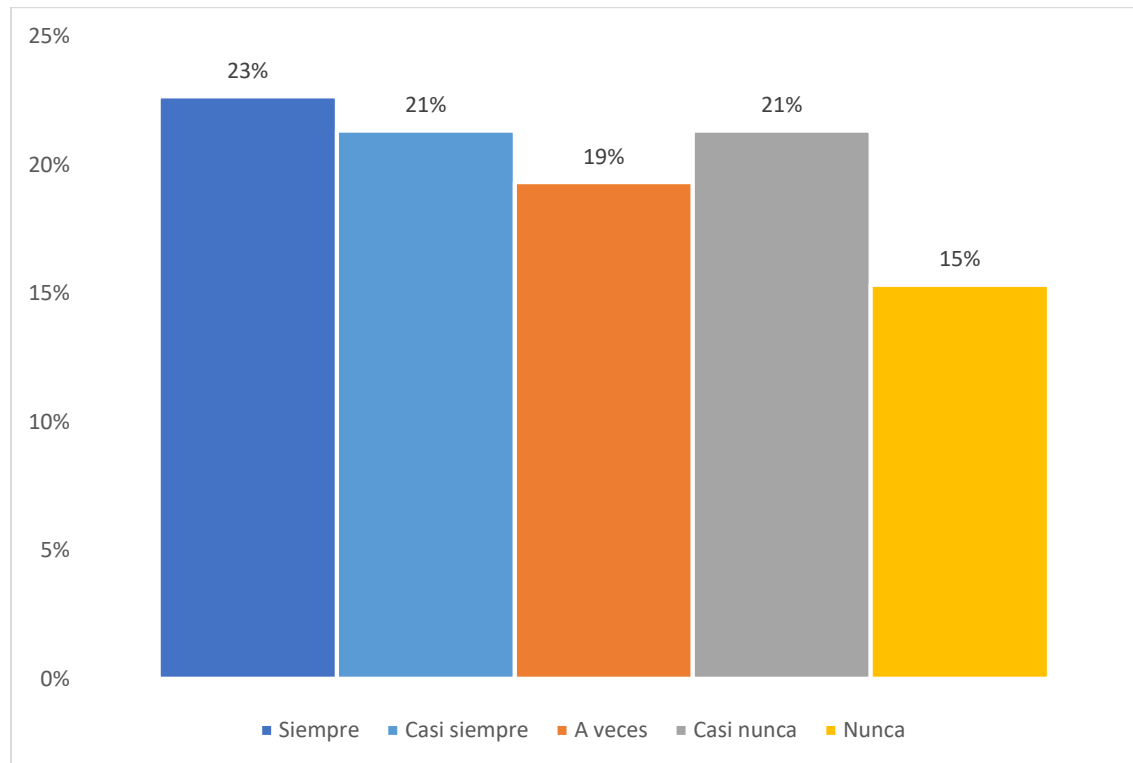
Pregunta 6. No experimento un fuerte sentimiento hacia mi organización

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	23%	34
Casi siempre	21%	32
A veces	19%	29
Casi nunca	21%	32
Nunca	15%	23
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 48

Pregunta 6. No experimento un fuerte sentimiento hacia mi organización



Nota: Elaborado por el propio investigador

Al preguntarles si “no experimento un fuerte sentimiento hacia mi organización”, el 23% dijo que “siempre”, seguido de “casi nunca” con un 21% al igual que “casi siempre”.

COMPONENTE DE CONTINUIDAD

Tabla 46

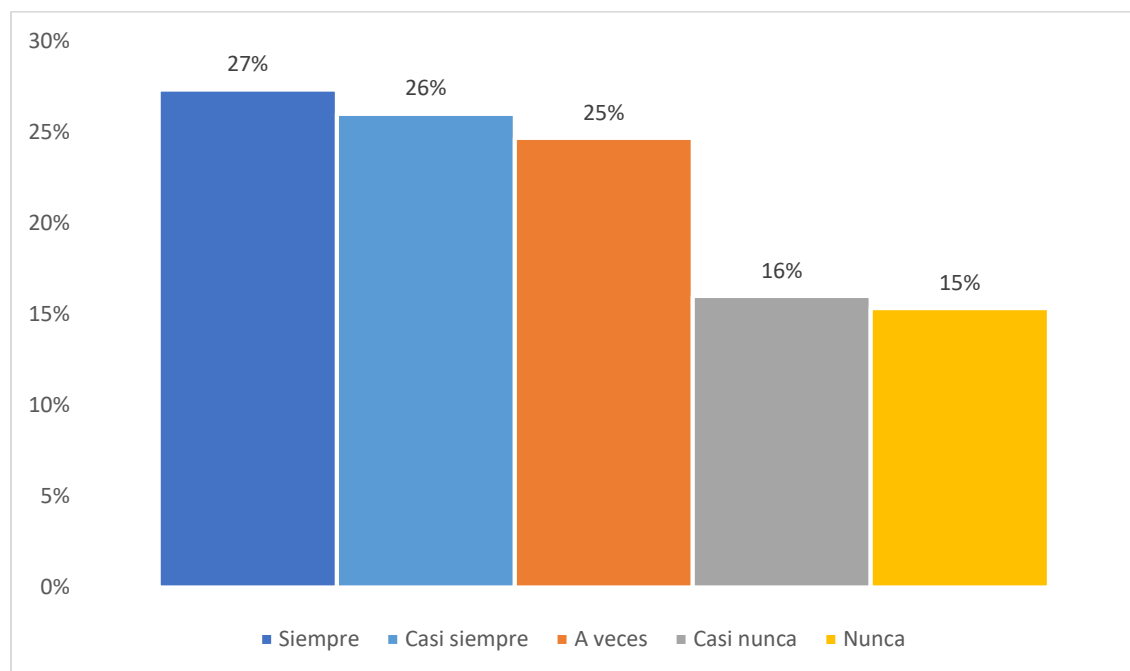
Pregunta 7. Estaría feliz de trabajar por mucho más tiempo en esta empresa

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	27%	41
Casi siempre	26%	39
A veces	25%	37
Casi nunca	16%	24
Nunca	6%	9
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 49

Pregunta 7. Estaría feliz de trabajar por mucho más tiempo en esta empresa



Nota: Elaborado por el propio investigador

Al preguntarles si “estaría feliz de trabajar por mucho más tiempo en esta empresa”, el 27% dijo que “siempre”, seguido de “casi siempre” con 26%, y cercanamente “a veces” con un 25%.

Tabla 47

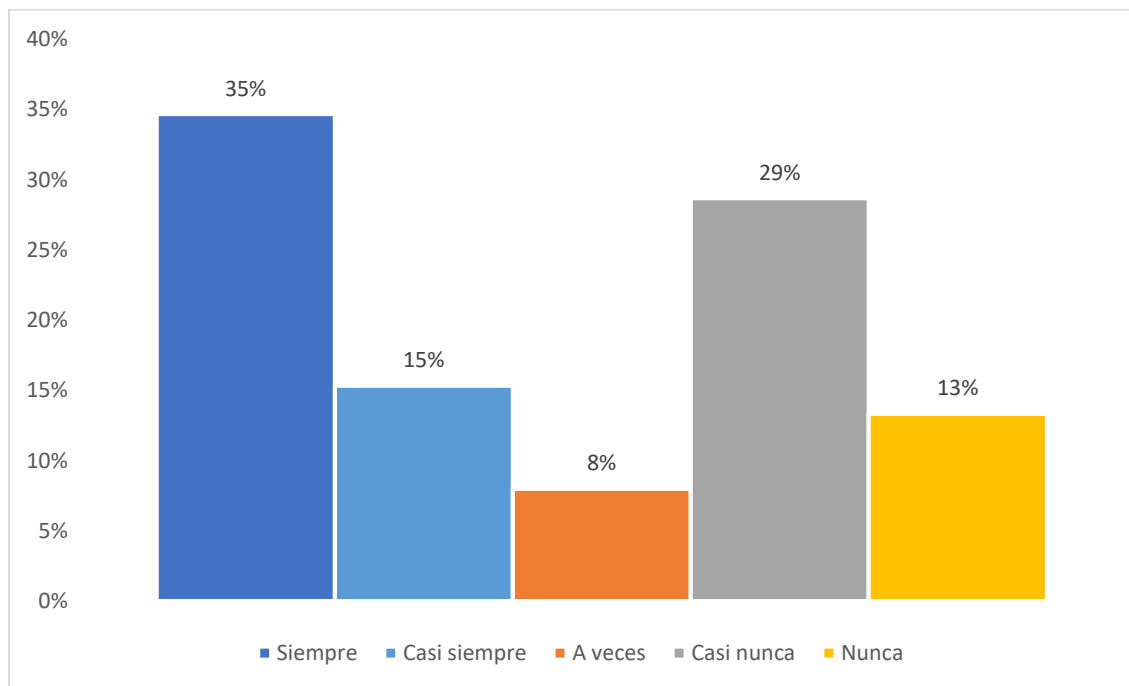
Pregunta 8. Siento como si tuviera muy pocas opciones de trabajo

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	35%	52
Casi siempre	15%	23
A veces	8%	12
Casi nunca	29%	43
Nunca	13%	20
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 50

Pregunta 8. Siento como si tuviera muy pocas opciones de trabajo



Nota: Elaborado por el propio investigador

Al preguntarles si “siento como si tuviera muy pocas opciones de trabajo” el 35% dijo “siempre”, seguido de “casi nunca” con un 29%.

