

UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN

Enrique Guzmán y Valle

“Alma Máter del Magisterio Nacional”

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales



Tesis

**Comunicación interna y compromiso organizacional del personal civil
de la Fuerza Aérea del Perú. Área Las Palmas-Distrito Santiago de
Surco, 2019**

Presentada por:

LUDEÑA REYNAGA, German
GAMARRA GARCIA, Luis Allan
GONZALES LAGOS, Fernando

Asesor:

Dr. Acosta Castro, Tito Doroteo

Para optar el título profesional de Licenciado en Administración de Empresas

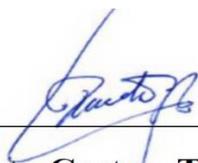
Carrera profesional: Administración de Empresas

Lima, Perú

2021

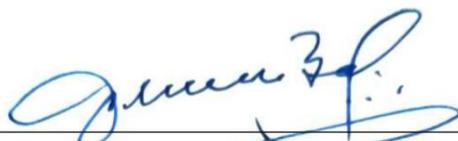
TESIS

**Comunicación interna y compromiso organizacional del personal civil
de la Fuerza Aérea del Perú. Área Las Palmas-Distrito Santiago de
Surco, 2019**



Dr. Acosta Castro, Tito Doroteo
Asesor

Designación de Jurado Resolución N°244-2021-D-FACE



Dr. Merino Berríos, Julio César
Presidente



Dr. Muñoz del Pozo, Guillermo
Secretario



Dr. Aguilar Ibarra, Alberto Félix
Vocal

Dedicatoria

A divino Dios, por iluminar mi mente y mi corazón para lograr mis metas y objetivos, brindarme su gran amor por intermedio de mi familia y cada persona buena que me rodea. Germán.

Para mi familia, que me han acompañado en todos mis proyectos y no hay duda de que, sin su apoyo, todo sería más difícil. Luis Allan.

A mis seres queridos, maestros y compañeros, que me acompañan y apoyan para lograr mis objetivos.
Fernando.

Reconocimiento

A mis seres queridos, a mis profesores, a mis compañeros y a cada persona que se presentó en el camino para contribuir en la educación superior y el desarrollo de esta investigación.

Muy especial a nuestro asesor doctor Tito Doroteo Acosta Castro, por su gran apoyo y orientación a seguir estudios superiores y guiarnos en cada etapa de esta investigación.

A las autoridades y trabajadores civiles de Fuerza Aérea del Perú. Área Las Palmas - Distrito Santiago de Surco, institución que nos abrió sus puertas para realizar este trabajo.

Índice de contenidos

Hoja de firma de jurado	ii
Dedicatoria.....	iii
Reconocimiento	iv
Índice de contenidos	v
Lista de tablas	viii
Lista de figuras	x
Resumen	xi
Abstract.....	xii
Introducción.....	xiii
Capítulo I. Planteamiento del problema	15
1.1 Determinación del problema	15
1.2 Formulación del problema.....	17
1.2.1 Problema general.....	17
1.2.2 Problemas específicos.....	17
1.3 Objetivos.....	18
1.3.1 Objetivo general.	18
1.3.2 Objetivos específicos.....	18
1.4 Importancia y alcances de la investigación	19
1.4.1 Importancia de la investigación.....	19
1.4.2 Alcances de la investigación.....	19
1.5 Limitaciones de la investigación	20
Capítulo II. Marco teórico	21
2.1 Antecedentes.....	21

2.1.1 A nivel internacional.....	21
2.1.2 A nivel nacional.....	23
2.2 Bases teóricas de la primera y segunda variable	26
2.2.1 Subcapítulo I: La comunicación interna.	26
2.2.1.1 Definición.....	26
2.2.1.2 Dimensiones de comunicación interna.....	27
2.2.1.3 Principales canales de comunicación interna.	30
2.2.1.4 Funciones de la comunicación.....	31
2.2.2 Subcapítulo II: Compromiso organizacional.....	32
2.2.2.1 Definición.....	32
2.2.2.2 Dimensiones del compromiso organizacional.....	32
2.2.2.3 Teoría que sustenta el compromiso organizacional.....	36
2.2.2.4 Consecuencias del compromiso.	39
2.3 Definición de términos básicos.....	40
Capítulo III. Hipótesis y variables	46
3.1 Hipótesis	46
3.1.1 Hipótesis general.....	46
3.1.2 Hipótesis específicas.....	46
3.2 Variables.....	47
3.2.1 Variable (1): Comunicación interna.	47
3.2.2 Variable (2): Compromiso organizacional.	47
3.3 Operacionalización de las variables	48
Capítulo IV. Metodología	49
4.1 Enfoque de investigación.....	49
4.2 Tipo de investigación	49

4.3	Diseño de investigación.....	50
4.4	Población y muestra	51
4.4.1	Población.....	51
4.4.2	Muestra.....	51
4.5	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	52
4.5.1	La encuesta.....	52
4.5.2	Instrumento de recolección de información.	52
4.6	Tratamiento estadístico.....	54
	Capítulo V. Resultados.....	56
5.1	Validez y confiabilidad de los instrumentos.....	56
5.1.1	Validez de los instrumentos.....	56
5.1.2	Confiabilidad de los instrumentos.	57
5.2	Presentación y análisis de los resultados	58
5.2.1	Nivel descriptivo.....	58
5.2.2	Nivel inferencial.....	69
5.2.2.1	Prueba de normalidad.....	69
5.2.2.2	Contrastación de hipótesis general.....	70
5.3	Discusión de los resultados	77
	Conclusiones.....	81
	Recomendaciones	82
	Referencias	83
	Apéndices	87

Lista de tablas

Tabla 1 Teoría del comportamiento organizacional	37
Tabla 2 Operacionalización de la Variable 1: Comunicación interna	48
Tabla 3 Operacionalización de la Variable 2: Compromiso organizacional	48
Tabla 4 Baremo para la evaluación grupal de las dimensiones de comunicación interna...	53
Tabla 5 Baremo para la evaluación grupal de las dimensiones del compromiso organizacional	54
Tabla 6 Validez de los instrumentos	56
Tabla 7 Fiabilidad de los conocimientos	57
Tabla 8 Distribución de frecuencias de la variable comunicación interna	58
Tabla 9 Distribución de frecuencias de la dimensión comunicación intrapersonal	59
Tabla 10 Distribución de frecuencias de la dimensión comunicación interpersonal	60
Tabla 11 Distribución de frecuencias de la dimensión comunicación corporativa	61
Tabla 12 Distribución de frecuencias de la variable compromiso organizacional	62
Tabla 13 Distribución de frecuencias de la dimensión compromiso afectivo	63
Tabla 14 Distribución de frecuencias de la dimensión compromiso de continuidad	64
Tabla 15 Distribución de frecuencias de la dimensión compromiso normativo	64
Tabla 16 Distribución de los niveles comparativos entre la comunicación interna y compromiso organizacional	65
Tabla 17 Distribución de los niveles comparativos entre la comunicación intrapersonal y compromiso organizacional	66
Tabla 18 Distribución de los niveles comparativos entre la comunicación interpersonal y compromiso organizacional	67
Tabla 19 Distribución de los niveles comparativos entre la comunicación corporativa y compromiso organizacional	68

Tabla 20 Pruebas de normalidad	70
Tabla 21 Correlación y significación entre comunicación interna y compromiso organizacional.....	71
Tabla 22 Correlación y significación entre comunicación intrapersonal y compromiso organizacional.....	72
Tabla 23 Correlación y significación entre comunicación interpersonal y compromiso organizacional.....	74
Tabla 24 Correlación y significación entre comunicación corporativa y compromiso organizacional.....	76

Lista de figuras

Figura 1. Nivel de comunicación interna.	58
Figura 2. Comunicación intrapersonal.	59
Figura 3. Comunicación interpersonal.	60
Figura 4. Comunicación corporativa.	61
Figura 5. Compromiso organizacional.	62
Figura 6. Compromiso afectivo.	63
Figura 7. Compromiso de continuidad.	64
Figura 8. Compromiso normativo.	65
Figura 9. Distribución de los niveles comparativos entre la comunicación interna y compromiso organizacional.	66
Figura 10. Distribución de los niveles comparativos entre la comunicación intrapersonal y compromiso organizacional.	67
Figura 11. Distribución de los niveles comparativos entre la comunicación interpersonal y compromiso organizacional.	68
Figura 12. Distribución de los niveles comparativos entre la comunicación corporativa y compromiso organizacional.	69
Figura 13. Diagrama de dispersión comunicación interna vs compromiso organizacional.	71
Figura 14. Diagrama de dispersión comunicación intrapersonal vs compromiso organizacional.	73
Figura 15. Diagrama de dispersión comunicación interpersonal vs compromiso organizacional.	75
Figura 16. Diagrama de dispersión comunicación corporativa vs compromiso organizacional.	77

Resumen

La tesis comunicación interna y compromiso organizacional del Personal Civil de la Fuerza Aérea del Perú. Área Las Palmas - Distrito Santiago de Surco, 2019. Es un estudio cuantitativo, de tipo sustantiva, se trabajó con el diseño no experimental transversal correlacional. Se contó con la participación 86 miembros del Personal Civil de la fuerza Área del Perú. Siendo esta una muestra no probabilística. Para medir las variables se utilizó el cuestionario, según las variables (Comunicación interna y compromiso organizacional). Sus principales hallazgos fueron que el 36,0% (31) señalan que la comunicación interna es regular y el 51,2% (44) señalan que el compromiso organizacional es regular. Lo que concluye que existe una relación directa y significativa entre la comunicación interna y el compromiso organizacional del Personal Civil de la Fuerza Aérea del Perú en el área Las Palmas, del distrito Santiago de Surco, 2019. Con Rho de Spearman = 0,774, siendo correlación positiva alta.

Palabras clave: Comunicación interna – Compromiso organizacional.

Abstract

The thesis internal communication and organizational commitment of the Civil Personnel of the Peruvian Air Force, in the Las Palmas area of the Santiago de Surco district, 2019. It is a quantitative study, of substantive type, we worked with the non-experimental correlational transversal design, it 86 members of the Civil Personnel of the Peruvian Area force participated; This is a non-probabilistic sample. To measure the variables, the questionnaire was used according to the variables (Internal communication and organizational commitment). Their main findings were that 36.0% (31) indicate that internal communication is regular and 51.2% (44) indicate that the organizational commitment is regular. Which concludes that there is a direct and significant relationship between internal communication and the organizational commitment of the Civil Personnel of the Peruvian Air Force in the Las Palmas area of the Santiago de Surco district, 2019. With Rho de Spearman = 0.774, being correlation positivehigh.

Keywords: Internal communication - Organizational commitment.

Introducción

La tesis titulada Comunicación interna y compromiso organizacional del Personal Civil de la Fuerza Aérea del Perú. Área Las Palmas - Distrito Santiago de Surco, 2019, fue desarrollada con el objetivo de establecer el nivel de relación que existe entre la comunicación interna y compromiso organizacional del personal civil que labora en dicha área.

Para cumplir con este objetivo esta investigación fue desarrollada siguiendo los pasos del método científico, abordada desde el enfoque cuantitativo, tipo de investigación sustantiva, diseño no experimental transversal correlacional, utilizando instrumentos de recolección de datos mediante la encuesta y procesadas con el sistema estadístico descriptivo e inferencial nos permitió contrastar la hipótesis, demostrando la relación significativa que existe entre ambas variables.

Actualmente en las organizaciones el requerimiento de la mejora continua, posicionamiento en el mercado y la competencia hacen que las empresas tengan la necesidad de contar con colaboradores eficientes y eficaces. Por lo que es esencial que los gerentes de recursos humanos de las organizaciones desarrollen estrategias, relacionados al fortalecimiento de la comunicación interna.

Los estudios de expertos nos indican que, a través de la comunicación fluida y la transmisión transparente de información, es posible consolidar una excelente participación y prevenir eventos no deseados, sin embargo, muchos gerentes aún no toman en cuenta el poder de la comunicación, a pesar de la evidencia positiva que se muestra entre la comunicación interna y por ende el compromiso con la organización.

A nivel mundial y nacional estamos rodeados de empresas tanto estatales y particulares; como las actividades que realizan son diversos, también requieren colaboradores de conocimientos y aptitudes diferentes sumado los cambios constantes en la

realidad; crea la necesidad de realizar investigaciones en dicha área, la misma que es recomendado por investigadores.

En los últimos años las organizaciones han hecho esfuerzos para buscar y retener personas calificadas sin embargo no se ha logrado significativamente, lo cual indica que seguirá siendo un desafío para los Administradores desarrollar nuevas estrategias para establecer el compromiso y identificación de los trabajadores hacia la organización.

Con una buena gestión de la comunicación interna, se puede lograr varios resultados: sentimiento de pertenencia de los trabajadores, la supervivencia de la organización y el consiguiente fortalecimiento de sus redes de relaciones; la apreciación interna de sus relaciones; el entorno laboral humanizado, colaborativo y participativo.

En consecuencia, podemos mencionar que si la comunicación interna es efectiva se asocia con un mayor nivel de compromiso organizacional. Es importante que las organizaciones comiencen a administrar la comunicación interna fluida e integral para lograr confianza, credibilidad, compromiso y participación por parte de trabajadores.

En este sentido, la comunicación interna debe ser parte integral de la gestión, al mismo nivel que las máquinas. Por lo tanto, queda fundado la pertinencia en la relación de este estudio y sus variables.

Capítulo I

Planteamiento del problema

1.1 Determinación del problema

Las organizaciones para lograr posesionarse en el mercado y brindar la mejor atención a sus clientes; requieren en primer lugar que dentro de ellas sus integrantes tengan una cadena de comunicación eficiente y eficaz; lo que indica que también habrá un buen nivel de compromiso organizacional; para alcanzar esta relación de la comunicación frente al compromiso organizacional no es fácil porque se trata del talento humano que se desenvuelven dentro de las diversas organizaciones, cada uno de estas organizaciones realizan distintas actividades en función a visión, misión objetivos, metas que cumplir que son muy distintas a las otras; por eso este tema es muy importante, interesante y elemental para los investigadores, de manera particular para los investigadores de las carreras de educación, administración y psicología.

Vilanova (2013) en su obra *Micropoderes*; comunicación interna para empresas con futuro; las buenas prácticas y tendencias en la gestión de empresas, son retos a los que han de enfrentarse las compañías que quieran sobrevivir en el siglo XXI, considerando el empleo de la comunicación interna como su principal herramienta y valor diferencial.

Hurtado (2017) realizó un estudio sustentado en las *teorías de Meyer y Allen*,

referentes al compromiso organizacional, desarrollada en el Sector Retail de Piura, este estudio recomienda realizar diagnósticos termómetro en cada área de la empresa, para así conocer la satisfacción del trabajador, en función a lo que se les ofrece, así se identifican sus necesidades y se pueden otorgar nuevos planes y acciones para un mejor desarrollo. De la misma forma sugiere que las empresas deben de proponer estrategias dirigidas a las necesidades de los trabajadores con el objeto de alcanzar la unidad, de esta manera se podría alcanzar la excelencia no solo en el trabajo sino también de forma personal.

Con una buena gestión de la comunicación interna se puede lograr varios resultados: el sentido de pertenencia de los trabajadores, la supervivencia de la organización y el consiguiente fortalecimiento de sus redes de relación; la apreciación interna de sus relaciones; el ambiente de trabajo humanizado, colaborativo y participativo; o fortalecimiento de lazos de confianza en la gestión empresarial; innovación organizacional; el equilibrio entre las necesidades de información de la organización y las expectativas de los empleados; el enfoque de las personas y el logro de la credibilidad y legitimidad organizacional interna.

Los resultados de investigaciones recientes han demostrado que el camino para llegar al desarrollo del compromiso organizacional es la comunicación interna, solo a través de ella que se construye un sistema de interacciones y se comparten significados simbólicos que al interiorizarse los trabajadores determinarán su comportamiento. Solo cuando los trabajadores conocen más sobre la organización se sienten parte integral, volviéndose más comprometidos y motivados, lo que genera efectos sobre la productividad. Entonces la comunicación interna efectiva se asocia a un mayor nivel de compromiso organizacional, siendo muy importante que las organizaciones comiencen a gestionar estrategias de comunicación interna para lograr confianza, credibilidad, compromiso y pertenencia hacia la empresa por parte de trabajadores.

Esta investigación se desarrolló en un área de la Fuerza Aérea del Perú, teniendo conocimiento que la FAP es una organización castrense integrante del Ministerio de Defensa, con dependencias en todo el país; que para lograr su visión, misión, metas y objetivos cuenta con personal militar y personal civil como apoyo, por lo que la comunicación interna y el compromiso organizacional es fundamental.

Al respecto, tener conocimiento del nivel de la cadena de comunicación interna y el compromiso organizacional es muy importante por lo que el presente estudio se desarrollará tomando como muestra al personal civil del Área Las Palmas, del distrito Santiago de Surco, 2019, donde los tipos y niveles de comunicación interna relacionado al compromiso organizacional se manifiestan a través de sus propias expresiones, sus posturas, de las categorizaciones y expectativas que se relacionan a sí mismos del personal civil FAP, condicionantes esenciales que permitan adoptar un comportamiento que requieren un análisis y propuestas de solución siempre basado en la mejora continua; en función a los siguientes interrogantes que se indican a continuación:

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general.

¿Qué nivel de relación existe entre comunicación interna y compromiso organizacional del personal Civil de la Fuerza Aérea del Perú. Área Las Palmas - Distrito Santiago de Surco, 2019?

1.2.2 Problemas específicos.

P1. ¿Qué nivel de relación existe entre la comunicación intrapersonal y compromiso organizacional del personal Civil de la Fuerza Aérea del Perú. Área Las Palmas - Distrito Santiago de Surco, 2019?

P₂. ¿Qué nivel de relación existe entre la comunicación interpersonal y compromiso organizacional del personal Civil de la Fuerza Aérea del Perú. Área Las Palmas - Distrito Santiago de Surco, 2019?

P₃. ¿Qué nivel de relación existe entre la comunicación corporativa y compromiso organizacional del personal Civil de la Fuerza Aérea del Perú. Área Las Palmas - Distrito Santiago de Surco, 2019?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general.

Establecer el nivel de relación que existe entre la comunicación interna y compromiso organizacional del Personal Civil de la Fuerza Aérea del Perú. Área Las Palmas - Distrito Santiago de Surco, 2019.

1.3.2 Objetivos específicos.

O₁. Establecer el nivel de relación que existe entre la comunicación intrapersonal y compromiso organizacional del Personal Civil de la Fuerza Aérea del Perú. Área Las Palmas - Distrito Santiago de Surco, 2019.

O₂. Establecer el nivel de relación que existe entre la comunicación interpersonal y compromiso organizacional del Personal Civil de la Fuerza Aérea del Perú. Área Las Palmas - Distrito Santiago de Surco, 2019.

O₃. Establecer el nivel de relación que existe entre la comunicación corporativa y compromiso organizacional del Personal Civil de la Fuerza Aérea del Perú. Área Las Palmas - Distrito Santiago de Surco, 2019.

1.4 Importancia y alcances de la investigación

1.4.1 Importancia de la investigación.

Importancia teórica.

Este estudio tiene relevancia teórica, porque se desarrollan las bases teóricas tanto generales como específicas sobre la variable comunicación interna y compromiso organizacional, siendo estas que cubren espacios vacíos en los fundamentos teóricos, que pueden ser punto de partida para otros estudios.

Importancia metodológica.

En el aspecto metodológico este estudio es importante, porque propone métodos, técnicas y procedimientos para el proceso de investigaciones, la recolección de datos, técnicas e instrumentos validados por juicio de expertos, y su respectiva confiabilidad se sustentan en la contrastación de la hipótesis con los resultados obtenidos.

Importancia práctica.

Este estudio tiene relevancia técnica y científica porque los resultados obtenidos, permitieron conocer cómo y de qué manera la comunicación interna se relaciona directamente con el compromiso organizacional, de tal manera las recomendaciones coadyuvan a la solución de las deficiencias observadas.

1.4.2 Alcances de la investigación

En cuanto a los alcances se tiene los siguientes:

Alcance espacial: Personal Civil de la Fuerza Aérea del Perú. Área Las Palmas - Distrito Santiago de Surco.

Alcance temporal: periodo 2019

Alcance temático: Comunicación interna y el compromiso organizacional. Alcance institucional y/o corporativo: Personal Civil de la Fuerza Aérea del Perú.

1.5 Limitaciones de la investigación

Limitación teórica: en vista de que la organización es castrense y el personal civil de la muestra labora en el área Las Palmas de la Fuerza Aérea del Perú, dificultó el acceso a la información requerida específicamente en la encuesta en vista de que la mayoría de la información es clasificada como confidencial y secreto.

Limitación en el contexto: La presente investigación se circunscribe y limita al contexto de la autoridad de condiciones de trabajo y, por tanto, dificulta al momento de generalizarse; para realizar las encuestas al personal civil se requieren autorizaciones escritas y solo se puede acceder a áreas específicas.

Limitación en el instrumento: La escala utilizada en este estudio se basó en las escalas originales con algunas adaptaciones de otros estudios. Aquí una de las mayores dificultades fue la adaptación de las escalas al contexto donde se aplicó el cuestionario.

Capítulo II. Marco teórico

2.1 Antecedentes

2.1.1 A nivel internacional

Muñante (2018), en su investigación titulada: *La comunicación y compromiso organizacional de los servidores del Hospital de la Policía Nacional del Perú Augusto Bernardino Leguía Salcedo – Rimac 2017*, planteó como objetivo la manera cómo repercute la comunicación en el compromiso institucional de los trabajadores de un hospital. El autor desarrolló su investigación enfocada a un diseño descriptivo de tipo básico con un enfoque cuantitativo, donde contó con la cooperación de 48 trabajadores del hospital mencionado, quienes fueron evaluados a través de la técnica del cuestionario estructurado.

