

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela Profesional de Ingeniería Comercial



**COMUNICACIÓN INTERNA Y SU INFLUENCIA EN EL
COMPROMISO ORGANIZACIONAL DE LOS
COLABORADORES DE LA FLORERÍA Y REGALOS LA
ESTACIÓN E.I.R.L., - TACNA, AÑO 2019**

TESIS

PRESENTADO POR:

Bach. Saira Yzbel Zuñiga Lay

ASESOR:

DR. PEDRO LORENZO RIVEROS VALDERRAMA

**Para optar el título de:
INGENIERÍA COMERCIAL**

Tacna- Perú

2019

DEDICATORIA

A mis Padres Pedro y Margarita por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad; muchos de mis logros se los debo a Ustedes por su paciencia, apoyo y motivación constante para alcanzar mis metas y sueños, a mis hermanos y sobrinos que son parte importante en mi carácter y decisiones. A mi novio por su apoyo constante emocionalmente. A Dios y mi Virgencita de Copacabana por bendecir, iluminar y guiar siempre mi camino.

AGRADECIMIENTO

a todos mis profesores, quienes se han tomado el arduo trabajo de transmitirme sus diversos conocimientos, especialmente del campo y de los temas que corresponden a mi profesión.

RESUMEN

A nivel mundial, se hace crucial para conseguir el éxito organizacional, fortalecer la comunicación interna que garantice un excelente compromiso organizacional de sus colaboradores. Por consiguiente: El presente estudio tuvo como finalidad: Determinar de qué manera la comunicación interna influye en el compromiso organizacional de los colaboradores de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019.

En lo referente a la metodología, el estudio es de tipo básica. El diseño es no experimental y transeccional. El nivel de investigación es explicativo. La muestra fue censal, y estuvo constituida por los 22 trabajadores de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019. El instrumento utilizado fue la encuesta, cuyo instrumento fue el cuestionario.

El presente estudio concluyó que la comunicación interna influye significativamente en el compromiso organizacional de los colaboradores de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019.

Palabras clave: comunicación interna, compromiso organizacional, comunicación descendente, comunicación ascendente, comunicación horizontal.

ABSTRACT

Globally, it becomes crucial to achieve organizational success, strengthen internal communication that guarantees an excellent organizational commitment of its employees. Therefore: The purpose of this study was to: Determine how internal communication influences the organizational commitment of the employees of the Florist and Gifts La Estación E.I.R.L., - Tacna, year 2019.

Regarding the methodology, the study is of the basic type. The design is non-experimental and transectional. The level of research is explanatory. The sample was census, and was constituted by the 22 workers of the Florist and Gifts La Estación E.I.R.L., - Tacna, year 2019. The instrument used was the survey, whose instrument was the questionnaire.

The present study concluded that internal communication significantly influences the organizational commitment of the employees of the Florist and Gifts La Estación E.I.R.L., - Tacna, year 2019.

Keywords: internal communication, organizational commitment, descending communication, ascending communication, horizontal communication.

Tabla de Contenido

DEDICATORIA.....	i
AGRADECIMIENTO.....	i
RESUMEN.....	ii
ABSTRACT.....	iii
Tabla de Contenido	1
INTRODUCCIÓN	5
DATOS GENERALES	7
1.1 Título.....	7
1.2 Línea de investigación.....	7
1.3 Autor.....	7
1.4 Organización donde se realizará la investigación	7
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	8
1.1. Identificación y determinación del Problema.....	8
1.2 Formulación del problema	11
1.2.1 Problema general.....	11
1.2.2 Problemas específicos	11
1.3 Objetivos	11
1.3.1 Objetivo General	11

	2
1.3.2 Objetivos Específicos	12
1.4. Justificación, Importancia y alcances de la Investigación.....	12
1.4.1 Justificación de la Investigación	12
1.4.2 Alcances de investigación	13
MARCO TEÓRICO	14
2.1 Antecedentes de la Investigación	14
2.2 Bases Teóricas.....	18
2.2.1.6 Importancia de la Comunicación Interna	27
2.3 Definición de Términos Básicos	35
2.4 Sistema de hipótesis	37
2.4.1 Hipótesis general.....	37
2.4.2 Hipótesis específicas	38
2.5 Sistema de Variables	38
CAPÍTULO III:	41
METODOLOGÍA	41
3.1 Tipo de Investigación	41
3.2 Diseño de Investigación	41
3.3 Nivel de investigación.....	41
3.4 Población y muestra	42
3.4.1 Población.....	42

3.4.2 Muestra.....	42
3.5 Técnicas e instrumento de Recolección de Datos	43
3.5.1 Técnicas.....	43
3.6 Técnica de procesamiento de datos	43
3.7 Selección y Validación de los Instrumentos de Investigación	45
CAPÍTULO IV:.....	46
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	46
4.1 Tratamiento estadístico e interpretación de cuadros	46
4.2 Presentación de resultados, tablas, gráficos, figuras, etc.	46
4.3 Contraste de hipótesis.....	59
VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS GENERAL	59
VERIFICACIÓN DE LA PRIMERA HIPÓTESIS SECUNDARIA	61
VERIFICACIÓN DE LA TERCERA HIPÓTESIS SECUNDARIA.....	66
4.4 Discusión de resultados	68
CONCLUSIONES	72
RECOMENDACIONES	74
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	76
ANEXOS.....	79