Tabla 48

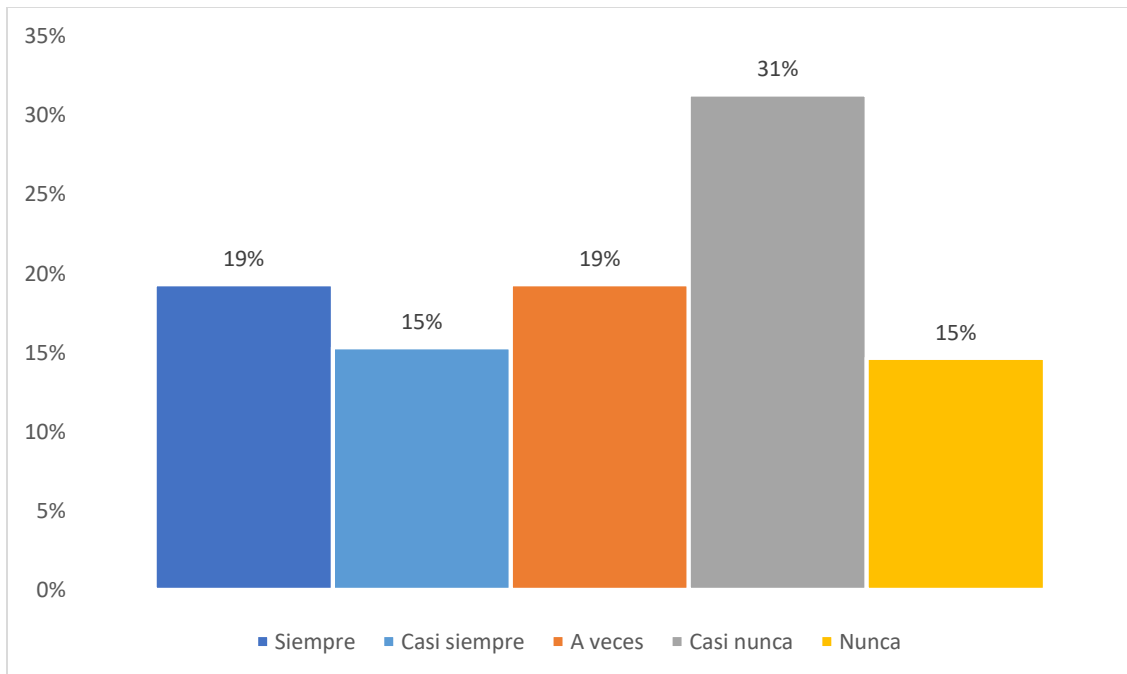
Pregunta 9. Si no hubiera puesto tanto de mí mismo en la organización, hubiera considerado otras organizaciones

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	19%	29
Casi siempre	15%	23
A veces	19%	29
Casi nunca	31%	47
Nunca	15%	22
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 51

Pregunta 9. Si no hubiera puesto tanto de mí mismo en la organización, hubiera considerado otras organizaciones



Nota: Elaborado por el propio investigador

Al preguntarles si “no hubiera puesto tanto de mí mismo en la organización, hubiera considerado otras organizaciones”, el 31% dijo que “casi nunca”.

Tabla 49

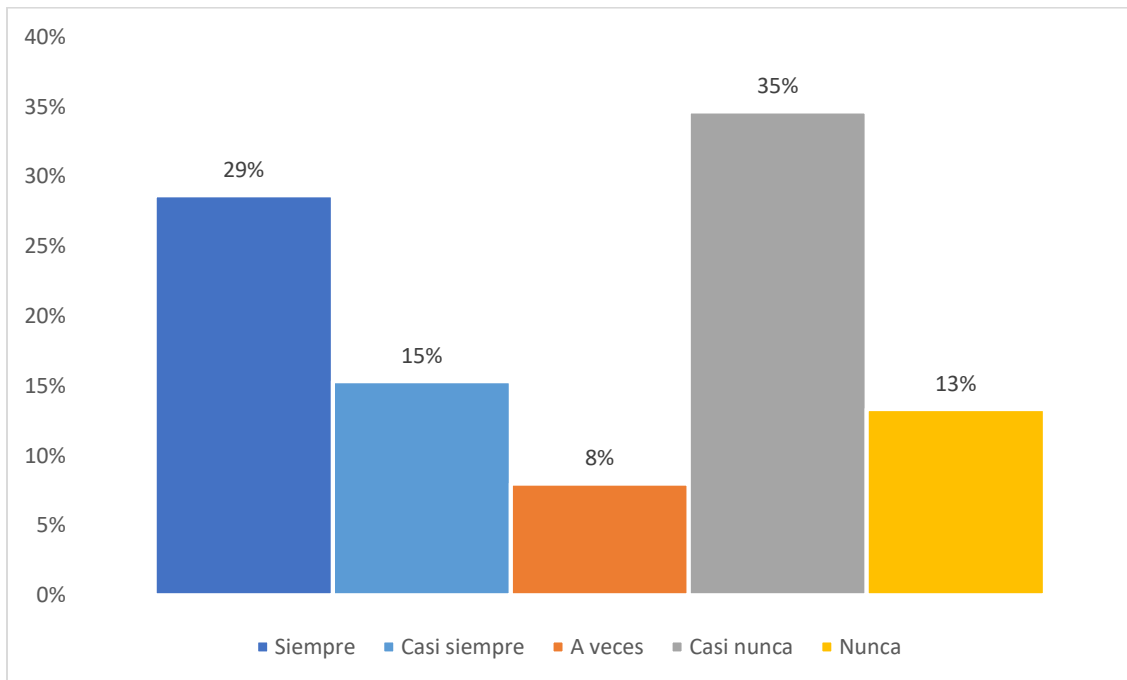
Pregunta 10. Sería para mi muy duro dejar esta organización así lo quisiera

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	29%	43
Casi siempre	15%	23
A veces	8%	12
Casi nunca	35%	52
Nunca	13%	20
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 52

Pregunta 10. Sería para mi muy duro dejar esta organización así lo quisiera



Nota: Elaborado por el propio investigador

Al preguntarles si “sería para mi muy duro dejar esta organización así lo quisiera”, el 35% dijo “casi nunca”, seguido de “siempre”, con un 29%.

Tabla 50

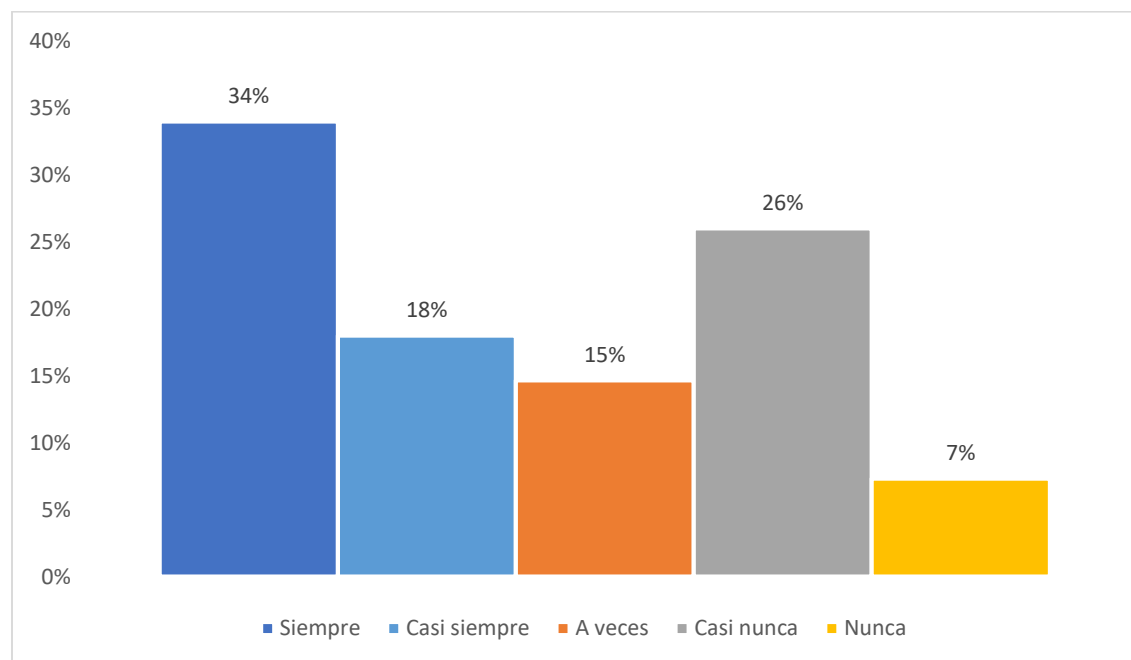
Pregunta 11. Gran parte de mi vida se afectaría si decidiera salir de la organización