El autor señala que el grado de relación encontrado entre las dos variables es alto y significativo, teniendo una comunicación fluida, informativa, colaborativa dentro de la organización mejora el desenvolvimiento de los trabajadores de esta manera aumenta la producción y el compromiso con la institución se fortalece.

Anselmo (2018), desarrolló la tesis: *Comunicación interna y cultura organizacional en la empresa AKRON Internacional S.A.C. Lince-2018*, con la finalidad de hallar la correlación que hay entre la comunicación interna y el ambiente

organizacional en los trabajadores de dicha empresa. La investigación se centró en un diseño no experimental de corte transversal, de tipo descriptivo. Tomó como muestra a 60 personas que laboran en dicha empresa (33 damas 27 varones). Para recolectar los datos y llegar a los resultados utilizó la técnica de la encuesta, donde indica que hay una correlación directa y significativa entre la primera variable llamada comunicación interna y la cultura organizacional, señalando que si hay una buena cultura organizacional se desarrollara una buena comunicación interna.

Trebejo (2017) en su investigación: *Compromiso organizacional y engagement en el personal civil de la FAP-Grupo Aéreo N°8, Callao, 2017*, desarrolló con la finalidad de establecer la correlación entre la responsabilidad en la organización y engagement en los trabajadores de dicha organización, investigación no experimental, de corte transaccional, de tipo descriptivo correlacional, donde participaron 120 colaboradores del personal civil que trabajan en la FAP. Para recolectar los datos utilizó la técnica de la encuesta lo cual le llevo a construir sus conclusiones donde alegó que en la empresa investigada predomina el cumplimiento de las normas y disposiciones antes que las relaciones amicales, lo que indica que el trabajador está comprometido con la organización y realizan sus labores de manera parametrizada siendo eficientes y se incrementa la productividad.

Quiñones (2017), en su investigación: *Relación de la comunicación interna en el clima organizacional en la gerencia de producción griferías de la empresa VSI Industrial*, demostró la influencia de la comunicación interna en el contexto organizacional, investigación de diseño no experimental de corte transversal de tipo descriptivo, donde intervinieron como muestra 100 empleados del área de gerencia con antigüedad de 3 años que laboran en la mencionada empresa, ellos fueron evaluados mediante la técnica de la encuesta; concluyendo que si se tiene una comunicación eficaz,

fluida y se emplean recursos de relaciones públicas mejoraran considerablemente la comunicación en la organización y en el área donde laboran, de esta manera las dos variables se vinculan de manera significativa.

Cruz y Osore (2015), en su investigación denominada: *Compromiso Organizacional y Satisfacción Laboral en el Personal Civil de la Jefatura de Personal de la Fuerza Aérea del Perú*, desarrolló con el objetivo de delimitar la relación entre la responsabilidad institucional y la satisfacción de los trabajadores de dicha institución, el diseño aplicado en la investigación fue no experimental de tipo descriptivo correlacional, tomó como muestra a 100 personas que laboran en dicha Institución, recopiló información por medio de la técnica de la encuesta.

Cruz y Osore (2015), llegaron a concluir que ambas variables se vinculan de manera alta, directa y significativa, con lo que demostraron que, si se ejecutan programas de comunicación interna y responsabilidad institucional, los trabajadores estarán más satisfechos en su ambiente de trabajo.

2.1.2 A nivel nacional.

Cortez (2016), en su obra denominado: *Análisis de la comunicación interna de la Agencia Naviera: Representaciones Marítimas del Ecuador y su impacto en el desarrollo operacional*, desarrollo con la finalidad de estudiar el requerimiento de un área de relaciones públicas dentro de una organización naviera, el autor basó el estudio en el enfoque cualitativo, con el método deductivo de tipo descriptivo, para poder obtener información empleó la técnica de la entrevista mediante encuestas a una muestra de 85 empleados de dicha organización.

Cortez (2016), concluye que las personas encuestadas saben sobre los medios de comunicación que emplea la empresa, pero tienen conflictos con los envíos y la recepción

de los pedidos, lo cual muestra el disgusto de ellos; el área donde existe mejor comunicación es el de recursos humanos y la gerencia, sin embargo, no usan técnicas de comunicación, por lo que recomienda que debe de haber un área de información que se preocupe de mejorar la comunicación interna.

Montesdeoca (2017) en su investigación titulada: *La comunicación interna y su incidencia en el desempeño laboral de una empresa privada en Quito*, investigación que tuvo como objetivo identificar la situación actual del sistema de comunicación interno en una empresa privada y su incidencia en el desempeño laboral de sus empleados. Los resultados señalan que muchos de los conflictos de la organización están vinculados al mal manejo de la comunicación, lo que acarrea un problema interno creando un ambiente pésimo, haciendo que la eficiencia y productividad se vea afectada, en consecuencia, perjudica a la organización.

Flores (2015), en su tesis: *Generación de canales de Comunicación Interna para fortalecer la Cultura Organizacional de la Empresa Budget Rent A Car-Quito*, estableció como objetivo hallar en qué estado se encuentra la comunicación interna entre los trabajadores de dicha empresa, desarrolló esta investigación experimental, de tipo cuantitativo, tomó como la muestra a 25 personas que laboran en dicha empresa, para recopilar información utilizó la técnica de la encuesta.

Los resultados obtenidos muestran que la comunicación interna es deficiente en vista de que no cuentan con una oficina de información, los trabajadores especulan información irreal, lo cual genera un ambiente inestable que influye en el desempeño laboral, para mejorar dicha situación recomienda la creación de un área de información y diseñar un plan estratégico relacionado a la comunicación interna.

Balarezo (2014), en su investigación: *La comunicación organizacional interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de la empresa San Miguel Drive*, estableció como objetivo encontrar de qué manera una mala comunicación influye en el trabajo y repercute en el desempeño organizacional en la mencionada empresa.

Esta investigación desarrolló con un enfoque cuantitativo de tipo correlacional descriptivo y explicativo, para formular las conclusiones sometió a tratamiento estadístico los datos obtenidos del llenado de cuestionario de preguntas mediante la encuesta a una muestra de 30 trabajadores de dicha empresa.

Balarezo (2014) concluye que hay debilidades entre la comunicación entre trabajadores y esto se ve reflejado en el orden de las labores en la empresa, lo cual repercute en la baja productividad y la conducta de las personas, así como indica que no hay una coordinación en equipo ni se dan capacitaciones para reforzar la comunicación interna en la empresa.

Armas (2014), en su obra: *Comunicación interna y clima laboral estudio realizado en Call Center de la Ciudad de Quetzaltenango*, cuyo objetivo fue encontrar de qué forma las relaciones internas refuerzan el ambiente laboral en una empresa de call center, diseñando la investigación con el método descriptivo, tomando como muestra a personas de diferentes niveles económicos y sociales, de las edades 19 a 30 años de ambos sexos que trabajan en la empresa, se utilizó como técnica para poder recolectar los datos el cuestionario de preguntas

Armas (2014), concluye que con una adecuada comunicación entre compañeros ayuda a desempeñar bien el trabajo y esto se refleja en un excelente clima laboral, fortalece los lazos con la organización y eleva la productividad, los aspectos más importantes que encontró fueron el nivel de claridad y lenguaje que usan las personas, la manera y medios empleados para comunicarse y la cadena comunicativa en la empresa.

2.2 Bases teóricas de la primera y segunda variable

2.2.1 Subcapítulo I: La comunicación interna.

2.2.1.1 Definición.

Salinas (2016), Enfatizó que debe entenderse como un proceso social humano mediante el cual las personas crean, desarrollan y sostienen la conciencia grupal, compartida y simbólica (p.71).

Durante mucho tiempo los destinatarios prioritarios de la comunicación de las organizaciones fueron los clientes. Sin embargo, es progresivamente evidente que los colaboradores tienen un impacto fundamental en el éxito de la organización, siendo fundamental establecer relaciones con este grupo a través de la comunicación interna

Pérez (2011):

Es la comunicación dirigida al personal interno, es decir, a los directivos y personal.

Nace como respuesta a las nuevas necesidades de las compañías de motivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno empresarial donde el cambio es cada vez más rápido (p.1).

Se asume, que hoy en día colaboradores tienen un papel distinto en la institución, estando más informados, teniendo elevadas expectativas con respecto a sus carreras, buscando saber más sobre su organización y estar más receptivos a lo que éstos comuniquen, la comunicación interna es fundamental, potenciando un mayor sentimiento de pertenencia y el establecimiento de un ambiente de apertura y respeto.

Bolunta (2016):

Es hacer partícipes a todos los miembros de la organización de lo que la organización hace, instándoles colaborar, a sugerir, a comentar; en una palabra: involucrar a todos los miembros de la organización en la comunicación. De esta manera, el intercambio de información se vuelve bidireccional, de forma

ascendente, descendente y horizontal, facilitando la interacción por medio del diálogo, es decir, la participación de todos los actores de la educación (p.1).

La comunicación interna vincula a los colaboradores y se basa en un conjunto de instrumentos de comunicación específica, diseñados para responder a las necesidades de este público con necesidades y expectativas propias. El trabajo en comunicación interna, debido a sus características y foco en los colaboradores, implica un trabajo cercano con otras áreas funcionales de la organización, como la gestión superior y los recursos humanos, ya que, en última instancia, se pretende, a través de la interacción con los colaboradores, garantizar su motivación y productividad.

2.2.1.2 Dimensiones de comunicación interna.

Dimensión 1: Comunicación intrapersonal.

Según Peña & Batalla (2016) hace hincapié en como las personas decodifican o escuchan los mensajes recibidos y la forma en que codifican o elaboran los mensajes emitidos. Este modelo es muy importante por tal motivo sus siglas le dan el nombre a todo el sistema (p. 27).

La comunicación intrapersonal es integral para los gerentes y los responsables, en el sentido de que la practiquen. Esta comunicación se traduce en el procesamiento de información que llega o les transmite significado. Aquí las principales variables que interfieren son las individuales, es decir, los rasgos de personalidad o los gustos y la orientación personal.

Como humanos, todos los individuos tienden a evaluar y usar su entorno de una manera que los beneficie. La gente tiende a juzgar sus experiencias con el mismo criterio:

"¿Qué puedes hacer por mí?" No nos sorprende que de la misma manera toda tendemos a juzgar a los demás y nuestras relaciones con ellos de manera similar: "¿Cómo

puede beneficiarme esta relación?"

Esta perspectiva intrapersonal se ilustra en comentarios como “Solo estar con ella me hace sentir bien. Ella siempre está allí cuando la necesito "y" Él simplemente no me dejó crecer. Necesito mi espacio y eso me reprime”.

El lado psicológico de la comunicación intrapersonal coloca el significado de la relación social dentro del individuo mismo, en el self del comunicador. Cuando miramos nuestra relación desde el punto de vista de nosotros mismos, la vemos con un sentido de propiedad o como si "nos perteneciera". Por ejemplo, decimos "mi esposa", "mi jefe", "mi amigo", "mi colega" y "un conocido mío".

Dimensión 2: Comunicación interpersonal.

Según Peña & Batalla (2016):

La comunicación interpersonal es la más efectiva, entre todas las comunicaciones humanas, porque es aquí donde se produce las relaciones humanas de manera directa y con mayor intensidad. Además, este tipo de comunicación es un indicador para conocer cómo funcionan las relaciones interpersonales (p. 28).

La comunicación interpersonal es cuando la transmisión de significados ocurre entre dos o más personas. En esto, pueden ocurrir errores debido a la percepción de cada persona, lenguaje o contexto que puede superarse a través del lenguaje corporal y / o el aumento de la empatía.

Una premisa fundamental que subyace en este estudio es una visión de la comunicación interpersonal como un patrón de interacción que define la relación y conecta a las personas entre sí. En este sentido, entonces, la comunicación no es tanto algo que hacemos, sino algo más en lo que participamos. Ningún comunicador individual puede crear interacción o definir una relación interpersonal. Un comunicador individual contribuye a la interacción. Juntos, dos (o más) individuos pueden crear un patrón de

interacción y así definir su relación.

Por lo tanto, es importante que cada participante en la comunicación pueda adaptarse a la otra persona, el contexto y el tipo particular de relación en la que están involucrados. Cuando contribuimos al patrón de interacción, cada comunicador se comporta.

Este comportamiento tendrá consecuencias en términos de sus efectos potenciales en el patrón de interacción y, por lo tanto, también en la relación misma. Por lo tanto, trataremos cada comportamiento contributivo para la interacción / relación como una "estrategia". Todas las estrategias en la comunicación interpersonal son un intento de resolver algún "tema" o tema en cuestión que, cuando se resuelve, ayuda a definir la relación interpersonal.

Desarrollar nuestras habilidades de comunicación interpersonal significa usar estrategias relacionales que sean apropiadas para los problemas en cuestión en la conversación. Cuando se usan de manera apropiada y efectiva, las estrategias resuelven problemas relacionales, generan conflictos relacionales, responden preguntas relacionales y negocian definiciones relacionales. Todos los participantes en los procesos de comunicación interpersonal utilizan estrategias. El comunicador competente utiliza las estrategias de manera adecuada.

Dimensión 3: Comunicación corporativa.

Según Peña & Batalla (2016) el objetivo de la comunicación corporativa es establecer relaciones de calidad entre la organización y su público. Está dirigida a las personas de manera colectiva e individual de un determinado entorno social en el cual se desarrolla una actividad.

Finalmente, la comunicación corporativa es la que ocurre dentro de una organización, ya sea formal o informalmente. Esto puede transmitirse oralmente o por

escrito y traducirse en reglamentos internos, políticas y normas. También abarca las dos primeras comunicaciones abordadas.

Como se mencionó anteriormente, la comunicación corporativa es un fuerte aliado en la creación y el mantenimiento de la imagen y la reputación organizacional y, entre las áreas que actúan más activamente en esta gestión.

En otras palabras, la comunicación corporativa actúa como el vínculo entre los intereses de la organización y el empleado y, por lo tanto, uno percibe a alguien capaz de llevar los mensajes de la organización, a través de un trabajo importante que busca crear una relación con esta parte interesada.

Para entender la comunicación corporativa, tal como se percibe hoy, es esencial volver la vista hacia el pasado, precisamente hacia la década de 1970. Según Cornelissen (2014), hasta esa fecha, las compañías llamaron a las "relaciones públicas" las acciones de comunicación que tenían con sus grupos de interés. Sin embargo, esta comunicación se entendió solo como la relación entre la empresa y los medios de comunicación, como una forma de enviar información sobre la empresa a los medios de comunicación, que eran de interés para la organización que se divulgaría, y también para cumplir con sus solicitudes. Fue después de los años 70, cuando otras partes interesadas, no solo las externas, sino también las internas de la organización, comenzaron a solicitar información, lo que comenzó con las primeras opiniones de que las llamadas relaciones públicas deberían ser más que simplemente contacto con la prensa.

2.2.1.3 Principales canales de comunicación interna.

Los canales de comunicación son los responsables de promover el refuerzo y la eficacia de los programas organizativos. Los más conocidos y efectivos son los Diarios Internos - House Organ, Revistas, Boletines Informativos, Cuadros de

Avisos, Programas de Radio, Circuito Interno de TV - estos con características, periodísticas, que enfocan actualidad, periodicidad, universalidad, difusión colectiva; Internet, Intranet, Extranet con características de interactividad y Caja de Sugerencias, Programa de Ideas Nuevas con características participativa.

Según Raigada (1997), los instrumentos de Comunicación Interna se componen de dispositivos: permanentes, de periodicidad regular, de frecuencia ocasional y de frecuencia puramente ocasionales.

Dispositivos Permanentes: Cuadro de Avisos, Caja de Sugerencias, Mensajes Electrónicos, Señalizaciones;

Dispositivos de Periodicidad Regular: Diario Interno, Carta al personal, Notas y Flash Informativos;

Dispositivos con Frecuencia Ocasional: Audiovisual para uso interno, Reuniones, Seminarios de Estudio, Videoconferencia, Entrevistas Individual, Grandes Celebraciones, Visitas a la Empresa;

Dispositivos Puramente Ocasionales: Reclamaciones a la Dirección, Mensajes Difundidas por Altavoces. El gran secreto de la efectividad de estos canales es su correcta elección para divulgación de los mensajes e informaciones. Así como en los Medios se hace un amplio sobre los mejores canales y vehículos para alcanzar el público objetivo, en el contexto de la comunicación Interna, no es diferente. Una elección inadecuada puede no llegar al público a que se destina o incluso provoca reacciones antagónicas al esperado (p. 175).

2.2.1.4 Funciones de la comunicación.

La necesidad de comunicar, inherente a la condición humana es una necesidad social, de compartir e intercambiar vivencias, sentimientos y experiencias, tal como es una dimensión económica y política, propias de la vida en sociedad. En el ámbito de las

organizaciones, para Caetano y Rasquilha (2007) la comunicación asume, además de la función informativa, la función de integración o de valores, la función de retroacción, la función conductual o argumentativa, la función de señal, de cambio y de imagen.

La comunicación, en su amplia amplitud, asume diversas funciones, no limitándose a la mera transmisión de información y de educación. También asume una función motivadora, socializadora y una función de distracción o recreativa.

2.2.2 Subcapítulo II: Compromiso organizacional.

2.2.2.1 Definición.

Arciniega y Gonzales, (2006) lo definen como:

Un estado psicológico que caracteriza la relación entre una persona y una organización, que tiene influencia en la decisión de continuar o dejar la organización, del mismo modo es un constructo que comprende tres tipos de compromiso el afectivo, el de continuidad y el normativo. (p. 32).

El compromiso es un atributo más estable y fijo, en la literatura organizacional describe tanto el vínculo del trabajador con su organización como con su organización trabajo.

Zamora (2009) indica que es el grado en que el trabajador internaliza los valores, objetivos de su institución sintiendo lealtad hacia su lugar de trabajo (p. 447).

Los individuos moralmente implicados aceptan y se identifican con las metas de la organización, hay una implicación cuando el vínculo se da por los intercambios establecidos con la organización.

2.2.2.2 Dimensiones del compromiso organizacional.

Dimensión 1: Compromiso Afectivo

Betanzos y Paz (2006) señalan que es el compromiso en el cual se encuentran

vinculados los sentimientos por la institución, su trabajo va en función de optimizar el estado emocional, lo cual se proyecta en una alta motivación interna y en el mejor cumplimiento de sus actividades.

Cuando el individuo se siente envuelto con la organización, reconociendo valor emocional que se deriva de la relación colaborador-organización, se desarrolla lo que se ha convenido llamar el compromiso con el enfoque afectivo.

La premisa básica del enfoque afectivo, como su nombre indica, revela la identificación del individuo con las metas organizacionales, así como la introyección de sus valores, asumiéndolos como propios. Los autores complementan esa definición con el sentimiento de lealtad, deseo de pertenecer y esforzarse por la empresa, siendo tales dimensiones medidos a través de una escala de actitudes.

De acuerdo con Betanzos y Paz (2006) la base afectiva es el enfoque que ha dominado la literatura sobre el compromiso organizacional por mucho tiempo. Comenzó con las teorías organizacionales de Etzioni, que enfatiza la participación, identificación e introyección de los valores organizacionales por parte del trabajador. En consecuencia, Mowday, Porter y Steers mejoran esta base, donde los autores enfatizan la naturaleza del proceso de identificación del individuo con los objetivos y valores de la organización.

Para los autores, además de la identificación, vale la pena mencionar que la definición del constructo considera: a) sentimientos de lealtad; b) el deseo de permanecer; y, c) el deseo de luchar por la organización. De esta manera, el compromiso afectivo se conceptualiza como un estado en el que un individuo se identifica con una organización en particular y con sus objetivos, deseando seguir siendo miembro de ella, para facilitar el logro de estos objetivos.

El compromiso organizacional afectivo es explicado por Meyer (como se citó en Betanzos y Paz 2006) por el valor humano que presenta como una prominencia. Según

ellos, una organización que adopta como práctica constante el establecimiento de valores y la promoción de la creatividad, enfatizando también la iniciativa y la comunicación facilitada con sus empleados, tiene grandes posibilidades de desarrollar la base afectiva en esta relación comprometida.

Por lo tanto, desde el punto de vista de la base afectiva, el individuo toma una posición más activa, presentando característicamente la situación en la que desea contribuir o dar algo de sí mismo para el bienestar de la organización. El vínculo con la organización se fortalece, teniendo en cuenta que la dimensión afectiva se alimenta y establece los sentimientos, creencias, identificación y asimilación de los valores de la organización.

Dimensión 2: Compromiso de continuidad

Betanzos y Paz, (2007) afirman que:

Es el compromiso que implica al trabajador y su manera de implicarse con la institución, asociándose de manera afectiva hacia su entorno laboral, y los individuos que lo componen, permitiendo que los colaboradores resuelvan pertenecer a la organización en forma voluntaria ya que se sienten identificados con ella (p. 56).

El compromiso de continuidad está enfatizando el concepto de apego a la organización. Según Halaby (como se citó en Betanzos y Paz 2006), el apego se percibe según el interés del individuo en permanecer en la organización.

De esta manera, el vínculo sociológico puede conceptualizarse de acuerdo con la relación de autoridad y subordinación del individuo a la organización. El autor enfatiza que estas relaciones autoritativas son aceptadas y legitimadas por los individuos, guiando y definiendo la forma en que la relación entre el individuo y la organización se desarrolla y se sostiene.

Halaby (como se citó en Betanzos y Paz 2006) también señala que la dominación, además de ser legítima, implica un conjunto de normas sociales que los trabajadores migran al contexto laboral, guiando sus roles subordinados. En esta perspectiva, el apego del individuo no depende del amor o el dinero, sino de la legitimidad percibida de la relación dominante entre el individuo y la organización.