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Comunicación interna	46
Tabla 2 Comunicación interena descendente.....	47
Tabla 3 Comunicación escrita de directivos	47
Tabla 4 Comunicación verbal de directivos.....	48
Tabla 5 Comunicación tecnológica.....	48
Tabla 6 Comunicación interna ascendente	49
Tabla 7 Comuniación escrita de subordinados	49
Tabla 8 Comunicación verbal de subordinados	50
Tabla 9 Comunicación tecnologica de subordinados.....	50
Tabla 10 Comunicación horizontal.....	51
Tabla 11 Comunicación escrita entre directivos y subordinados.....	51
Tabla 12 Comunicación verbal entre directivos y subordinados	52
Tabla 13 Comunicación tecnológica entre directivos y subordinados.....	52
Tabla 14 Compromiso organizacional	53
Tabla 15 Compromiso organizacional afectivo	53
Tabla 16 Compromiso con la identidad con la organización.....	54
Tabla 17 Compromiso con el involucramiento en la organización	54
Tabla 18 Compromiso organizacional de continuidad	55
Tabla 19 Compromiso con la percepción de alternativas del trabajador	56
Tabla 20 Compromiso con las inversiones en la organización.....	56
Tabla 21 Compromiso organizacional normativo.....	57
Tabla 22 Compromiso con la lealtad en la organziación	57
Tabla 23 Compromiso con el sentido de obligación en la organización	58

INTRODUCCIÓN

La comunicación es un elemento fundamental para dinamizar la relación de los integrantes de una organización; sin embargo, a veces se ve que los miembros no lo desarrollan sólidamente, es decir, que no es fluida la comunicación interna descendente, ascendente, y horizontal, lo que dificulta fortalecer el compromiso organizacional, o sea, el compromiso organizacional afectivo, que incluye el compromiso con: la identidad, la organización, el involucramiento en la organización. Así como el compromiso organizacional de continuidad, que incluye el compromiso con la percepción de alternativas del trabajador, compromiso con las inversiones en la organización. También se requiere el compromiso organizacional normativo, que incluye el compromiso con la lealtad en la organización, el compromiso con el sentido de obligación en la organización. Por lo antes referido, el estudio considera los siguientes capítulos:

El capítulo I presenta el planteamiento del problema, en la que incluye: la identificación y determinación del problema, formulación del problema, objetivos: generales y específicos, justificación, Importancia y alcances de la investigación.

El capítulo II: esboza el marco teórico, considera los antecedentes del estudio, las bases teóricas – científicas, y la definición de definición de términos básicos, el sistema de hipótesis y el sistema de variables.

El capítulo III: puntualiza la metodología, en la que considera: el tipo de investigación, diseño de investigación, la población y muestra, las técnicas e instrumentos de recolección de datos, las técnicas de procesamiento de datos y la selección y validación de los instrumentos de investigación.

El capítulo IV: resultados y discusión, presenta el tratamiento estadístico e interpretación de cuadros, la presentación de resultados, tablas, gráficos, figuras, etc.; así como el contraste de hipótesis. La discusión de resultados.

Finalmente, las conclusiones y recomendaciones. Así como las referencias, anexos

DATOS GENERALES

1.1 Título

Comunicación Interna y su Influencia en el Compromiso Organizacional de los Colaboradores de la Florería Y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, Año 2019.

1.2 Línea de investigación

Recursos humanos - Línea de Investigación de Cultura Organizacional

1.3 Autor

Bach. Saira Yzbel Zúñiga Lay

1.4 Organización donde se realizará la investigación

FLORES Y REGALOS LA ESTACIÓN E.I.R.L., - TACNA

CAPÍTULO I:

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Identificación y determinación del Problema

En el contexto global una de las prioridades es elevar el compromiso organizacional, para ello uno de los aspectos cruciales es el fortalecimiento de la comunicación interna, para ello los involucrados, es decir, los miembros del entorno organizativo deben poseer competencias comunicativas para dinamizar la comunicación interna; sin embargo, a veces, los directivos de algunas organizaciones no le dan la debida importancia.

En el contexto internacional, la comunicación es un aspecto de gran relevancia ya que si se desarrolla de manera efectiva tiene una gran influencia en los entes organizacionales, por ello se hace crucial que los directivos se comprometan ha ejercer un buen liderazgo que dinamice y haga que sea efectiva la comunicación; sin embargo, es notorio que algunos entes organizativos no le dan la debida importancia. El éxito de una organización como las florerías, depende de la transmisión de la información, que se desarrolla a través de una una buena comunicación interna, si esto se suscita es garantía de fortalecer una buena cultura organizacional, sin embargo, se evidencia que, en ocasiones, la comunicación es poco efectiva en las organizaciones empresariales, en lo relacionado a la comunicación descendente, ascendente y horizontal.

Asimismo, a nivel nacional, la importancia de la comunicación en los entes organizativos, como las florerías, representa un aspecto de mucho valor, ya que garantiza en alguna medida el flujo efectivo de la información por parte de los miembros de la organización, para que se concrete la misión de la organizacional, y de esta manera se alcance el éxito empresarial.

Por su parte, Collantes y Tenorio, (2015), en cuanto al problema refiere que se ha podido identificar algunas dificultades, ya que a veces se observa que no hay una buena comunicación horizontal, probablemente sea porque no circule adecuadamente la información, por ejemplo que los trabajadores no conocen con precisión las funciones que deben cumplir, y en las reuniones de trabajo, no tienen una efectiva participación, ya que no coordinan acciones conjuntas, basados en una eficaz comunicación.

Asimismo, Gavidia (2017) en cuanto al problema refiere que las organizaciones no tienen un modelo de comunicación interna desarrollado, el portal de intranet se limita a comunicar información administrativa sin interactuar con los empleados, y en muchos entes organizativos no hay comunicación corporativa; en otras palabras, no se desarrolla una comunicación interna efectiva, fluida que garantice el éxito organizacional, para concretizar la misión, dinamizando sus heterogéneos recursos.

