



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN GESTIÓN
DEL TALENTO HUMANO**

**Comunicación organizacional y compromiso laboral en colaboradores
de una entidad financiera de la ciudad de Lima, 2022.**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
MAESTRA EN GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO**

AUTORA:

Baluarte Monge, Angela Silvana (orcid.org/0000-0001-7416-2297)

ASESOR:

Dr. Mendez Parodi, Raúl Alfredo (orcid.org/0000-0002-1667-9594)

Mg. Vera La Torre, Jose Luis (ORCID: 0000-0003-2864-0926)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Cultura y comportamiento organizacional

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2023

Dedicatoria

El presente estudio va dedicado a mi esposo e hijo, quienes me han motivado constantemente y me han permitido seguir fortaleciendo mi desarrollo profesional.

Agradecimiento

Agradezco al Dr. Méndez Parodi, Raúl Alfredo por su asesoramiento en toda esta etapa de desarrollo, por sus consejos y retroalimentación que me han ayudado a mejorar cada detalle en el presente trabajo de investigación.

Índice de contenidos

Caratula	
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	11
3.1. Tipo y diseño de investigación	11
3.2. Variables y Operacionalización	11
3.3. Población (criterio de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis	12
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	13
3.5. Procedimientos	14
3.6. Método de análisis de datos	14
3.7. Aspectos éticos	14
IV. RESULTADOS	15
V. DISCUSION	23
VI. CONCLUSIONES	29
VII. RECOMENDACIONES	30
REFERENCIAS	31
ANEXOS	39

Índice de tablas

Tabla 1	Resultados descriptivos de la variable comunicación organizacional	15
Tabla 2	Resultados agrupados de la variable comunicación organizacional y sus dimensiones	16
Tabla 3	Resultados descriptivos de la variable compromiso laboral.....	17
Tabla 4	Resultados agrupados de la variable compromiso laboral y sus dimensiones....	18
Tabla 5	Correlación entre comunicación organizacional y compromiso laboral.....	19
Tabla 6	Correlación entre comunicación organizacional y compromiso afectivo	20
Tabla 7	Correlación entre comunicación organizacional y compromiso continuo	21
Tabla 8	Correlación entre comunicación organizacional y compromiso normativo.....	22

Índice de figuras

Figura 1	11
----------------	----

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo determinar el nivel de relación entre comunicación organizacional y el compromiso laboral en colaboradores de una entidad financiera de la ciudad de Lima, 2022. Se empleó un enfoque cuantitativo, de tipo básica, diseño no experimental de corte transversal con alcance correlacional. La población censal fue de 95 colaboradores de una entidad financiera de la ciudad de Lima, conformada por gerentes, analistas de crédito y asesores de servicios. La técnica de recolección de datos fue la encuesta a través del cuestionario. Se aplicó la encuesta como técnica de recolección de datos, el instrumento fue el cuestionario comunicación organizacional y compromiso laboral. Los resultados estadísticos que se obtuvo fue un coeficiente de correlación de 0,284**, lo que significa una correlación positiva débil en la escala de Spearman lo que determina que existe una correlación entre la variable comunicación organizacional y compromiso laboral.

Palabras clave: entidad financiera, comunicación organizacional, compromiso laboral.

Abstract

The main objective of the research was to determine the correlation between organizational communication and work commitment in employees of a financial institution in the city of Lima, 2022. This research has a quantitative approach, the design is non-experimental, cross-sectional, with a correlational scope. The census population for this research was made up of 95 employees of a financial institution in the city of Lima, including managers, credit analysts and service advisors. The data collection technique used was the questionnaire. The instrument was the organizational communication and work commitment questionnaire. From the statistical results of the research, a correlation coefficient of 0,284** was obtained, which means a weak positive correlation on the Spearman scale, which determines that there is a correlation between the organizational communication and work commitment.

Keywords: financial entity, organizational communication, work commitment.

I. INTRODUCCIÓN

La comunicación en las organizaciones ha estado en constante cambio en los últimos años, debido a que es un factor clave para la materialización de los objetivos, así como también sirve como referencia para una acertada toma de decisiones y las acciones que se realizan en los procesos organizacionales. A raíz de la pandemia ha tomado mayor relevancia debido a que los directivos implementaron estrategias para fortalecer el vínculo que mantenían con sus colaboradores y el ambiente que les rodea, permitiendo lograr una identificación y compromiso de estos en beneficio de la misma (Contreras y Garibay, 2020; Guerrero et al. 2022).

Podemos definir a la comunicación organizacional como un proceso por el cual los individuos que forman parte de la entidad recopilan información sobre esta y sus cambios; desarrollándose de manera interna (cuando nos referimos a una comunicación que se desarrolla entre sus miembros, directivos, gerentes y colaboradores) o de manera externa (cuando nos referimos a los proveedores, clientes, accionistas, medios de comunicación, autoridades gubernamentales, etc) de tal manera que se logre una sinergia entre ambos para lograr una relación eficiente de acuerdo a las expectativas de cada organización (Kreps, 1995; Fernández, 1999).

Algunos investigadores han puesto en descubierto que en muchas organizaciones a nivel internacional no ponen énfasis en mantener una eficiente comunicación dentro de estas, afectando al desempeño de sus miembros y al logro de objetivos, asimismo han encontrado que predomina estrategias vinculadas a una comunicación externa, indicando que gracias a estas se obtienen mayores resultados (Rojas, 2014; Soto, 2019). Por otro lado, en la investigación realizada por Doleman et al. (2021) indicó que la falta de una adecuada gestión comunicacional lleva a una alta rotación laboral, debido a que los individuos se sienten insatisfechos y no se sienten identificados con la organización.

En relación a investigaciones desarrolladas en Latinoamérica, demostraron que las organizaciones no manejan una adecuada sistematización que permita desarrollar, afianzar y mejorar el proceso de la comunicación; muchas de ellas no

cuentan con áreas específicas que se encarguen de un adecuado control y participación que permita a los colaboradores sentirse en un ambiente óptimo y sentirse identificados hacia la organización (Deloitte, 2015). Del mismo modo se encontró que algunas organizaciones realizan una comunicación informal y no ejecutan una retroalimentación a sus colaboradores, siendo este un proceso importante debido a que permite una mejora continua en el desarrollo de cada individuo y por ende optimizar la eficiencia, eficacia y productividad en la organización (Cevallos et al. 2018; Vera y Andersen, 2018; Hung y Wu, 2016).

En el contexto nacional las investigaciones encontraron que la gran mayoría de organizaciones no saben escuchar y atender las necesidades de sus colaboradores, esto se refleja en una baja productividad, eficiencia, insatisfacción laboral, deficiente clima organizacional y sobre todo una falta de identificación hacia la organización, factores clave para que exista un equilibrio entre los colaboradores y lo que brinda la organización (Charry, 2018; Casoria, 2020).

En la actualidad, las entidades financieras deben poner en práctica una eficiente comunicación organizacional, debido a que es imprescindible en todo el proceso y flujo participativo entre todos sus colaboradores en todos sus niveles, asimismo trascenderá en una serie de beneficios como la realización de sus objetivos y metas, identificación laboral y fortalecer la relación entre el colaborador y la organización.

De acuerdo con lo importante que es la comunicación organizacional para fortalecer la identificación laboral, se planteó el siguiente problema general ¿Cuál es la relación entre comunicación organizacional y compromiso laboral en colaboradores de una entidad financiera de la ciudad de Lima, 2022? Asimismo, se ha planteado los siguientes problemas específicos: ¿Cuál es la relación entre comunicación organizacional y compromiso afectivo, normativo y de continuidad? las cuales son dimensiones del compromiso laboral.

El propósito principal de la presente investigación fue identificar la existencia de una relación entre las variables comunicación organizacional y compromiso laboral en colaboradores de una entidad financiera de la ciudad de Lima, 2022, por tal motivo fue importante valorar la relación de las variables estudiadas. La justificación teórica, nos permitió comparar los conceptos relacionados a la

comunicación organizacional y compromiso laboral, las cuales son de gran importancia en las organizaciones. A nivel práctico, porque permitirá a la organización conocer el estado actual de la comunicación y de la identidad laboral, permitiéndole desarrollar acciones y estrategias para incrementar el grado de pertenencia de sus colaboradores a través de una adecuada gestión de la comunicación y por último, una justificación metodológica, porque este estudio busca determinar el análisis relacional de las variables mediante la utilización de instrumentos y dimensiones ya existentes y validados.

Por lo antes expuesto, se ha determinado el objetivo general: Valorar la relación entre comunicación organizacional y compromiso laboral en colaboradores de una entidad financiera de la ciudad de Lima, 2022; del mismo modo para el logro de este objetivo se plantea los objetivos específicos: demostrar el nivel de relación entre comunicación organizacional y compromiso afectivo, normativo y de continuidad, las cuales son dimensiones del compromiso laboral.

Por último, se consideró como hipótesis general: “Existe relación significativa entre comunicación organizacional y el compromiso laboral en colaboradores de una entidad financiera de la ciudad de Lima, 2022”. Del mismo modo las específicas: “Existe relación significativa entre la comunicación organizacional y compromiso afectivo, normativo y de continuidad en colaboradores de una entidad financiera de la ciudad de Lima, 2022”.

En el primer capítulo se consigna y analiza las investigaciones desarrolladas relacionadas a las variables del presente estudio, una breve descripción sobre la realidad problemática, formulación del problema, justificación, objetivos e hipótesis planteadas. En el segundo capítulo, se hace referencia a las evidencias empíricas y las bases teóricas que se encuentran relacionadas a la investigación. En el tercer capítulo, se consigna el diseño metodológico, variables y operacionalización, población de estudio, muestreo, técnicas e instrumentos para la recolección de información, procedimiento y el respectivo análisis de datos. En el cuarto capítulo, se observa los resultados que se han obtenido en la presente investigación que dan respuesta al problema planteado y van acorde a los objetivos de la investigación. Por último, se incluye los apartados de discusión, conclusión, recomendaciones y referencias bibliográficas que fueron utilizadas en todo el estudio.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Evidencias empíricas

A nivel internacional se encontró a Ruiz de Alba (2013), quien en su investigación buscó analizar el nivel de correlación entre identidad institucional y marketing interno, las dimensiones con elevado número de correlación fueron comunicación interna, preocupación de la dirección, adiestramiento y conciliación laboral y familia. Su muestra fue 201 establecimientos hoteleros, utilizó como instrumento un cuestionario conformado por 28 preguntas. Su resultado arrojó una correlación significativa (0,64) en relación al factor de la comunicación interna, indicando la relevancia de dicha dimensión para incentivar y acrecentar el nivel de compromiso de individuos hacia la organización. En su investigación concluye que para que una organización consiga una identificación de los colaboradores hacia la organización, debe practicar constantemente tácticas efectivas de comunicación, así como también debe existir un interés constante de los ejecutivos y directivos a las necesidades de su personal.