Por lo tanto, el compromiso de continuidad es el interés del trabajador en permanecer en su trabajo actual o la expectativa de utilidad atribuida, por el trabajador, a dos cursos de acción: quedarse versus buscar un nuevo trabajo. Según los autores, este concepto se basa en la esencia del concepto de compromiso organizacional, a pesar de presentar una base más neutral en relación con el constructo.

Dimensión 3: Compromiso normativo

Betanzos y Paz (2006) indican que; es aquel donde el empleado asume que tiene la obligación a ser leal, enmarcando un sentimiento de obligación moral por parte del trabajador para permanecer en la organización (p. 29).

El compromiso en su base normativa se originó en la reunión entre la teoría organizacional y la psicología social. El trabajo de Wiener (como se citó en Betanzos y Paz 2006), inició el enfoque normativo, conceptualizando el compromiso como la totalidad de las presiones normativas internalizadas para actuar de una manera que cumpla con los objetivos y los intereses organizacionales.

Sobre la base teórica de este tipo de vínculo, Wiener y Vardi (como se citó en Betanzos y Paz 2006) utilizaron el concepto de cultura organizacional y motivación, definiendo la cultura como el grupo de valores comunes que establecen presiones normativas sobre ellos, presiones asociadas con el comportamiento del sistema de recompensa que influye.

Los autores señalan que el compromiso normativo se caracteriza por la presión

influenciada por los valores culturales internalizados en el individuo que guía sus acciones. El comportamiento está bajo presión normativa debido al hecho de que él cree que es correcto y moral actuar de cierta manera. El individuo en este estado psicológico del vínculo presenta un conjunto de comportamientos cubiertos con sacrificio personal, persistencia y preocupación personal. Por lo tanto, la situación de despido de la organización se ve respaldada por el sentimiento de culpa, incomodidad, aprensión y preocupación, debido al sentimiento de deuda con la empresa.

2.2.2.3 Teoría que sustenta el compromiso organizacional.

El modelo tridimensional de Meyer y Allen (1991) es el que ha sido más utilizado en estudios sobre compromiso organizacional y puede ser entendido como un estado psicológico de cierta naturaleza que caracteriza el vínculo de los individuos a la organización a la que, dándoles sentido de pertenencia. Así definido, el modelo desarrollado por Meyer y Allen (1991) establece el compromiso como un proceso constructo tridimensional formado por los componentes afectivo (afectivo), calculadora (continuación) y normativa (normativa), estando la primera relacionada con el deseo de permanecer en la organización, la segunda con la necesidad material y la tercera con el sentimiento de obligación moral.

Para los citados autores, la opción por la tridimensionalidad del constructo reside en el hecho de que, ser más congruente considerar las tres componentes como corresponsales a estados psicológicos diferentes, comunes a un solo tipo de compromiso, que hacer corresponder los estados psicológicos identificados a diferentes tipos de compromiso.

Tabla 1

Teoría del comportamiento organizacional

Categorías	Caracterización	La persona permanece en la organización porque	Estado psicológico
Afectiva	Grado en que el colaborador se siente emocionalmente ligado, identificado e involucrado en la organización.	... siente que quiere permanecer.	Deseo
Calculativa	Grado en que el colaborador se mantiene vinculado a la organización debido al reconocimiento de los costos asociados con su salida de la misma. Este reconocimiento puede provenir de la ausencia de alternativas de empleo, o del sentimiento de que los sacrificios personales generados por la salida serán elevados.	... siente que tiene que permanecer.	Necesita
Normativa	Grado en que el colaborador tiene un sentido de la obligación (o deber moral) de permanecer en la organización.	... siente que debe permanecer.	Obligación

Nota: Rasgos de comportamiento organizacional.

Fuente: Meyer, J. y Allen, N. (1991). A three component conceptualization of organizational commitment, *Human Resource Management Review*,

La base afectiva del compromiso tiene como enfoque la naturaleza emocional que puede unir al individuo a la organización, teniendo en cuenta las expectativas y las necesidades personales. El individuo que asume un compromiso afectivo se identifica con la organización, con sus valores y con sus objetivos, y quiere ser parte de la misma para contribuir a la consecución de esos objetivos. Además, los mismos autores dicen que el compromiso afectivo está asociado a la idea de lealtad y al sentimiento de orgullo en formar parte de la organización y en poder contribuir al éxito de la organización misma. De acuerdo con Meyer y Allen (1991 y 1997) los individuos con un fuerte el compromiso afectivo permanece en la organización porque lo desean.

El compromiso calculativo acentúa una evaluación de las pérdidas y ganancias que se derivan de los intercambios que el individuo hace con la organización. Cuando el individuo tiene presente que si sale de la organización perderá toda la inversión que ya ha

hecho, o que no existe posibilidad de mudarse a otra organización en las mismas condiciones, se pone de manifiesto compromiso calculativo. Según Meyer y Allen (1991 y 1997), los individuos con el compromiso calculativo permanecen en la organización porque necesitan, porque la salida de la misma estaría asociada a elevados costes.

Por último, la base normativa del compromiso se refiere al sentimiento de obligación del individuo en contribuir a la organización. Según Wiener (1982) citado por Meyer y Allen (1991) tiene que ver con la total de las presiones normativas internalizadas por el individuo que lo llevan a actuar en favor de los intereses y objetivos de la organización. De acuerdo con Meyer y Allen (1991) los individuos que establecen un compromiso normativo sienten que están obligados a permanecer en la organización.

De acuerdo con la meta-análisis efectuada, en lo que se refiere a las relaciones entre los distintos componentes del compromiso organizacional, los resultados apuntan a la existencia de una fuerte correlación entre el desarrollo el compromiso organizacional afectivo y normativo, y para la existencia de una débil correlación entre el compromiso organizacional calculativo y los componentes afectivos y reglas.

En la relación entre los individuos y las respectivas organizaciones, cada una de las tres dimensiones del compromiso puede asumir una importancia relativa diferente. Así un individuo puede sentir al mismo tiempo un sentido de obligación para con la organización y una fuerte conexión con la misma; otro individuo puede sentir idéntico sentido de la obligación y trabajar para la organización, y otro individuo puede, no sólo disfrutar de trabajar para la organización, como también admitir que una salida puede suponer dificultades económicas.

2.2.2.4 Consecuencias del compromiso.

De acuerdo con el modelo multidimensional de Meyer y Allen (1997) la combinación de las tres componentes del compromiso en sus diversos objetos tiene como consecuencia comportamientos que son saludables, tanto para las organizaciones, como para los propios individuos, como la retención, la productividad y el bienestar de los trabajadores. El aumento de la eficacia organizativa y la disminución de la rotatividad se logra mediante desempeños superiores de los individuos ya través de su deseo de trabajar para la organización y así contribuir a la concreción de los objetivos de la misma, aspectos que son en los trabajadores comprometidos.

En la meta-análisis realizada por Meyer y Allen (1991) se percibe una correlación negativa fuerte con cualquiera de los tres componentes del compromiso y la rotatividad, siendo que los valores más elevados se obtienen en el componente afectivo y los más bajos en el componente calculado. A partir de este meta-análisis se puede concluir que existe una mayor correlación entre la intención de salida y el compromiso que aquella que se verifica con la variable rotatividad.

Mowday, Porter y Steers (1982) citados por Meyer y Allen (1991) señalan que la más fuerte y previsible consecuencia del compromiso es la reducción de la rotación de los individuos. Otros autores, por el contrario, obtuvieron resultados que apuntan para una relación negativa entre el compromiso y la rotación de los trabajadores. Meyer y Allen (1991) verificaron que los componentes afectiva y normativa del compromiso, ya sea organizacional o profesional influyen negativamente en el comportamiento absentismo voluntario. Como se comprobó en el estudio realizado por Meyer y Allen (1991) el absentismo fue identificado por Meyer y Allen (1991) como teniendo una correlación negativa con el componente afectivo del compromiso organizacional, a diferencia de la correlación con el compromiso organizacional calculativo y normativo.

En lo que al compromiso con la profesión se refiere, cualquiera de sus componentes, afectiva, calculadora y normativa, están negativamente relacionadas con la intención de abandono de la profesión. Hay que señalar, sin embargo, los resultados obtenidos en el estudio realizado por Meyer y Allen (1991), que apuntan a la existencia de una relación negativa entre el mercado compromiso profesional normativo y la intención de abandono de la profesión cuando la presencia de bajos niveles del componente calculativo del compromiso profesional. El compromiso profesional es el mejor medio para evaluar la intención de abandonar la profesión. Los autores concluyeron que los individuos menos comprometidos con su familia profesión, ya que pueden optar por dejar la profesión, como por abandonar la propia organización, ya que se puede hacer difícil iniciar una nueva actividad dentro de la misma organización.

2.3 Definición de términos básicos

Absentismo. Se refiere a aquella persona que de forma voluntaria deja de acudir a su trabajo o sus obligaciones, también se aplica a aquella persona que no vive en el lugar donde están sus bienes, de allí deriva el absentismo laboral que consiste en el abandono del puesto de trabajo y los deberes inherentes al mismo, también es definido como la ausencia de una persona en su puesto de trabajo durante las horas que comprendan su jornada laboral.

Ambiente de trabajo. -Es el conjunto de factores que actúan sobre una persona en su centro de trabajo, donde se desarrollan una serie de acciones favorables o desfavorables para el trabajador como para la empresa, de allí proviene la palabra higiene laboral que busca la mejora en las relaciones interpersonales, para la Organización Internacional del Trabajo (OIT) se refiere a la condición laboral como el conjunto de elementos que van a influir en el bienestar mental y físico de los colaboradores de una empresa.

Análisis situacional. Es un método que permite analizar fallas, dificultades, riesgos y oportunidades, para puntualizarlos, clasificarlos, separarlos, jerarquizarlos y aprobarlos, lo que permite actuar eficazmente con base en criterios y planes establecidos; en la empresa análisis situacional es el estudio del entorno en el que se desenvuelve en un momento determinado, donde se toma en cuenta factores externos e internos que intervienen en cómo se proyecta la empresa en su ambiente, también se define como un informe sobre el medio ambiente del mercadeo de una empresa o negocio, su sistema interno y las actividades detalladas.

Cadena de comunicación. Es la estructura formal que una empresa crea para impartir información a sus colaboradores, su eficacia determina el clima laboral de una empresa.

Cambios tecnológicos y científicos. Es la imparable avance de la ciencia y la tecnología que día a día aparecen nuevos equipos y nuevas técnicas de hacer las cosas, cuyas investigaciones y descubrimientos transforman la manera de vida del ser humano, exigiendo adaptarse ante un mundo que demanda un cambio constante, el avance tecnológico fugaz hace que progresen todos los campos de la ciencia, como ejemplo vemos el desarrollo de los ordenadores y celulares, lo que lleva a algunos a pronosticar el advenimiento de una singularidad tecnológica en este siglo, la mismas nos obligan a adaptarnos rápidamente para mantenernos vigentes.

Clima laboral. Es el contexto en el cual se desarrolla la organización, el tipo de clima repercute directamente en la satisfacción del empleado, y si este es bueno su productividad mejora notablemente. Un buen clima laboral logra que los objetivos de la empresa se cumplan, mientras que un mal clima hace lo contrario y produce conflicto y malestar entre los colaboradores generando un bajo rendimiento.

Comunicación bidireccional. Se refiere a la comunicación que puede calificar lo que tiene dos direcciones, se refiere a los objetivos que tienen doble sentido o doble orientación, en este sentido una comunicación bidireccional se da cuando el trabajador puede enviar y a la vez recibir mensajes de forma simultánea.

Comunicación organizacional. Se refiere a la comunicación que se da desde el interior de una empresa hacia afuera, muchos autores la llaman comunicación corporativa.

Cultura organizacional. Se refiere al conjunto de elementos como son un hábito, valor, actitud, tradiciones o creencias que suceden en un determinado grupo que integran una organización. Este término es muy utilizado en el contexto empresarial, cuando una empresa tiene una fuerte cultura organización se caracteriza por valores firmes y aceptador por lo integrantes de la empresa, y cuando una cultura es débil se refiere cuando sucede todo lo contrario limitando la libertad de la persona, los gerentes no muestran interés con el personal, no existe estimulación y los incentivos son escasos, así como el desinterés de los empleados por el funcionamiento correcto y el cumplimiento de las metas de la organización.

Engagement. Es la movilización de los miembros de una organización para sus propios roles en el trabajo: en el engagement, las personas se esfuerzan por expresarse física, cognitiva, emocional y mentalmente durante desarrollando su rol. Este autor se centró en cómo los trabajadores cumplen sus roles en el trabajo y asume que los trabajadores comprometidos se esfuerzan en el trabajo porque se identifican con él. Kahn identificó tres condiciones psicológicas que deben existir en las personas comprometidos, están.

Entorno laboral. Es un elemento relevante para el logro de objetivos en una organización, vincula a los miembros y los recursos los cuales se integran para contribuir a una mejora continua en favor del bienestar general, contar con un buen entorno laboral el

cual se realicen todas las labores diarias, implica alcanzar de modo en conjunto con los directivos y sus relaciones interpersonales para el cumplimiento de metas.

Escala de actitudes. Una escala es un instrumento responsable de medir propiedades o componentes en un individuo o grupo. Esto nos permite dar valores numéricos para las diferentes propiedades o componentes a medir. La actitud es el grado de inclinación que tenemos o sentimos hacia algo. Esta inclinación puede estar dada por diferentes aspectos, como pensamientos, sentimientos o comportamientos en relación al objeto. También podemos entenderlo como la percepción positiva o negativa que tenemos sobre algo. Una vez que entendemos los dos componentes de la ecuación, podemos entender lo siguiente: Una escala de actitud es un instrumento que nos ayudará a medir cuánta inclinación o atracción tenemos hacia algo. A está pendiente que antes solo podía medirse cualitativamente, ahora se le puede dar un valor cuantificable.

Estados psicológicos. Se refiere al estado de la salud mental del colaborador, el cual está ligado a su bienestar psicológico y emocional, lo cual permite que el empleado emplee sus capacidades mentales sociales y sentimentales para que éste pueda desempeñar sus actividades de forma exitosa en sus interacciones de la vida cotidiana.

Llamado también como salud mental, es un estado de bienestar psicológico y emocional que permite al sujeto emplear sus habilidades mentales, sociales y sentimentales para desempeñarse con éxito en las interacciones cotidianas.

Excelencia Personal. Se refiere al proceso de mejoramiento que se da de forma continua y armoniosa en las etapas y elementos de una persona pueden ser corporal, espiritual mental, social y afectiva, la excelencia personal no tiene final siempre está en proceso la meta del ser humano es mejorar cada día.

Institución castrense. Son las organizaciones militares en su mayoría gubernamentales integrados por talento humano de profesión militar donde prima la disciplina y mando jerárquico.

Organizaciones. Son estructuras administrativas y sistemas administrativos creados para lograr metas u objetivos con apoyo del propio talento humano o de otras características similares, también se definen como instituciones sociales que realizan una asociación de individuos que interactúan entre ellos con experiencias y realizaciones para el logro de objetivos y metas establecidas.

Parametrizada. Se define con el ejemplo ¡hasta aquí nomas!, ¡así siempre se hace! ¡si no se puede allí queda!, etc. es un modelo o patrón, un referente, que sirve para medir comparativamente algún dato o hecho de la realidad, las referencias que se toman para medir el coeficiente intelectual de una persona, para lo cual se toma como modelo una supuesta inteligencia considerada normal y con ella se compara a los individuos que se desea evaluar.

Planes de acción. Son acciones a desarrollarse priorizando las ideas más relevantes para cumplir las metas organizacionales, constituye también una guía que brinda un marco referencial o una estructura para llevar en marcha un proyecto.

Recategorización en la FAP. Es una competencia que se ha establecido para el personal civil de la FAP con la finalidad de ascender a un puesto superior de trabajo con un mayor monto remunerativo, previo cumplimiento de ciertos requisitos, entre ellas tener el tiempo de servicios necesarios, haber realizado diplomados, cursos o estudios superiores a fines a su carrera, haber destacado en el trabajo entre otros.

Relaciones sociales. Son las diferentes interacciones que se realizan entre dos o más individuos en la comunidad, con éstas las personas establecen diferentes vínculos ya sean familiares, laborales, amistosos, profesionales e incluso deportivos entre otros.

Satisfacción laboral. Un estado emocional positivo y agradable de percepción subjetiva de las experiencias laborales del sujeto. En general, las distintas definiciones de distintos autores parten de supuestos teóricos que no siempre coinciden, lo que refleja la multiplicidad de variables que pueden afectar la satisfacción laboral.

Sentido de pertenencia. Es la satisfacción de una persona al sentirse parte integrante de un grupo, a nivel social, la pertenencia es la circunstancia de formar parte de un grupo, una comunidad u otro tipo de conjunto.

Talento humano. Individuos de alto-valor o muy capaces, su rendimiento y su potencial, supera al rendimiento actual del empleado ceñido a un trabajo específico, actualmente con la gestión del talento humano además de medir su productividad busca su potencial, fomenta el desarrollo apropiado de sus habilidades, los motiva capacitándolo y otorgando incentivos cuya finalidad es mantener y asegurar su futuro de dicho talento en la organización.

Valor diferencial. Se refiere al elemento extra que tiene un producto o servicio el cual le permite consolidarse como una marca exitosa por lo mismo que puede tener un costo más alto, es un beneficio o atributo especial del producto o servicio.

Capítulo III

Hipótesis y variables

3.1 Hipótesis

3.1.1 Hipótesis general.

Existe una relación directa y significativa entre la comunicación interna y el compromiso organizacional del Personal Civil de la Fuerza Aérea del Perú. Área Las Palmas - Distrito Santiago de Surco, 2019.

3.1.2 Hipótesis específicas.

H₁ Existe una relación directa y significativa entre la comunicación intrapersonal y el compromiso organizacional del Personal Civil de la Fuerza Aérea del Perú. Área Las Palmas - Distrito Santiago de Surco, 2019.

H₂ Existe una relación directa y significativa entre la comunicación interpersonal y el compromiso organizacional del Personal Civil de la Fuerza Aérea del Perú. Área Las Palmas - Distrito Santiago de Surco, 2019.

H₃ Existe una relación directa y significativa entre la comunicación corporativa y el compromiso organizacional del Personal Civil de la Fuerza Aérea del Perú. Área Las Palmas - Distrito Santiago de Surco, 2019.

3.2 Variables

3.2.1 Variable (1): Comunicación interna.

Definición conceptual. Salinas (2016) enfatizó que debe entenderse como un proceso social humano mediante el cual las personas crean, desarrollan y sostienen la conciencia grupal, compartida y simbólica.

Definición operacional. La variable comunicación interna se operacionaliza con la elaboración de un instrumento que se divide en:

1. Comunicación intrapersonal
2. Comunicación interpersonal
3. Comunicación corporativa

3.2.2 Variable (2): Compromiso organizacional.

Definición conceptual. Arciniega y Gonzales, (2006) lo definen como un estado psicológico que caracteriza la relación entre una persona y una organización, que tiene influencia en la decisión de continuar o dejar la organización, del mismo modo es un constructo que comprende tres tipos de compromiso el afectivo, el de continuidad y el normativo (p. 32).

Definición operacional. La variable compromiso organizacional se operacionaliza con la elaboración de un instrumento que se divide en:

1. Compromiso afectivo
2. Compromiso de continuidad
3. Compromiso normativo

3.3 Operacionalización de las variables

Tabla 2

Operacionalización de la Variable 1: Comunicación interna

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
Variable I Comunicación interna	Comunicación intrapersonal	Escucharse Entenderse Enseñarse
	Comunicación interpersonal	Salario Sentido
	Comunicación corporativa	Escucha Empatía Emisión

Elaborado por el investigador

Tabla 3

Operacionalización de la Variable 2: Compromiso organizacional

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
Variable II Compromiso organizacional	Compromiso afectivo	Apego emocional Identificación e involucramiento en la organización
	Compromiso de continuidad	Sentimientos de obligación de permanencia en la organización
	Compromiso normativo	Valoración de inversiones realizadas en la organización y/o la percepción de otras alternativas.

Elaborado por el investigador

Capítulo IV

Metodología

4.1 Enfoque de investigación

Este estudio se basó en los procedimientos metodológicos del enfoque cuantitativo, al respecto Bernal (2010) afirma lo siguiente:

La investigación cuantitativa está indicada para responder preguntas que involucran conocer el grado y alcance de ciertos rasgos en una población, esta es también una forma de ser sensible a los problemas sociales. Hay, en este tipo de investigaciones, un carácter más o menos generalizador; sin embargo, la preocupación por relacionar la investigación con los contextos enriquece el trabajo (p.5).

4.2 Tipo de investigación

El tipo es la investigación sustantiva, Sánchez y Reyes (2009) afirma que es:

Aquella que trata de responder los problemas teóricos o sustantivos, en tal sentido está orientado, a describir, explicar y predecir o retrodecir la realidad con lo cual se va en búsqueda de los principios y leyes generales que permite organizar una teoría científica.

Asimismo, dichos autores nos indican que éste método se basa en la descripción, análisis e interpretación ordenada de hechos y fenómenos de determinadas variables

presentes en un fenómeno o realidad problemática.

El método utilizado fue el hipotético – deductivo, en referencia a éste Bernal (2006) nos dice que consiste en percibir problemas, lagunas o contradicciones en conocimientos previos o teorías existentes. A partir de estos problemas, se formulan vacíos o contradicciones, conjeturas, soluciones o hipótesis; éstos, a su vez, se prueban. Luego de analizar los resultados, se evalúan las conjeturas, soluciones o hipótesis previamente elaboradas, las cuales pueden ser consideradas (rechazadas) o corroboradas.