Es así, que en las florerías de la ciudad de Tacna, específicamente en la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L se viene observando que no es tan positiva la comunicación interna, es decir, la comunicación descendente, que se da entre los directivos a

subordinados, porque cuando difunden mensajes de arriba abajo, según el nivel jerárquico, no garantizan una excelente comunicación, por ello deben desarrollar reuniones conjuntas para propuestas de planes de acciones que promuevan la dinámica de la comunicación con valor agregado para el éxito empresarial.

En cuanto a la comunicación ascendente en la organización no se desarrolla de manera favorable, es decir, de los niveles inferiores a los directivos. En cuanto a la comunicación ascendente, que se da entre subordinados a directivos, no se presenta de manera tan eficaz en los distintos niveles por lo que no se asegura el conocimiento de las actividades y los resultados de los colaboradores. Así mismo, no permite que éstos o sea los subordinados expresen sus aspiraciones, satisfacciones y problemas.

En lo referente a la comunicación horizontal, no se desarrolla en forma eficaz entre directivos y entre subordinados, cuando hacen reuniones entre los mismos, no coordinan adecuadamente acciones como planes de trabajo, presupuesto, cumplimiento de documentos de gestión del ente organizativo, el trabajo colaborativo entre los miembros, es escasa; de continuar tal situación, no se logrará el compromiso organizacional de los colaboradores, a cabalidad.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿De qué manera la comunicación interna influye en el compromiso organizacional de los colaboradores de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019?.

1.2.2 Problemas específicos

- a) ¿De qué manera la comunicación interna descendente influye en la comunicación interna en la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019?.
- b) ¿De qué manera la comunicación interna ascendente influye en la comunicación interna de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019?.
- c) ¿De qué forma la comunicación interna horizontal influye en la comunicación interna de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019?.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Determinar de qué manera la comunicación interna influye en el compromiso organizacional de los colaboradores de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019.

1.3.2 Objetivos Específicos

- a) Determinar de qué manera la comunicación interna descendente influye en la comunicación interna en la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019.
- b) Determinar de qué manera la comunicación interna ascendente influye en la comunicación interna de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019.
- c) Determinar de qué forma la comunicación interna horizontal influye en la comunicación interna de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019.

1.4. Justificación, Importancia y alcances de la Investigación

1.4.1 Justificación de la Investigación

A) Relevancia empresarial

La investigación resulta relevante para la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L, debido a que el documento se presenta como un diagnóstico para que la organización en estudio pueda tomar medidas que permitan mejorar sus procedimientos a fin de mejorar el compromiso organizacional en función de la comunicación interna.

B) Relevancia académica

Debido a que el documento representa un nuevo marco de referencia para futuras investigaciones en el campo del estudio de la comunicación interna y el compromiso organizacional. Así mismo, se generan aportes a las teorías previamente formuladas, que permite contrastarlas con la realidad problemática de la organización.

C) Relevancia práctica

Debido a que los resultados de la investigación pueden ser de uso práctico para otras organizaciones del sector, y/o aquellas que deseen realizar un estudio sobre las disciplinas que estudian la comunicación interna y el compromiso organizacional. Asimismo, el presente trabajo de investigación es fundamental, debido a que permite comprender la influencia de la comunicación interna en el compromiso organizacional de los colaboradores de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, con respecto a la comunicación interna ascendente, comunicación interna descendente y comunicación horizontal. Todo ello permitirá que los colaboradores se sientan más comprometidos en coadyuvar a lograr la misión del ente organizativo, y de esta manera conseguir el éxito organizacional.

1.4.2 Alcances de investigación

El presente trabajo de investigación analiza solo las variables de estudio como la comunicación interna y el compromiso organizacional de los colaboradores de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019.

CAPÍTULO II:

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la Investigación

2.1.1 Antecedentes a nivel internacional

Balarezo (2014) La presente investigación se basó en la problemática de la empresa San Miguel Drive para optar por el Título de Ingeniero de Empresas, y tiene como objetivo general: estudiar la incidencia de una deficiente comunicación organizacional interna sobre el desarrollo organizacional de la empresa. El estudio tiene un enfoque en la investigación de tipo explicativo y cualitativo. Entre las técnicas que utiliza en la investigación de campo se destaca: la encuesta. Tiene un tipo de investigación correlacional; porque mide y evalúa el grado de relación que existe entre las variables del problema. Es una investigación descriptiva; porque permite especificar las características mas relevantes del problema en estudio observados dentro de la empresa San Miguel Drive. Y por último tuvo un tipo de investigación explicativa; por que permitió generar explicación del porqué de las variables: Comunicación Orgaizacional Interna y Desarrollo Organozacional. La población del estudio fue de 30 personas que laboran en la empresa, por lo que no fue necesario calcular una muestra. La investigacion concluye que la comunicación organizacional interna influye altamente en el desarrollo organizacional de la empresa San Miguel Drive, evidenciando las falencias, carencias, que padecen los trabajadores para el desarrollo y comprensión entre las áreas y en el ambiente en general dentro de la organización y que en consecuencia repercuten directamente

en la productividad y el correcto desenvolvimiento en el cumplimiento de sus funciones.

Roda (2016) Elaboró el estudio “ La Comunicación Interna de la calidad en la Universidad Española. Propuesta de un modelo Teórico trasmedia.” (Tesis de doctorado). Universidad CEU Cardenal Herrera. El objetivo de la investigación es comprobar el conocimiento que poseen los profesores universitarios que ejercen su docencia en la Universidad CEU en posición a los programas de calidad que afectan a las instituciones y enseñanzas universitarias, también conocer si los docentes que enseñan en la universidad española identifican los canales de comunicación interna. La técnica que utilizo la autora de la Tesis fue una metodología de investigación cuantitativa que se apoya en una medición de un instrumento; la encuesta online donde les permite hacer preguntas complejas y dar al encuestado el tiempo de responderlas, la muestra fue de 272 profesores. El estudio concluye que los miembros de la universidad no demuestran una adecuada comunicación, existe desconocimiento de los procesos y tareas como parte de sus rutinas productivas, asimismo, no hay buenos canales de comunicación.