Novoa y Gutiérrez (2019), tuvieron como objetivo buscar la correlación entre interacciones sociales internas y la forma en la cual los colaboradores se comunican en una institución, su muestra fue de 44 individuos, la recogida de información lo realizó a través de un inventario y un cuestionario respectivamente en ambas variables. Sus resultados encontraron correlación entre evento, reglas y cambios con siete elementos de comunicación. Las conclusiones que encontraron fue que existe una correlación con los factores de la comunicación dentro de la organización, recomienda investigaciones futuras ampliando el análisis de la comunicación externa en las organizaciones.

Pérez y Pedraza (2018), su investigación buscó analizar la relevancia del engagement y su correlación con liderazgo, la comunicación y la aplicación de la tecnología de la información y de comunicación, su muestra fue de 118 colaboradores, utilizó como instrumento el cuestionario. Sus resultados arrojaron una correlación en compromiso laboral de 0.833, liderazgo de 0.944 y TIC 0.536, en donde la correlación con mayor nivel fue la de liderazgo, que es la predominante, debido a que juega un papel clave para generar compromiso en el trabajo por parte de los colaboradores. La conclusión que realizaron en el estudio fue buscar

equilibrio entre el personal y la organización, enfocándose en el bienestar mutuo entre los colaboradores y la organización de manera que trabajen en conjunto y se implemente talleres para reducir el estrés, de esa manera se generará un mayor compromiso en los colaboradores hacia la empresa.

Tomando en referencia la investigación realizada por Fierro et al. (2018), quienes buscaron establecer la correlación entre la gestión pública colaborativa y la identidad organizacional en una entidad pública, su muestra fue de 110 colaboradores, respecto a la recogida de datos lo realizó a través de la aplicación de un formulario con preguntas. Su resultado, arrojó una correlación positiva entre ambas variables con un p valor = 0,579. En relación a la dimensión compromiso de continuidad no existe relación significativa, pero si existe una relación significativa en las dimensiones de compromiso normativo y afectivo, por lo que se puede afirmar que los miembros que perciben mayor compromiso tienen mayor influencia en la gestión pública colaborativa. La conclusión a la que arribaron fue que los miembros manifiestan aumento en la identificación hacia su organización como resultado de una interacción social e identidad a través de la transmisión social que se desarrolla entre la organización y el individuo.

García y Arias (2013), tuvieron como premisa determinar la correlación entre cambio organizacional y comunicación, su muestra fue de 50 colaboradores y utilizaron el cuestionario como instrumento para recoger la información para su análisis. Sus resultados evidenciaron una relación significativa en ambas variables, sus dimensiones fuentes de información empírica y conocimiento institucional con un p valor = 0,322, información oportuna y conocimiento de la institución de 0,392, información oportuna y liderazgo con un valor de 0,287, canales de comunicación ideales y cultura de cambio = 0,387. La conclusión fue que hay una correlación entre cambio organizacional y comunicación.

La investigación de Araque et al. (2017), busco establecer la relación entre marketing intrínseco y la identidad laboral, su muestra fue conformada por 100 colaboradores, utilizaron el formulario con preguntas del autor Bohnenberger y la escala de compromiso laboral. Sus resultados arrojaron una relación positiva moderada entre el compromiso laboral y marketing interno con un p valor = 0,450. Por consiguiente, la conclusión a la que arribaron fue que la dimensión afectiva es

el que tuvo mayor índice de respuesta en las prácticas de marketing intrínseco, debido que al instaurar prácticas efectivas aumenta el deseo de los colaboradores, además laboran con alegría.

Continuando con los antecedentes, podemos indicar a aquellos que se realizaron dentro del ámbito geográfico nacional, como la investigación realizada por Calizaya et al. (2020), quienes buscaron analizar el grado de compromiso laboral en colaboradores del Gobierno Regional de Arequipa, su muestra fue de 477 colaboradores, el instrumento utilizado fue la escala UWES-17 (Escala Utrech de Engagement en el Trabajo). Sus resultados arrojaron un nivel medio de compromiso laboral, los resultados de mayor relevancia fue la relación entre compromiso laboral según edad que tiene una correlación positiva nivel alto (0,660) indicando que a mayor edad existe mayor nivel de compromiso por el trabajo. Llegando a la conclusión que existe un nivel medio en la identificación hacia la organización, debido a que los colaboradores no han logrado experimentar en su totalidad un estado psicológico positivo que permita sentirse involucrado, identificado y sentirse a gusto en su centro laboral.

Teniendo en cuenta a Estrada y Gallegos (2021), tuvieron de objetivo observar la relación de las variables identidad laboral y satisfacción laboral, realizada en una universidad pública de la amazonia, su muestra se conformó por ciento ochenta y cinco docentes, manejó como instrumento el cuestionario para la variable de identidad laboral y la escala de satisfacción laboral. Sus resultados arrojaron que el nivel de relación es regular entre ambas variables, determinando que manifiesta una relación directa y significativa de 0,539. Concluyendo que a mayor satisfacción por parte de los docentes su nivel de compromiso es elevado hacia la institución.

Grandéz y Saravia (2021), tuvieron como primer objetivo demostrar la relación entre satisfacción y compromiso laboral, su muestra se conformó por cincuenta colaboradores. Sus resultados arrojaron un valor de 0,711 entre ambas variables, respecto a las dimensiones compromiso afectivo arrojó un p valor de 0,651, compromiso continuo de 0,583 y compromiso normativo de 0,782. Concluyendo que existe relación positiva-alta entre ambas variables objeto de estudio, asimismo también indicaron que hay una relación positiva-moderada entre

la variable satisfacción laboral y el componente afectivo, del mismo modo, existe una baja relación positiva-moderada respecto a la dimensión continuo y por último existe una relación positiva-alta en el componente normativo, de acuerdo a los resultados obtenidos llegan a la conclusión que los ejecutivos priorizan acciones para una mejora del nivel de satisfacción en la organización y como consecuencia una mejora en el nivel del compromiso e identificación de los miembros hacia su organización.

Desde el enfoque de Piedra (2020), buscó establecer la correlación entre motivación laboral y comunicación organizacional, tuvo una muestra conformada por ochenta individuos, los instrumentos que utilizó fueron el Test de Comunicación Organizacional de Portugal y la escala general de satisfacción de Warr, Cook y Wall. Sus resultados arrojaron un 0,809 entre ambas variables. La conclusión a la que llegó fue que hay una relación significativa entre motivación laboral y comunicación organizacional, indicando que cuando los jefes cuentan con disponibilidad de escuchar a sus subordinados y establecen canales de comunicación, estos se sienten motivados.

2.2. Comunicación organizacional

La evolución en el tiempo sobre comunicación organizacional se dio a través de diversas teorías, en la que podemos mencionar las más relevantes:

Teoría Humanística; valora y da importancia al recurso humano que se desenvuelve dentro de la organización, asimismo considera que no solo se mantiene en el tiempo a cambio de un estipendio sino que lo hacen para cubrir sus necesidades psicosociales; por otro lado es imprescindible mencionar que este enfoque resalta lo importante que debe tener la comunicación en las organizaciones respecto al flujo (descendente, ascendente y lateral) que se maneja de modo que exista un proceso eficiente, repercutiendo favorablemente en la productividad laboral, este enfoque tuvo como precursor a Elton Mayo. La segunda es la teoría clásica; sus cimientos están relacionados de una manera más primitiva, en donde se enfocan únicamente al logro de los resultados y dejan de lado el proceso y flujo que debe tener una eficiente comunicación organizacional, es decir la información que se transmite dentro de la misma sirve para conservar autoridad y el cumplimiento de objetivos organizacionales. Por último, la teoría contingente, este

enfoque es la consecuencia de la estructuración y la implementación de las políticas organizacionales ante los cambios que se puedan presentar en la sociedad, sus precursores son Burns y Stalker (Alcaraz et al. 2016; Félix, 2014; Pineda, 2020; Saladrigas, 2005)

En relación a los conceptos de la comunicación organizacional, podemos mencionar que es el proceso en donde se intercambia información importante de una entidad hacia individuos u otras organizaciones, de modo que permita la facilitación de estrategias para una adecuada toma de decisiones; esta comunicación puede darse de manera interna y externa. Una adecuada comunicación permite direccionar a la entidad hacia la construcción de una comprensión compartida entre esta y su entorno, asimismo permite alinearse a su cultura y normas sociales creando una legitimización organizacional, la misma que viene a ser el producto de la acción que los miembros reproducen y reconstruyen en forma diaria; es decir una adecuada comunicación en un ambiente participativo direcciona a los miembros a generar confianza y compromiso hacia la organización (Segredo, 2018; Ma, 2022; Prado-Roman et al. 2020; Toseef et al. 2022; García 2018; Bambaeroo y Shokrpour, 2017; Betteke, 2018)

Las dimensiones de la comunicación organizacional según García (2018) son: Comunicación humana, esta dimensión se utiliza con fines para perfeccionar la comunicación interpersonal, el mismo que tiene como base el respeto bilateral entre los miembros a nivel interna y externa de la organización. La segunda dimensión es la Comunicación instrumental, el cual nos hace referencia al uso de instrumentos y herramientas que la organización utiliza, de esa manera se logra que la información hacia sus colaboradores llegue de manera óptima. El tercer componente es la Comunicación estratégica, nos hace referencia al valor estratégico que dan las organizaciones a la comunicación, de tal manera que les permita posicionarse en el mercado y lograr sus objetivos.