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	34%	51
Casi siempre	18%	27
A veces	15%	22
Casi nunca	26%	39
Nunca	7%	11
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 53

Pregunta 11. Gran parte de mi vida se afectaría si decidiera salir de la organización



Nota: Elaborado por el propio investigador

Al preguntarles si “gran parte de mi vida se afectaría si decidiera salir de la organización”, el 34% dijo que “siempre”, seguido de “casi nunca” con un 26%.

Tabla 51

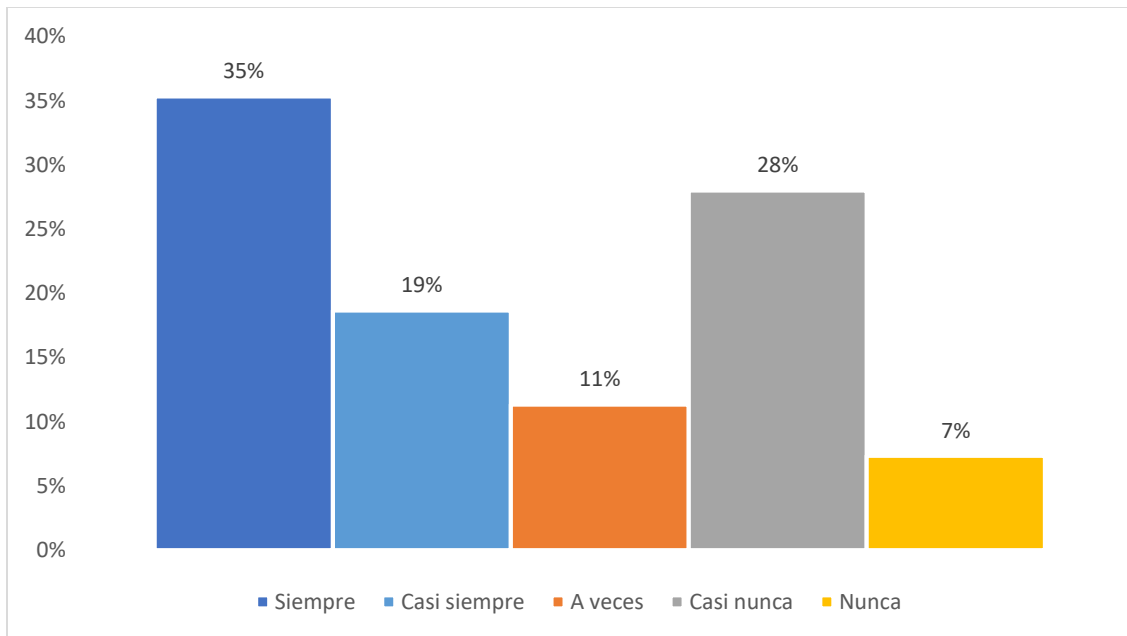
Pregunta 12. Hoy pertenecer en esta organización es una cuestión tanto de necesidad como de deseo

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	35%	53
Casi siempre	19%	28
A veces	11%	17
Casi nunca	28%	42
Nunca	7%	10
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 54

Pregunta 12. Hoy pertenecer en esta organización es una cuestión tanto de necesidad como de deseo



Nota: Elaborado por el propio investigador

Al preguntarles si “hoy pertenecer en esta organización es una cuestión tanto de necesidad como de deseo”, el 35% dijo “a veces”, seguido de “casi nunca” con un 28%.

COMPONENTE NORMATIVO

Tabla 52

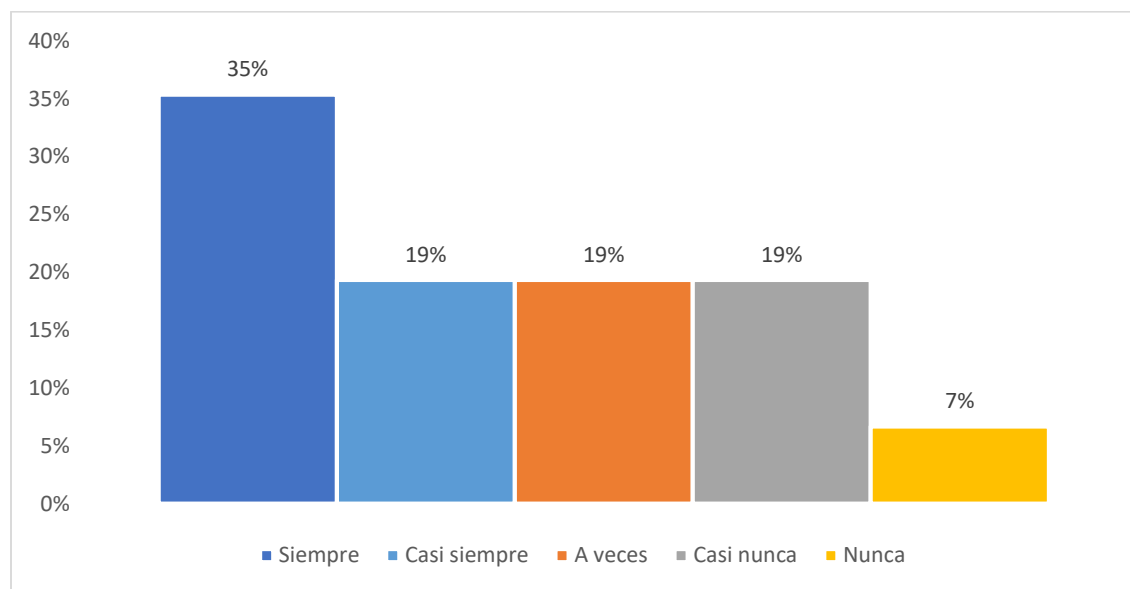
Pregunta 13. Me sentiría culpable si dejara mi organización ahora

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	35%	53
Casi siempre	19%	29
A veces	19%	29
Casi nunca	19%	29
Nunca	7%	10
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 55

Pregunta 13. Me sentiría culpable si dejara mi organización ahora



Nota: Elaborado por el propio investigador

Al preguntarles si “me sentiría culpable si dejara mi organización ahora”, el 35% dijo “siempre”, seguido de porcentajes similares para “casi siempre”, “a veces”, y “casi nunca” con 19%.

Tabla 53

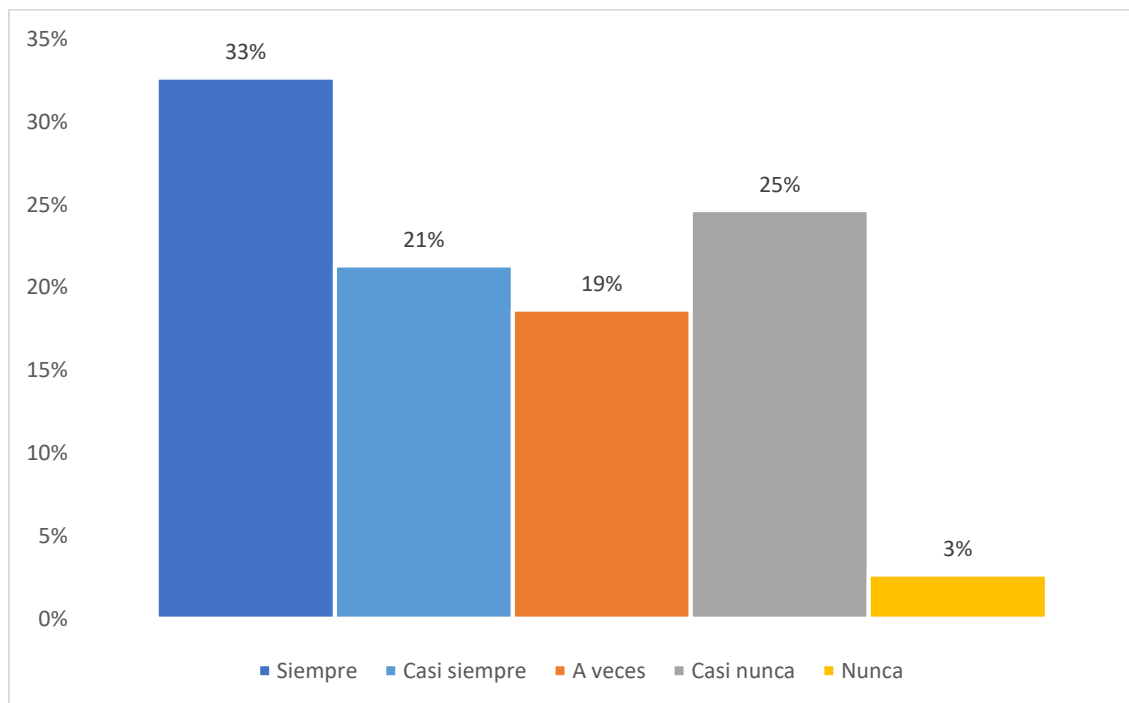
Pregunta 14. No abandonaría a mi empresa en estos momentos