2.1.2 Antecedentes a nivel nacional

Collantes y Tenorio (2014) Elaboraron el estudio “Análisis de la comunicación interna dentro del movimiento internacional de la cruz roja y media luna roja filial Chiclayo – 2014”. (Tesis de maestría). El objetivo de la investigación es analizar la comunicación interna dentro del movimiento internacional de la empresa. Se aplicó la técnica de trabajo bibliográfico,

observación directa de acciones y la auditoria cualitativa de comunicación interna, se utilizó la ficha bibliográfica, la ficha técnica de observación directa y entrevistas grupales e individuales. Se concluye que no se refleja una óptima comunicación interna; como por ejemplo la comunicación no verbal que puede ser la escrita, debido a que los documentos, en ocasiones, no son tan comprensibles, debido a que algunos miembros del ente empresarial no desarrollan buenas prácticas comunicativas y mucho menos competencias comunicativas.

Pompilla (2017) formuló el estudio “Estrés laboral y compromiso organizacional en colaboradores de un contact center de Lima Metropolitana, 2017”. (Tesis de grado). Universidad César Vallejo. el estudio tiene como objetivo determinar la relación entre Estrés laboral y Compromiso Organizacional en los colaboradores de la empresa. El tipo de diseño de la investigación fue no experimental transversal, también es de tipo descriptiva- correlacional. La muestra es censal, considera todos 200 trabajadores de la indicada empresa. La técnica utilizada fue la encuesta; la escala de estrés laboral OIT-OMS y la escala de Compromiso Organizacional de Meyer y Allen. El estudio concluye que el compromiso laboral es fundamental para que se alcance la visión del ente organizativo, se debe tener en cuenta para ello el compromiso organizacional afectivo que incluye el compromiso con la identidad con la organización, el compromiso con el involucramiento en la organización. Asimismo, el compromiso organizacional de continuidad, que incluye el compromiso con la percepción de alternativas del trabajador, el compromiso con las inversiones en la organización. Así como también, el compromiso organizacional normativo, que incluye el

compromiso con el sentido de obligación en la organización. Por tal razón la organización debe mejorar su reputación corporativa a través del fortalecimiento de la comunicación interna.

2.1.3 Antecedentes de la investigación a nivel local

Chara (2018) elaboró el estudio “La comunicación interna y el clima organizacional en la tienda D’Moda en la ciudad de Tacna – 2014”. (tesis de grado). El objetivo principal fue determinar la relación existente entre la Comunicación Interna y el Clima Organizacional de la indicada empresa. El estudio tuvo un diseño de investigación correlacional. Asimismo debido a que la población que labora dentro de la tienda es un número controlable para el estudio la muestra total, resultó 35 colaboradores que se desempeñan en diferentes áreas de la empresa. La técnica que utilizó fue la encuesta para la recopilación de datos. El estudio concluye que la comunicación horizontal no se desarrolla de manera adecuada, debido a que la mayoría de los miembros de la organización no poseen suficiente inteligencia emocional, sobre todo la asertividad, y tampoco no desarrollan en gran medida sus habilidades interpersonales.

Chino (2017) Elaboró el estudio “El Endomarketing y su influencia en el Compromiso Organizacional en el personal del Banco de Crédito del Perú-Agencia Bolognesi, año 2016.” Para optar el el Título Profesional de Ingeniero Comercial de la Universidad Privada de Tacna. El objetivo general de la investigación es determinar el nivel de la relación entre el Endomarketing y el Compromiso Organizacional de los colaboradores del Banco de Crédito del Perú – agencia

Bolognesi, para conocer la magnitud de compromiso de los trabajadores con su empresa. El tipo de investigación que utilizó fue una investigación correlacional de tipo transversal y descriptivo, para proponer alternativas de mejora en base a lo recabado, la muestra fue de 20 colaboradores que laboran en el Banco de Crédito del Perú-Agencia Bolognesi.

El estudio concluye que en Endomarketing y el Compromiso Organizacional no están relacionados, puesto que el Bando de Crédito hace méritos en trabajos que mejoren las relaciones con los clientes externos y que éstos a su vez generen agrado y bienestar en sus colaboradores que se encuentra en un nivel intermedio a alto en la variable Compromiso Organizacional, sin embargo la investigadora sugirió mejorar los canales de comunicación interna para que los índices sean superiores en un promedio por encima de lo aceptable y los colaboradores puedan tener un plan a largo plazo en el banco desarrollando sus habilidades comunicativas para un mejor rendimiento en general a favor de la empresa.

2.2 Bases Teóricas

2.2.1 Comunicación interna

2.2.1.1 Definición

Mailhiot (1975) sostiene que la comunicación se da entre dos o más personas, quienes tienen un contacto psicológico, que puede ser verbal o no verbal, para de manera conjunto lograr metas u objetivos comunes. No basta que seres con deseos de comunicación se hablen, se entiendan o incluso se comprendan. La comunicación entre ellos existirá desde que (y mientras

que) logren encontrarse. Por su parte, Trelles (2001) cita a Kreps y refiere que la interacción humana se dinamiza con la fluidez de los mensajes para movilizar las actividades y procesos de la organización. Asimismo, Benítez (2005) sostiene que la comunicación interna que si es efectiva, garantice la viabilización de los mensajes en una organización formal que involucra en el organigrama, documentos de gestión, etc. La comunicación si es practicada de manera adecuada se puede conseguir elevar el conocimiento, y hacer más fluida los procesos de cambio en los entes organizativos.