2.3. Compromiso laboral

Del mismo modo, a continuación, se detalla algunas teorías que dieron realce a investigaciones sobre compromiso laboral:

Teoría del comportamiento organizacional, sus cimientos están relacionadas con las investigaciones de Elton Mayo del año 1950, este enfoque tiene una

orientación sociológica y motivacional, el mismo que busca establecer un modelo de desempeño y un plan adecuado a los cambios organizacionales. La segunda es la Teoría del valor, este enfoque prioriza la asignación de un costo a cada hora de trabajo, es decir; los empleados evalúan su propio rendimiento equilibrando lo que proporciona la organización y lo que ellos pueden recibir de la misma, este enfoque fue analizada por Adam Smith en el año 1963. La tercera es la Teoría tridimensional, el cual la definen como el estado psicológico caracterizada por la relación entre una organización y un individuo, existiendo expectativas entre ambas partes, los precursores de este enfoque fueron los autores Meyer y Allen en el año 1991 (Cárdenas, 2019; Chiang y Candia, 2021)

En cuanto a los conceptos del compromiso laboral, podemos mencionar que lo relacionan al estado emocional de cada individuo de tal manera que se sienten identificados con los objetivos y las metas de una entidad u organización; por otro lado también podemos indicar que un colaborador comprometido e identificado tiene pocas probabilidades de retirarse y, por lo tanto, la organización logra evitar altos costos que se generarían en reemplazos y contrataciones causados por la rotación de personal (Tambunan et al. 2018; Cuenca y López, 2020; Ting et al. 2021; Ashfaq et al. 2021). De igual manera, podemos indicar el concepto más utilizado para esta variable, la cual es la establecida por los autores Meyer y Allen, quienes indican que la identidad laboral es un sentimiento de pertenencia que interioriza un individuo hacia la organización en la cual un individuo labora, debido a diferentes motivos que se dan como consecuencia de sostener una relación entre ambas en el tiempo (Galván y Silva 2021; Neyra et al. 2020).

Las dimensiones que se manipularon en la presente investigación son las mencionadas por los autores Galván y Silva (2021), quienes a su vez citaron a Meyer y Allen (1991), el cual indican que la identidad laboral se comprende por tres dimensiones: componente afectivo, normativo y de continuidad.

La primera dimensión, está relacionado al vínculo que existe entre colaborador-organización, que lleva al individuo a la generación de identidad y lealtad hacia la organización. Por otro lado, también hace referencia a la aceptación y adopción de los valores y objetivos organizacionales, llevándolo a realizar esfuerzos extraordinarios adicionales a las funciones otorgadas con la finalidad de

salvaguardar el bienestar de la organización, es importante mencionar que, si los colaboradores manifiestan cierta devoción, su desempeño beneficiará a la organización y, por extensión, a ellos mismos (Galván y Silva, 2021; Hernández et al. 2017).

La segunda dimensión es el compromiso normativo, el cual viene a ser el grado de obligación moral que tiene un individuo de pertenecer y permanecer en una organización, como resultado de las prestaciones que esta les otorga, el cual manifiesta en los individuos una obligación de reciprocidad o una complicada retribución a la organización (Galván y Silva, 2021; Bohrt y Larrea, 2017).

La tercera dimensión es el compromiso de continuidad, es el resultado de los costos financieros que realiza un colaborador durante toda su permanencia, materializándose en prestaciones económicas como sueldo, beneficios y/o ventajas que le otorga la organización, lo que lleva al individuo a interiorizar lo que puede llegar a perder si decide cambiar de organización, logrando incrementar un apego e identificación hacia la misma (Galván y Silva, 2021; Rodríguez et al. 2021).

III. METODOLOGÍA

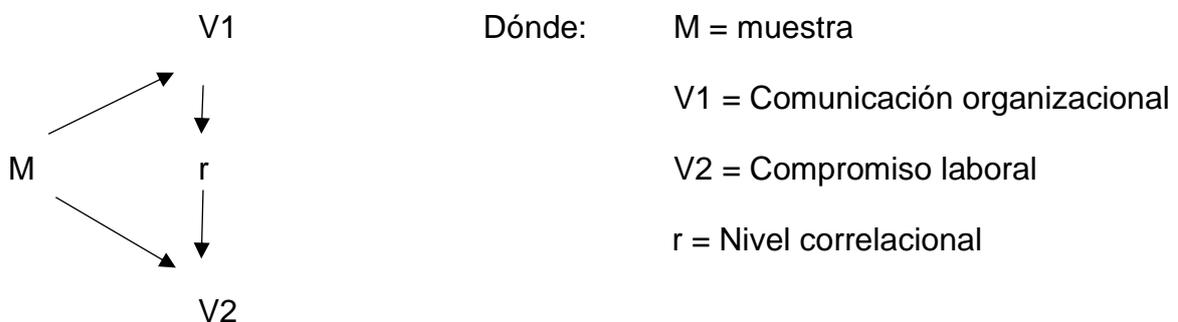
3.1. Tipo y diseño de investigación

El tipo de investigación fue básica, porque se buscó desarrollar e incrementar el conocimiento teórico, a través del conocimiento científico (Sampieri, 1991). Fue de enfoque cuantitativo debido a que se requirió de instrumentos para obtener la medición y comparación de los datos utilizados y obtenidos en la investigación, se utilizó programas estadísticos y cálculos matemáticos para la obtención de los resultados de acuerdo al problema planteado y a los objetivos indicados (Palella y Martins, 2012).

El diseño del presente estudio está clasificado como un estudio de naturaleza no experimental, se utilizó el diseño correlacional de enfoque transversal con la finalidad de establecer la relación que hay entre las variables de la presente investigación (Hernández et al. 2014).

Figura 1

Esquema de diseño correlacional



3.2. Variables y Operacionalización

En la primera variable comunicación organizacional podemos realizar la definición conceptual, que según García (2018) la definió como un proceso indispensable para la interacción entre seres humanos, sin importar el método o el modelo que se utiliza, el constante avance de la tecnología nos otorga las herramientas que facilitan un adecuado proceso, con la finalidad de generar confianza y cooperación entre los colaboradores de una organización. Del mismo modo, realizamos la definición operacional, que, de acuerdo con García (2018) la variable comunicación organizacional está compuesta por tres dimensiones:

humana, instrumental y estratégica. El instrumento está conformado por 20 ítems. Para la primera dimensión, se utilizó los indicadores de comunicación interpersonal y apoyo y empatía post pandemia; para la segunda dimensión los indicadores de aplicación de instrumentos digitales y utilización de herramientas de comunicación acorde con el contexto; y para la tercera dimensión los indicadores son: aplicación de planeamiento estratégico alineado post pandemia y aplicación de estrategias de acuerdo con los objetivos. La escala de medición fue ordinal- Likert, siempre=5, casi siempre=4, a veces=3, casi nunca=2 y nunca= 1.

Para la segunda variable compromiso laboral, se utilizó la definición conceptual de los autores Galván y Silva (2021) quienes la definen como el sentimiento de pertenencia que interioriza un individuo hacia la organización en la que labora, debido a diferentes motivos que dan como consecuencia sostener en el tiempo dicha relación. Del mismo modo, la definen operacionalmente por tres dimensiones compromiso afectivo, normativo y de continuidad. El instrumento está compuesto por 18 reactivos. Con relación a los indicadores podemos mencionar que la primera dimensión está compuesta por: carga emocional respecto a la organización y aspecto social de la organización; para la segunda dimensión son: responsabilidad y lealtad organizacional; por último, para la tercera dimensión son: autonomía laboral, incentivos de trabajo y los ingresos. La escala de medición fue ordinal- Likert, siempre=5, casi siempre=4, a veces=3, casi nunca=2 y nunca= 1.

3.3. Población (criterio de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis

La población fue conformada por 106 colaboradores de una institución financiera de la ciudad de Lima. La muestra fue la totalidad de la población, asimismo cabe indicar que se utilizó el muestreo no probabilístico intencional debido a la proximidad geográfica. La unidad de análisis fueron los colaboradores de una entidad financiera de la ciudad de Lima.

Para que los individuos sean incluidos en la muestra se tomó en cuenta a aquellos quienes mantengan una relación laboral y en el caso de la exclusión a aquellos participantes que no hayan respondido la encuesta o lo hayan realizado incorrectamente.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

De acuerdo a la técnica, se entiende al proceso que se encarga de operativizar el método de investigación (Hernández et al. 2014). Para esta investigación, utilizaremos la encuesta, para así obtener la información de manera sistemática y ordenada para un adecuado procesamiento de los resultados.

Respecto a la medición de los instrumentos que se aplicaron en el presente estudio, podemos indicar que el cuestionario de comunicación organizacional fue adaptado por Cassano (2021) basándose en los enfoques de la teoría humanística, así como también ha considerado una evaluación de la misma incluyendo aquellas sobre la comunicación digital. El instrumento busca evaluar tres dimensiones humana, instrumental y estratégica, asimismo consta de 20 reactivos y comprende cinco alternativas de respuesta (siempre =5, casi siempre =4, a veces= 3, casi nunca= 2 y nunca= 1. La administración del instrumento se realizó de manera colectiva, pudiendo ser completada en aproximadamente 10 a 15 minutos. El segundo instrumento fue el cuestionario compromiso laboral, que fue adaptado por Ninahuanca (2020) basándose en los enfoques de la teoría Tridimensional de Allen y Meyer (1991). El instrumento evalúa tres dimensiones afectivo, continuo y normativo, asimismo consta de 18 reactivos y comprende cinco alternativas de respuesta (siempre =5, casi siempre =4, a veces= 3, casi nunca= 2 y nunca= 1. La administración del instrumento se realizó de manera colectiva, pudiendo ser completada en aproximadamente 10 a 15 minutos.

La confiabilidad de los instrumentos se realizó a través del análisis alfa de Cronbach a los 95 individuos encuestados, los cuales se obtuvieron los siguientes resultados: para la variable comunicación organizacional arrojo un valor de 0,888 para los 20 reactivos que forman parte del cuestionario, posicionándose dentro del rango "muy alto"; en consecuencia, la variable comunicación organizacional es un instrumento confiable. Para la variable compromiso laboral arrojo un resultado de 0,852 para los 18 reactivos que forman parte del cuestionario, por consiguiente, se considera dentro de la categoría "muy alto", afirmando que el instrumento es confiable.