También se utilizó el método Analítico sintético de Sánchez y Reyes (2009) donde afirman que este método se basa en el estudio empírico y teórico de aspectos fundamentales y elementales para luego realizar una generalización, caracterización y abstracción.

Asimismo, se aplicó el método Inductivo deductivo, sobre ello Sánchez y Reyes (2009) concibe que este método indica que este estudio parte de eventos reales, concretos que definen una problemática que luego de varias reiteraciones y un equipo teórico, recolección de datos interpretación y análisis se establecen las teorías.

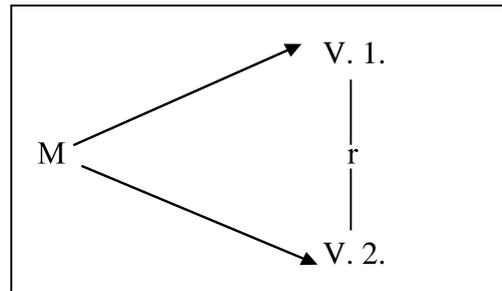
Por último, se utilizó el método analítico – descriptivo sobre ello; Sánchez y Reyes (2009) confirman que bajo este método todos las variables, componentes y elementos de este estudio serán evaluados, procesados, conceptualizados y caracterizados durante su redacción.

4.3 Diseño de investigación

El presente estudio corresponde a los diseños no experimentales transversales correlacionales. Según Carrasco (2009), “las variables carecen de manipulación intencional, no poseen grupo de control, ni mucho menos experimental, se dedican a analizar y estudiar los hechos y fenómenos de la realidad después de su ocurrencia” (p. 71).

Asimismo, Carrasco (2009) afirma que:

Tienen la particularidad de permitir al investigador, analizar y estudiar la relación de hechos y fenómenos de la realidad (variables) para conocer su nivel de influencia o ausencia de ellas, buscan determinar el grado de relación entre las variables que se estudian (p. 73).



Dónde:

M = Muestra

V1 = Observación de la variable 1 Comunicación interna

V2 = Observación de la variable 2 Compromiso organizacional
r = relación entre las variables.

4.4 Población y muestra

4.4.1 Población.

Según Carrasco (2009) la población es el conjunto de todos los elementos (unidades de análisis) que pertenecen al ámbito donde se desarrolla el trabajo de investigación (p. 236). En tanto la población estará constituida por 258 miembros del Personal Civil FAP en el área Las Palmas, del distrito Santiago de Surco, 2019.

4.4.2 Muestra.

La muestra según Carrasco (2009), es un subconjunto de la misma población del

cual se recolectaron datos, y éstos deben de ser lo más representativo posible, debido a que los resultados de la muestra se puedan generalizar a la población, siguiendo esta premisa, se ha elegido a 86 miembros del Personal Civil de la fuerza Área del Perú, 2019, que equivale al 30% de la población; siendo un muestreo no probabilístico intencionado.

4.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

4.5.1 La encuesta.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) la encuesta es una técnica de recogida de información que consiste en la elección de una serie de personas que deben responderlas sobre la base de un cuestionario (p. 150). En esta tesis, se utilizó como instrumento el cuestionario el primero para la variable comunicación interna, el segundo para la variable compromiso organizacional.

4.5.2 Instrumento de recolección de información.

Ficha técnica

Variable: Comunicación interna

Nombre	Cuestionario de comunicación interna
Autor	Peña & Batalla
Año	2016
Administración	Individual/colectiva Duración 20 a 50 minutos
Significación	Evalúa las características la comunicación interna
Tipificación	Baremos para la forma individual o en grupo
Edad	19 años a más
Nivel	Superior

Estructura Está formada por tres aspectos fundamentales

1. Comunicación intrapersonal
2. Comunicación interpersonal
3. Comunicación corporativa

Tabla 4

Baremo para la evaluación grupal de las dimensiones de comunicación interna

Niveles	Muy malo	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno
Comunicación intrapersonal	□ 6 - 11 □	□ 12 - 16 □	□ 17 - 20 □	□ 21 - 25 □	□ 26 - 30 □
Comunicación interpersonal	□ 6 - 11 □	□ 12 - 16 □	□ 17 - 20 □	□ 21 - 25 □	□ 26 - 30 □
Comunicación corporativa	□ 6 - 11 □	□ 12 - 16 □	□ 17 - 20 □	□ 21 - 25 □	□ 26 - 30 □
Comunicación interna	□ 18 - 32 □	□ 33 - 47 □	□ 48 - 61 □	□ 62 - 76 □	□ 77 - 90 □

Fuente: Cuestionario de comunicación interna

Ficha técnica

Variable: Compromiso organizacional

Nombre	Cuestionario de compromiso organizacional
Autor	Betanzos y Paz
Año	2006
Administración	Individual/colectiva
Duración	20 a 50 minutos
Significación	Evalúa las características del compromiso organizacional.
Tipificación	Baremos para la forma individual o engrupo
Edad	19 años amas
Nivel	Superior
Estructura	Está formada por tres aspectos fundamentales

1. Compromiso afectivo
2. Compromiso de continuidad
3. Compromiso normativo

Tabla 5

Baremo para la evaluación grupal de las dimensiones del compromiso organizacional

Niveles	Muy malo	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno
Compromiso afectivo	□7 - 13□	□14 - 18□	□19 - 24□	□25 - 29□	□30 - 35□
Compromiso de continuidad	□5 - 9□	□10 - 13□	□14 - 17□	□18 - 21□	□22 - 25□
Compromiso normativo	□6 - 11□	□12 - 16□	□17- 20□	□21 - 25□	□26 - 30□
Compromiso organizacional	□18 - 32□	□33 - 47□	□48 - 61□	□62 - 76□	□77 - 90□

Fuente: Cuestionario de compromiso organizacional.

4.6 Tratamiento estadístico

Para el tratamiento estadístico de los datos los programas, Microsoft Excel, en Office XP y el programa S.P.S.S. versión 22 En cuanto al tratamiento de los datos, se utilizaron las siguientes operaciones según la idoneidad: análisis descriptivo de los datos con media aritmética y desviación estándar. Para evaluar la existencia de asociación entre las variables estudiadas, se realizaron correlaciones bivariadas, con un nivel de confianza del 95%, es decir, $p \leq 0.05$.

Como se mencionó se realiza la estadística descriptiva la cual consiste en la recopilación, análisis e interpretación de datos numéricos mediante la creación de instrumentos adecuados: tablas, gráficos e indicadores numéricos. La estadística descriptiva se puede considerar como un conjunto de técnicas analíticas que se utilizan para resumir el conjunto de datos recopilados en una determinada investigación, que se organizan, generalmente, mediante números, tablas y gráficos. Su objetivo es proporcionar informes que presenten información sobre la tendencia central y la dispersión de datos.

Para ello, debe mostrar: valor mínimo, valor máximo, suma de valores, conteos, promedio, moda, mediana, varianza y desviación estándar.

También se realiza la estadística inferencial que es el proceso mediante el cual es posible sacar conclusiones sobre la población utilizando información de una muestra,

constituyendo una pregunta central, sabiendo cómo utilizar los datos de la muestra para obtener conclusiones sobre la población. La estadística inferencial permite la generalización, una población, de información obtenida de una muestra representativa y toma de decisiones. La base de la Inferencia Estadística consiste, pues, en la posibilidad de tomar decisiones sobre los parámetros de una población, sin tener que realizar un censo de toda la población.

Capítulo V

Resultados

5.1 Validez y confiabilidad de los instrumentos

5.1.1 Validez de los instrumentos.

Hernández, Fernández y Baptista (2014) define una validez como el nivel de un instrumento de recolección de datos, en que realmente pueda medir una variable (p. 163).

Hernández, Fernández y Baptista (2014), agregan que:

La validez del instrumento de recolección de datos de la presente investigación, se realizó a través de la validez de contenido, es decir, se determinó hasta donde los ítems que contiene el instrumento fueron representativos del dominio o del universo contenido en lo que se desea medir. (p. 163)

Tabla 6

Validez de los instrumentos

Expertos	Comunicación interna		Compromiso organizacional	
	Puntaje	%	Puntaje	%
Experto 1	900	90%	900	90 %
Experto 2	850	85 %	850	85 %
Experto 3	850	85%	850	85 %
Promedio de valoración	2600	86,6%	2600	86,6 %

Fuente: Fichas de validez por juicio de expertos

La tabla anterior muestra el resultado de los jueces expertos y en ellos se refleja que el instrumento de recolección de datos es pertinente, relevante y obtiene una suficiencia

muy buena para ser aplicado en el Personal Civil de la Fuerza Aérea del Perú en el área Las Palmas, del distrito de Santiago de Surco, 2019.

5.1.2 Confiabilidad de los instrumentos.

Hernández, Fernández y Baptista (2010), define:

La confiabilidad de un instrumento de medición se determina mediante diversas técnicas, y se refieren al grado en la cual se aplica, repetida al mismo sujeto produce iguales resultados. La confiabilidad consiste grado en que un instrumento produce resultado consistente y coherente (p. 324).

Para medir el nivel de confiabilidad del instrumento de medición, se utilizó el coeficiente Alfa de Cronbach que revisa la homogeneidad de los ítems en un instrumento con una escala de actitudes.

Tabla 7

Fiabilidad de los conocimientos

Confiabilidad	Muestra piloto	N° de ítems	Alfa de Cronbach
Comunicación interna	10	18	0,975
Compromiso organizacional	10	18	0,974

Fuente: Prueba piloto

El resultado Alfa de Cronbach hallado en la muestra piloto de 10 individuos para el instrumento de comunicación interna es 0,975 lo cual indica que esta es una fuerte confiabilidad. El resultado Alfa de Cronbach hallado en la muestra piloto de 10 individuos para el instrumento de redacción es 0,974 lo cual indica que esta es una fuerte confiabilidad

Luego de ser validado los instrumentos y a su vez que se hallaron su confiabilidad se puede decir que estos se encuentran suficientemente aptos para ser utilizados en la medición de las variables en una muestra del Personal Civil de la Fuerza Aérea del Perú en

el área Las Palmas, del distrito de Santiago de Surco, 2019.

5.2 Presentación y análisis de los resultados

5.2.1 Nivel descriptivo.

Tabla 8

Distribución de frecuencias de la variable comunicación interna

Niveles	Rangos	Frecuencia	Porcentaje
Muy bueno	77 – 90	7	8,1%
Bueno	62 – 76	15	17,4%
Regular	48 – 61	31	36,0%
Malo	33 – 47	31	36,0%
Muy malo	18 – 32	2	2,3%
Total		86	100,0%

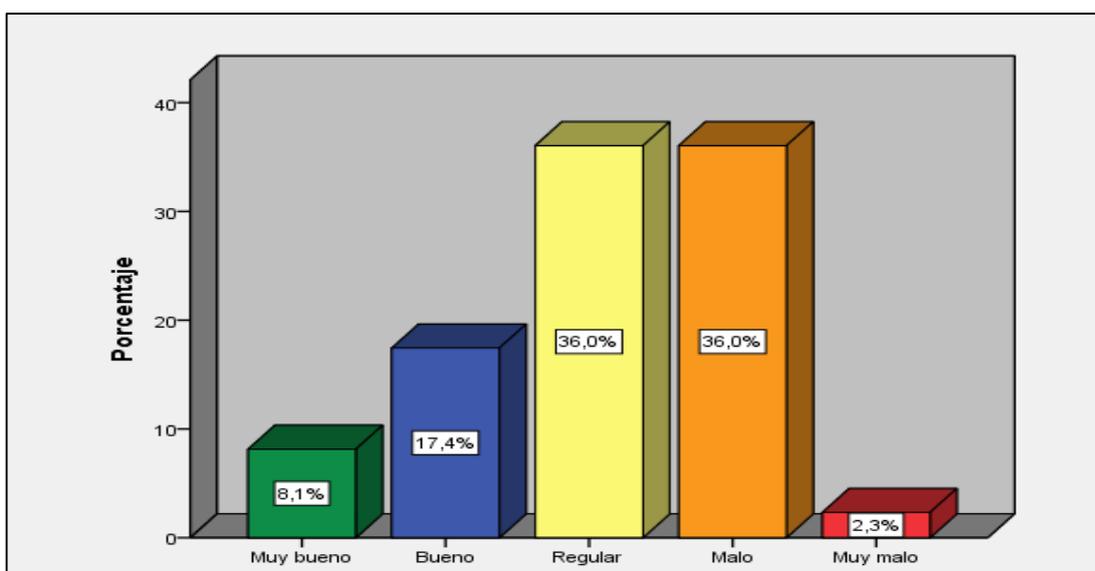


Figura 1. Nivel de comunicación interna. Fuente: Elaborado por el investigador

De los encuestados, el 36,0% (31) señalan que la comunicación interna es regular, seguido por un 36,0% (31) quienes perciben que es mala, otro 17,4% (15) suscriben que es buena, el 8,1% (7) muy buena, y por último un 2,3% (2) consideran que es muy mala. El promedio es 53,86 este resultado indica que la comunicación interna es regular.

Tabla 9

Distribución de frecuencias de la dimensión comunicación intrapersonal

Niveles	Rangos	Frecuencia	Porcentaje
Muy bueno	26 – 30	7	8,1%
Bueno	21 – 25	18	20,9%
Regular	17 – 20	22	25,6%
Malo	12 – 16	34	39,5%
Muy malo	6 – 11	5	5,8%
Total		86	100,0%

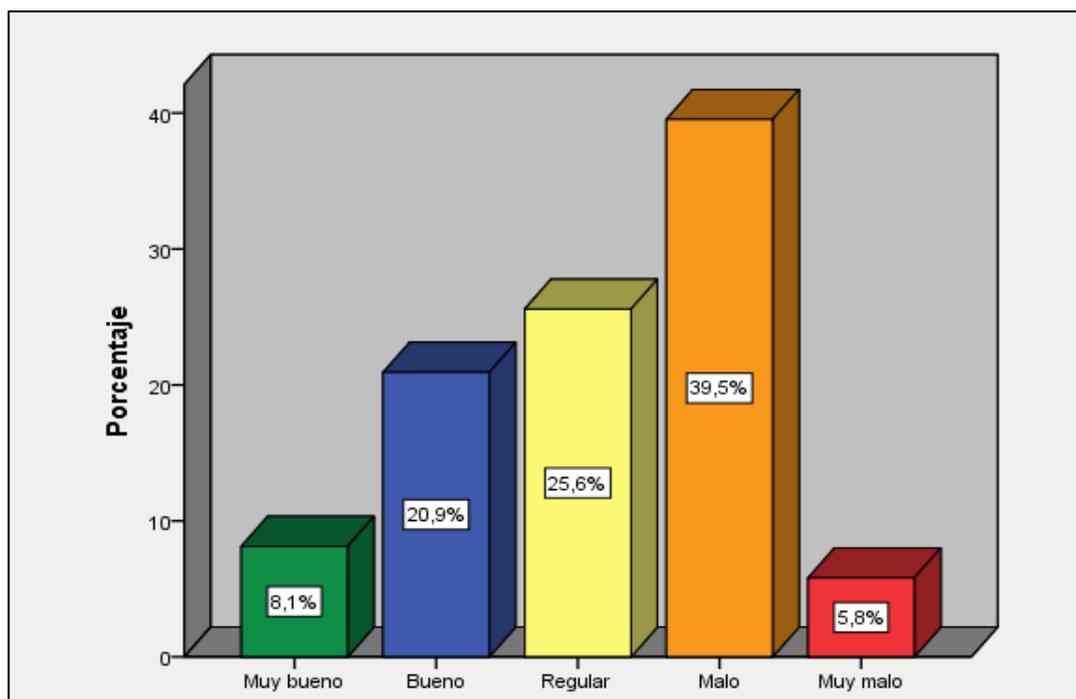


Figura 2. Comunicación intrapersonal. Fuente: Elaborado por el investigador

De los encuestados, el 39,5% (34) señalan que la comunicación intrapersonal es mala, seguido por un 25,6% (22) quienes perciben que es regular, otro 20,9% (18) suscriben que es buena, el 8,1% (7) muy buena, y por último un 5,8% (5) consideran que es muy mala. El promedio es 17,72 este resultado indica que la comunicación intrapersonal es regular.

Tabla 10

Distribución de frecuencias de la dimensión comunicación interpersonal

Niveles	Rangos	Frecuencia	Porcentaje
Muy bueno	26 – 30	9	10,5%
Bueno	21 – 25	19	22,1%
Regular	17 – 20	25	29,1%
Malo	12 – 16	24	27,9%
Muy malo	6 – 11	9	10,7%
Total		86	100.0%

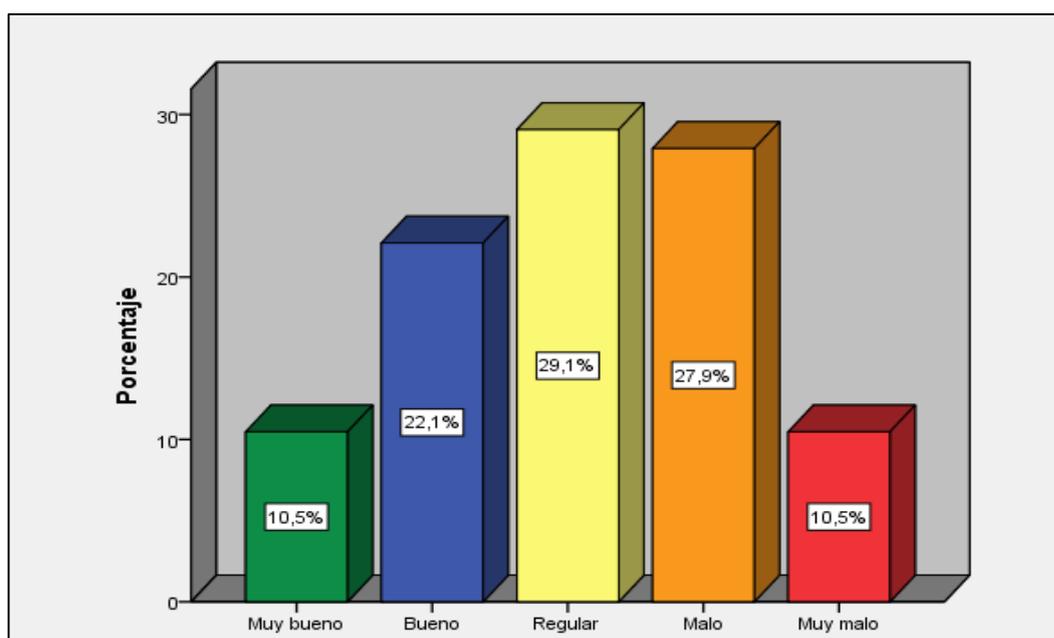


Figura 3. Comunicación interpersonal. Fuente: Elaborado por el investigador

De los encuestados, el 29,1% (25) señalan que la comunicación interpersonal es regular, seguido por un 27,9% (24) quienes perciben que es mala, otro 22,1% (19) suscriben que es buena, el 10,5% (6) muy mala, y por último un 10,5% (9) consideran que es muy buena. El promedio es 17,98 este resultado indica que la comunicación interpersonal es regular.

Tabla 11

Distribución de frecuencias de la dimensión comunicación corporativa

Niveles	Rangos	Frecuencia	Porcentaje
Muy bueno	26 – 30	7	8,1%
Bueno	21 – 25	14	16,3%
Regular	17 – 20	32	37,2%
Malo	12 – 16	28	32,6%
Muy malo	6 – 11	5	5,8%
Total		86	100.0%

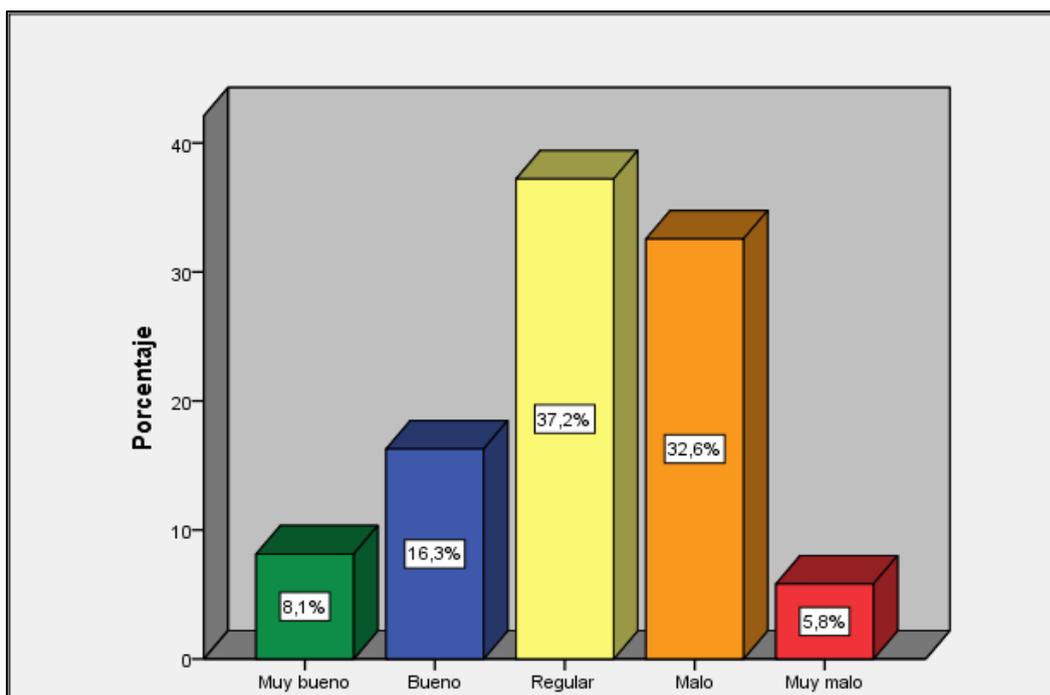


Figura 4. Comunicación corporativa. Fuente: Elaborado por el investigador

De los encuestados, el 37,2% (32) señalan que la comunicación corporativa es regular, seguido por un 32,6% (28) quienes perciben que es mala, otro 16,3% (14) suscriben que es buena, el 8,1% (7) muy buena, y por último un 5,8% (5) consideran que es muy mala. El promedio es 18,16 este resultado indica que la comunicación corporativa es regular.