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	33%	49
Casi siempre	21%	32
A veces	19%	28
Casi nunca	25%	37
Nunca	3%	4
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 56

Pregunta 14. No abandonaría a mi empresa en estos momentos



Nota: Elaborado por el propio investigador

Al preguntarles si “no abandonaría a mi empresa en estos momentos”, el 33% dijo “siempre”, seguidamente de “casi nunca” con 25%

Tabla 54

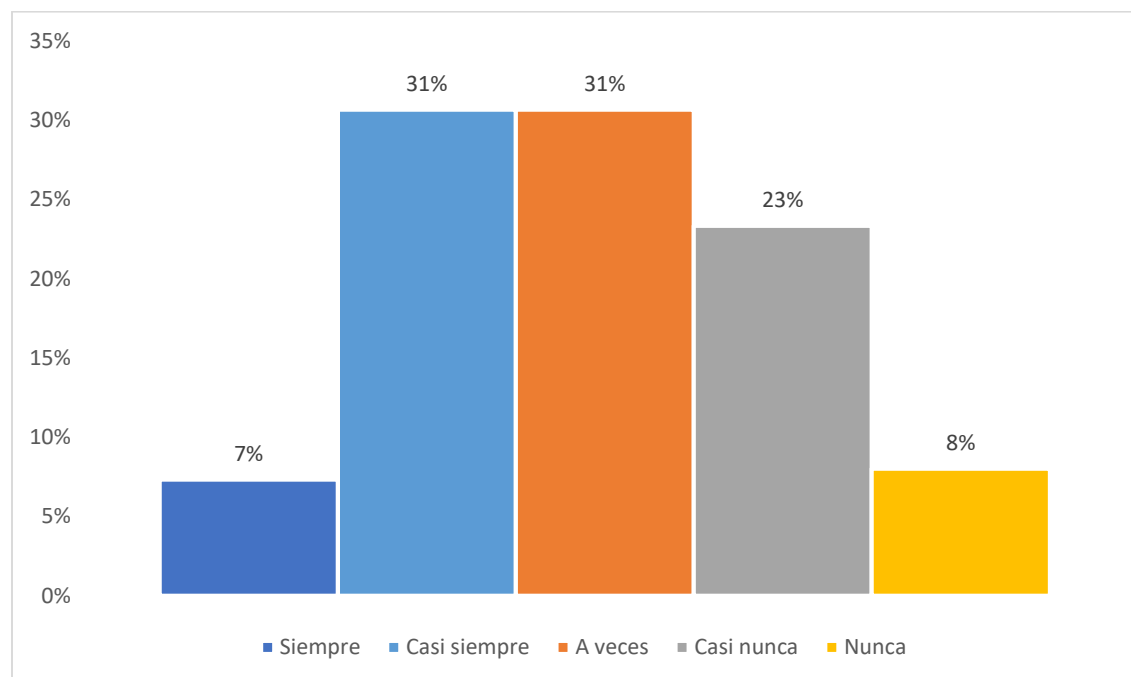
Pregunta 15. Estoy en deuda con la organización

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	7%	11
Casi siempre	31%	46
A veces	31%	46
Casi nunca	23%	35
Nunca	8%	12
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 57

Pregunta 15. Estoy en deuda con la organización



Nota: Elaborado por el propio investigador

Al preguntarles si “estoy en deuda con la organización”, el 31% dijo “casi siempre”, al igual que “a veces”.

Tabla 55

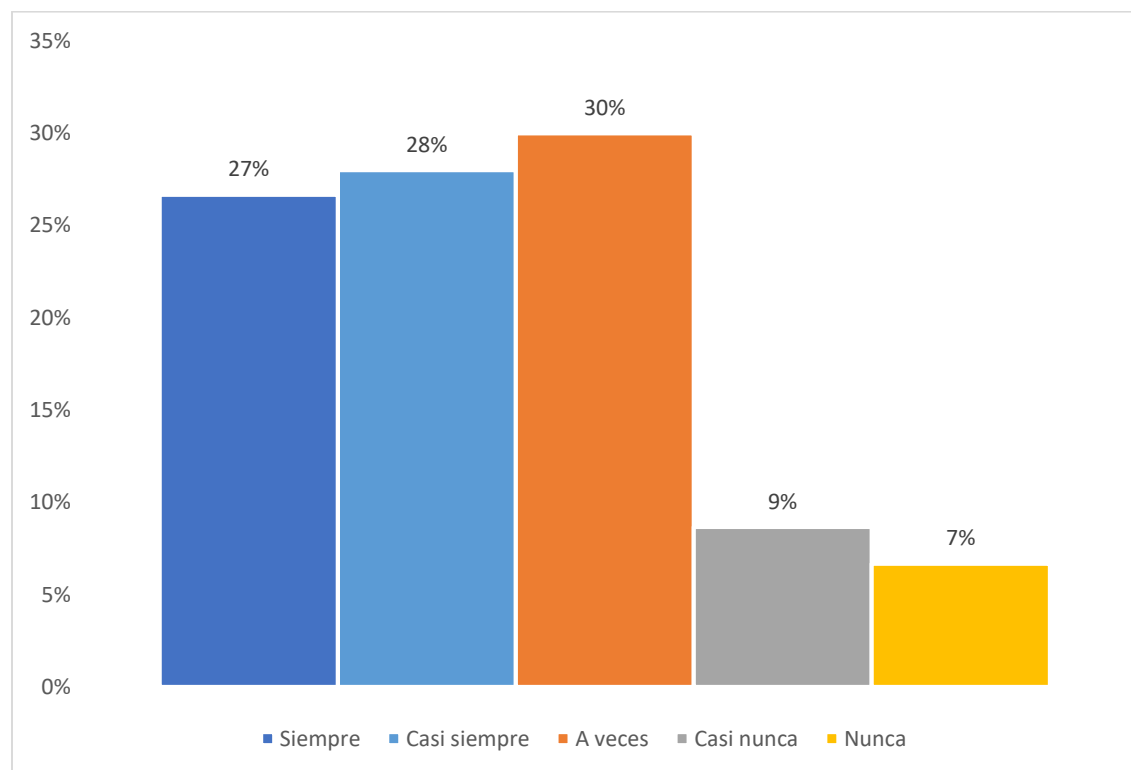
Pregunta 16. Esta organización merece mi lealtad

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	27%	40
Casi siempre	28%	42
A veces	30%	45
Casi nunca	9%	13
Nunca	7%	10
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 58