3.5. Procedimientos

Se dio inicio a la investigación cuando se encontró una problemática en la entidad financiera en estudio, el cual estaba repercutiendo en la productividad organizacional y una alta rotación de personal, logrando llamar la atención de personal clave en la toma de decisiones, por lo que se coordinó la autorización con los gerentes de cada oficina para la recopilación de la información a través de los cuestionarios; una vez obtenido el consentimiento por parte de los gerentes, se realizó el envío de manera virtual a todos los colaboradores, detallándose información sobre el objeto de estudio y se recalca que la participación era de manera anónima y voluntaria, posterior al llenado de las encuestas, se procedió a la revisión de cada una de acuerdo a los criterios establecidos de inclusión o exclusión. Por último, se procedió a la recopilación de las respuestas obtenidas en un solo archivo en Excel para el procesamiento de los resultados en el programa estadístico SPSS Statistic versión 26.

3.6. Método de análisis de datos

Se utilizó el análisis descriptivo y el análisis inferencial; luego de la aplicación de los instrumentos, se elaboró una base de datos en Excel que contenía toda la información recopilada de los participantes del presente estudio para la realización de la exploración y análisis de los resultados, así como de las estimaciones de cada una de las variables. Con relación al análisis descriptivo se utilizó tablas; y para el análisis inferencial se utilizó el software SPSS Statistic versión 26 desarrollado por International Business Machines Corporation (IBM), el mismo que se realizó a través del coeficiente correlacional Rho de Spearman, para comprobar y constatar la existencia de una relación entre ambas variables.

3.7. Aspectos éticos

Para el estudio se ha establecido considerar dos principios básicos: la autonomía; la encuesta se realizó sin ejercer ningún tipo de coacción u obligación, siendo de forma voluntaria y anónima para garantizar la confidencialidad de los colaboradores; y la justicia, el mismo que utilizó a todos los participantes sin mediar discriminación alguna. Asimismo, se debe recalcar que se respetó la producción intelectual de la información utilizada en la presente investigación a través de las normas APA última edición.

IV. RESULTADOS

4.1. Análisis Descriptivo por cada variable y sus dimensiones

Tabla 1

Resultados descriptivos de la variable comunicación organizacional

	Frecuencia	Porcentaje
Deficiente	-	-
Moderado	12	12,6%
Eficiente	83	87,4%
Total	95	100 %

Nota: Elaboración propia, adaptado del programa estadístico SPSS 26.

En la tabla 1, se observaron los resultados recopilados y procesados concerniente a la variable comunicación organizacional, haciendo un total de 95 encuestados de una entidad financiera de la ciudad de Lima. El resultado arrojó a 83 colaboradores en un nivel eficiente y a 12 colaboradores en un nivel moderado.

Tabla 2

Resultados agrupados de la variable comunicación organizacional y sus dimensiones

Niveles	Comunicación organizacional		Dimensión Humana		Dimensión Instrumental		Dimensión Estratégica	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Deficiente	-	-	-	-	-	-	-	-
Moderado	12	12,6%	7	7,4%	29	30,5%	27	28,4%
Eficiente	83	87,4%	88	92,6%	66	69,5%	68	71,6%
Total	95	100 %	95	100 %	95	100 %	95	100 %

Nota: Tomado y adaptado del programa estadístico SPSS 26.

En la tabla 2, se observó que el 12,6% de colaboradores refirieron que la comunicación organizacional es de un nivel moderado, mientras que el 87,4% mostraron que es eficiente. Por otro lado, en relación a sus dimensiones el que alcanzo mayor porcentaje es la dimensión humana con un 92,6% en un nivel eficiente y la segunda fue la dimensión estratégica con un 71,6%, del mismo modo la dimensión que obtuvo el menor porcentaje fue la dimensión humana con un 7,4 en un nivel moderado, seguido de la dimensión estratégica con un 28,4%.

Asimismo, podemos recalcar que la totalidad de los colaboradores manifestaron que no sienten que la comunicación organizacional sea deficiente debido a que no se registró alguna respuesta marcada en ese nivel, de un total de 95 colaboradores encuestados.

Tabla 3

Resultados descriptivos de la variable compromiso laboral

	Frecuencia	Porcentaje
Deficiente	3	3,2%
Moderado	51	53,7%
Eficiente	41	43,2%
Total	95	100 %

Nota: Tomado y adaptado del programa estadístico SPSS 26.

En la tabla 3, se observaron los resultados recopilados y procesados concerniente a la variable compromiso laboral. El resultado arrojó a 41 colaboradores en un nivel eficiente, a 51 colaboradores en un nivel moderado y a 3 colaboradores que indicaron que tiene un nivel deficiente de un total de 95 encuestados de una entidad financiera de la ciudad de Lima.

Tabla 4*Resultados agrupados de la variable compromiso laboral y sus dimensiones*

Niveles	Compromiso laboral		Dimensión Afectivo		Dimensión Continuo		Dimensión Normativo	
	n	%	n	%	n	%	n	%
	Deficiente	3	3,2%	3	3,2%	22	23,2%	14
Moderado	51	53,7%	12	12,6%	54	56,8%	46	48,4%
Eficiente	41	43,2%	80	84,2%	19	20%	35	36,8%
Total	95	100 %	95	100 %	95	100 %	95	100 %

Nota: Tomado y adaptado del programa estadístico SPSS 26.

En la tabla 4, se observó que el 53,7% de la muestra manifiesta que percibe el compromiso laboral de modo moderado, el 43,2% manifestó que lo perciben de manera eficiente, mientras que el 3,2% restante manifiesta que es deficiente. Asimismo, podemos indicar que se confirmó que, el 56,9% de los participantes revelaron que el compromiso laboral no es eficiente en la entidad financiera de estudio.

En relación a sus dimensiones, podemos indicar, que la dimensión que obtuvo supremacía fue la dimensión afectiva con un 84,2% y la de menor se encuentra en la misma dimensión con un 3,2%, por otro lado, la segunda dimensión que obtuvo mayor respuesta fue la dimensión continua con un 56,8%. Asimismo, podemos recalcar de acuerdo con sus dimensiones que el 41,1% de los partícipes manifestaron que sienten que la identidad laboral es deficiente.

4.2. Análisis Inferencial

Tabla 5

Correlación entre comunicación organizacional y compromiso laboral

Rho de Spearman	Correlaciones		
		Comunicación organizacional	Compromiso laboral
Comunicación organizacional	Coeficiente de correlación	1,000	,284*
	Sig. (bilateral)	.	,005
	N	95	95
Compromiso laboral	Coeficiente de correlación	,284*	1,000
	Sig. (bilateral)	,005	.
	N	95	95

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Nota: Tomado y adaptado del programa estadístico SPSS 26.

La prueba estadística Rho de Spearman evidenció una correlación positiva débil de 0.284**, por lo que la entidad financiera en estudio debería afianzar y dar énfasis en mejorar la comunicación organizacional y de esa manera incrementar la identidad laboral en los colaboradores.

El nivel de sig bilateral fue de 0,005, siendo < a 0.05, por lo que se rechaza la Ho y se acepta la Ha.

Se concluye que existe una relación significativa entre comunicación organizacional y compromiso laboral.

La hipótesis específica 1 está fuertemente relacionada al objetivo específico 1, siendo el siguiente: Demostrar el nivel de relación entre comunicación organizacional y compromiso afectivo en colaboradores de una entidad financiera de la ciudad de Lima, 2022”.

Tabla 6

Correlación entre comunicación organizacional y compromiso afectivo

		Correlaciones		
Rho de Spearman			Comunicación organizacional	Compromiso afectivo
	Comunicación organizacional	Coeficiente de correlación	1,000	,211*
		Sig. (bilateral)	.	,040
		N	95	95
	Compromiso afectivo	Coeficiente de correlación	,211*	1,000
		Sig. (bilateral)	,040	.
		N	95	95

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Nota: Tomado del programa estadístico SPSS 26.

En la tabla 6 y de acuerdo al análisis inferencial de la prueba de Spearman, se obtuvo una correlación positiva baja de 0.211**, por lo que podemos afirmar que, los colaboradores manifiestan que no existe una sinergia establecida respecto a la transmisión que se pueda generar entre ambos involucrados, por lo que los colaboradores no sienten propio los valores y objetivos de la organización, ya que si fuera caso contrario, llevaría inclusive a los colaboradores a realizar esfuerzos extraordinarios en el desempeño de sus funciones. Por otro lado, podemos indicar que se obtuvo un sig bilateral de 0,040, indicando que existe una relación entre la comunicación organizacional y el compromiso afectivo, de tal manera, que, se aceptó la Ha.

La hipótesis específica 2 está fuertemente relacionada al objetivo específico 2, siendo el siguiente: Demostrar el nivel de relación entre comunicación organizacional y compromiso continuo en colaboradores de una entidad financiera de la ciudad de Lima, 2022”.

Tabla 7

Correlación entre comunicación organizacional y compromiso continuo

		Correlaciones		
Rho de Spearman			Comunicación organizacional	Compromiso continuo
	Comunicación organizacional	Coeficiente de correlación	1,000	,130**
		Sig. (bilateral)	.	,209
		N	95	95
	Compromiso continuo	Coeficiente de correlación	,130**	1,000
		Sig. (bilateral)	,209	.
		N	95	95

Nota: Tomado y adaptado del programa estadístico SPSS 26.

La prueba estadística de Rho de Spearman arrojó un valor de correlación positiva débil 0.130**, en donde se demostró que los colaboradores al no sentirse informados en gran medida en relación a los beneficios y/o ventajas que les ofrece la organización no manifiestan una identificación hacia la empresa, por último, se encontró un nivel de significancia bilateral de 0,209, el cual se observó que es mayor a 0,05, indicando que no existe una correlación entre ambas variables, por ende se aceptó la hipótesis Ho y se rechaza la Ha.