Tabla 12

Distribución de frecuencias de la variable compromiso organizacional

Niveles	Rangos	Frecuencia	Porcentaje
Muy bueno	77 – 90	6	7,0%
Bueno	62 – 76	14	16,3%
Regular	48 – 61	44	51,2%
Malo	33 – 47	22	25,6%
Muy malo	18 – 32	0	0,0%
Total		86	100,0%

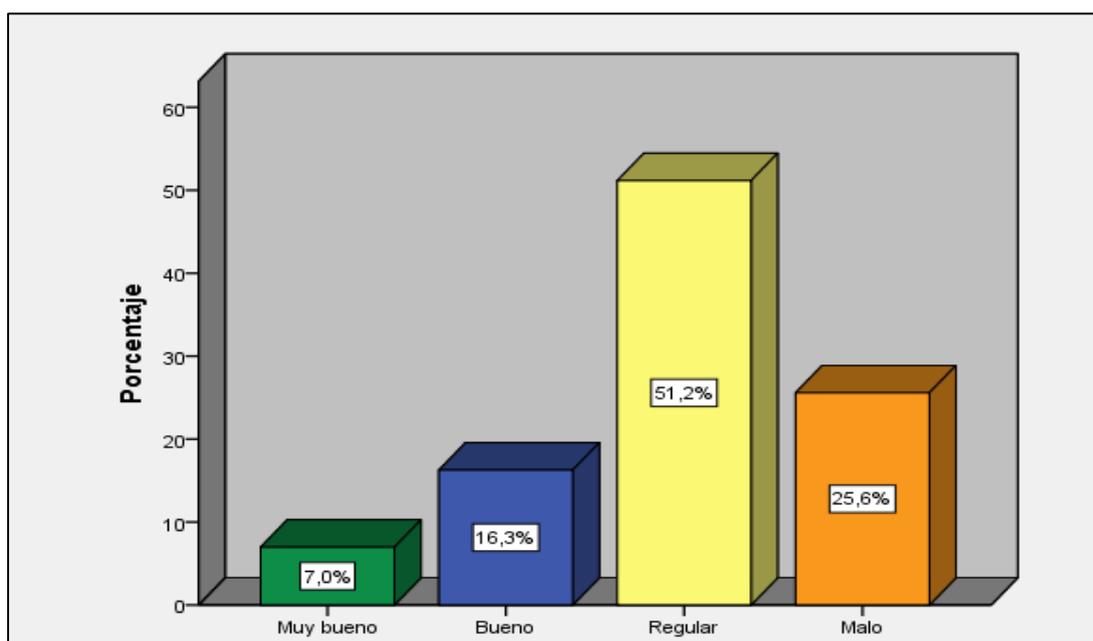


Figura 5. Compromiso organizacional. Fuente: Elaborado por el investigador

De los encuestados, el 51,2% (44) señalan que el compromiso organizacional es regular, seguido por un 25,6% (22) quienes perciben que es malo, otro 16,3% (14) suscriben que es bueno, y por último un 7,0% (6) consideran que es muy bueno. El promedio es 55,59 este resultado indica que el compromiso organizacional es regular.

Tabla 13

Distribución de frecuencias de la dimensión compromiso afectivo

Niveles	Rangos	Frecuencia	Porcentaje
Muy bueno	30 – 35	7	8,1%
Bueno	25 – 29	11	12,8%
Regular	19 – 24	38	44,2%
Malo	14 – 18	30	34,9%
Muy malo	7 – 13	0	0,0%
Total		86	100.0%

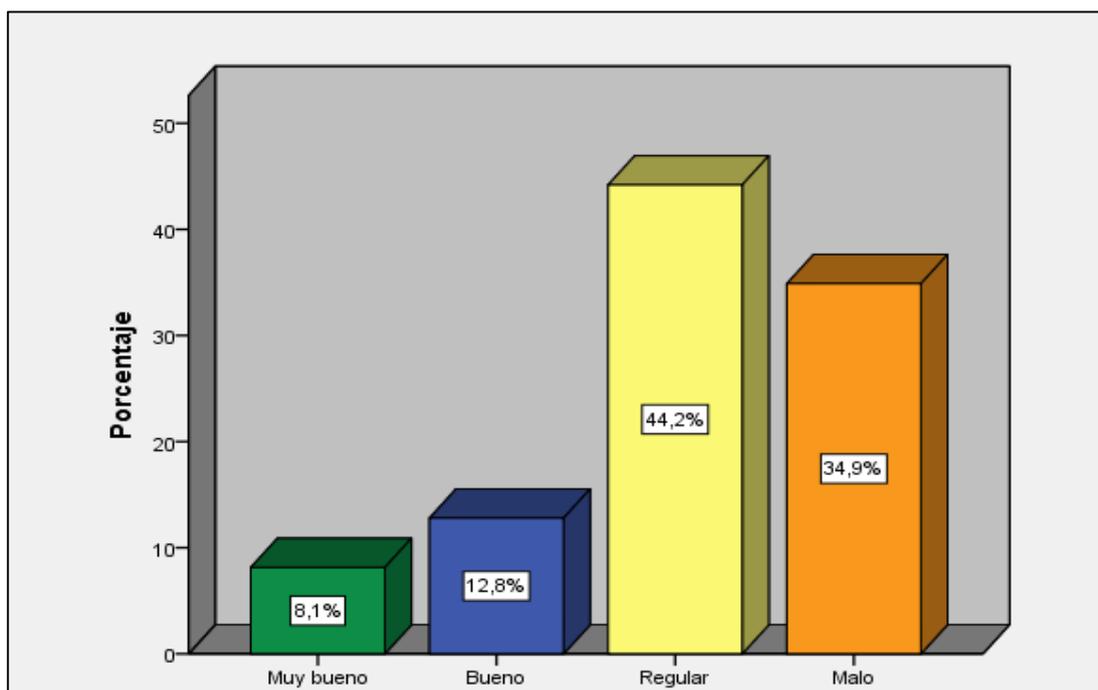


Figura 6. Compromiso afectivo. Fuente: Elaborado por el investigador

De los encuestados, el 44,2% (38) señalan que el compromiso afectivo es regular, seguido por un 34,9% (30) quienes perciben que es malo, otro 12,8% (11) suscriben que es bueno, y por último un 8,1% (7) consideran que es muy bueno. El promedio es 21,03 este resultado indica que el compromiso afectivo es regular.

Tabla 14

Distribución de frecuencias de la dimensión compromiso de continuidad

Niveles	Rangos	Frecuencia	Porcentaje
Muy bueno	22 – 25	6	7,0%
Bueno	18 – 21	19	22,1%
Regular	14 – 17	34	39,5%
Malo	10 – 13	27	31,4%
Muy malo	5 – 9	0	0,0%
Total		86	100,0%

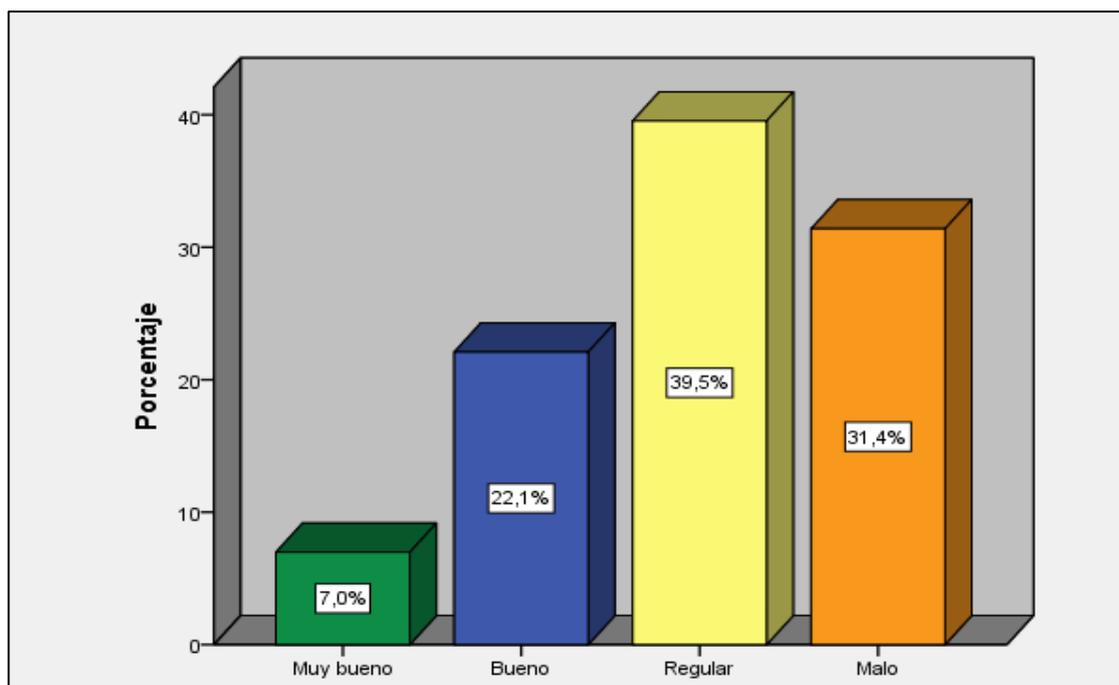


Figura 7. Compromiso de continuidad. Fuente: Elaborado por el investigador

De los encuestados, el 39,5% (34) señalan que el compromiso de continuidad es regular, seguido por un 31,4% (27) quienes perciben que es malo, otro 22,1% (19) suscriben que es bueno, y por último un 7,0% (6) consideran que es muy bueno. El promedio es 15,88 este resultado indica que el compromiso de continuidad es regular.

Tabla 15

Distribución de frecuencias de la dimensión compromiso normativo

Niveles	Rangos	Frecuencia	Porcentaje
Muy bueno	26 – 30	6	7,0%
Bueno	21 – 25	17	19,8%
Regular	17 – 20	26	30,2%
Malo	12 – 16	37	43,0%
Muy malo	6 – 11	0	0,0%
Total		86	100,0%

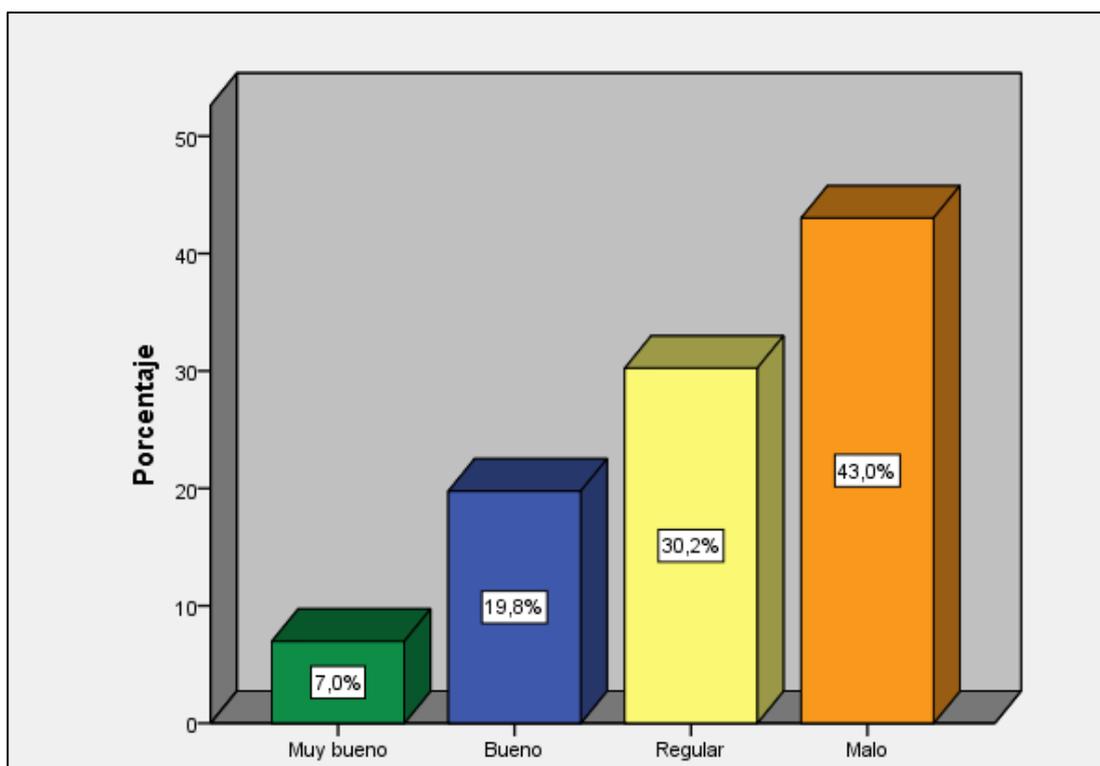


Figura 8. Compromiso normativo. Fuente: Elaborado por el investigador

De los encuestados, el 43,0% (37) señalan que el compromiso normativo es malo, seguido por un 30,2% (26) quienes perciben que es regular, otro 19,8% (17) suscriben que es bueno, y por último un 7,0% (6) consideran que es muy bueno. El promedio es 18,67 este resultado indica que el compromiso normativo es regular.

Resultado del objetivo general.

Tabla 16

Distribución de los niveles comparativos entre la comunicación interna y compromiso organizacional

		Compromiso organizacional				Total	
		Malo	Regular	Bueno	Muy bueno		
Comunicación interna	Muy bueno	Recuento	0	0	1	6	7
		% del total	0,0%	0,0%	1,2%	7,0%	8,2%
	Bueno	Recuento	1	3	11	0	15
		% del total	1,2%	3,5%	12,8%	0,0%	17,4%
Regular	Recuento	2	27	2	0	31	
	% del total	2,3%	31,4%	2,3%	0,0%	36,0%	
Malo	Recuento	17	14	0	0	31	
	% del total	19,8%	16,3%	0,0%	0,0%	36,0%	
Muy malo	Recuento	2	0	0	0	2	
	% del total	2,3%	0,0%	0,0%	0,0%	2,3%	
Total	Recuento	22	44	14	6	86	
	% del total	25,6%	51,2%	16,3%	7,0%	100,0%	

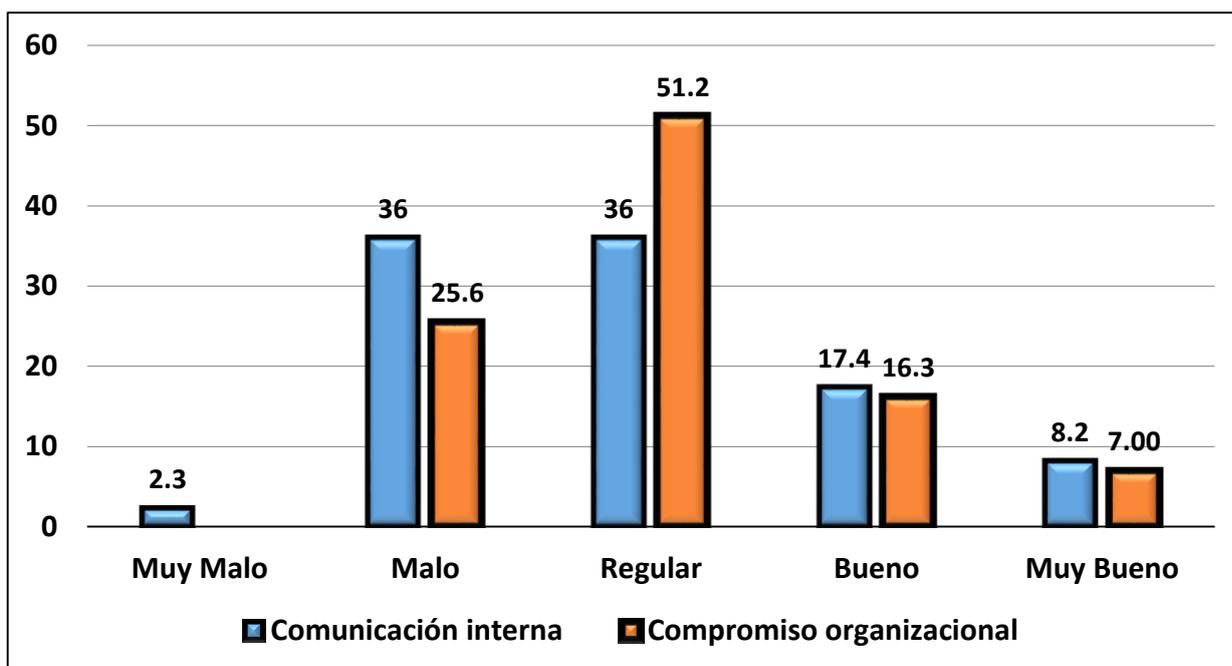


Figura 9. Distribución de los niveles comparativos entre la comunicación interna y compromiso organizacional. Fuente: Elaborado por el investigador

En la tabla 16, figura 9; apreciamos los resultados totales de la encuesta en relación a ambas variables señalan tanto el 8.2% como el 7% que existe una comunicación interna y compromiso organización muy bueno, así sucesivamente el 17.4% y 16.3 señalan como bueno; el 36% y 51.2% Regular; el 36% y 25.6 malo; y solo el 2.3% muy malo para comunicación interna.

Resultado del objetivo específico 1.

Tabla 17

Distribución de los niveles comparativos entre la comunicación intrapersonal y compromiso organizacional

		Compromiso organizacional				Total	
		Malo	Regular	Bueno	Muy bueno		
Comunicación intrapersonal	Muy bueno	Recuento	0	0	1	6	7
		% del total	0,0%	0,0%	1,2%	7,0%	8,1%
	Bueno	Recuento	1	6	11	0	18
		% del total	1,2%	7,0%	12,8%	0,0%	20,9%
	Regular	Recuento	2	18	2	0	22
		% del total	2,3%	20,9%	2,3%	0,0%	25,6%
	Malo	Recuento	14	20	0	0	34
		% del total	16,3%	23,3%	0,0%	0,0%	39,5%
	Muy malo	Recuento	5	0	0	0	5
		% del total	5,8%	0,0%	0,0%	0,0%	5,8%
Total	Recuento	22	44	14	6	86	
	% del total	25,6%	51,2%	16,3%	7,0%	100,0%	

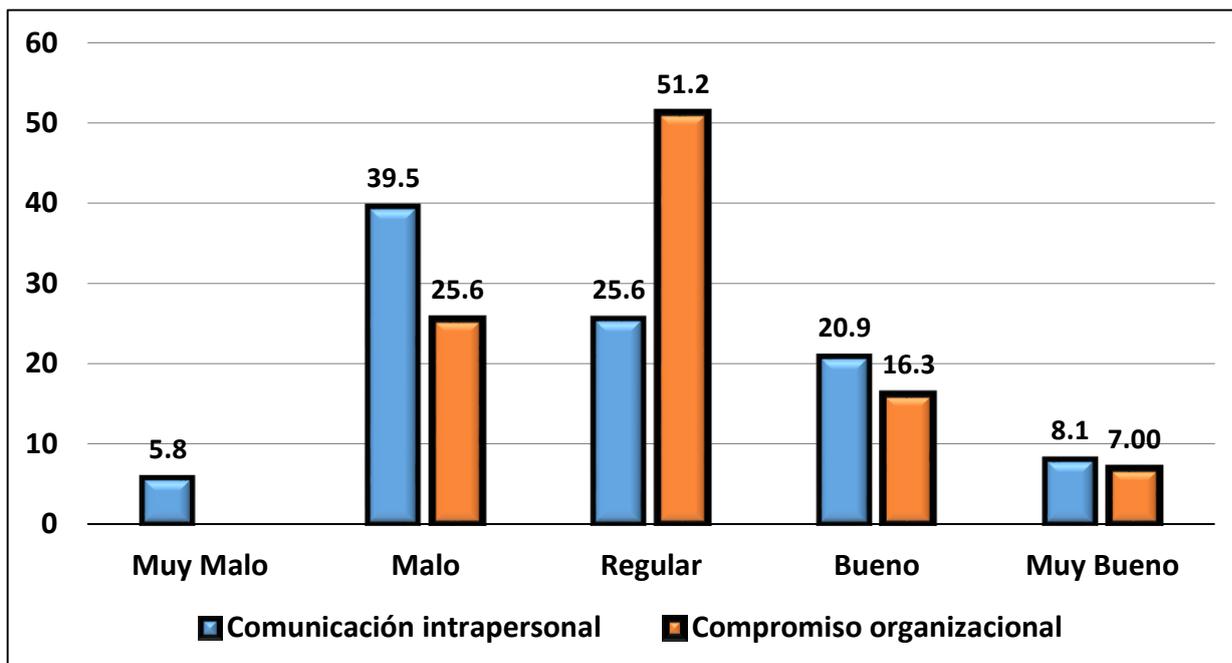


Figura 10. Distribución de los niveles comparativos entre la comunicación intrapersonal y compromiso organizacional. Fuente: Elaborado por el investigador

En la tabla 17, figura 10; apreciamos los resultados totales de la encuesta en relación a la comunicación intrapersonal y compromiso organizacional los encuestados señalan; el 8.1% como el 7% como muy bueno, así sucesivamente el 20.9% y 16.3 señalan como bueno; el 25.6% y 51.2% Regular; el 39.5% y 25.6 malo; y solo el 5.8% muy malo para comunicación intrapersonal.