Pregunta 16. Esta organización merece mi lealtad



Nota: Elaborado por el propio investigador

P16. Esta organización merece mi lealtad

Tabla 56

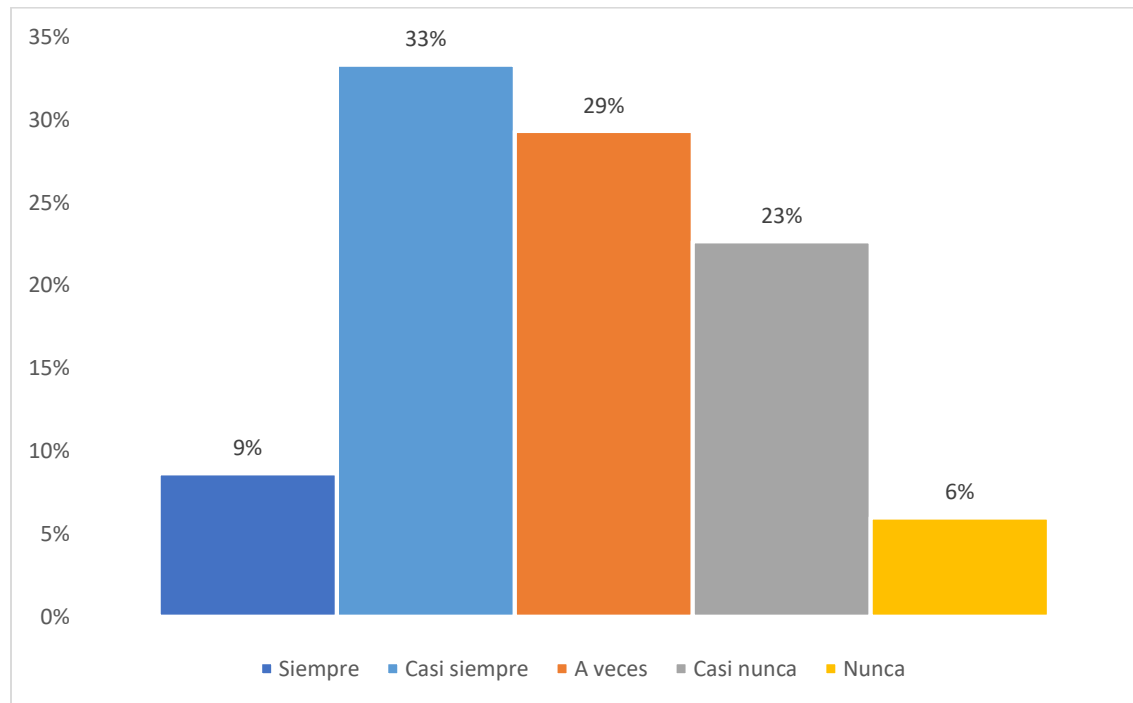
Pregunta 17. Aún si fuera por mi beneficio, siento que no estaría bien si dejar mi organización

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	9%	13
Casi siempre	33%	50
A veces	29%	44
Casi nunca	23%	34
Nunca	6%	9
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 59

Pregunta 17. Aún si fuera por mi beneficio, siento que no estaría bien si dejar mi organización



Nota: Elaborado por el propio investigador

Al preguntarles si “aún si fuera por mi beneficio, siento que no estaría bien si dejar mi organización”, el 33% dijo “casi siempre”, seguido de “a veces” con 29%.

Tabla 57

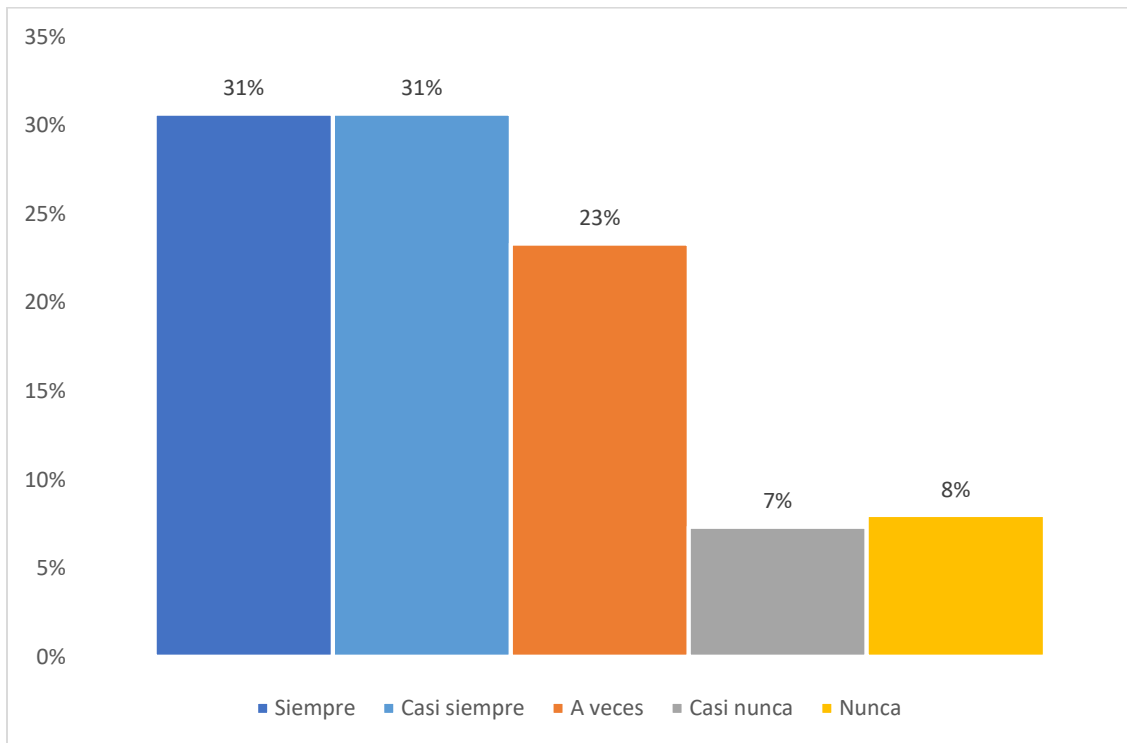
Pregunta 18. No siento obligación alguna de permanecer

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	31%	46
Casi siempre	31%	46
A veces	23%	35
Casi nunca	7%	11
Nunca	8%	12
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 60

Pregunta 18. No siento obligación alguna de permanecer



Nota: Elaborado por el propio investigador

Al preguntarles si “no siento obligación alguna de permanecer”, el 31% dijo “siempre”, al igual que “casi siempre” con el mismo porcentaje.

NIVEL DE COMPONENTE AFECTIVO

Tabla 58

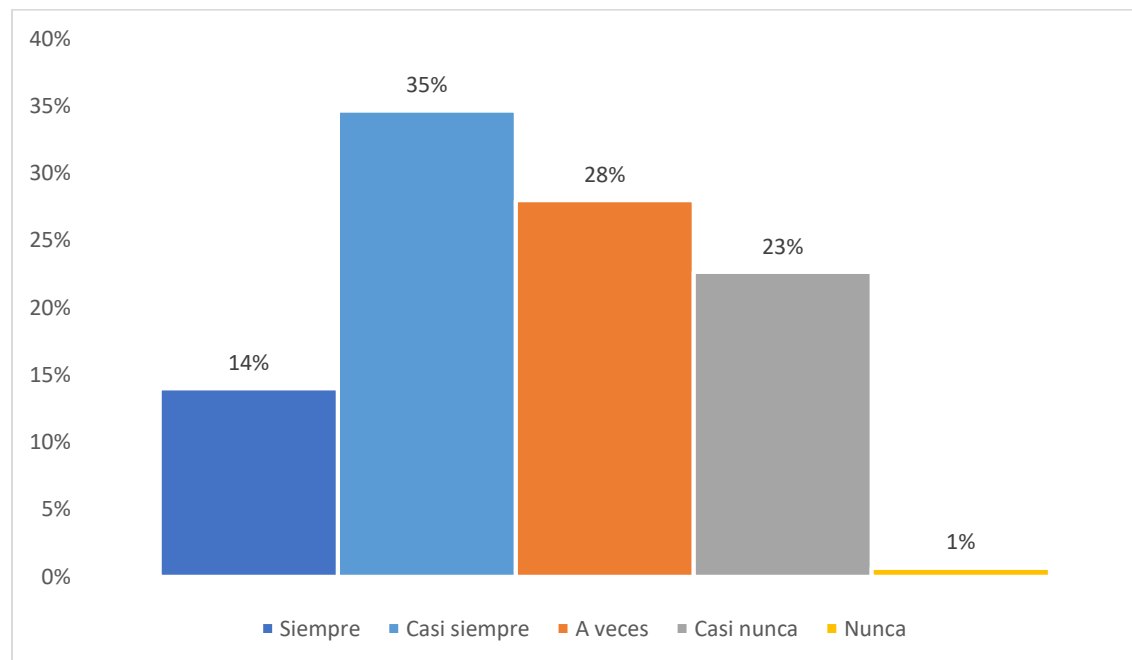
Nivel de componente afectivo

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	14%	21
Casi siempre	35%	52
A veces	28%	42
Casi nunca	23%	34
Nunca	1%	1
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 61

Nivel de componente afectivo



Nota: Elaborado por el propio investigador

Como se puede observar en el presente gráfico, el mayor “nivel de componente afectivo” es “casi siempre” con un 35%, seguido de un 28% para “a veces”.