La hipótesis específica 3 está fuertemente relacionada al objetivo específico 3, siendo el siguiente: Demostrar el nivel de relación entre comunicación organizacional y compromiso normativo en colaboradores de una entidad financiera de la ciudad de Lima, 2022”.

Tabla 8

Correlación entre comunicación organizacional y compromiso normativo

Rho de Spearman		Correlaciones		
			Comunicación organizacional	Compromiso normativo
Comunicación organizacional	Coeficiente de correlación		1,000	,180**
	Sig. (bilateral)		.	,081
	N		95	95
Compromiso normativo	Coeficiente de correlación		,180**	1,000
	Sig. (bilateral)		,081	.
	N		95	95

Nota: Tomado y adaptado del programa estadístico SPSS 26.

En la tabla 8, se observó en la prueba estadística Rho de Spearman una correlación positiva débil de 0.180**, en donde se demostró que los colaboradores al no recibir frecuentemente prestaciones como capacitaciones y otros beneficios por parte de la organización, no sienten una reciprocidad y lealtad mayor hacia la misma. Asimismo, se tuvo una significancia bilateral de 0,081, por lo que se afirmó que existe una correlación entre ambas variables, por ende, se aceptó la Ha.

V. DISCUSION

La presente investigación tuvo como propósito principal establecer el nivel de relación entre comunicación organizacional y compromiso laboral en colaboradores de una entidad financiera de la ciudad de Lima, 2022, así como también el grado de significancia y/o la relación que existe positiva o negativa entre la variable comunicación organizacional y cada una de las dimensiones del compromiso laboral, gracias a la investigación obtenida y a los resultados encontrados se procede a realizar la discusión del estudio.

De acuerdo con el análisis descriptivo el 87.4 % de colaboradores encuestados revelan que la percepción de comunicación organizacional tiene un nivel eficiente y el 12.6% restante manifiestan un nivel moderado, por otro lado, en relación a la variable compromiso laboral el 53.7% de los encuestados revelaron una percepción en nivel moderado, mientras que un 43.2% en nivel eficiente y un 3.2% en un nivel deficiente. En lo que concierne al análisis inferencial se obtuvo un valor en Rho de 0.284**, indicando que existe una correlación positiva débil entre comunicación organizacional y compromiso laboral; del mismo modo se realizó el análisis de acuerdo a los objetivos específicos, determinando que existe relación positiva débil Rho de 0.211** entre comunicación organizacional y el componente afectivo, en relación a la comunicación organizacional con la dimensión componente continuo se encontró una relación positiva débil Rho de 0.130** y por último entre la variable comunicación organizacional y la dimensión componente normativo un valor de Rho de 0.180**. Por último, podemos indicar que solo en la hipótesis específica 2 se aceptó la hipótesis nula debido a que el p valor encontrado fue de 0.209 que es mayor a 0,05, en los demás casos se aceptaron las hipótesis alternas debido a que el p valor fue menor de 0,05. Los resultados encontrados, guardan relación con otros estudios que demuestran que es importante mantener un ambiente en donde exista una eficiente comunicación organizacional de tal modo que se logre un alto nivel de compromiso organizacional en los colaboradores, debiendo reforzar estrategias para mantener una eficiente comunicación e interés permanente de los ejecutivos hacia los colaboradores para que estos puedan sentirse identificados, desarrollando sus funciones acorde a los planes institucionales.

Para los autores Pérez y Pedraza (2018) su investigación buscó analizar la relevancia del engagement y su correlación con liderazgo, la comunicación y la aplicación de las tecnologías de la información y de comunicación, su muestra fue de 118 colaboradores, utilizó como instrumento el cuestionario. Sus resultados arrojaron una correlación en compromiso laboral de 0.833, liderazgo de 0.944 y TIC 0.536, en donde la correlación con mayor nivel fue la de liderazgo, que es la predominante, debido a que juega un papel clave para generar compromiso en el trabajo por parte de los colaboradores. La conclusión que realizaron en el estudio fue buscar equilibrio entre el personal y la organización, enfocándose en el bienestar mutuo entre los colaboradores y la organización, de esa manera se generará un mayor compromiso en los colaboradores hacia la empresa. Los resultados de esta investigación nos afirman que las organizaciones deben realizar acciones o estrategias para generar el liderazgo de los ejecutivos, debido a que juega un papel importante para expandir y sostener en el tiempo la identificación y compromiso de los demás participantes de la organización, sin descuidar un plan de beneficios en lo que concierne el cuidado de la salud emocional, para que los colaboradores desempeñen sus labores sin ningún tipo de afectación socioemocional.

En relación con los resultados obtenidos, Araque et al. (2017) en la investigación desarrollada en Colombia, tuvieron como objetivo, establecer la correlación entre marketing interno y la identidad laboral. El método utilizado fue cuantitativo correlacional, no experimental con una muestra de 100 colaboradores, sus resultados arrojaron la existencia de una relación positiva y moderada entre sus variables, asimismo indicaron que fue el componente afectivo el que mayor respuesta obtuvo. El resultado obtenido coincide de manera directa con el presente estudio siendo el componente afectivo el que mayor relevancia obtuvo, por lo que podríamos afirmar que una eficiente comunicación organizacional aumenta el deseo de sus integrantes por ser parte de la misma, trabajando a gusto, sin sentirse obligados o moralmente cohibidos por la empresa, afirmando que los colaboradores sienten un grado de lealtad debido a que la organización salvaguarda el bienestar de estos y como manera de retribución realizan esfuerzos mayores para el beneficio de la organización.

Del mismo modo, en la investigación realizada por Fierro et al. (2018) en México, tuvieron como objetivo establecer la correlación entre la gestión pública colaborativa y la identidad organizacional en una entidad pública. El método utilizado fue transversal-correlacional y no experimental, con una muestra de 110 colaboradores. Demostrando la existencia de un efecto positivo en los componentes del compromiso laboral (normativo y afectivo). Este resultado coincide con la presente investigación ya que son los mismos componentes que tuvieron resultados positivos y un sig bilateral menor a 0.05, pudiendo afirmar que cuando los integrantes muestran un grado interacción social frecuente, se incrementa el compromiso a través de un intercambio social, sus resultados se reflejan de manera eficiente en el desempeño de cada una de sus funciones; estas dos dimensiones son las que obtuvieron mayores índices de correlación en varios estudios de investigación, afirmando que las organizaciones no descuidan el vínculo colaborador-organización a través de las diferentes estrategias y acciones entre las cuales se puede mencionar beneficios en educativos para el desarrollo personal, económicos y de salud.

Investigación realizada por Calizaya (2020), en la ciudad de Arequipa, buscaron analizar el nivel de compromiso laboral en colabores del gobierno regional de Arequipa, sus resultados indicaron un nivel medio de compromiso laboral, debido a que los colaboradores no han logrado experimentar en su totalidad un estado psicológico positivo que permita sentirse involucrado, identificado y sentirse a gusto en su centro laboral. Este resultado este ligado con la presente investigación debido a que podríamos afirmar que los colaboradores no han desarrollado una identificación alta hacia la organización o no alcanzaron un nivel de involucramiento mayor, generando muchas veces rotaciones de personal en forma frecuente, repercutiendo en gastos de contratación e inestabilidad laboral.

Grandez y Saravia (2021) tuvieron como objetivo primordial demostrar la relación entre satisfacción y compromiso laboral, su muestra se conformó por cincuenta colaboradores. Sus resultados arrojaron un valor de 0,711 entre ambas variables, respecto a las dimensiones compromiso afectivo arrojó un p valor de 0,651, compromiso continuo de 0,583 y compromiso normativo de 0,782. Concluyendo que hay una relación positiva-alta entre ambas variables, asimismo

también indicaron que hay una relación positiva-moderada entre la variable satisfacción laboral y el componente afectivo, del mismo modo, existe una baja relación positiva-moderada respecto al componente continuo y por último existe una relación positiva-alta en el componente normativo, de acuerdo a los resultados obtenidos llegan a la conclusión que los ejecutivos priorizan acciones para una mejora del nivel de satisfacción en la organización y como consecuencia una mejora en el nivel del compromiso e identificación de los miembros hacia su organización. En relación a los resultados obtenidos podemos indicar que guarda relación respecto al resultado de dos de sus componentes del compromiso laboral, las cuales aceptaron las hipótesis alternas (afectivo y normativo), debiendo priorizar el componente continuo en la cual da énfasis a los beneficios y prestaciones económicas que recibe el colaborador, podríamos suponer que los colaboradores de la presente investigación no se sienten motivados e identificados con las prestaciones recibidas, es decir sienten que deberían obtener mayor ingresos, prestaciones económicas o beneficios por las funciones que desempeñan las cuales las no las hace sentir parte de la organización.

Piedra (2020) buscó demostrar la relación entre motivación laboral y comunicación organizacional, tuvo una muestra conformada por ochenta individuos, los instrumentos que utilizó fueron el Test de Comunicación Organizacional de Portugal y la escala general de satisfacción de Warr, Cook y Wall. Sus resultados arrojaron un 0,809 entre las variables. La conclusión a la que arribó fue que existe una correlación significativa entre motivación laboral y comunicación organizacional, indicando que cuando los jefes cuentan con disponibilidad de escuchar a sus subordinados y establecen canales de comunicación, estos se sienten motivados. Los resultados obtenidos con la presente investigación nos afirman que una eficiente comunicación organizacional es esencial en todas las entidades debido a que los colaboradores se sienten parte de la misma, al conocer y estar informados sobre las políticas y actualizaciones de la organización, por ende, trabajan de manera satisfactoria logrando una sinergia entre todos los departamentos de la institución.

Sin dejar de lado la investigación realizada por Charry (2018) en su estudio sobre comunicación y clima organizacional en una entidad estatal, la conclusión

evidencia una relación significativa entre comunicación y clima organizacional y sus componentes de estructura. Los resultados de esta investigación amparan los hallazgos en relación con la influencia directa de la gestión de la comunicación y clima organizacional, reforzando la responsabilidad de hacer las cosas bien y lograr una afiliación con la institución.