Resultado del objetivo específico 2.

Tabla 18

Distribución de los niveles comparativos entre la comunicación interpersonal y compromiso organizacional

			Compromiso organizacional				Total
			Malo	Regular	Bueno	Muy bueno	
Comunicación interpersonal	Muy bueno	Recuento	0	2	3	4	9
		% del total	0,0%	2,3%	3,5%	4,7%	10,5%
	Bueno	Recuento	2	7	8	2	19
		% del total	2,3%	8,1%	9,3%	2,3%	22,1%
	Regular	Recuento	1	21	3	0	25
		% del total	1,2%	24,4%	3,5%	0,0%	29,1%
	Malo	Recuento	10	14	0	0	24
		% del total	11,6%	16,3%	0,0%	0,0%	27,9%
	Muy malo	Recuento	9	0	0	0	9
		% del total	10,5%	0,0%	0,0%	0,0%	10,5%
Total	Recuento	22	44	14	6	86	
	% del total	25,6%	51,2%	16,3%	7,0%	100,0%	

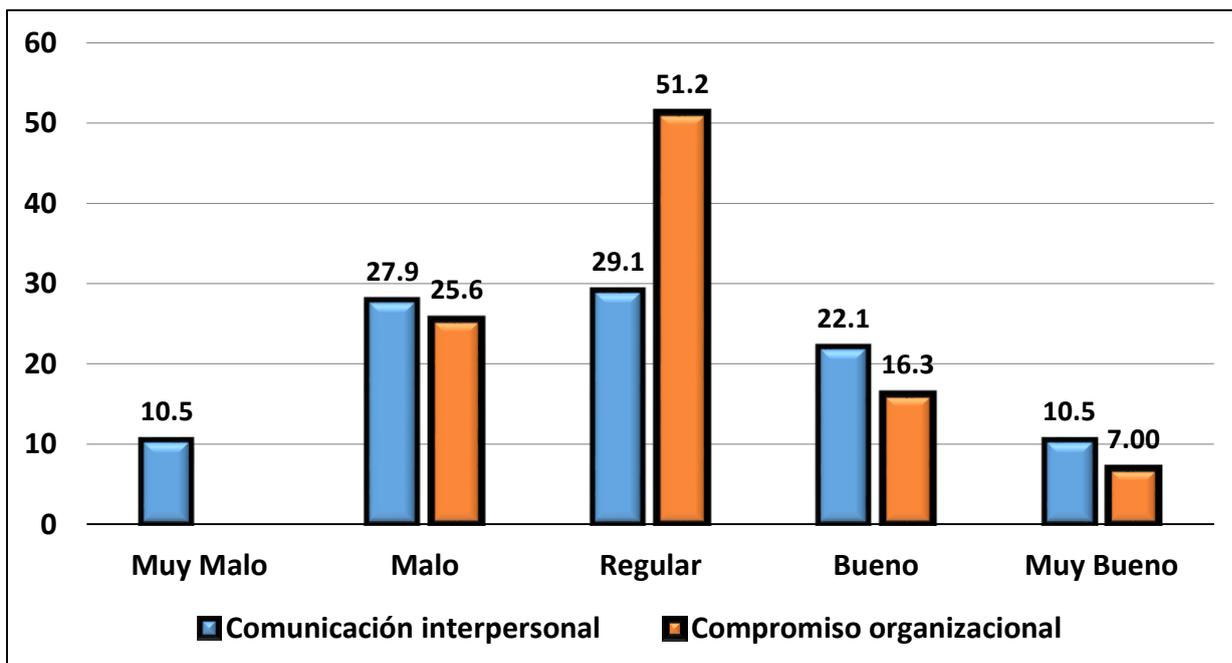


Figura 11. Distribución de los niveles comparativos entre la comunicación interpersonal y compromiso organizacional. Fuente: Elaborado por el investigador

En la tabla 18, figura 11; apreciamos los resultados totales de la encuesta en relación a la comunicación interpersonal y compromiso organizacional los encuetados señalan; el 10.5% como el 7% como muy bueno, así sucesivamente el 22.1% y 16.3 señalan como bueno; el 29.1% y 51.2% Regular; el 27.9% y 25.6 malo; y solo el 10,5% muy malo para comunicación interpersonal.

Resultado del objetivo específico 3.

Tabla 19

Distribución de los niveles comparativos entre la comunicación corporativa y compromiso organizacional

		Compromiso organizacional				Total
		Malo	Regular	Bueno	Muy bueno	
Comunicación corporativa	Muy bueno	Recuento	0	2	1	4
		% del total	0,0%	2,3%	1,2%	4,7%
	Bueno	Recuento	0	1	11	2
		% del total	0,0%	1,2%	12,8%	2,3%
	Regular	Recuento	3	27	2	0
		% del total	3,5%	31,4%	2,3%	0,0%
	Malo	Recuento	16	12	0	0
		% del total	18,6%	14,0%	0,0%	0,0%
	Muy malo	Recuento	3	2	0	0
		% del total	3,5%	2,3%	0,0%	0,0%
Total		Recuento	22	44	14	6
		% del total	25,6%	51,2%	16,3%	7,0%

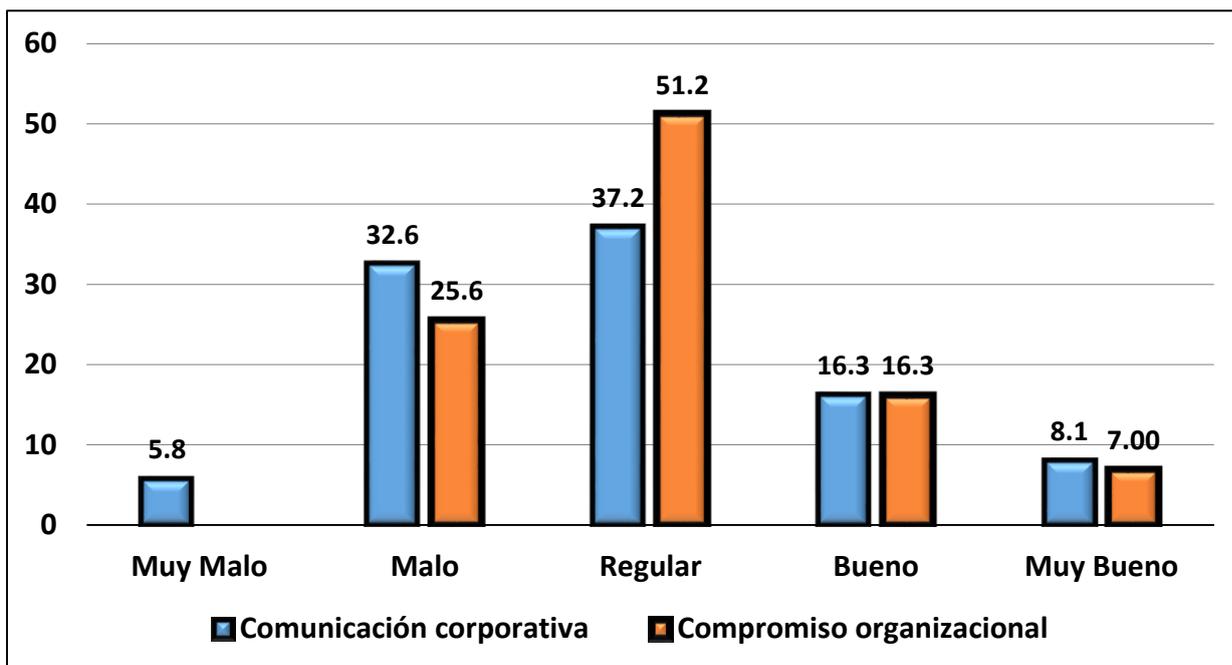


Figura 12. Distribución de los niveles comparativos entre la comunicación corporativa y compromiso organizacional. Fuente: Elaborado por el investigador

En la tabla 19, figura 12; apreciamos los resultados totales de la encuesta en relación a la comunicación corporativa y compromiso organizacional los encuetados señalan; el 8.1% como el 7% como muy bueno, así sucesivamente el 16.3% y 16.3 señalan como bueno; el 37.2% y 51.2% Regular; el 32.6% y 25.6 malo; y solo el 5.8% muy malo para comunicación corporativa.

5.2.2 Nivel inferencial.

5.2.2.1 Prueba de normalidad.

H0: Los datos de la muestra provienen de una distribución normal

H1: Los datos de la muestra no provienen de una distribución normal

Nivel de significancia: 0,05

Estadístico de Prueba: sig < 0,05, rechazar H0

Sig > 0,05, aceptar H0

Tabla 20

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Comunicación interna	0,169	86	0,000
Compromiso organizacional	0,167	86	0,000

Nota: Base de datos SPSS, versión 22.

En la tabla se muestra que los valores de sig < 0.05 , por lo tanto, se rechaza H_0 , se acepta que los datos de la muestra no provienen de una distribución normal, por lo tanto para probar las hipótesis planteada se usará el Rho de Spearman.

5.2.2.2. Contrastación de hipótesis general.

Formulación de hipótesis

H_0 : No existe una relación directa y significativa entre la comunicación interna y el compromiso organizacional del Personal Civil de la Fuerza Aérea del Perú en el área Las Palmas, del distrito Santiago de Surco, 2019.

H_a : Existe una relación directa y significativa entre la comunicación interna y el compromiso organizacional del Personal Civil de la Fuerza Aérea del Perú en el área Las Palmas, del distrito Santiago de Surco, 2019.

Elección de nivel de significancia: $\alpha = 0,05$

Regla de decisión: Si $p < 0,05$ entonces se rechaza la hipótesis nula

Tabla 21

Correlación y significación entre comunicación interna y compromiso organizacional

			Comunicación interna	Compromiso organizacional
	Comunicación interna	Coefficiente de correlación	1,000	0,774**
Rho de Spearman		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	86	86
	Compromiso organizacional	Coefficiente de correlación	0,774**	1,000
Comunicación interna		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	86	86

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Nota: base de datos SPSS, versión 22.

En la tabla 21 se presentan los resultados para contrastar la hipótesis general: se obtuvo un coeficiente de correlación Rho de Spearman = 0,774** lo que se interpreta al 99,99% ** la correlación es significativa al nivel 0,01 bilateral, interpretándose como una relación positiva alta entre las variables, con un $p = 0,00$ ($p < 0,01$), rechazándose la hipótesis nula.

También se observa que la comunicación interna está relacionada directamente con el compromiso organizacional, es decir en cuanto mejor sea la comunicación interna será mayor el compromiso organizacional, además según la correlación de Spearman de 0,774 representa ésta una correlación positiva alta.

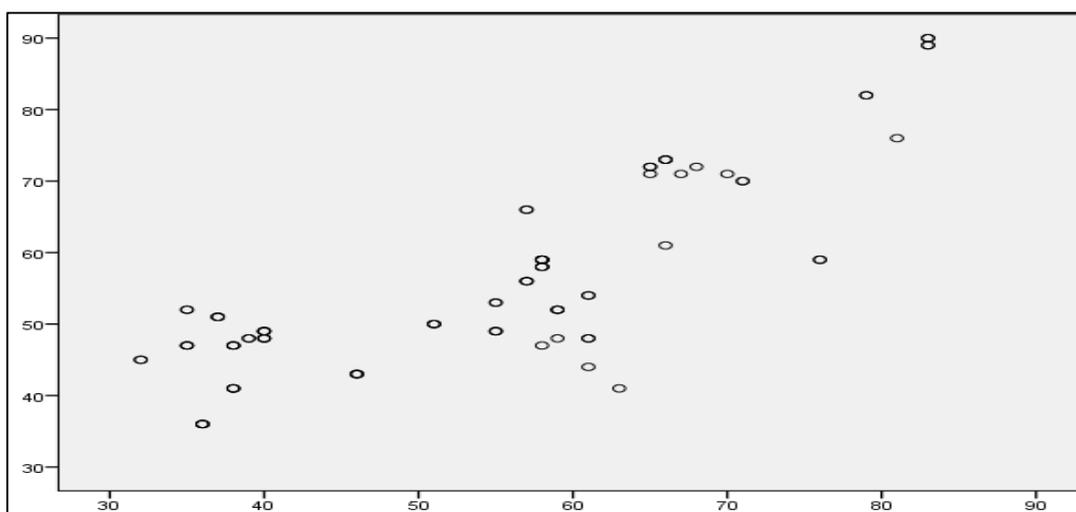


Figura 13. Diagrama de dispersión comunicación interna vs compromiso organizacional. Fuente: Elaborado por el investigador

Prueba de hipótesis específica 1.

Formulación de hipótesis

Ho: No existe una relación directa y significativa entre la comunicación intrapersonal y el compromiso organizacional del Personal Civil de la Fuerza Aérea del Perú en el área Las Palmas, del distrito Santiago de Surco, 2019.

Ha: Existe una relación directa y significativa entre la comunicación intrapersonal y el compromiso organizacional del Personal Civil de la Fuerza Aérea del Perú en el área Las Palmas, del distrito Santiago de Surco, 2019.

Elección de nivel de significancia: $\alpha = 0,05$

Regla de decisión: Si $p < 0,05$ entonces se rechaza la hipótesis nula

Tabla 22

Correlación y significación entre comunicación intrapersonal y compromiso organizacional

			Comunicación intrapersonal	Compromiso organizacional
Rho de Spearman	Comunicación intrapersonal	Coefficiente de correlación	1,000	0,751**
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	86	86
	Compromiso organizacional	Coefficiente de correlación	0,751**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	86	86

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Nota: base de datos SPSS, versión 22.

En la tabla 22 se presentan los resultados para contrastar la hipótesis general: se obtuvo un coeficiente de correlación Rho de Spearman = 0,751** lo que se interpreta al 99,99% ** la correlación es significativa al nivel 0,01 bilateral, interpretándose como una relación positiva alta entre las variables, con un $p = 0,00$ ($p < 0,01$), rechazándose la hipótesis nula.

También se observa que la comunicación intrapersonal está relacionada directamente con el compromiso organizacional, es decir en cuanto mejor sea la comunicación intrapersonal será mayor el compromiso organizacional, además según la

correlación de Spearman de 0,751 representa ésta una correlación positiva alta.

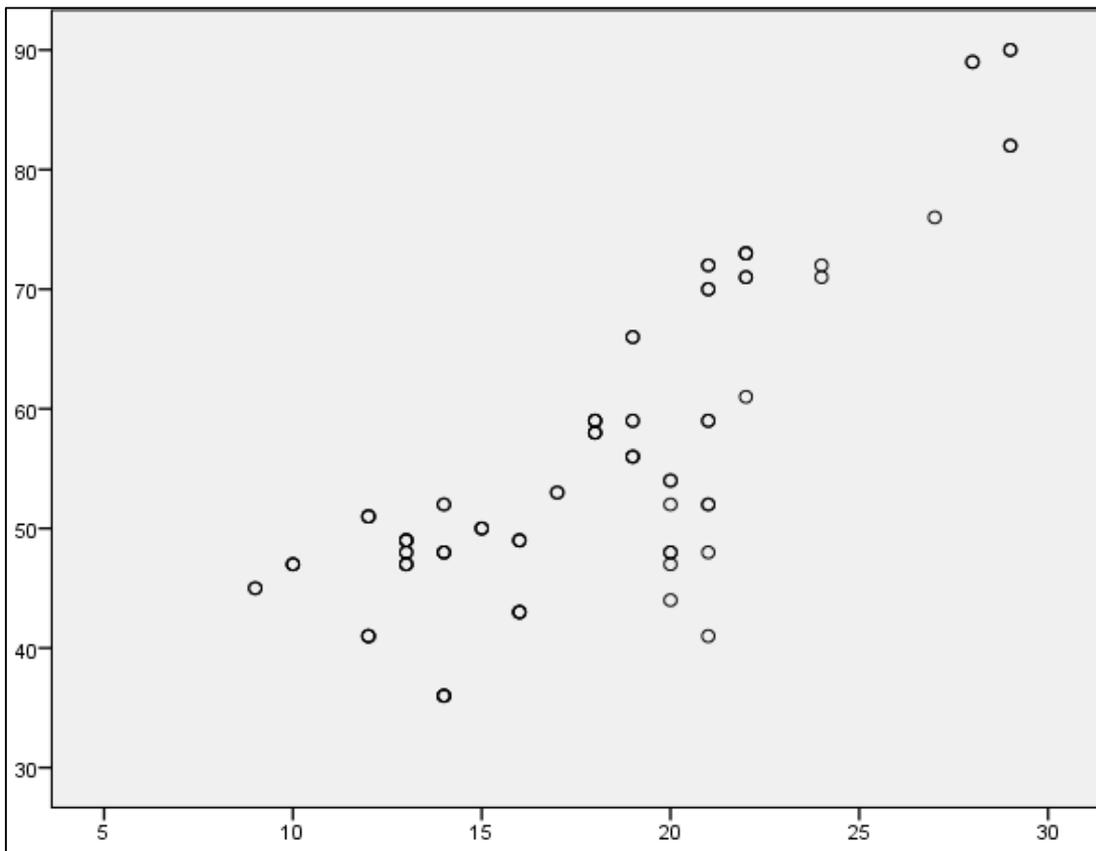


Figura 14. Diagrama de dispersión comunicación intrapersonal vs compromiso organizacional. Fuente:

Elaborado por el investigador

Prueba de hipótesis específica 2

Formulación de hipótesis

Ho: No existe una relación directa y significativa entre la comunicación interpersonal y el compromiso organizacional del Personal Civil de la Fuerza Aérea del Perú en el área Las Palmas, del distrito Santiago de Surco, 2019.

Ha: Existe una relación directa y significativa entre la comunicación interpersonal y el compromiso organizacional del Personal Civil de la Fuerza Aérea del Perú en el área Las Palmas, del distrito Santiago de Surco, 2019.

Elección de nivel de significancia: $\alpha = 0,05$

Regla de decisión: Si $p < 0,05$ entonces se rechaza la hipótesis nula

Tabla 23

Correlación y significación entre comunicación interpersonal y compromiso organizacional

			Comunicación interpersonal	Compromiso organizacional
Rho de Spearman	Comunicación interpersonal	Coefficiente de correlación	1,000	0,778**
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	86	86
Compromiso organizacional	Compromiso organizacional	Coefficiente de correlación	0,778**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	86	86

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Nota: base de datos SPSS, versión 22.

En la tabla 23 se presentan los resultados para contrastar la hipótesis general: se obtuvo un coeficiente de correlación Rho de Spearman = 0,778** lo que se interpreta al 99,99% ** la correlación es significativa al nivel 0,01 bilateral, interpretándose como una relación positiva alta entre las variables, con un $p = 0,00$ ($p < 0,01$), rechazándose la hipótesis nula.

También se observa que la comunicación interpersonal está relacionada directamente con el compromiso organizacional, es decir en cuanto mejor sea la comunicación interpersonal será mayor el compromiso organizacional, además según la correlación de Spearman de 0,778 representa ésta una correlación positiva alta.

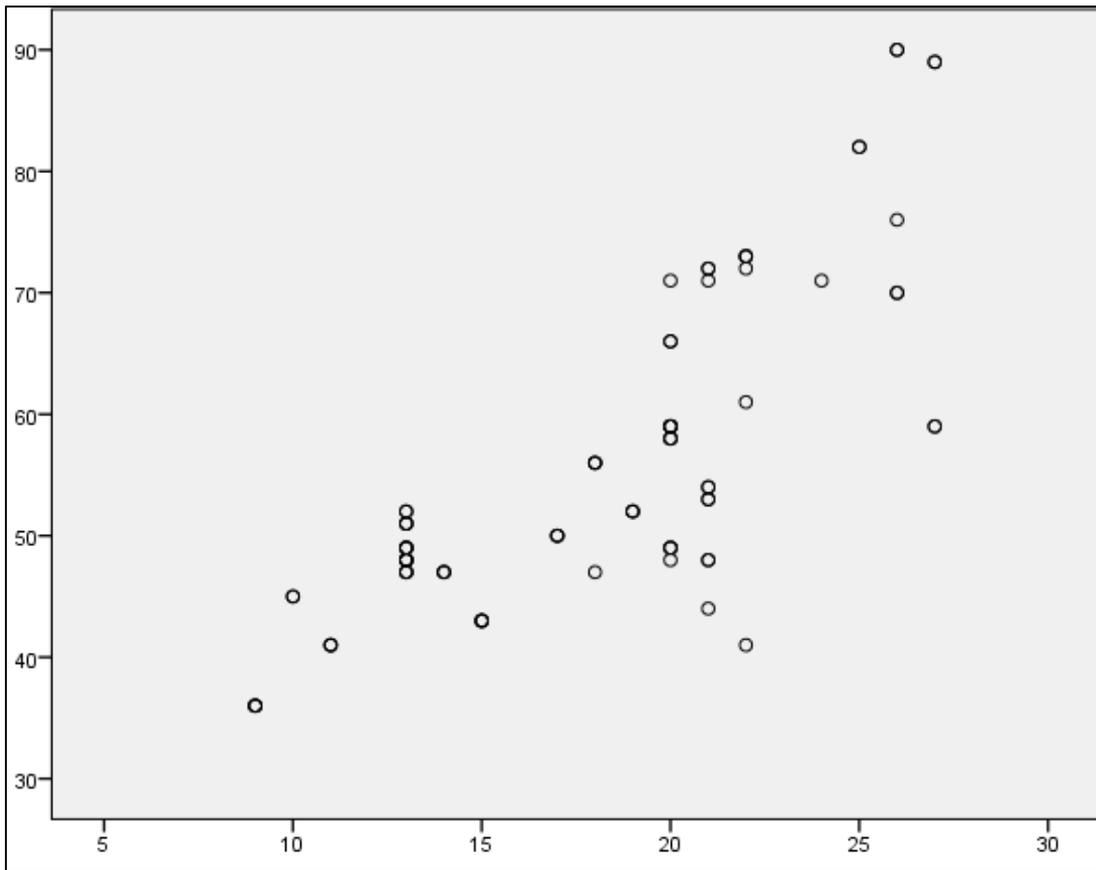


Figura 15. Diagrama de dispersión comunicación interpersonal vs compromiso organizacional. Fuentes: Elaborado por el investigador

Prueba de hipótesis específica 3.