NIVEL DE COMPONENTE DE CONTINUIDAD

Tabla 59

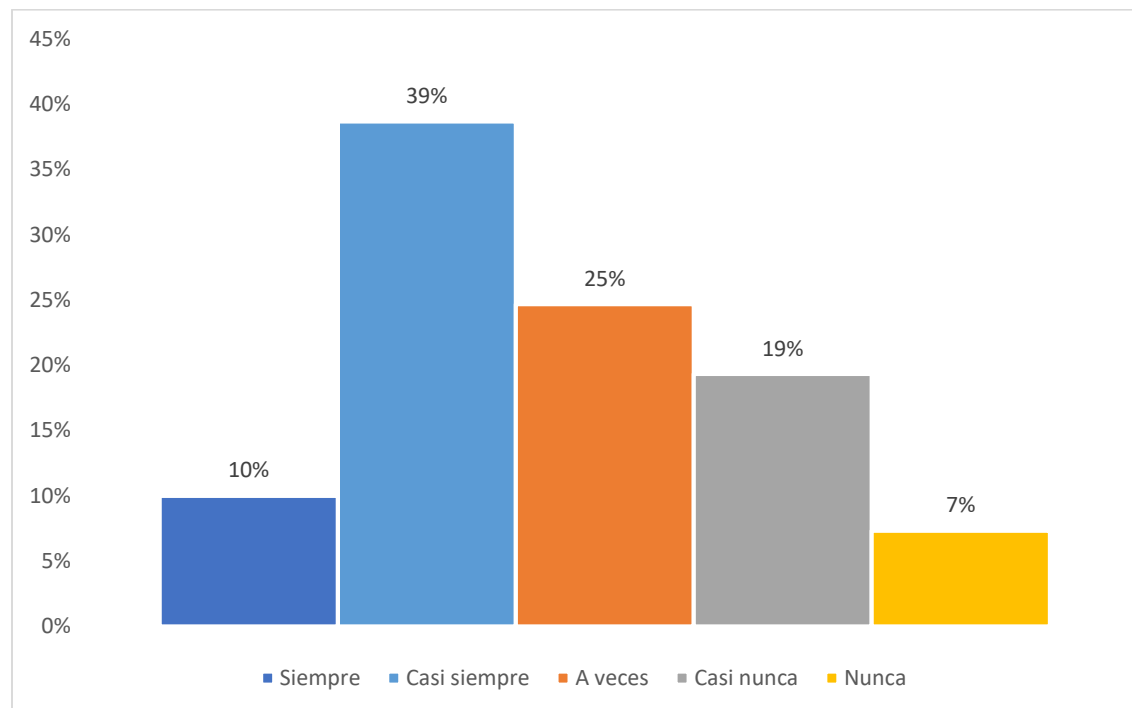
Nivel de componente de continuidad

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	10%	15
Casi siempre	39%	58
A veces	25%	37
Casi nunca	19%	29
Nunca	7%	11
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 62

Nivel de componente de continuidad



Nota: Elaborado por el propio investigador

En el presente gráfico se observa que el mayor “nivel de componente de continuidad”, es de 39% para “casi siempre”

NIVEL DE COMPONENTE NORMATIVO

Tabla 60

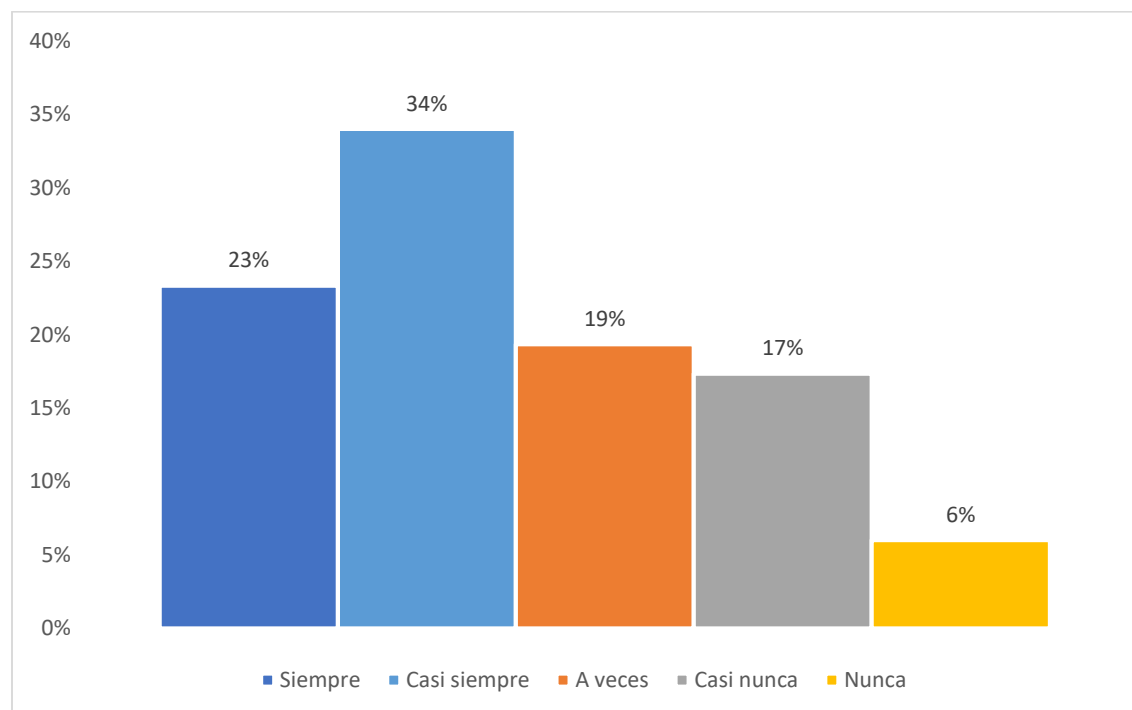
Nivel de componente normativo

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	23%	35
Casi siempre	34%	51
A veces	19%	29
Casi nunca	17%	26
Nunca	6%	9
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 63

Nivel de componente normativo



Nota: Elaborado por el propio investigador

El presente gráfico nos muestra que el mayor “nivel de componente normativo” es del 34% para “casi siempre”.

NIVEL DE COMPROMISO ORGANIZACIONAL

Tabla 61

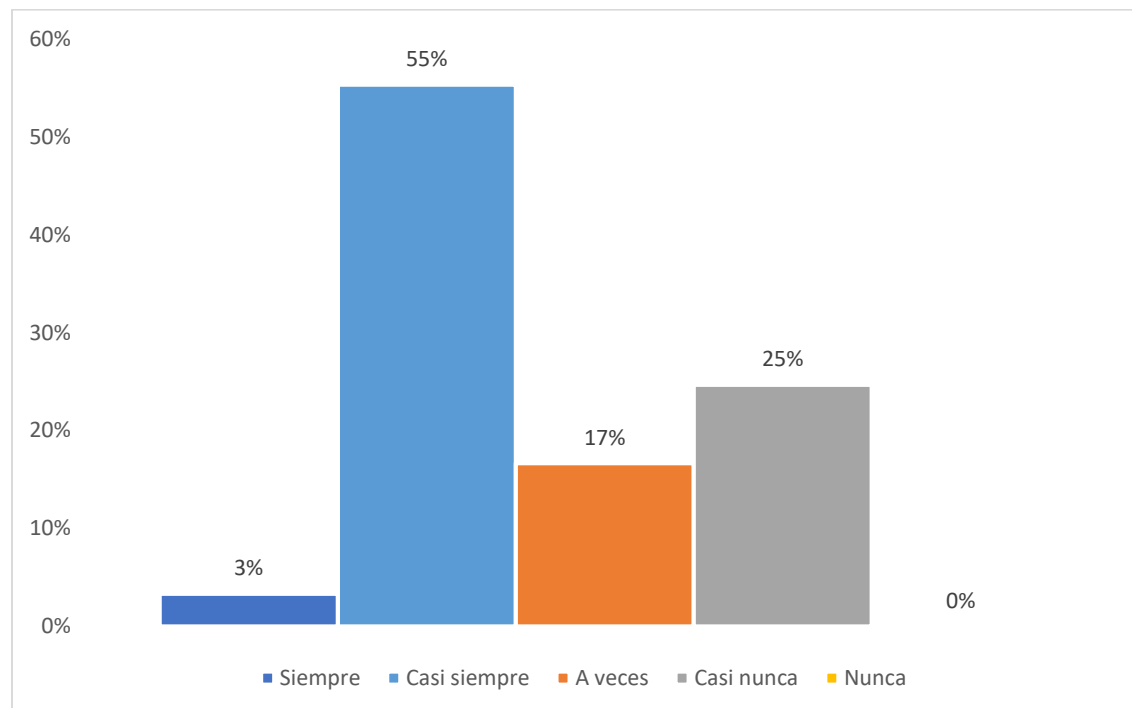
Nivel de compromiso organizacional

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Siempre	3%	5
Casi siempre	55%	83
A veces	17%	25
Casi nunca	25%	37
Nunca	0%	0
TOTAL	100%	150

Nota: Elaborado por el propio investigador

Figura 64

Nivel de compromiso organizacional



Nota: Elaborado por el propio investigador

El presente gráfico nos muestra que el mayor “nivel de compromiso organizacional” es para “casi siempre”, con el 55%.