En relación a las teorías, tenemos a la teoría humanística de Elton Mayo (1950), quien consideró y valoró a los individuos como seres sociales en la organización, asimismo dio importancia a los recursos humanos, a quienes los consideraba que no solo laboran para recibir salario sino también lo hacían para satisfacer sus necesidades psicológicas y sociales. (Alcaraz 2016). Los resultados de esta investigación amparan los hallazgos, en relación al compromiso emocional que está asociada a la conexión socioemocional que logra el individuo por la permanencia durante su trayectoria laboral y los beneficios que recibe el trabajador y sus familiares directos.

La teoría clásica estudiada por Taylor, indican que los individuos lograban sus objetivos siempre y cuando contaban con estímulos como una buena remuneración, es decir siempre y cuando tengan una motivación y satisfacer sus necesidades pecuniarias. En la actualidad muchas organizaciones cuentan con esta ideología debido a que ofrecen a los colaboradores diferentes tipos de motivaciones basándose en premios, bonos, etc. solo para que estos se sientan estimulados para el logro de objetivos. Pineda (2020). Los resultados de esta investigación amparan los hallazgos encontrados en relación al compromiso de continuidad asociada con la motivación extrínseca e intrínseca, que son formas de impulsar el comportamiento positivo a resultados deseados, con la satisfacción de necesidades básicas, sociales y de autoestima.

La teoría de la contingencia por Burns y Stalker (1961), indica que es la consecuencia de la estructuración y la implementación de políticas y cambios que se generan en la sociedad, otorgando un rol importante a la comunicación organizacional (Saladrigas, 2005). Los resultados de esta investigación comprueban que existe cierta parcialidad de coincidencia con los hallazgos encontrados, respecto a los compromisos normativos, que refiere al compromiso

experimentado como la responsabilidad de cumplir las políticas y normas institucionales derivadas de las funciones que le asigna a cada colaborador.

Respecto a las teorías del compromiso laboral, tenemos la del comportamiento organizacional que surge en 1947, esta teoría posee una orientación sociológica y motivacional, orientada al logro del cambio y flexibilidad organizacional, enfocándose a establecer un modelo de desempeño y un plan adecuado a los cambios organizacionales. Los resultados de esta investigación amparan los hallazgos, coincidiendo que el compromiso socioemocional que vincula la organización y el componente afectivo con el trabajador. Del mismo modo, la teoría del valor de Adam Smith del año 1963, el cual prioriza el precio que se asigna a cada hora trabajada, es decir a mayor cantidad de trabajo que demande un bien o servicio, mayor será su precio, es decir los empleados evalúan su propio rendimiento equilibrando lo que da la organización y lo que ellos pueden recibir de la misma. (Cárdenas 2019). Los resultados de esta investigación coinciden de manera parcial con los resultados, ya que existe un mayor compromiso afectivo (lazo emocional hacia la organización) y compromiso de continuidad (apoyado en las retribuciones económicas), este último refuerza lo que manifiesta la teoría en mención. Por último, la teoría tridimensional, desarrollado por los autores Meyer y Allen del año 1991, quienes definieron a la identidad laboral como un estado psicológico que determina la relación de un individuo y una organización, asimismo los autores consideran tres dimensiones en su teoría: componente afectivo, normativo y de continuidad. (Baez et al 2018). La investigación respalda los hallazgos en cuanto al uso de las tres dimensiones utilizadas y comprobadas, en razón a la identidad organizacional de los colaboradores, relacionada de manera directa con la comunicación interna.

La limitación más relevante de esta investigación fue la recopilación de los cuestionarios debido a que la organización se encontraba en un proceso de auditoría anual que limitó a los participantes a responder de manera rápida y en su totalidad, asimismo también se puede indicar la poca accesibilidad de información encontrada en relación a las dimensiones de comunicación organizacional, el cual no permitió realizar una confrontación de resultados con cada una de sus dimensiones.

VI. CONCLUSIONES

1. Existe una relación positiva débil entre la comunicación organizacional y compromiso laboral en colaboradores de una entidad financiera de la ciudad de Lima, 2022. El valor del coeficiente encontrado fue de 0.284**, siendo para la escala de Rho de Spearman una correlación positiva débil, concluyendo que se demuestra la hipótesis general.
2. Existe relación positiva débil entre comunicación organizacional y el compromiso afectivo en colaboradores de una entidad financiera de la ciudad de Lima, 2022. El factor de coeficiente encontrado fue de 0.211**, quedando la primera hipótesis específica demostrada.
3. Existe relación positiva débil entre comunicación organizacional y el compromiso continuo en colaboradores de una entidad financiera de la ciudad de Lima, 2022; siendo el factor de coeficiente 0.130**. Asimismo, se obtuvo un sig bilateral 0.209, siendo $>$ a 0.05, se rechaza la H_a y se acepta la H_o .
4. Existe relación positiva débil entre comunicación organizacional y el compromiso normativo en colaboradores de una entidad financiera de la ciudad de Lima, 2022, siendo el factor de coeficiente 0.180**, quedando la tercera hipótesis específica demostrada.

VII. RECOMENDACIONES

Se sugiere al presidente del Directorio de la entidad financiera promover e implementar un modelo de comunicación organizacional que esté integrada, en la cual todos los colaboradores sean transmisores de mensajes, con la finalidad de aumentar la motivación y productividad en sus colaboradores.

Se sugiere a los gerentes propiciar un clima organizacional estable a través de la retroalimentación de todos los mensajes, que permita mejorar la fluidez de la comunicación organizacional, asimismo propiciar un ambiente que mejore las relaciones entre las áreas, para que exista predisposición a colaborar mediante el intercambio de información para el interés común.

Se sugiere a los jefes de área identificar el comportamiento de los colaboradores, así como también de los procesos de comunicación verbal y no verbal, los flujos de intercambio de la información y los distintos procesos de intervención. Entendiendo que la ausencia de la comunicación organizacional y colaboración en el ambiente laboral es la principal causa del fracaso organizacional.

Se sugiere a colaboradores de la entidad financiera a valorar a las personas que demuestran dedicación y compromiso en transmitir el mensaje claro y encontrar la retroalimentación necesaria, en un marco de respeto y consideración, bajo el principio de escucha activa, con el objeto de entender su pedido, consulta, reclamo, quejas y sugerencias y satisfacer su necesidad que requiera.

REFERENCIAS

- Alboreda, A. (2016). El compromiso de continuidad y el vínculo del consumidor con la organización. *Cuadernos de Administración*, 29 (53), 181-201. <http://dx.doi.org/10.11144/Javeriana.cao29-53.ccvc>.
- Alcaraz - Armendáriz, Abelardo, & Álvarez - Sánchez, Iván Noel, & Sánchez - García, José Emilio (2016). Educación y motivación para mejorar la productividad en una dependencia de Gobierno (Recaudación de Rentas del Municipio de Ahome, Sinaloa). *Ra Ximhai*, 12(6),389-397. ISSN: 1665-0441. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=46148194027>.
- Araque, D., Sánchez, J. y Uribe, Ana (2017). Relación entre marketing interno y compromiso organizacional en Centros de Desarrollo Tecnológico colombianos. *Estudios Gerenciales*, 33(142). <https://doi.org/10.1016/j.estger.2016.12.005>.
- Ashfaq F, Abid G, Ilyas S. Impact of Ethical leadership on employee engagement: Role of self-efficacy and organizational commitment. *Eur J Investig Health Psychol Educ*. 2021 Ago 25;11(3):962-974. Doi: 10.3390/ejihpe11030071. PMID: 34563084; PMCID: PMC8544222.
- Baez, R., Zayas, P., Velasquez, R., Lao, Y. (2019). Modelo conceptual del compromiso organizacional en empresas cubanas. *Revista redalyc.org*. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/journal/3604/360458834003/html/>
- Bambaeeroo, F. y Shokrpour, N. (2017). The impacto of the teachers' non-verbal communication on success in teaching. *Journal of advances in medical education&professionalism*, volumen 5, p51 - 59. <https://bit.ly/3z75S0N>
- Betteke van Ruler (2018) Communication theory: an underrated pilar on which strategic communication rest, *International Journal of Strategic Communication*, 12: 4, 367-381, DOI: 10.1080 / 1553118X.2018.1452240
- Böhrt, Raúl, & Larrea, Patricia. (2018). Relación entre compromiso normativo y apoyo organizacional percibido en empleados de oficina. *Ajayu Órgano de Difusión Científica del Departamento de Psicología UCBS*, 16(2), 220-

251. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2077-21612018000200001&lng=es&tlng=es.

Caballero Pacheco, L. B. (2019). Comprendiendo el ámbito de la comunicación organizacional interna y el desempeño docente en instituciones educativas. *Boletín de la Academia Peruana de la Lengua*, 66(66), 65 - 82. <https://doi.org/10.46744/bapl.201902.003>

Chiang, M. & Candia, F. (2021). Las creencias afectan al compromiso organizacional y la satisfacción laboral. Un modelo de ecuaciones estructurales. *Revista Científica de la UCSA*, 8 (1), 14-25. <http://scielo.iics.una.py/pdf/ucsa/v8n1/2409-8752-ucsa-8-01-14.pdf>

Calizaya López J. M., Morales Palao B., Pinto Pomareda H. L., y Bellido Medinar. S. (2020). Análisis del compromiso laboral en trabajadores de Gobiernos Locales de la ciudad de Arequipa, Perú. *Universidad Ciencia y Tecnología*, 24(106), 13-19. <https://doi.org/10.47460/uct.v24i106.390>

Cárdenas-Pérez, A. (2019). La teoría del valor-trabajo. El predominio del pensamiento clásico desde la modernidad hacia la sobre modernidad. *Revista Publicando*. <https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/1725>

Casoria, F., Riedl, A. , y Werner, P. (2020). *Aspectos conductuales de la comunicación en las organizaciones*. Universidad de Maastricht, Graduate School of Business and Economics. Memorandos de Investigación GSBE No. 010 <https://doi.org/10.26481/umagsb.2020010>

Cevallos Villegas, D. M., Moreno Rodríguez, C. J., & Cevallos Conde, R. D. (2018). Importance of the internal communication audit in organizations. *Revista Espacios*. Recuperado de <http://www.revistaespacios.com/a18v39n42/18394237.html>

Charry Condor, Héctor Omar. (2018). La gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en el sector público. *Comuni@cción*, 9(1), 25-34. Recuperado de

http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682018000100003&lng=es&tlng=es.