Formulación de hipótesis

Ho: No existe una relación directa y significativa entre la comunicación corporativa y el compromiso organizacional del Personal Civil de la Fuerza Aérea del Perú en el área Las Palmas, del distrito Santiago de Surco, 2019.

Ha: Existe una relación directa y significativa entre la comunicación corporativa y el compromiso organizacional del Personal Civil de la Fuerza Aérea del Perú en el área Las Palmas, del distrito Santiago de Surco, 2019.

Elección de nivel de significancia: $\alpha = 0,05$

Regla de decisión: Si $p < 0,05$ entonces se rechaza la hipótesis nula

Tabla 24

Correlación y significación entre comunicación corporativa y compromiso organizacional

		Comunicación corporativa	Compromiso organizacional
Rho de Spearman	Comunicación corporativa	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	0,752**
		N	86
Compromiso organizacional	Compromiso organizacional	Coefficiente de correlación	0,752**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	86

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Nota: base de datos SPSS, versión 22.

En la tabla 24 se presentan los resultados para contrastar la hipótesis general: se obtuvo un coeficiente de correlación Rho de Spearman = 0,752** lo que se interpreta al 99,99% ** la correlación es significativa al nivel 0,01 bilateral, interpretándose como una relación positiva alta entre las variables, con un $p = 0,00$ ($p < 0,01$), rechazándose la hipótesis nula.

También se observa que la comunicación corporativa está relacionada directamente con el compromiso organizacional, es decir en cuanto mejor sea la comunicación corporativa será mayor el compromiso organizacional, además según la correlación de Spearman de 0,752 representa ésta una correlación positiva alta.

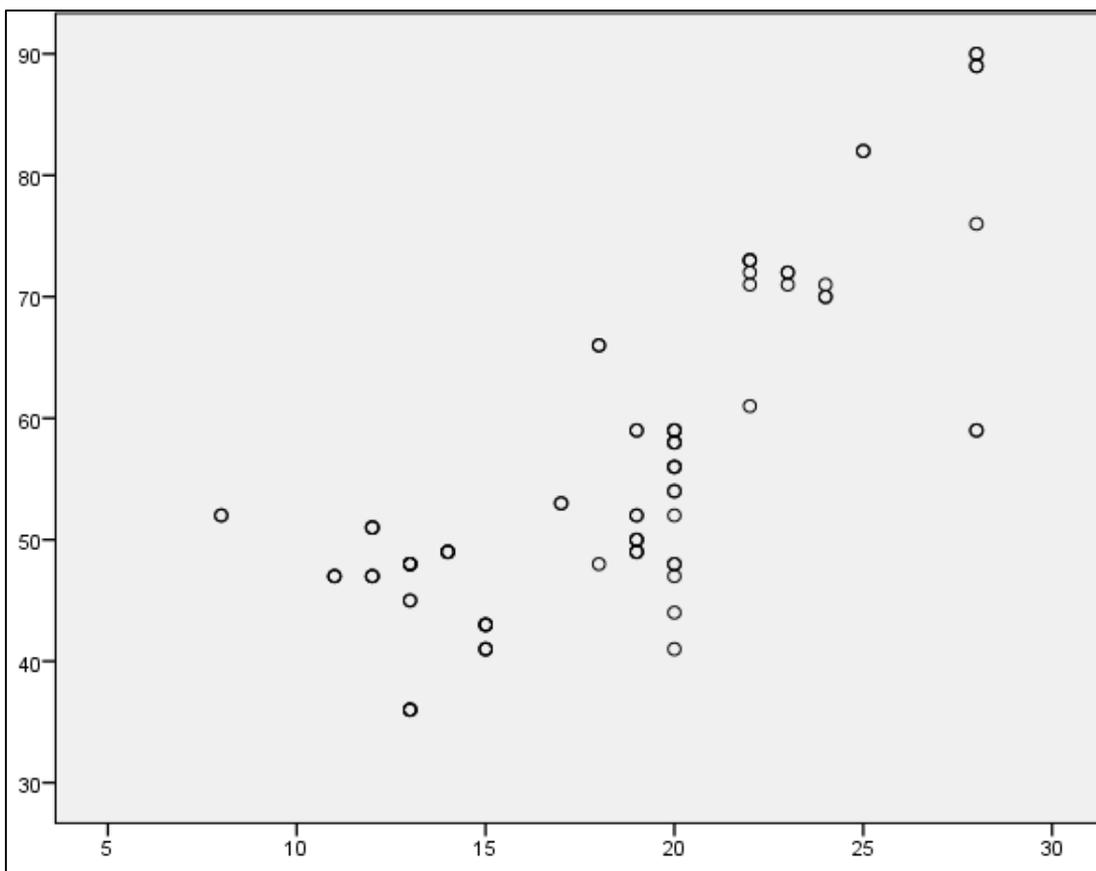


Figura 16. Diagrama de dispersión comunicación corporativa vs compromiso organizacional. Fuente: Elaborado por el investigador

5.3 Discusión de los resultados

Para conocer la acepción de las variables se consultaron fundamentos de renombrados autores tal es el caso cuando se define la variable comunicación interna de acuerdo con Pérez (2011) “Nace como respuesta a las nuevas necesidades de las compañías de motivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno empresarial donde el cambio es cada vez más rápido” (p.1). Al realizar la recolección de datos y luego del procesamiento y análisis de los datos se logró hallar que un 36,0% del Personal Civil de la Fuerza Aérea del Perú en el área Las Palmas, del distrito Santiago de Surco señalan que la comunicación interna es de nivel regular.

Por otro lado, para conocer la segunda variable compromiso organizacional se definió según Arciniega y Gonzales, (2006) lo definen como “Un estado psicológico que caracteriza la relación entre una persona y una organización, que tiene influencia en la decisión de continuar o dejar la organización” (p. 32), igualmente que la primera variable se realizó la recolección y análisis hallando que el 51,2% quienes señalan que el compromiso organizacional es regular.

Y en la prueba de hipótesis se halló que existe una relación directa y significativa entre la comunicación interna y el compromiso organizacional del Personal Civil de la Fuerza Aérea del Perú en el área Las Palmas, del distrito Santiago de Surco, 2019. ($p < 0,05$, Rho de Spearman = 0,774, siendo correlación positiva alta), al respecto se hallaron resultados similares en la tesis de Cortez (2016), donde concluye en que los individuos estudiados saben sobre los medios de comunicación que emplean la empresa, pero que tienen conflictos con los envíos y la recepción de los pedidos, lo cual muestra el disgusto de ellos, el área con mejor comunicación es el de recursos humanos y la gerencia pero no manejan técnicas de comunicación, también los encuestados mencionan que debe de haber un área de relaciones sociales que repercutan en la comunicación interna de manera favorable

Por otro lado, se halló que existe una relación directa y significativa entre la comunicación intrapersonal y el compromiso organizacional del Personal Civil de la Fuerza Aérea del Perú en el área Las Palmas, del distrito Santiago de Surco, 2019. ($p < 0,05$, Rho de Spearman = 0,751, siendo correlación positiva alta), al respecto se hallaron resultados similares en la tesis de Montesdeoca (2017), fue que al momento de ejecutar la investigación se vio que muchos de los conflictos de las organizaciones están vinculados al mal manejo de la comunicación, lo que acarrea un problema interno creando un ambiente pésimo, haciendo que la eficiencia y productividad se vea afectada, de igual manera

perjudica a la organización misma. En referencia a la comunicación intrapersonal se define según Peña & Batalla (2016) la comunicación intrapersonal “hace hincapié en como las personas decodifican o escuchan los mensajes recibidos y la forma en que codifican o elaboran los mensajes emitidos. Este modelo es muy importante por tal motivo sus siglas le dan el nombre a todo el sistema” (p. 27). Y de acuerdo a los datos hallados el 39,5% del Personal Civil de la Fuerza Aérea del Perú en el área Las Palmas señalan que la comunicación intrapersonal es mala.

También se halló que existe una relación directa y significativa entre la comunicación interpersonal y el compromiso organizacional del Personal Civil de la Fuerza Aérea del Perú en el área Las Palmas, del distrito Santiago de Surco, 2019. ($p < 0,05$, Rho de Spearman = 0,778, siendo correlación positiva alta), al respecto se hallaron resultados similares en la tesis de Flores (2015), donde concluye en que la empresa investigada no tiene un área de comunicación entonces la organización no tiene un buen control de esta, la comunicación es inadecuada, se tienen casos de chismes y rumores dentro de la empresa, esto genera un ambiente no muy cómodo para poder realizar las labores diarias, ya que los trabajadores no se comunican ni hablan confiadamente entre ellos, para lo cual se le recomienda un plan para poder reforzar dichas falencias. En referencia a la comunicación interpersonal Betanzos y Paz, (2007) afirman que “es un proceso que implica al colaborador quien decide de manera intencional su orientación hacia la organización como un fin en sí mismo, asociándose de manera afectiva hacia su campo de trabajo y los sujetos que la integran” (p. 56), la recolección de datos demostró que el 29,1% (25) del Personal Civil de la Fuerza Aérea del Perú en el área Las Palmas señalan que la comunicación interpersonal es regular.

Por último, se halló que existe una relación directa y significativa entre la comunicación corporativa y el compromiso organizacional del Personal Civil de la Fuerza

Aérea del Perú en el área Las Palmas, del distrito Santiago de Surco, 2019. ($p < 0,05$, Rho de Spearman = 0,752, siendo correlación positiva alta), al respecto se hallaron resultados similares en la tesis de Balarezo (2014), nos dice que hay debilidades entre la comunicación entre trabajadores y esto se ve reflejado en el orden de las labores en la empresa, esto hace que se tenga una mínima productividad y la conducta de las personas, no hay una coordinación en equipo, se concluye en que no hay una capacitación para poder reforzar la comunicación en la empresa. Sobre la comunicación corporativa se definió según Peña & Batalla (2016) la comunicación corporativa, como una comunicación organizada por una institución o sus representantes. Además, está dirigida a las personas de manera individual y a los grupos del entorno social en la que desarrollan su actividad.

Su objetivo es establecer relaciones de calidad entre la organización y su público (p.29).

Conclusiones

Existe una relación directa y significativa entre la comunicación interna y el compromiso organizacional del Personal Civil de la Fuerza Aérea del Perú en el área Las Palmas, del distrito Santiago de Surco, 2019. ($p < 0,05$, Rho de Spearman = 0,774, siendo correlación positiva alta).

Existe una relación directa y significativa entre la comunicación intrapersonal y el compromiso organizacional del Personal Civil de la Fuerza Aérea del Perú en el área Las Palmas, del distrito Santiago de Surco, 2019. ($p < 0,05$, Rho de Spearman = 0,751, siendo correlación positiva alta).

Existe una relación directa y significativa entre la comunicación interpersonal y el compromiso organizacional del Personal Civil de la Fuerza Aérea del Perú en el área Las Palmas, del distrito Santiago de Surco, 2019. ($p < 0,05$, Rho de Spearman = 0,778, siendo correlación positiva alta).

Existe una relación directa y significativa entre la comunicación corporativa y el compromiso organizacional del Personal Civil de la Fuerza Aérea del Perú en el área Las Palmas, del distrito Santiago de Surco, 2019. ($p < 0,05$, Rho de Spearman = 0,752, siendo correlación positiva alta).

Recomendaciones

Primero. Se recomienda al equipo directivo del Personal Civil de la Fuerza Aérea del Perú del área Las Palmas, realizar actividades colaborativas entre la gerencia y los colaboradores como talleres, charlas o sesiones coaching, almuerzos entre otros para que todo el personal se integre y tenga confianza para comunicarse entre sus compañeros y jefes; de esa manera la comunicación interna será integral y como está relacionado significativamente con el compromiso organizacional, mejora sustancialmente el desarrollo de las actividades y cumplimiento de los objetivos.

Segundo. Aplicar diagnósticos periódicos al personal civil operativo y directivos sobre la comunicación intrapersonal y el compromiso organizacional, estas pueden ser cada 6 meses, y luego cada jefe pueda reunirse con su equipo y dar sesiones de feedback. La buena relación contribuye al crecimiento de la organización y a la obtención de buenos resultados en el sistema productivo, haciendo del colaborador un aliado, los resultados se verán reflejado en el éxito que logre la organización.

Tercero. Asimismo, se recomienda realizar un análisis investigación con una etapa de estudio cualitativo abordando la comunicación interpersonal y el compromiso organizacional para comparar los resultados porcentuales y numéricos con resultados cualitativos para así tener una mayor profundidad en los resultados del estudio.

Cuarto. Consolidar la comunicación corporativa, Para la construcción de una imagen positiva y credibilidad, la colaboración, la participación y la satisfacción de los empleados son fundamentales, ya que los empleados y sus familias se constituyen como audiencias multiplicadoras y una forma de difundir la marca institucional, el papel de la comunicación interna debe ser aún más valorado, potenciando este entorno interno en sintonía con lo objetivos de la organización, externamente se producirá también la consolidación de la identidad corporativa.

Referencias

- Anselmo, M. (2018). *Comunicación interna y cultura organizacional en la empresa AKRON Internacional S.A.C. Lince-2018. (Tesis de maestría)*. Perú: Universidad César Vallejo.
- Arciniega, L. y 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.
- Armas, J. (2014). *Comunicación interna y clima laboral estudio realizado en Call Center de la Ciudad de Quetzaltenango). (Tesis de licenciatura)*. Guatemala: Universidad Rafael Landívar.
- Balarezo, B. (2014). *La comunicación organizacional interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de la empresa San Miguel Drive. (Tesis de licenciatura)*. Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Tercera edición. PEARSON EDUCACIÓN, Colombia.
- Betanzos, D. y Paz, R. (2006). *Análisis Psicométrico del Compromiso Organizacional como variable Actitudinal*. Anales de Psicología, 2, 207-215.
- Bisguerra A. (2009). *Metodología de la Investigación educativa*, 2da edición, Lima editorial La Muralla.
- Bolunta, M. (2016). *Comunicación interna y externa*. Recuperado de:<http://www.bolunta.org/manual-comunicacion/comunicacion-2-1.asp>
- Caetano, S. Rasquilla, M. (2012). *La comunicación interna en las organizaciones*. Contribuciones a la economía.
- Carrasco, S. (2009). *Metodología de investigación científica: Pautas metodológicas para*

- diseñar y elaborar el proyecto de investigación*. Lima: Ed. San Marcos.
- Cornelissen, J. (2008). *Corporate communication: a guide to theory and practice*. Los Angeles, decima quinta edición.
- Cortez, L. (2016). *Análisis de la comunicación interna de la Agencia Naviera: Representaciones Marítimas del Ecuador y su impacto en el desarrollo operacional*. Ecuador: Universidad Laica Vicente Roca fuerte de Guayaquil.
- Cruz, R. y Osoreo, K. (2015). *Compromiso Organizacional y Satisfacción Laboral en el Personal Civil de la Jefatura de Personal de la Fuerza Aérea del Perú*. (Tesis de maestría). Perú: Universidad César Vallejo.
- Cunha, M. (2007). *Manual de Comportamiento Organizacional y gestión*. España: Editoria RH.
- Flores, A. (2015). *Generación de canales de comunicación interna para fortalecer la cultura organizacional de la empresa Budget Rent a Car-Quito*. (Tesis de licenciatura). Ecuador: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Gran diccionario (2017). *Larousse de la lengua española del 2017*, en constante actualización en su página web.
- Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. Editado en el Perú, Empresa Editora El Comercio S.A. *Hispana*. (Sexta Edición) México, McGraw-Hill.
- Hurtado, M. (2017). *Bases conceptuales del compromiso organizacional, una visión de implicación, según Meyer y Allen, y su medición en dos empresas del sector retail de Piura*. (Tesis para licenciatura).
- Meyer, J. y Allen, N. (1991). *A three component conceptualization of organizational commitment*, Human Resource Management Review, 1, pp. 61-98.
- Montesdeoca, J. (2017). *La comunicación interna y su incidencia en el desempeño laboral*

- de una empresa privado en Quito. (Tesis de Licenciatura).* Universidad de Las Américas: Quito, Ecuador.
- Mowday, R., Porter, L. and Steers, R. (1982). *Employee—Organization Linkages: The Psychology of Commitment, Absenteeism, and Turnover.* Academic Press, New York.
- Muñante, G. (2018). *La comunicación y compromiso organizacional de los servidores del Hospital de la Policía Nacional del Perú Augusto Bernardino Leguía Salcedo. (Tesis de maestría).* Perú: Universidad Nacional de Educación.
- Peña, B., & Batalla, P. (2016). *Dirección de comunicación y habilidades directivas.* Madrid: Dykinson.
- Pérez, L. (2011). *La comunicación externa e interna.* Recuperado de:
<http://areliperezlopez.blogspot.pe/2011/09/la-comunicacion-externa-y-interna.html>
- Quiñones, E. (2017). *Relación de la comunicación interna en el clima organizacional en la gerencia de producción griferías de la empresa VSI Industrial. (Tesis de licenciatura).* Perú: Universidad San Martín de Porres.
- Raigada, J. (1997). *Teoría de la comunicación y gestión de las organizaciones.* Editorial Síntesis, Madrid.
- Salinas, A. (2016). *Comunicación interna y externa.* Recuperado de:
<http://www.elmeridianodesucre.com.co/editorial/columnistas/item/4426-comunicacion-interna-y-externa>
- Sánchez, H. y Reyes, C. (2015). *Diseño y metodología de la Investigación Científica (5a ed.).* Lima: Business Support Aneth S.R.L.
- Sánchez, H. y Reyes, M. (1996). *Metodología y diseños en la investigación científica.* Lima: Editorial Mantaro. 115
- Sánchez, R. (2012). *Tecnologías de Información y Comunicación y Rendimiento*

Académico en estudiantes de la especialidad de Inglés de la Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle-2011. Tesis. Lima: Universidad Nacional de Educación “Enrique Guzmán y Valle”.

Trebejo, G. (2017). *Compromiso organizacional y engagement en el personal civil de la FAP-Grupo Aéreo N°8, Callao, 2017. (Tesis de licenciatura)*. Perú: Universidad César Vallejo.

Trujillo, L. (2017). *Influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de los empleados de las Instituciones Públicas Descentralizadas del sector energía y minas; 2017 (Tesis de Licenciatura)*. Universidad Inca Garcilaso de la Vega: Lima, Perú.

Vilanova, N. (2013). *Micropoderes; comunicación interna para empresas con futuro; las buenas prácticas y tendencias en la gestión de empresas*. (Barcelona - España).

Wiener, Y. (1982). *Commitment in Organization: A Normative View*. Academy of Management, séptima revisión.

Zamora, G. (2009). *Compromisos organizacionales de los profesores chilenos y su relación con la intención de permanecer en sus escuelas*. Revista Latinoamericana de Psicología.