Por tanto, la comunicación interna es un proceso dinámico que se da en la organización en forma descendente, ascendente y tecnológica, basado en diferentes forma de comunicación, como escrita, verbal y tecnológica, para que el mensaje se concretice en forma adecuada.

2.2.1.2 Teoría de la comunicación interna

Ongallo (2007) presenta la teoría sobre las comunicaciones verticales y las comunicaciones horizontales, que se pueden dar tres forma de comunicación en el ente organizativo, como la comunicación interna descendente, cuyo fin es comunicar a los niveles inferiores del ente organizativo las órdenes o noticias que emanan de los niveles superiores (dirección, gerencia...).

La comunicación ascendente: el fin es obtener datos y noticias relativa a la moral laboral del persona, socios y colaboradores, sus aspiraciones, deseos y opiniones.

La comunicación horizontal, cuyo propósito es el de promover el intercambio de impresiones o datos entre los integrantes de igual grado jerárquico, o de su mismo grupo.

Comentario

El modelo de Ongallo (2007) es un modelo importante ya que coadyuva a que se analice de manera correcta la comunicación en los diferentes contextos organizacionales, ya sea ascendente, descendente y horizontal que es evidente que se da de manera interna.

2.2.1.3 Dimensiones de la comunicación interna

De acuerdo la comunicación interna, Ongallo (2007) considera lo siguiente:

- Comunicación interna descendente

Se da cuando los directivos, es decir, lo que se encuentran en el ápice estratégico emiten los mensajes de arriba abajo, de acuerdo al nivel jerárquico, cuyo propósito es garantizar el buen entendido entre las que practica la comunicación en torno a aspectos relacionados con organización para dinamizar el éxito organizacional. Este tipo de comunicación se puede dar en una comunicación verbal y no verbal; por ejemplo, de manera escrita mediante diferentes tipos de publicaciones, como folletos de bienvenida, informes de evaluación, informes de comunicación de normas, difusión de las políticas, cambios organizacionales, y el desarrollo de las actividades, que puede estar plasmado en boletines. La comunicación

descendente también se da cuando se quiere transmitir a los subordinados datos, órdenes, instrucciones, sugerencias e informaciones de diversa índole que afectan a la labor que realizan estos últimos.

- Comunicación interna ascendente

Considera la comunicación ascendente se da de abajo arriba, permite a los responsables de los heterogéneos grados poseer un contacto estrecho con los niveles inferiores. De esta manera, se da a conocer las tareas y actividades y los resultados del personal que labora en la empresa. Así mismo, permite que los subordinados hagan a entender sus anhelos en materia labora, sus problemas, etc. Si no habría una adecuada comunicación ascendente no se podría promover la participación en la organización y la gestión eficiente de los responsables. Reuniones y conferencias, los mensajes telefónicos o cualquier otro sistema. La comunicación ascendente concretiza un favorable clima para elevar el éxito organizacional.

- Comunicación interna horizontal

La comunicación lateral u horizontal busca relacionar a las diferentes áreas operativa y a las personas entre sí, con el fin de optimizar la integración de las áreas funcionales, desarrollar la coordinación dinámica de las distintas acciones de las áreas operativas, donde se evita repeticiones y fomentando la cooperación. Las reuniones de trabajo se presenta la comunicación horizontal, que se orienta al logro de objetivo

comunes como por ejemplo que se logre cumplir con la misión de la organización.

2.2.1.4 Indicadores de la comunicación interna

a) Comunicación interna descendente

La comunicación descendente considera lo siguiente:

- Comunicación interna descendente escrita

Hace referencia cuando los directivos se comunican con los subordinados en forma oportuna y pertinente. Se comunican para coordinar acciones operativas. Asimismo, envían los informes de instrucciones respetando directiva y reglamento interno, a nivel empresarial. Al respecto, los directivos de entes organizativos deben poseer habilidades interpersonales para dinamizar la comunicación escrita, para ello deben ser líderes con responsabilidad social organizativa y comunicativa, de lo contrario, no se logrará elevar la productividad de la empresa (Ongallo, 2007).

- Comunicación interna descendente verbal

Trata cuando los directivos brindan mensajes en las reuniones de trabajo que se dan de manera consecutiva sobre acciones de asesoramiento y supervisión del trabajo, tal aspecto se de manera puntua. A través de los informes que dan sobre acciones de asesoramiento y supervisión operativa. Este tipo de comunicación debe garantizar un buen compromiso y rendimiento eficiente en el logro de la misión. Los directivos hacen

conocer a los grupos de interés tanto interno, como externo sus altas expectativas a los subordinados y equipo administrativo. Al respecto, los directivos deben promover que haya una comprensión entre ellos y los subordinados, para generar un clima de confianza y bienestar, es decir, un buen clima organizacional que beneficie a la empresa (Ongallo, 2007).

- Comunicación interna descendente tecnológica

Hace referencia cuando los directivos comunican instrucciones, de manera correcta, las páginas web, las redes sociales, como el correo electrónico, Facebook). Y también se utiliza los medios electrónicos, (internet, fax, facecook), que permita la fluidez de la comunicación. Afrontan y resuelven las barreras existentes, cuando falla la comunicación a través del internet. Al respecto, es fundamental indicar que los directivos deben poseer competencias digitales y de esta forma desarrollar una comunicación fluida tecnológica, para que los subordinados se adapten a los cambios (Ongallo, 2007).

b) Comunicación interna ascendente

La comunicación interna ascendente considera los siguientes indicadores:

- Comunicación interna ascendente escrita

Hace referencia cuando los subordinados envían sus requerimientos, solicitudes e informes técnico de los diferentes sistemas operativos a los directivos en su debida oportunidad. Saben dirigirse en forma escrita con los directivos de la organización. Dan respuesta a los requerimientos de los directivos en forma inoportuna. Al respecto, los

subordinados deben poseer habilidades interpersonales y asertividad, así como moderación al dirigirse a sus superiores, saber pedir lo que necesitan obviamente para desarrollar bien su trabajo (Ongallo, 2007).