- Contreras Delgado, Omar Eduardo, & Garibay Rendón, Nadia Gabriela. (2020). Comunicación organizacional: Historia, desarrollo y perspectivas de un concepto en constante construcción en América Latina. *Inmediaciones de la Comunicación*, 15(2), 43-70. Epub 01 de diciembre de 2020. <https://doi.org/10.18861/ic.2020.15.2.3018>
- Cuenca, R. & López, H. (2020). Estudio de la gestión del compromiso y cultura organizacional de FLACSO. *Podium*, 37, 43-56. <http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/podium/n37/2588-0969-podium-37-43.pdf>
- Díaz Muñoz, R. E., & Vásquez Pérez, K. J. (2022). Comunicación organizacional interna y satisfacción laboral en la municipalidad provincial de Hualgayoc-Bambamarca. *Revista Compás Empresarial*, 13(34), 28–41. <https://doi.org/10.52428/20758960.v13i34.223>
- Doleman, G., Twigg, D., Bayes, S. y Chivers, P. (2021). Paediatric nurses' satisfaction with organisational communication, job satisfaction, and intention to stay: A structural equation modelling analysis. *Collegian*, 28(4). <https://doi.org/10.1016/j.colegn.2020.11.005>.
- Estrada, E. y Gallegos, N. (2020). Satisfacción laboral y compromiso organizacional en docentes de la Amazonía peruana. *Revista Educ. Form., Fortaleza*, v. 6, n. 1, e3854. Disponible en: <https://revistas.uece.br/index.php/redufor/article/view/3854>
- Félix Mateus, A. (2014). La comunicación en las teorías de las organizaciones. El cruzar del siglo XX y la revolución de las nuevas tecnologías - una visión histórica. *Historia y Comunicación Social*, 19, 195-210. https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2014.v19.45021
- Fierro-Moreno, E., Martínez-Ávila, M., Ortiz-Reyes, F., & Martínez-Bello, J. (2018). La gestión pública colaborativa y el compromiso organizacional. Organizaciones del sector público del Estado de México. *RECAI Revista De*

Estudios En Contaduría, Administración E Informática, 7(20), 1-13.
Consultado de <https://recai.uaemex.mx/article/view/11426>

Fullerton, G. (2005). The impact of brand commitment on loyalty to retail service brands. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 22 (2), 97-110

Galván-González, Claudia; Silva-Olvera, María de los Ángeles
La Diversidad Generacional sobre el Compromiso Organizacional del Personal Docente de una IES, núm. 62, 2021
Instituto Tecnológico de Aguascalientes. Recuperado de:
<https://www.redalyc.org/journal/944/94469878005/>

García, G. (2018) Comunicación organizacional 2.0, la comunicación siglo XX y la llegada del siglo XXI, el desafío de las empresas en la era digital. *Centro de recursos para el aprendizaje y la investigación*. <http://bitly.ws/kyQN>

García Rubiano, Mónica, & Arias, Fabio, & Gómez, Paola (2013). Relación entre comunicación y cambio organizacional en trabajadores de una empresa del sector terciario. *Diversitas: Perspectivas en Psicología*, 9(1),81-95.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67926246010>

Girón, C., & Serruto Perea, Y. A. (2020). Relación del síndrome de Burn Out y el Compromiso Organizacional en personas que trabajan y estudian en una Universidad del Norte. *EDUCARE ET COMUNICARE: Revista científica De La Facultad De Humanidades*, 8(1), 4-13.
<https://doi.org/10.35383/educare.v8i1.320>

Guerrero, M., Sotelo, J., Cabezuelo, F. (2022). La comunicación interna como herramienta estratégica constructora y transmisora de la cultura organizacional. *International journal of communication research*. Doi: 10.7263/adresic-27-206

Grandez Pastor, L. P., & Saravia Carbajal, J. J. . (2021). La satisfacción laboral y el compromiso organizacional del personal del programa nacional de centros juveniles, 2019. *Revista Gobierno y Gestión Pública*, 9(1), 10 - 22.
<https://doi.org/10.24265/iggp.2022.v9n1.03>

- Hernández Bonilla, Blanca Estela; Ruiz Reynoso, Adriana Mercedes; Ramírez Cortés, Verónica; et al. Reasons and factors involved in the organizational commitment. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, vol. 8, núm. 16, 2018. Doi: 10.23913/ride.v8i16.370
- Hung, C., & Wu, J. (2016). The Impact of Position Difference on Employees Organizational Commitment After the Merger of Life Insurance Companies. *Emerging Markets Finance & Trade*, 52(4), 843–852. <https://doi.org/10.1080/1540496X.2015.1117870>
- Ingelmo, M. (2015). Utilización de las nuevas tecnologías en comunicación interna. Análisis del uso de los social media en la comunicación interna de las empresas españolas. Valladolid. Obtenido de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/21465/Tesis1170-161207.pdf?sequence=1>
- Liu T, Gao J, Zhu M, Jin S. Women's Work-Life Balance in Hospitality: Examining Its Impact on Organizational Commitment. *Front Psychol*. 2021 Feb 9;12:625550. doi: 10.3389/fpsyg.2021.625550.
- Ma Y. Role of communication strategies in organizational commitment, mediating role of faculty engagement: evidence from english language teachers. *Front Psychol*. 2022 Jun 22;13:921797. doi: 10.3389/fpsyg.2022.921797. PMID: 35814063; PMCID: PMC9257226.
- Martínez Muñoz, E., Hernández Gracia, T. J., Torres-Flórez, D., García Velázquez, M. del R., & Montaña Arango, O. (2018). La realidad comunicacional, liderazgo y clima laboral de la pequeña empresa industrial textil en el Estado de Hidalgo. *Revista GEON (Gestión, Organizaciones Y Negocios)*, 5(1), 76-90. <https://doi.org/10.22579/23463910.15>
- Neyra, M., Aliaga, B., Santos, V. & Alvarez, V. (2020). Validación del instrumento compromiso organizacional “CO”. *Revista de investigación valor agregado*, 7(1), 21-42. <https://doi.org/10.17162/riva.v7i1.1412>

- Novoa Goncalves, K. L., & Gutiérrez García, R. A. (2019). La exploración de la interacción social interna y su repercusión en la comunicación organizacional. *European Journal of Child Development, Education and Psychopathology*, 7(1), 73–82. <https://doi.org/10.30552/ejpad.v7i1.90>
- Pérez Juárez, J., y Pedraza-Nájar, X. L. (2019). Medición del work engagement y su relación con la comunicación, liderazgo y TIC en una empresa editorial mexicana. *SIGNOS - Investigación en sistemas de gestión*, 11(1), 37-53. DOI: <https://doi.org/10.15332/s2145-1389.2019.0001.02>
- Piedra, M. (2020). Comunicación organizacional y la motivación laboral en el docente de la facultad de ciencias de la comunicación de una universidad privada peruana. (Tesis de maestría). Perú. <https://hdl.handle.net/20.500.14138/3541>.
- Pineda Henao, A. E. (2020). La comunicación organizacional en la gestión empresarial: retos y oportunidades en el escenario digital. *Revista GEON (Gestión, Organizaciones Y Negocios)*, 7(1), 9-25. <https://doi.org/10.22579/23463910.182>
- Prado-Roman, C., Díez-Martin, F., & Blanco-Gonzales, A. (2020). The effect of communication on the legitimacy and performance of organization. *Gestao de Negocios*. doi: <https://doi.org/10.7819/rbgn.v22i3.4071>
- Quispe-Eslaba, S., Oria-Peña, P., & Napán-Yactayo, A. (2021). Comunicación interna en el desarrollo de tareas de los colaboradores de la empresa HACOM – 2021. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 6(1), 143-162. doi:<http://dx.doi.org/10.35381/r.k.v6i1.1218>
- Reyes, V. (2020). Vigencia de la Teoría Burocrática de Max Weber y su relación con la satisfacción laboral en una institución pública. Obtenido de <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/7786/1/T3189-MDTH-Reyes-Vigencia.pdf>
- Carlos-Ornelas, Carmen Estela; Rodríguez-González, Martha Patricia; Herrera-Estrada, Sasi; et al.

Determinantes del Compromiso Organizacional de los Profesores de Dos Instituciones de Educación Superior mexicanas, núm. 61, 2021 Instituto Tecnológico de Aguascalientes. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/journal/944/94467989007/>

Rojas Lobo, P. (2014). La comunicación interna. Una herramienta para generar pertenencia y aumentar la productividad en las organizaciones. *Revista Nacional de Administración*, Vol. 2, no. 2. DOI: <https://doi.org/10.22458/rna.v2i2.375>

Ruiz de Alba Robledo (Universidad de Málaga), J. L. (2013). El compromiso organizacional: un valor personal y empresarial en el marketing interno. *Revista De Estudios Empresariales. Segunda Época*, (1). Recuperado a partir de <https://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/REE/article/view/847>

Saladrigas Medina, Hilda (2005). Comunicación organizacional: Matrices teóricas y enfoques comunicativos. *Revista Latina de Comunicación Social*, 60. La Laguna (Tenerife). <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200540salabrigas.htm>

Segredo Pérez, Alina María, García Milian, Ana Julia, López Puig, Pedro, León Cabrera, Pablo, & Perdomo Victoria, Irene. (2017). Comunicación organizacional como dimensión necesaria para medir el clima en las organizaciones en salud pública. *Horizonte sanitario*, 16(1), 28-37. <https://doi.org/10.19136/hs.v16i1.1256>

Soto Trujillo, C. A. (2020). La facilitación de los procesos de comunicación en la organización: Una contribución desde el Desarrollo Humano al logro de la satisfacción laboral. *Investigación & Desarrollo*, 27(2), 57–84. <https://doi.org/10.14482/indes.27.2.658.45>

Tambunan, K., Rini, E., & Nazaruddin, N. (2018). The effect of organizational commitment to the performance of y generation employees in PT bank sumut with transformational leadership as moderation variables. *Junior*

Scientific Researcher. Obtenido de: <https://mp.ra.ub.uni-muenchen.de/92357/>

Torkaman M, Heydari N, Torabizadeh C. Nurses perspectives regarding the relationship between professional ethics and organizational commitment in healthcare organizations. *J Med Ethics Hist Med*. 2020 Nov 8; 13:17. doi: 10.18502/jmehm.v13i17.4658. PMID: 33532046; PMCID: PMC7816541.