Apéndices

Apéndice A: Matriz de consistencia

Apéndice B: Matriz de operacionalización de variables

Apéndice C: Instrumentos de evaluación

Apéndice D: Tabulación de datos

Apéndice E: Validaciones

Apéndice A: Matriz de consistencia

Título: Comunicación interna y compromiso organizacional del Personal Civil de la Fuerza Aérea del Perú. Área Las Palmas -Distrito Santiago de Surco, 2019

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variable	Metodología, población y muestra
<p>Problema general P.G. ¿Qué nivel de relación existe entre la Comunicación interna y compromiso organizacional del Personal Civil de la Fuerza Aérea del Perú. Área Las Palmas -Distrito Santiago de Surco, 2019.</p> <p>Problemas específicos</p> <p>P.E.1. ¿Qué nivel de relación existe entre la comunicación intrapersonal y el compromiso organizacional del Personal Civil de la Fuerza Aérea del Perú. Área Las Palmas - Distrito Santiago de Surco, 2019?</p> <p>P.E.2. ¿Qué nivel de relación existe entre la comunicación interpersonal y el compromiso organizacional del Personal Civil de la Fuerza Aérea del Perú. Área Las Palmas-Distrito Santiago de Surco, 2019?</p>	<p>Objetivo general O.G. Establecer el nivel de relación que existe entre la Comunicación interna y compromiso organizacional del Personal Civil de la Fuerza Aérea del Perú. Área Las Palmas - Distrito Santiago de Surco, 2019.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>O.E.1. Establecer el nivel de relación que existe entre la comunicación intrapersonal y el compromiso organizacional del Personal Civil de la Fuerza Aérea del Perú. Área Las Palmas - Distrito Santiago de Surco,2019.</p> <p>O.E.2. Establecer el nivel de relación que existe entre la comunicación interpersonal y el compromiso organizacional del Personal Civil de la Fuerza Aérea del Perú. Área Las Palmas - Distrito Santiago de Surco,2019.</p>	<p>Hipótesis general H.G. Existe una relación directa y significativa entre la Comunicación interna y compromiso organizacional del Personal Civil de la Fuerza Aérea del Perú. Área Las Palmas -Distrito Santiago de Surco, 2019.</p> <p>Hipótesis específicas</p> <p>H.E.1. Existe una relación directa y significativa entre la comunicación intrapersonal y el compromiso organizacional del Personal Civil de la Fuerza Aérea del Perú. Área Las Palmas - Distrito Santiago de Surco, 2019.</p> <p>H.E.2. Existe una relación directa y significativa entre la comunicación interpersonal y el compromiso organizacional del Personal Civil de la Fuerza Aérea del Perú. Área Las Palmas - Distrito Santiago de Surco, 2019.</p>	<p>Variable I Comunicación interna</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicación intrapersonal • Comunicación interpersonal • Comunicación corporativa <p>Variable II Compromiso organizacional</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Compromiso afectivo • Compromiso de continuidad • Compromiso normativo 	<p>Enfoque: Cuantitativo</p> <p>Método: Descriptivo</p> <p>Diseño: No experimental correlacional</p> <div data-bbox="1682 695 1957 898" data-label="Diagram"> </div> <p>Dónde: M = Muestra V1= comunicación interna V2=compromiso organizacional r = correlación entre las variables.</p> <p>Población La población está conformada por 258 integrantes del personal civil de la Fuerza Aérea del Perú. Área Las Palmas - Distrito Santiago de Surco, 2019.</p>

<p>P.E.3. ¿Qué nivel de relación existe entre la comunicación corporativa y el compromiso organizacional del Personal Civil de la Fuerza Aérea del Perú. Área Las Palmas - Distrito Santiago de Surco, 2019?</p>	<p>O.E.3. Establecer el nivel de relación que existe entre la comunicación corporativa y el compromiso organizacional del Personal Civil de la Fuerza Aérea del Perú. Área Las Palmas - Distrito Santiago de Surco, 2019.</p>	<p>H.E.3. Existe una relación directa y significativa entre la comunicación corporativa y el compromiso organizacional del Personal Civil de la Fuerza Aérea del Perú. Área Las Palmas - Distrito Santiago de Surco, 2019.</p>	<p>Muestra</p> <p>La muestra está constituida por el 30% de la población, que equivale a 86 integrantes del personal civil de la Fuerza Aérea del Perú. Área Las Palmas - Distrito Santiago de Surco, 2019.</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Apéndice B: Operacionalización de variables

Matriz de operacionalización de Variable 1: Comunicación interna

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA	NIVELES Y RANGOS
Variable 1 Comunicación interna	Comunicación intrapersonal	Escucharse	1,2	Likert	Muy malo
		Entenderse	3,4	1 = Nunca	Malo
		Enseñarse	5,6	2 = Casi nunca	Regular
	Comunicación interpersonal	Salario	7,8,9	3 = A veces	Bueno
		Sentido	10,11,12		Muy bueno
	Comunicación corporativa	Escucha	13,14	4 = Casi siempre	
	Empatía	15,16		5 = Siempre	
		Emisión	17,18		

Matriz de Operacionalización de Variable 1: Compromiso organizacional

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA	NIVELES Y RANGOS
Variable 2 Compromiso organizacional 1	Compromiso afectivo	Apego emocional	1,2,3,	Likert 1 = Nunca 2 = Casi nunca 3 = A veces 4 = Casi siempre 5 = Siempre	Muy malo Malo Regular Bueno Muy bueno
		Identificación e involucramiento en la organización	4,5,6,7		
	Compromiso de continuidad	Sentimientos de obligación de permanencia en la organización	8,9,10, 11,12		
		Valoración de inversiones realizadas en la organización y/o la percepción de otras alternativas.	13,14,15 16,17,18		
	Compromiso normativo				

Apéndice C: Instrumentos de evaluación

Cuestionario para medir la comunicación interna

Estimado colaborador (a):

El presente cuestionario es parte de una investigación, que tiene por finalidad la obtención de información acerca de la comunicación interna en la institución donde usted labora. El cuestionario es anónimo; es necesario que respondas con sinceridad, para poder obtener una muestra real.

Instrucciones:

En el siguiente cuestionario, se presenta un conjunto de características acerca de la Comunicación interna, cada una de ellas va seguida de cinco posibles alternativas de respuestas que debes calificar. Por ello debes leerlo en forma completa y, luego responder marcando con un aspa (X) la alternativa elegida, teniendo en cuenta los siguientes criterios:

Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
01	02	03	04	05

Nº	DIMENSIONES	1	2	3	4	5
	Dimensión 1: Comunicación intrapersonal	1	2	3	4	5
1.	Piensa y reflexiona usted antes de emitir una comunicación	1	2	3	4	5
2.	Suele callar y escuchar en lugar de hablar de forma impulsiva	1	2	3	4	5
3.	En tu institución usted dice claramente lo piensa	1	2	3	4	5
4.	Tienes definido claramente sus funciones y responsabilidades.	1	2	3	4	5
5.	Consideras que estás preparado para afrontar tus tareas laborales.	1	2	3	4	5
6.	Aprovechas las críticas para crecer profesionalmente	1	2	3	4	5
	Dimensión 2: Comunicación interpersonal	1	2	3	4	5
7.	Estás satisfecho con las condiciones salariales	1	2	3	4	5
8.	La remuneración percibida está de acuerdo con tu desempeño y logros	1	2	3	4	5
9.	Estas comprometido con el éxito de la institución	1	2	3	4	5
10.	Consideras que tienes oportunidades de progresar en la institución	1	2	3	4	5
11.	Tu desarrollo personal está en función al cumplimiento de tareas diarias de trabajo	1	2	3	4	5
12.	En tu institución se valora los niveles de desempeño y se reconoce los esfuerzos y logros.	1	2	3	4	5
	Dimensión 3: Comunicación institucional	1	2	3	4	5
13.	En la institución se generan espacios guiados que favorecen el encuentro presencia y el diálogo cara a cara.	1	2	3	4	5
14.	En su institución se realizan talleres de escucha para detectar oportunidades de mejora	1	2	3	4	5
15.	Sientes que en la institución te escuchan y respetan tu opinión	1	2	3	4	5
16.	Sitas que eres parte de la institución y estas comprometido con sus logros y metas.	1	2	3	4	5
17.	Consideras que la institución le interesa lo que piensas y sientes con respecto a tu trabajo.	1	2	3	4	5
18.	La información que recibes siempre son a través de los canales formales de comunicación.	1	2	3	4	5

Muchas gracias

Cuestionario para medir el compromiso organizacional

Estimado profesor (a):

El presente cuestionario es parte de una investigación, que tiene por finalidad la obtención de información acerca del compromiso organizacional en la institución donde usted labora. El cuestionario es anónimo; es necesario que responda con sinceridad, para poder obtener una muestra real.

INSTRUCCIONES:

En el siguiente cuestionario, se presenta un conjunto de características acerca del compromiso organizacional, cada una de ellas va seguida de cinco posibles alternativas de respuestas que debes calificar. Por ello debes leerlo en forma completa y, luego responder marcando con un aspa (X) la alternativa elegida, teniendo en cuenta los siguientes criterios:

Nunca	Casi Nunca	A Veces	Casi Siempre	Siempre
01	02	03	04	05

Dimensión 1: Compromiso afectivo		1	2	3	4	5
1.	Actualmente trabajo en la institución más por gusto que por necesidad.	1	2	3	4	5
2.	Tengo una gran fuerte sensación de pertenecer a mi institución	1	2	3	4	5
3.	Esta empresa tiene un gran significado personal para mí.	1	2	3	4	5
4.	Me siento como parte de una familia en esta empresa.	1	2	3	4	5
5.	Realmente siento como si los problemas de esta empresa fueran mis propios problemas.	1	2	3	4	5
6.	Disfruto hablando de mi empresa con gente que no pertenece a ella.	1	2	3	4	5
7.	Sería muy feliz pasando el resto de mi vida laboral en la institución	1	2	3	4	5
Dimensión 3: Compromiso de continuidad		1	2	3	4	5
8.	Una de las razones principales para seguir trabajando en esta institución es porque no podría igualar el sueldo y prestaciones que tengo aquí.	1	2	3	4	5
9.	Creo que tengo muy pocas opciones de conseguir otro trabajo igual, como para considerar la posibilidad de dejar la institución.	1	2	3	4	5
10.	Uno de los motivos principales por los que sigo trabajando en la institución, es porque afuera, me resultaría difícil conseguir un trabajo como el tengo aquí.	1	2	3	4	5
11.	Ahora mismo sería muy duro para mí dejar la institución, incluso si quisiera hacerlo.	1	2	3	4	5
12.	Demasiadas cosas en mi vida se verían interrumpidas si decidiera dejar ahora la institución	1	2	3	4	5
Dimensión 4: Compromiso normativo		1	2	3	4	5
13.	Una de las principales razones por las que continué trabajando en la institución es porque siento la obligación moral de permanecer en ella.	1	2	3	4	5
14.	Aunque tuviese ventajas con ello, no creo que fuese correcto dejar ahora a la institución	1	2	3	4	5
15.	Me sentiría culpable si dejase ahora la institución, considerando todo lo que me ha dado.	1	2	3	4	5
16.	Ahora mismo no abandonaría la institución, porque me siento obligado con toda su gente.	1	2	3	4	5
17.	La institución merece mi lealtad.	1	2	3	4	5
18.	Creo que le debo mucho a la institución	1	2	3	4	5

Muchas Gracias

Apéndice D: Tabulación de datos

Tabulación de datos de la variable Comunicación interna

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3
2	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4
3	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	5	2	2
4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	5	2	3	4	3	4	4	4	4
5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4
6	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4
7	3	1	2	3	2	2	3	2	3	2	2	1	1	2	3	2	2	3
8	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1
9	3	5	3	3	3	4	4	2	3	5	2	3	1	3	3	4	5	3
10	4	5	4	5	5	5	5	4	3	5	5	5	4	5	4	5	5	5
11	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5
12	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	3
13	2	3	2	3	3	1	1	2	1	1	2	2	3	1	1	2	2	4
14	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4
15	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	2	2	4	3
16	3	2	3	2	2	1	2	3	1	1	3	3	3	2	2	2	2	3
17	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	2
18	3	1	3	2	2	2	2	3	2	1	3	3	3	2	2	1	1	2
19	4	4	4	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4
20	4	4	4	4	2	3	3	3	3	3	4	4	4	3	2	2	4	3
21	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2
22	1	2	1	1	1	4	4	2	1	4	1	1	2	2	2	2	2	2
23	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3
24	4	4	4	4	2	2	2	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4
25	2	1	1	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	3
26	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2
27	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3
28	2	3	2	2	3	3	3	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	4
29	4	4	4	4	2	2	2	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3
30	3	4	3	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
31	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5
32	3	4	4	4	2	2	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	4	4
33	3	3	3	4	2	2	3	3	3	4	4	4	3	3	2	2	3	4
34	3	4	3	4	2	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4
36	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
37	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	5	3	3	5	4
38	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	2	3	4	3
39	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3
40	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4
41	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	5	2	2
42	3	1	2	3	2	2	3	2	3	2	2	1	1	2	3	2	2	3
43	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1
44	2	3	2	3	3	1	1	2	1	1	2	2	3	1	1	2	2	4
45	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4
46	3	2	3	2	2	1	2	3	1	1	3	3	3	2	2	2	2	3
47	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	2
48	3	1	3	2	2	2	2	3	2	1	3	3	3	2	2	1	1	2
49	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2
50	1	2	1	1	1	4	4	2	1	4	1	1	2	2	2	2	2	2
51	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3
52	2	1	1	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	3
53	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2

54	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3
55	2	3	2	2	3	3	3	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	4
56	3	4	4	4	2	2	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	4	4
57	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4
58	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2
59	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3
60	2	3	2	2	3	3	3	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	4
61	4	4	4	4	2	2	2	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3
62	3	4	3	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
63	2	3	2	3	3	1	1	2	1	1	2	2	3	1	1	2	2	4
64	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4
65	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	2	2	4	3
66	3	2	3	2	2	1	2	3	1	1	3	3	3	2	2	2	2	3
67	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	2
68	3	5	3	3	3	4	4	2	3	5	2	3	1	3	3	4	5	3
69	4	5	4	5	5	5	5	4	3	5	5	5	4	5	4	5	5	5
70	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5
71	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	3
72	2	3	2	3	3	1	1	2	1	1	2	2	3	1	1	2	2	4
73	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3
74	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4
75	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	5	2	2
76	4	3	4	3	3	4	4	3	4	5	2	3	4	3	4	4	4	4
77	3	2	3	2	2	1	2	3	1	1	3	3	3	2	2	2	2	3
78	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	2
79	3	1	3	2	2	2	2	3	2	1	3	3	3	2	2	1	1	2
80	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2
81	1	2	1	1	1	4	4	2	1	4	1	1	2	2	2	2	2	2
82	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3
83	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5
84	3	4	4	4	2	2	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	4	4
85	3	3	3	4	2	2	3	3	3	4	4	4	3	3	2	2	3	4
86	3	4	3	4	2	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3

Tabulación de datos de la variable compromiso organizacional

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1	2	4	2	2	4	4	2	2	4	2	2	2	4	2	2	2	2	4
2	5	4	4	3	4	5	4	4	5	4	3	4	4	5	3	4	4	4
3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	2
6	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3
8	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
9	4	2	2	2	2	2	4	4	4	4	2	2	2	4	4	2	2	4
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5
13	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
14	4	4	3	3	2	3	3	2	4	4	3	4	2	4	4	2	4	4
15	4	4	3	3	2	2	3	3	2	3	4	4	2	4	4	4	4	4
16	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3
17	1	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	1	2	3
18	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3
19	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2
20	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	4	2	2	2	2	2	4	4
21	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
22	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3
23	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	4	2	2	4	4
24	2	3	3	3	3	3	3	2	2	4	4	4	2	2	2	2	4	4
25	2	2	2	2	3	3	3	1	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2
26	2	2	2	2	3	3	3	3	3	4	3	2	2	3	3	3	3	2
27	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2
28	2	2	5	2	2	2	2	5	2	2	2	4	5	2	2	2	2	5
29	2	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	4	4	4	2	2	2
30	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
31	4	4	4	3	2	4	2	4	4	4	4	4	2	2	4	4	2	2
32	4	3	3	3	2	2	3	2	2	4	4	4	4	4	2	2	4	4
33	2	3	3	3	2	2	2	2	2	4	4	4	2	2	4	4	4	4
34	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
36	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
37	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
38	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	4	2
39	2	2	2	2	4	4	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	4
40	2	4	4	3	4	2	4	4	2	4	3	4	4	2	3	4	4	4
41	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3
42	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3
43	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
44	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
45	4	4	3	3	2	3	3	2	4	4	3	4	2	4	4	2	4	4
46	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3
47	1	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	1	2	3
48	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3
49	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
50	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3
51	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	4	2	2	4	4
52	2	2	2	2	3	3	3	1	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2
53	2	2	2	2	3	3	3	3	3	4	3	2	2	3	3	3	3	2
54	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2
55	2	2	5	2	2	2	2	5	2	2	2	4	5	2	2	2	2	5

Apéndice E: Validaciones

INFORME SOBRE JUICIO DE EXPERTO EN EL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

I. DATOS GENERALES

- 1.1. APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: Bastamante Valdivia Alcibíades
 1.2. INSTITUCIÓN DONDE LABORA: DIRIN. Nacional de educación
 1.3. INSTRUMENTO MOTIVO DE EVALUACIÓN: Cuestionario de Comunicación interna

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Indicadores	Criterios Cualitativos cuantitativos	DEFICIENTE					BAJA					REGULAR					BUENA					MUY BUENA				
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100					
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado																X									
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables																X									
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.																		X							
4. ORGANIZACIÓN	Está organizado de forma lógica																				X					
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos cuantitativos y cualitativos																X									
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos científicos																				X					
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos, científicos y de gestión																				X					
8. COHERENCIA	Entre las variables y los indicadores																				X					
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico																			X						
10. PERTINENCIA	El inventario es aplicable																				X					
PROMEDIO DE VALORACIÓN CUANTITATIVA																				X						

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

El cuestionario de liderazgo transformacional propuesto
para toda persona calificada por tener un cargo de liderazgo en la institución

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

93.5

FECHA: 19/11/2019

FIRMA DEL EXPERTO:

DNI N° 06090187


 Dr. Alcibiades Bastamante Valdivia
 Investigador CONCYTEC
 Grupo: Carlos Monge
 Nivel: III

INFORME SOBRE JUICIO DE EXPERTO EN EL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

I. DATOS GENERALES

- 1.1. APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: Bustamante Valdivia Alcibiades
 1.2. INSTITUCIÓN DONDE LABORA: Univ. Nacional de Educación
 1.3. INSTRUMENTO MOTIVO DE EVALUACIÓN: **Cuestionario para medir el Compromiso organizacional**

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Indicadores	Criterios Cualitativos cuantitativos	DEFICIENTE				BAJA				REGULAR				BUENA				MUY BUENA			
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado																				X
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables																		X		
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.																				X
4. ORGANIZACIÓN	Está organizado de forma lógica																				X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos cuantitativos y cualitativos																			X	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos científicos																			X	
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos, científicos y de gestión																				X
8. COHERENCIA	Entre las variables y los indicadores																				X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico																			X	
10. PERTINENCIA	El inventario es aplicable																				X
PROMEDIO DE VALORACIÓN CUANTITATIVA																					X

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

El instrumento de medición propuesta para la encuesta presentada en el presente documento es adecuada

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

97,5

FECHA: 19/11/2019/

FIRMA DEL EXPERTO:

DNI N° 06090187

Dr. Alcibiades Bustamante Valdivia
 Investigador CONCYTEC
 Grupo: Carlos Monge
 Nivel: III

INFORME SOBRE JUICIO DE EXPERTO EN EL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

I. DATOS GENERALES

- 1.1. APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: SALAS BITTMAN QUINTERLAPPY
 1.2. INSTITUCIÓN DONDE LABORA: FACE - UNE
 1.3. INSTRUMENTO MOTIVO DE EVALUACIÓN: Cuestionario de comunicación interna

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Indicadores	Criterios Cualitativos cuantitativos	DEFICIENTE				BAJA				REGULAR				BUENA				MUY BUENA			
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado																			X	
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables																			X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.																			X	
4. ORGANIZACIÓN	Está organizado de forma lógica																			X	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos cuantitativos y cualitativos																			X	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos científicos																			X	
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos, científicos y de gestión																			X	
8. COHERENCIA	Entre las variables y los indicadores																			X	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico																			X	
10. PERTINENCIA	El inventario es aplicable																			X	
PROMEDIO DE VALORACIÓN CUANTITATIVA																					90

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

APLICABLE

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

90

FECHA: 16/09/19

FIRMA DEL EXPERTO: 

DNI N° 08386484

INFORME SOBRE JUICIO DE EXPERTO EN EL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

I. DATOS GENERALES

- 1.1. APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: SARA PITTMAN QUINTER LARRY
 1.2. INSTITUCIÓN DONDE LABORA: FACE-UNE
 1.3. INSTRUMENTO MOTIVO DE EVALUACIÓN: Cuestionario para medir el Compromiso organizacional

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Indicadores	Criterios Cualitativos cuantitativos	DEFICIENTE				BAJA				REGULAR				BUENA				MUY BUENA			
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado																			X	
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables																			X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.																			X	
4. ORGANIZACIÓN	Está organizado de forma lógica																			X	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos cuantitativos y cualitativos																			X	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos científicos																			X	
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos, científicos y de gestión																			X	
8. COHERENCIA	Entre las variables y los indicadores																			X	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico																			X	
10. PERTINENCIA	El inventario es aplicable																			X	
PROMEDIO DE VALORACIÓN CUANTITATIVA																				X	

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

APLICABLE

Comunicación interna

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

90

FECHA: 16/09/19

FIRMA DEL EXPERTO: 

DNI N° 08386484

INFORME SOBRE JUICIO DE EXPERTO EN EL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

I. DATOS GENERALES

- 1.1. APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: HORACIO RAYOS GUARISO G.
 1.2. INSTITUCIÓN DONDE LABORA: UNIV. NAC. EDUC. - FACE
 1.3. INSTRUMENTO MOTIVO DE EVALUACIÓN: Cuestionario de comunicación interna

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Indicadores	Criterios Cualitativos cuantitativos	DEFICIENTE				BAJA				REGULAR				BUENA				MUY BUENA			
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado																			X	
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables																				X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.																			X	
4. ORGANIZACIÓN	Está organizado de forma lógica																			X	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos cuantitativos y cualitativos																				X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos científicos																				X
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos, científicos y de gestión																			X	
8. COHERENCIA	Entre las variables y los indicadores																				X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico																			X	
10. PERTINENCIA	El inventario es aplicable																				X
PROMEDIO DE VALORACIÓN CUANTITATIVA																					

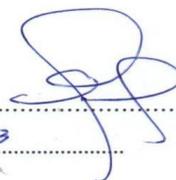
III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

ES APLICABLE

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

92.5

FECHA: 16/09/19

FIRMA DEL EXPERTO: 

DNI N° 09126663

INFORME SOBRE JUICIO DE EXPERTO EN EL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

I. DATOS GENERALES

- 1.1. APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: HURTADO RAMOS GUILLERMO S.
 1.2. INSTITUCIÓN DONDE LABORA: CHUY. NAC. EDUC. - FACE
 1.3. INSTRUMENTO MOTIVO DE EVALUACIÓN: Cuestionario para medir el Compromiso organizacional

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Indicadores	Criterios Cualitativos cuantitativos	DEFICIENTE					BAJA				REGULAR				BUENA				MUY BUENA			
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado																				X	
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables																				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.																					X
4. ORGANIZACIÓN	Está organizado de forma lógica																					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos cuantitativos y cualitativos																				X	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos científicos																					X
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos, científicos y de gestión																			X		
8. COHERENCIA	Entre las variables y los indicadores																					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico																					X
10. PERTINENCIA	El inventario es aplicable																				X	
PROMEDIO DE VALORACIÓN CUANTITATIVA																						

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

ES APLICABLE

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

92.5

FECHA: 16/09/19

FIRMA DEL EXPERTO: 

DNI N° 09126663