Resultados de Confiabilidad de los Instrumentos de Investigación

Tabla 62

Resultados de Confiabilidad de los Instrumentos de Investigación

Descripción	Alfa de Cronbach
Nivel de Comunicación Interna	0.985
Nivel de Compromiso Organizacional	0.880

Nota: Elaborado por el propio investigador

Se realizó la prueba de Alfa de Cronbach para los instrumentos de investigación de nivel de comunicación interna y nivel de compromiso organizacional, el cual obtuvo los siguientes resultados:

Para la prueba de confiabilidad de Alfa de Cronbach en el instrumento de comunicación interna se obtiene un coeficiente de 0.985 y para el instrumento de compromiso organizacional se obtiene un coeficiente de 0.880, indicadores que asegura que ambos instrumentos en general tienen una excelente confiabilidad con lo cual se aseguran de que los resultados obtenidos son confiables.

Resultados de Correlación de los Instrumentos de Investigación

Tabla 63

Resultados de Correlación de los Instrumentos de Investigación

Correlaciones			Nivel de Comunicación Interna	Nivel de Compromiso Organizacional	
Rho de Spearman	Nivel de Comunicación Interna	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 . 150	,512** ,000 150	
	Nivel de Compromiso Organizacional	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,512** ,000 150	1,000 . 150	
	**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).				

Vemos una correlación moderada y positiva (0.512) mostrando que los niveles de comunicación interna y compromiso organizacional evidencian una correlación moderada y positiva al estar parcialmente cercano a valor de 1.

CONCLUSIONES

PRIMERA. Se pudo comprobar la hipótesis principal, la cual planteaba que, “La Comunicación interna se relaciona con el Compromiso organizacional en los servidores de una Entidad bancaria en la Ciudad de Arequipa”, dado que existe una correlación moderada y positiva (0.512) en los niveles de Comunicación interna y Compromiso organizacional al estar parcialmente cercano a valor de 1.

SEGUNDA. Se pudo determinar que, los niveles de Comunicación interna, de la primera variable, en general son “positivos” en un 48%, tal como lo confirma el análisis de sus dimensiones. Así:

Para los “Patrones de comunicación”, en cuanto al Manejo de información, Escala de confianza, Número de medios de información, fueron “positivos” en un 48%. Para las “Barreras de la comunicación interna”, en cuanto al Sesgo de la información, Falta de seguridad y Relación escalonada, igualmente fueron “positivas” en un 46%. Para la “Retroalimentación”, en cuanto al Manejo de información, Escala de seguridad, y Explicación, los resultados fueron “intermedios o regulares” con un 47% para tal escala.

TERCERA. En cuanto a la segunda variable de Compromiso organizacional en los servidores de la Entidad bancaria, se comprobó que fueron “moderados” en un 55%, tal como lo confirma el análisis de sus dimensiones. Así:

Para el “Compromiso afectivo”, tal como Identificación con la organización e involucramiento, este fue “medio” con un 35%. Para el “Compromiso de continuidad”, que es Percepción de alternativas e inversiones en la organización, los resultados fueron “moderados”,

con un 39%. Para “Compromiso normativo” como Lealtad con la organización y Sentido de obligación, de igual forma los resultados fueron “regulares”, con un 34%.

RECOMENDACIONES

PRIMERA. A través de los canales correspondientes, informar sobre los resultados de la presente investigación a Recursos humanos, a fin de que estos puedan incentivar en los servidores de la entidad bancaria un mayor interés en temas de Comunicación interna y Compromiso organizacional, ya sea a través de planes estratégicos u otras técnicas adecuadas en beneficio de todos los servidores, y que sea evaluada constantemente a fin de cuantificar sus logros.

SEGUNDA. Continuar periódicamente con estudios en las distintas sucursales del banco, con los mismos instrumentos, para analizar cómo la Comunicación interna influye en el Compromiso organizacional, con el fin de comprobar la consistencia de los resultados hallados en la presente investigación, y su evolución positiva.

BIBLIOGRAFÍA

- Aldaña. (2013). *Compromiso laboral de los trabajadores del área central de una institución bancaria que opera en la ciudad de Guatemala, según sexo*. (Tesis de Pregrado). Universidad Rafael Landívar, Guatemala. Obtenido de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2013/05/43/Aldana-Jennifer.pdf>.
- Andrade, H. (2005). *Comunicación organizacional interna: proceso, disciplina y técnica*. Netbiblo. Obtenido de <https://books.google.com.co/books?id=bwelcBnPNuoC&printsec=frontcover&hl=es>
- Arciniega, L. M., & González, L. (2006). What is the influence of work values relative to other variables in the development of organizational commitment? *Revista de Psicología Social*, 21(1), 35--50. Obtenido de <https://gredos.usal.es/bitstream/10366/125409/1/2006>
- Barresi, M. (2013). *La percepción de la satisfacción con la comunicación interna y sus implicancias en el compromiso organizacional en la Argentina*. [Tesis Doctoral].
- Bartolli, A. (1992). *Comunicación y Organización: La organización comunicante y la comunicación organizada*. Paidós. Obtenido de <https://www.casadellibro.com/libro-comunicacion-y-organizacion-la-organizacion-comunicante-y-la-comunicacion-organizada/9788475097558/219236>
- Bernal. (2006). *Metodología De La Investigación*. Pearson.
- Brandolini, A., González Frigoli, M., & Hopkins, N. (2009). *Comunicación interna*. Obtenido de https://scholar.google.com/scholar_url?url=http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/69725&hl=es&sa=T&oi=gsb&ct=res&cd=0&d=8504731792484121341&ei=PbMqZbilFcruygT5m5iABQ&scisig=AFWwaebbxVrLsobGiW9eAIH_fYW5
- Brönstrup, Godoi, & Ribeiro. (2007). Comunicación, lenguaje y comunicación organizacional Signo y Pensamiento. *Signo y Pensamiento*, 26-37. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86005104>
- Caballero, A. (2000). *Metodología de la investigación científica*. Editorial Udegraf SA Lima.
- Carrasco Díaz, S. (2007). *Metodología de la Investigación Científica (Vol. 1)*. San Marcos. Castillo.

- Chiang, M., Núñez, A., Martín, M. J., & Salazar, M. (2010). Compromiso del Trabajador hacia su Organización y la relación con el Clima Organizacional: Un Análisis de Género y Edad. *Panorama socioeconómico*, 28(40), 90--100. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39915685007>
- Chiavenato. (2000). *Administrador de Recursos Humanos*. 5. Edición. Santa Fé de Bogotá. Editorial. Obtenido de https://www.sijufor.org/uploads/1/2/0/5/120589378/administracion_de_recursos_humanos_-_chiavenato.pdf
- Chiavenato. (2006). *Introducción a la teoría general de la administración*. McGraw-Hill Interamericana. Obtenido de https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15525/mod_resource/content/0/Chiavenato%20dalverto.%20Introducci%C3%B3n%20a%20la%20teor%C3%ADa%20general%20de%20la%20Administraci%C3%B3n.pdf
- Davis. (2000). Brand asset management. *Driving profitable growth through your brands*. San Francisco.
- Espinosa, N. W., Icaza, M. I., Sadi, G., & Adell, I. A. (2017). La relación entre la satisfacción con la comunicación interna y el compromiso organizacional: el caso de una universidad ecuatoriana. *Austral comunicación*, 6(1), 133--160. Obtenido de https://scholar.google.com/scholar_url?url=https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo%3Fcodigo%3D6067433&hl=es&sa=T&oi=gsb&ct=res&cd=0&d=14651311966886117500&ei=ZrsqZavbONq_y9YPz7y0-Ao&scisig=AFWwaeZpHRMy1XyY5DjZW8yiZeuz
- Galicia, F. A. (1980). *Actitudes, opiniones y creencias: textos programados*. Trillas. Obtenido de https://bibliotecas.ucc.mx/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=136507&shelfbrowse_itemnumber=208069
- Galicia, F. A. (2001). El compromiso personal hacia la organización y la intención de permanencia: algunos factores para su incremento. *Contaduría y administración*, 200, 5--12. Obtenido de https://scholar.google.com/scholar_url?url=https://biblioteca.org.ar/libros/91552.pdf&hl=es&sa=T&oi=gsb-

ggp&ct=res&cd=0&d=889378351363062933&ei=GrIqZdywLIWH6rQP2aKAoQ4&scisig=AFWwaeB3kYAZifvYDWRtZ9NFTAkn