Toseef M, Kiran A, Zhuo S, Jahangir M, Riaz S, Wei Z, Ghauri TA, Ullah I, Ahmad SB. Inspirational leadership and innovative communication in sustainable organizations: a mediating role of mutual trust. *Front Psychol*. 2022 Jul 28; 13:846128. doi: 10.3389/fpsyg.2022.846128. PMID: 36003091; PMCID: PMC9394427.

Neyra Vilcarrromero, M., Aliaga Jimenez, B. K., Burgos Chavez, V. S., & Álvarez Manrique, V. D. (2020). Validación del instrumento compromiso organizacional "CO" en docentes de diversas instituciones UGEL 006, Lima, 2020. *Revista De Investigación Valor Agregado*, 7(1), 11 - 21. <https://doi.org/10.17162/riva.v7i1.1412>

Vivas, A., & Saavedra, P. (2019). Comunicación interna en la calidad de la gestión administrativa Liceo Técnico Amelia Courbis, Talca 2019. *Revista Scientific*. doi: <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2019.4.E.7.116-135>

Velásquez Morales, M. (2016). Comunicación interna y toma de decisiones en autoridades de la universidad nacional amazónica de madre de dios. *Ceprosimad*, 4(1), 46-54. Recuperado a partir de <https://journal.ceprosimad.com/index.php/ceprosimad/article/view/30>

Vera, M. D., & Andersen, C. T. (2018). Labor Practices and Organizational Commitment. *Ciencia & Trabajo*, 20(63), 145–150. <https://doi.org/10.4067/s0718-24492018000300145>

ANEXOS

Anexo 1 Operacionalización de las variables

Variables de estudio	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Escala de medición
Comunicación organizacional	Proceso indispensable para la interacción entre seres humanos, sin importar el método o el modelo que se utiliza, el constante avance de la tecnología nos otorga las herramientas que facilitan un adecuado proceso, con la finalidad de crear confianza y cooperación entre los colaboradores de una organización (García, 2018).	De acuerdo con García (2018) la variable comunicación organizacional está compuesta por tres dimensiones humana, instrumental y estratégica (García 2018).	Humana	Comunicación interpersonal	Escala: Ordinal Nivel: Politómica Escala Likert Siempre (5) Casi siempre (4) A veces (3) Casi nunca (2) Nunca (1)
				Apoyo y empatía post pandemia	
			Instrumental	Aplicación de instrumentos digitales	
				Utilización de herramientas de comunicación acorde con el contexto	
			Estratégica	Planeamiento estratégico alineado post pandemia	
				Aplicación de estrategias de acuerdo con los objetivos	
Compromiso laboral	Sentimiento de pertenencia que interioriza un individuo hacia la organización en la cual labora, debido a diferentes motivos que dan como consecuencia sostener en el tiempo dicha relación (Galván y Silva, 2021).	De acuerdo con los autores Galván y Silva (2021) la variable compromiso laboral está compuesta por tres dimensiones compromiso afectivo, normativo y de continuidad.	Afectivo	Carga emocional respecto a la organización	
				Aspecto social de la organización	
			Normativo	Responsabilidad organizacional	
				Lealtad organizacional	
			De continuidad	Autonomía laboral	
				Incentivos de trabajo	
	Ingresos				

Anexo 2: Cuestionarios

Cuestionario: Comunicación Organizacional

Pautas: A continuación, se muestran una serie de declaraciones relacionadas con su EMPRESA. Exprese su nivel de acuerdo o desacuerdo con cada una de las afirmaciones, basándose en sus propios sentimientos acerca de la empresa para la que trabaja.

Marque con una "X" según su consideración de cada uno de los detalles que se enumeran a continuación, teniendo en cuenta la siguiente escala de calificación: (1): nunca; (2): casi nunca; (3): a veces; (4): casi siempre; (5): siempre.

N°	Enunciados	1	2	3	4	5
1	Me relaciono de manera afectiva creando un ambiente de respeto en la institución					
2	Escucho atentamente a todos los colaboradores					
3	Evito emitir prejuicios que puedan distorsionar el mensaje					
4	Genero confianza en los espacios de interacción con los colaboradores					
5	Muestro empatía frente a situaciones críticas (enfermedad, luto) en la institución					
6	Utilizo señales no verbales, adecuado tono de voz para dirigirme a mis compañeros					
7	Promuevo el trabajo en equipo en la institución para facilitar la comunicación					
8	Resuelvo los inconvenientes que se presentan en el equipo de trabajo					
9	Aplico las TIC's en las actividades laborales como parte de la cultura en la institución					
10	Tengo acceso a información, imágenes, audios y actividades lúdicas como parte del nuevo modelo de comunicación					
11	Recibo información oportuna y rápida sobre los avances, cambios o adaptaciones en mi área laboral					
12	Utilizo herramientas de tecnología en línea para comunicarme durante el trabajo remoto					
13	Utilizo recursos en línea para capacitarme continuamente					
14	Fomento la colaboración y el intercambio rápido de información entre compañeros de trabajo					
15	Participo activamente de la planeación estratégica a corto y largo plazo de mi área laboral					
16	Anticipo y adapto mi labor a los cambios (teletrabajo o home office)					
17	Utilizo diversos medios de comunicación social (social media) para transmitir los objetivos de la empresa a los usuarios y demás colaboradores					
18	Aplico recursos y herramientas virtuales (software, plataformas en línea) en mi equipo de trabajo para facilitar los procesos de transmisión en tiempo real y apropiación del conocimiento					
19	Empleo los foros, blogs o intranet como medio estrategia para discutir temas relevantes asincrónicos en beneficio de la institución					
20	Me comprometo con el trabajo colaborativo cuando se me asigna un equipo en la institución					

Cuestionario: Compromiso Laboral

Pautas: A continuación, se muestran una serie de declaraciones relacionadas con su EMPRESA. Exprese su nivel de acuerdo o desacuerdo con cada una de las afirmaciones, basándose en sus propios sentimientos acerca de la empresa para la que trabaja.

Marque con una "X" según su consideración de cada uno de los detalles que se enumeran a continuación, teniendo en cuenta la siguiente escala de calificación: (1): nunca; (2): casi nunca; (3): a veces; (4): casi siempre; (5): siempre.

N°	Enunciados	1	2	3	4	5
1	Tiene una fuerte sensación de pertenecer a su institución					
2	Esta institución tiene gran significado personal para mí					
3	Se siente como parte de una familia en esta institución					
4	Siente como si los problemas de esta institución fueran sus propios problemas					
5	Disfruta hablando de su institución con gente que no pertenece a ella					
6	Estaría muy feliz pasando el resto de su vida laboral en esta institución					
7	Sigue trabajando, porque otra institución no podría igualar el sueldo y prestaciones que tiene en esta institución					
8	Tiene pocas opciones de conseguir otro trabajo igual, como para dejar esta institución					
9	Sigue trabajando en esta institución, porque afuera, le resultaría difícil conseguir un trabajo como el que tiene aquí					
10	Considera que sería muy duro dejar esta institución, incluso si quisiera hacerlo					
11	Trabaja en esta institución más por gusto que por necesidad					
12	Demasiadas cosas en su vida se verían interrumpidas si decidiera dejar ahora esta institución					
13	Sigue laborando en esta institución porque siente la obligación moral de permanecer en ella					
14	No considera correcto dejar en estos momentos esta institución					
15	Se siente culpable si dejase ahora su institución, considerando todo lo que le ha dado					
16	No abandonaría su institución, porque se siente obligado con toda su gente.					
17	Esta institución se merece su lealtad					
18	La colaboración se mantiene compartiendo ideas y habilidades en su institución					

Anexo 3: Ficha Técnica de los instrumentos

Ficha técnica del cuestionario sobre comunicación organizacional

Nombre:	Cuestionario sobre comunicación organizacional
Autor:	Gina Tatiana Garcia Alvarado
Fecha:	2018
Adaptado por:	Sonia Bellota Cassano Tasaico
Año:	2021
Objetivo:	Conocer la opinion de los docentes de postgrado
Administración:	Individual
Tiempo de duración:	20 minutos aproximadamente
Contenido:	Cuestionario tipo Likert con un total de 20 items
Dimensiones:	Humana, Estrategica, Instrumental
Escala de medicion:	Siempre(5), casi siempre(4), a veces (3), casi nunca(2), nunca(1)

Ficha técnica del cuestionario sobre compromiso laboral

Nombre:	Cuestionario sobre compromiso laboral
Autor:	Maricruz Neyra Vilcarromero Bryan Kevin Aliaga Jimenez Victor Santos Burgos Chavez Victor Daniel Alvarez Manrique
Fecha:	2020
Adaptado por:	Andres Ninahuanca Espinoza
Año:	2022
Objetivo:	diagnosticar de manera individual el compromiso organizacional en sus dimensiones: compromiso afectivo, de continuidad y normativo.
Administración:	Individual
Tiempo de duración:	15 minutos aproximadamente
Contenido:	Cuestionario tipo Likert con un total de 18 items
Dimensiones:	Afectivo, de continuidad y normativo
Escala de medicion:	Siempre(5), casi siempre(4), a veces (3), casi nunca(2), nunca(1)



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ESCUELA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, RAUL ALFREDO MENDEZ PARODI, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Comunicación organizacional y compromiso laboral en colaboradores de una entidad financiera de la ciudad de Lima, 2022.", cuyo autor es BALUARTE MONGE ANGELA SILVANA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 15.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 14 de Diciembre del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
RAUL ALFREDO MENDEZ PARODI DNI: 18111923 ORCID: 0000-0002-1667-9594	Firmado electrónicamente por: RAMENDEZ el 30-12- 2022 13:25:10

Código documento Trilce: TRI - 0487673