- **Comunicación interna ascendente verbal**

Trata cuando los subordinados a través de la comunicación verbal promueven relaciones interpersonales positivas. Se desarrolla también cuando los subordinados comparten sus experiencias administrativas y académicas con directivos. Y saben escuchar a los directivos. Al respecto, los subordinados deben ser muy educados al dirigirse a los directivos, para ello deben actuar con inteligencia emocional, específicamente con asertividad, solo así se logrará un clima organizacional favorable, basado en el fortalecimiento de la comunicación (Ongallo, 2007).

- **Comunicación interna ascendente tecnológica**

Trata cuando los subordinados elaboran sus informes y lo comunican a través de las páginas webs, redes sociales, y utilizan los medios electrónicos para asesorar y abosolver preguntas sobre aspectos relacionados a la empresa. Además, cumplen el reglamento interno, en cuanto a la comunicación de sus informes, mediante el uso de los recursos tecnológicos (Internet, correo electrónico, Facebook). Para ello los subordinados también deben estar actualizados en la TICs. Es decir, deben tener competencias digitales, para comunicarse en forma moderada con los directivos y puedan tener una relación empresarial, basado en una

comunicación interna dinámica para concretizar el éxito organizacional (Ongallo, 2007).

c) Comunicación horizontal

La comunicación horizontal considera los siguientes indicadores:

- Comunicación interna horizontal escrita

Trata cuando los directivos, trabajadores, se comunican eficazmente entre sí. Asimismo, los directivos se enteran de los conflictos, resuelven problemas. Por ello, es crucial que los miembros del ente institucional tengan adecuadas competencias comunicativas, y se complemente a través de informes, boletines, etc. (Ongallo, 2007).

- Comunicación interna horizontal verbal

Hace referencia cuando propician espacios de integración del personal de la organización empresarial que fomenten un clima laboral favorable para que haya consenso, coordinación, basado en la comunicación entre los directivos y subordinados, teniendo como común denominador el respeto, y la identificación con el ente organizativo. Asimismo, se presenta cuando el personal indicado demuestran y propician el buen trato en sus relaciones interpersonales y en las interacciones que se dan en la empresa. Los miembros de la organización deben ser tolerantes al comunicarse verbalmente en las asambleas de trabajo, para coordinar acciones técnicas de los diferentes sistemas operativos, y otros aspectos relacionados a la empresa (Ongallo, 2007).

- Comunicación interna horizontal tecnológica

Hace referencia a que los directivos se comunican entre directivos y los subordinados entre subordinados, en forma apropiada para ello pueden utilizar el tiempo oportuno. Asimismo, fortalecen una comunicación fluida entre sí. Además, establecen relaciones interpersonales favorables en cuanto al quehacer administrativo y de ventas, a través del uso de los medios electrónicos (Internet, Facebook). Al respecto, se hace necesario que tanto los directivos como los subordinados deben estar al tanto de las TICs, para utilizar de manera correcta los medio electrónicos, con el objetivo de dinamizar este tipo de comunicación, para garantizar que la empresa logre concretizar de manera óptima su misión; por lo es crucial que el personal tengan competencias suficientes sobre las TICs (Ongallo, 2007).

2.2.1.5 Desarrollo de la Comunicación Interna

Es evidente que, al pasar de las diferentes etapas de la historia, ha cambiado de manera notoria las formas de comunicación, es decir, las organizaciones evolucionan constantemente. Por ejemplo, antes en los entes organizativos, la transmisión de la información era a través de documentos escritos, si todavía persiste tal tipo de comunicación, hoy en la escena organizacional está aplicándose más la comunicación tecnológica, es decir, con las aplicaciones de la TICs para ello es perentorio que tanto los directivos y los subordinados posean competencias tecnológicas, y utilicen

por ejemplo redes sociales. Pero es un hecho que siempre se tendrá en cuenta la comunicación escrita y verbal, considerando que siempre para cualquier situación de comprobación se requiere evidencias, por ejemplo, documentos con sellos y firmas. Todo ello permitirá que se logre un adecuado compromiso organizacional de los colaboradores, donde se tenga en cuenta el compromiso afectivo, de continuidad y normativo.

2.2.1.6 Importancia de la Comunicación Interna

La comunicación interna es fundamental para el ente organizativo, debido ya que por ejemplo si los directivos tienen adecuadas competencias comunicativas y tienen buena relación con los subordinados, podrán transmitir de manera exitosa todos los objetivos y valores estratégicos de la organización, y permitirán brindar una buena calidad del servicio, para ello deben desarrollar una comunicación escrita, verbal, no verbal, tecnológica. Asimismo, en las organizaciones se deben desarrollar buenas prácticas de comunicación ascendentes, descendente y horizontal, que permite promover una buena cultura organizacional, así como proyectar una sólida reputación empresarial. Además, se hace perentorio que implementan políticas adecuadas de comunicación para dinamizar la gestión de la información que involucra a los integrantes del ente organizativo, para elevar un buen clima laboral.

2.2.2 Compromiso Organizacional

2.2.2.1 Definición del compromiso organizacional

Álvarez (2008) indica que el compromiso organizacional se presenta cuando el miembro de un centro laboral, se siente emocionalmente unido al ente organizativo, y se basa en el elemento afectivo, de continuidad y normativo con la organización.