- Galpin, T. (2013). *La comunicación: La cara humana del cambio*. Ediciones Díaz de Santos. Obtenido de https://www.imosver.com/es/ebook/la-comunicacion_E0000674026
- Gibson, J. L., Ivancevich, J. M., Donnelly, J. H., Konopaske, R., Rosales, M. E., Quiñones, A. D., . . . Romero, H. A. (1994). *Las organizaciones: comportamiento, estructura, procesos*. Addison-wesley iberoamericana Delaware. Obtenido de https://books.google.com.pe/books/about/Las_organizaciones.html?id=AEMCSQAACA-AJ&redir_esc=y
- Guerrero Maldonado, P. A. (2019). *Compromiso organizacional basado en el modelo de Meyer y Allen en los colaboradores de un banco chichlayano, 2018*. Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo. Obtenido de https://scholar.google.com/scholar_url?url=http://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/1635&hl=es&sa=T&oi=gsb&ct=res&cd=0&d=16275754804110092893&ei=578qZcr2FJf4yATevLRQ&scisig=AFWwaeB3kYAZifvYDWRtZ9NFTAkn
- Gutiérrez Paredes. (2016). *Plan de comunicación interno y externo para la 'Secretaría del Buen Vivir'*. [Tesis de Pregrado] Universidad San Francisco de Quito, Ecuador. Obtenido de https://scholar.google.com/scholar_url?url=https://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/6136&hl=es&sa=T&oi=gsb&ct=res&cd=0&d=274891446626558663&ei=ArcqZfXWla6ty9YPsP2JqA8&scisig=AFWwaeZmcgY18cuvn0CBlycs81qd
- Hernández, & Mendoza. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Mc Graw Hill Education. Obtenido de <https://virtual.cuautitlan.unam.mx/rudics/?p=2612>
- Hernández, Fernández, & Baptista. (2010). *Metodología de la investigación*. Editorial McGraw Hill. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Johnson, R. E., & Chang, C.-H. (2006). "I" is to continuance as "we" is to affective: The relevance of the self-concept for organizational commitment. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational*

- Psychology and Behavior*, 27(5), 549--570. Obtenido de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/job.364>
- Kanungo, R. N. (1982). Measurement of job and work involvement. *Journal of applied psychology*, 67(3), 341. Obtenido de https://scholar.google.com/scholar_url?url=https://psycnet.apa.org/record/1982-24778-001&hl=es&sa=T&oi=gsb&ct=res&cd=0&d=8904071139426950046&ei=Z7cqZbOoCZH7mQGk653wAQ&scisig=AFWwaeYKmRDPp1sCdPUF_8QfYs61
- Larraín Olivos, Anderson Samir. (2017). *El clima organizacional y su relación con el compromiso organizacional de los trabajadores de la Municipalidad distrital de Salas*. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Obtenido de https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/991/1/TL_LarrainOlivosAndersonSamir.pdf.pdf
- Mathieu, J. E., & Zajac, D. M. (1990). A review and meta-analysis of the antecedents, correlates, and consequences of organizational commitment. *Psychological bulletin*, 108(2), 171. Obtenido de <https://psycnet.apa.org/record/1991-02912-001>
- McDonald, D. J., & Makin, P. J. (2000). The psychological contract, organisational commitment and job satisfaction of temporary staff. *Leadership & Organization Development Journal*, 21(2), 84--91. Obtenido de https://scholar.google.com/scholar_url?url=https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/01437730010318174/full/&hl=es&sa=T&oi=gsb&ct=res&cd=0&d=5540486859105345921&ei=pPYqZZDOCsruygT5m5iABQ&scisig=AFWwaeb39iAeG1F0bwXBK KdXKBA9
- McGee, G. W., & Ford, R. C. (1987). Two (or more?) dimensions of organizational commitment: Reexamination of the affective and continuance commitment scales. *Journal of applied psychology*, 72(4), 638. Obtenido de <https://psycnet.apa.org/record/1988-06374-001>
- Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human resource management review*, 1(1), 61--89. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/105348229190011Z>

- Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1997). *Commitment in the workplace: Theory, research, and application*. Sage publications. Obtenido de [https://scholar.google.com/scholar_url?url=https://books.google.com/books%3Fhl%3Des%26lr%3D%26id%3DWPQoCgAAQBAJ%26oi%3Dfnd%26pg%3DP10%26dq%3D24.%2BMeyer,%2BJ.P.%2B%2526%2BAllen,%2BN.J.%2B\(1997\).%2BCommitment%2Bin%2Bthe%2Bworkplace:%2BTheory,%2Bresearch%2](https://scholar.google.com/scholar_url?url=https://books.google.com/books%3Fhl%3Des%26lr%3D%26id%3DWPQoCgAAQBAJ%26oi%3Dfnd%26pg%3DP10%26dq%3D24.%2BMeyer,%2BJ.P.%2B%2526%2BAllen,%2BN.J.%2B(1997).%2BCommitment%2Bin%2Bthe%2Bworkplace:%2BTheory,%2Bresearch%2)
- Montoya Santos, E. M. (2014). *Validación de la escala de compromiso organizacional de Meyer y Allen en trabajadores de un contact center*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Obtenido de <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/581494>
- Morrow, Paula C. (2011). Managing organizational commitment: Insights from longitudinal research. *Journal of vocational behavior*, 79(1), 18--35. Obtenido de https://scholar.google.com/scholar_url?url=https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0001879110002095&hl=es&sa=T&oi=gsb&ct=res&cd=0&d=16381415814258902996&ei=97gqZaHCBZXXksQLrkKzgCQ&scisig=AFWwaeZk_aZW8lb9WwReZzZNhNWc
- Newstrom. (2000). *Comportamiento humano en el trabajo*. Mc. Graw Hill. Obtenido de https://uachatec.com.mx/wp-content/uploads/2019/11/Comportamiento_humano_en_el_trabajo.pdf
- Porter, L. W., & Smith, F. J. (1970). The etiology of organizational commitment. *Unpublished manuscript, University of California, Irvine*. Obtenido de [https://www.scirp.org/\(S\(vtj3fa45qm1ean45vvffcz55\)\)/reference/referencespapers.aspx?referenceid=2479915](https://www.scirp.org/(S(vtj3fa45qm1ean45vvffcz55))/reference/referencespapers.aspx?referenceid=2479915)
- Ramos. (2005). *El compromiso organizacional y su relación con el desempeño docente de los profesores del programa universitario de inglés de la universidad de colima*. Obtenido de <http://bvirtual.ucol.mx/consultaxcategoria.php?categoria=3&id=5838>
- Robbins. (1997). *Fundamentos de comportamiento organizacional*. Prentice Hall México. Obtenido de <https://www.marcialpons.es/libros/fundamentos-de-comportamiento-organizacional/9789701701812/>

- Robbins, & Judge. (2004). *Comportamiento organizacional*. Pearson educación. Obtenido de https://scholar.google.com/scholar_url?url=https://books.google.com/books%3Fhl%3Des%26lr%3D%26id%3DOWBokj2RqBYC%26oi%3Dfnd%26pg%3DPR23%26dq%3D%2B44.%2BRobbins,%2BS.%2BComportamiento%2BOrganizacional%2BTeor%25C3%25ADa%2By%2BPr%25C3%25A1ctica%2B.%2BM%25C3%2
- Vandenberghe, C. (1996). Assessing organisational commitment in a Belgian context: Evidence for the three-dimensional model. *Applied Psychology*, 45(4), 371--386. Obtenido de <https://psycnet.apa.org/record/1996-01965-009>
- Ventura Torres, L. E. (2014). *Influencia del clima laboral en el compromiso organizacional de la Empresa Grifo Paiján SRL*. Universidad Nacional de Trujillo. Obtenido de https://scholar.google.com/scholar_url?url=https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UNIT_8985855addaaf7166b9abbb32715371b&hl=es&sa=T&oi=gsb&ct=res&cd=0&d=2013433383445809839&ei=IrsqZdGWF8qpy9YP6NGO-Aw&scisig=AFWwaea5ZqpQejR4FmBE7Y22njyD
- Walker, Stanton Etzel; Etzel, Michael; Stanton, Williams. (2007). *Fundamentos de marketing*. Editorial McGraw Hill. Obtenido de https://scholar.google.com/scholar_url?url=http://e-uic.com/documentos/william166.pdf&hl=es&sa=T&oi=gsb-ggp&ct=res&cd=0&d=15618334545169368607&ei=1sMqZb2HEq6P6rQPosedgAU&scisig=AFWwaeYBeFH78_lm_CC6Bf9ITm2