Por su parte, Suárez (2017) refiere que es una manera de que los miembros del entorno laboral asumen con responsabilidad y satisfacción el despliegue de sus funciones, con lealtad y compromiso. Por otro lado, (2008) refiere que el compromiso organizacional se da cuando la labor desplegada por el trabajador tenga resultados que tienen un efecto favorable a la empresa. Esto está en función de las estrategias que la organización implemente para fomentar el compromiso, donde es crucial que se promueva un espacio de trabajo estimulante y adecuado.

El compromiso organizaional es un cualidad inherente y necesaria de un miembro de un ente organizativo, para contribuir a concretizar la misión y alcanzar la visión del mismo, basado en su desempeño y en la ética personal y compromiso responsable, solo así podrá ser un recurso humano crucial para la empresa.

2.2.2.2 Teoría del compromiso organizacional

Modelos de los tres componentes del compromiso organizacional de Meyer y Allen. Para Meyer & Allen (1991), el compromiso organizacional es un estado psicológico evidenciando en los siguientes componentes:

El componente afectivo, que se da cuando el trabajador establece intensos lazos emocionales con el ente organizativo y sintiéndose orgulloso de pertenecer en ella. Asimismo, es compromiso afectivo es decir, es la adherencia emocional que es producto de la satisfacción de los requerimientos del ente organizativo y expectativas que el trabajador tiene, son producto de formar lazos emocionales con el ente organizativo. Tienen orgullo de pertenecer al ente organizativo, en la solidaridad y aprehensión del trabajador con los problemas de su organización; muestra preocupación por lo que pasa con su empresa cuando tienen alguna complicación, así como muestra una gran felicidad cuando la situación es buena.

El componente de continuidad implica que el colaborador analice y reflexione cuánto ha invertido en cuanto a su esfuerzo y dinero, y que abandonar implicaría costos. También considera si se retira del ente organizacional entonces sufre un coste personal de las inversiones en todo aspecto.

El componente normativo es el sentido de obligación moral del trabajador de seguir perteneciendo, impulsado por un sentimiento de retribución con la organización. es un sentimiento de obligación de quedarse en la organización que el compromiso normativo se desarrolla con

base en el contrato psicológico entre el trabajador y su organización los trabajadores asumen que deben ser leales al ente organizativo moralmente, debido a que esto se da con mayor fuerza, cuando el trabajador recibe beneficios por lo que después se sienten con obligación de retribución

Comentario

El compromiso organizacional es clave para que la organización sea más competitiva y proyecte una buena reputación empresarial, por lo que es evidente la necesidad de que los miembros del ente organizativo desarrollen un compromiso afectivo y de continuidad, para conseguir el éxito organizacional basado en la responsabilidad social en todos los niveles y la excelencia empresarial.

2.2.2.3 Dimensiones del compromiso organizacional

a) Compromiso organizacional afectivo

Es el compromiso afectivo es la identidad e involucramiento del empleado con el ente organizativo. Es cuando los colaboradores tienen un sentimiento positivo hacia la institución, y les gusta permanecer en la institución y tiene enorme preocupación por el éxito de la misma. Asimismo, considera que el compromiso afectivo, se basa en los anhelos, se refiere a los lazos emocionales que las personas desarrolla con la organización, refleja el apego emocional al percibir la satisfacción de

requerimientos. Los trabajadores con este tipo de compromiso se sienten orgullosos de pertenecer a la organización (Meyer & Allen, 1991).

b) Compromiso normativo

El compromiso normativo es un sentimiento de lealtad y obligación del trabajador por permanecer en la organización. Hace referencia cuando los miembros de la entidad son leales al ente organizativo, es decir, tiene una actitud ética con la empresa, y siente que lo que sienten es recíproco con la misma. En este tipo de compromiso se desarrolla un fuerte sentimiento de quedarse en la institución, como efecto de experimentar una sensación de que le debe al ente organizativo, por haberle dado una oportunidad o recompensa que fue valorada por el trabajador (Meyer & Allen, 1991).

c) Compromiso de continuidad o de continuación

Este compromiso hace referencia al reconocimiento de la persona, con respecto a los costos (financieros, físicos, psicológicos) y que un trabajador continua en su trabajo, porque piensa que como hay en la actualidad insuficiente oportunidad de encontrar otro empleo, si decidiera renunciar perdería todo. Asume el colaborador que de no pertenecer a la empresa se reduce su apego con la empresa (Meyer & Allen, 1991).

En resumen, las dimensiones del modelo de Meyer & Allen representan tres formas heterogéneas de estar unido a una organización. Se determina que las personas se comprometen con la organización a través del tiempo, porque voluntariamente así como desea (afectivo), porque lo necesitan (de continuidad) o porque sienten que tienen una obligación por hacerl (normativo) (Gallardo, 2008). Al respecto, estas tres formas de compromiso se dan en los diferentes contextos organizacionales; sin embargo, es crucial que para el éxito organizacional, los empleadores sepan valorar al capital humano y el vínculo entre ellos se base en el respeto, con responsabilidad social laboral, donde los dos ganen sin dañar al otro, es decir, entre el trabajador y el empleador (Meyer & Allen, 1991).

2.2.2.4 Indicadores del compromiso organizacional

a) Compromiso organizacional afectivo

Indicadores:

- Compromiso con la identidad con la organización

Se presenta cuando los trabajadores se sentirían satisfechos si trabajaría toda su vida en el empresa, ya que significa muchos para ellos, se sienten emocionalmente unido a la empresa. Al respecto, los trabajadores cuando son tratados muy bien, sobre todo respetados, y tienen la convicción que gracias a la empresa pueden cubrir sus necesidades, sienten cariño por la empresa, tienen apego a la misma (Meyer & Allen, 1991).

- **Compromiso con el Involucramiento en la Organización**

Hace referencia cuando los trabajadores asumen los problemas del ente organizativo como que fueran de ellos, sienten que son parte de la empresa, es decir, como familia, y tienen un sentimiento fuerte de continuar perteneciendo al ente organizativo (Meyer & Allen, 1991).

b) Compromiso organizacional de continuidad

- **Compromiso con la percepción de alternativas del trabajador**

Hace referencia cuando los subordinados consideran que pertenecen a la empresa, solo por necesidad. Asumen que si renunciaran a ella, quizá no encontraría trabajo en otro lado. Tienen en consideración que, uno de los motivos principales por lo que siguen trabajando, es porque le resultaría complicado conseguir un trabajo como el que tienen. Al respecto, debido a la situación crítica de la falta de empleo, este compromiso se da de manera frecuente en el contexto actual (Meyer & Allen, 1991).

- **Compromiso con las inversiones en la organización**

Hace referencia cuando los trabajadores consideran que si no hubiera invertido tanto ellos mismos en el ente organizativo, consideraría trabajar en otra parte. Asimismo, si decidiera renunciar a la organización en un determinado momento, asumen que muchas cosas en su vida serían

interrumpidas. Además, consideran que actualmente, sería duro para ellos dejar el ente organizativo (Meyer & Allen, 1991).

c) Compromiso organizacional normativo

Indicadores:

- Compromiso con la lealtad en la organización

Consiste cuando los trabajadores se sienten muy agradecidos con el ente organizativo, asumen que merece su lealtad. Asimismo, consideran que aunque sería ventajoso renunciar e irse a otro centro laboral, no lo harían por el momento. Al respecto, esta situación se da en ocasiones cuando los directivos del ente organizativos generan confianza en el trabajo en todo sentido, trato, condiciones de la empresa, así como seguridad en las remuneraciones (Meyer & Allen, 1991).

- Compromiso con el sentido de obligación en la organización

Hace referencia cuando los trabajadores consideran que se sentirían culpables si renunciaran al ente organizativo. Asimismo, sienten que deben quedarse a trabajar en la empresa. Piensan que no renunciaría a su trabajo ahora, debido a que se sienten comprometidos con la misma (Meyer & Allen, 1991).

2.3 Definición de Términos Básicos

Actitudes

Es la disposición voluntaria de una persona frente a la existencia en general o a un aspecto particular de esta, en este caso en la organización se requiere personas con adecuadas competencias comunicativas para dinamizar la comunicación (Gavidia, 2017).

Competencias comunicativas

Son los conocimiento, habilidades y actitudes, para desarrollar la comunicación escrita, verbal, y no verbal, así como la tecnológica (Piñuel, 1997).

Conocimiento

Es todo el acervo de informaciones, conceptos, ideas, experiencias y aprendizajes que el administrador tiene sobre su especialidad. Para comunicar información en la empresa se requiere conocimientos (Saladrigas, 2005).

Calidad

Trata de aquellos atributos favorables y sólidos que se basan en las necesidades del cliente y que por eso brindan satisfacción del producto. Calidad consiste en las sólidas características que posee un servicio o producto. De manera sintética, calidad significa calidad del producto (Sánchez, 2017).

Gestión organizacional

Considera la estructura formal e informal, así mismo, el plan estratégico, la estructura organizacional, el liderazgo, la ética y la identidad (Piñuel, 1997).

Habilidades comunicativas

Una habilidad es la capacidad de transformar conocimiento en acción, que resulta en un desempeño esperado, en este caso para transmitir información, a través de las diferentes formas de comunicación (Pompilla, 2017) .

Habilidades humanas:

Hace referencia cuando una persona trata de manera adecuada a otra persona, para ello se requiere que tenga habilidades sociales para motivar y resolver conflictos (Roda, 2017).

Integridad personal

Integridad personal se refiere cuando una persona desarrolla sus acciones de manera correcta, cumpliendo todos los valores éticos, es decir, ser responsable, leal intachable, etc. (Gavidia, 2017).

Motivación laboral

La motivación laboral son estimulaciones intrínsecas y extrínsecas en la organización. Ejemplo cuando un trabajador es motivado a través del reconocimiento por parte de los directivos.

Productividad

Implica la obtención de los máximos resultados con el mínimo de recursos. En este sentido, la productividad es la relación que existe entre la cantidad de insumos necesarios para producir un determinado bien o servicio y los resultados obtenidos (Suárez, 2017).

Rendimiento

El producto o la utilidad que rinde o da una persona o cosa. Es la proporción entre el resultado que se obtiene y los medios que se emplearon para alcanzar al mismo (Tejeda & Arias, 2005).

Relaciones colaborativas

Considera la cooperación, las relaciones interpersonales, la socialización y la solución de conflictos, que se logrará con una adecuada comunicación (Piñuel, 1997).

2.4 Sistema de hipótesis**2.4.1 Hipótesis general**

La comunicación interna influye significativamente en el compromiso organizacional de los colaboradores de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019.

2.4.2 Hipótesis específicas

- a) La comunicación interna descendente influye significativamente en la comunicación interna en la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019.
- b) La comunicación interna ascendente influye significativamente en la comunicación interna de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019.
- c) La comunicación interna horizontal influye significativamente en la comunicación interna de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019.

2.5 Sistema de Variables

2.5.1 Identificación de variables

La relación funcional es la siguiente: $Y = f(X)$

Donde:

Y: Variable dependiente: Compromiso Organizacional

X: Variable independiente: Comunicación Interna

Variable Independiente

X: Comunicación Interna

Tabla 1
Operacionalización de la variable independiente

Variable	Definición	Dimensiones	Indicadores	Items
COMUNICACIÓN INTERNA	Sostiene que la comunicación interna son los procesos comunicativos que transitan por vías formales, es decir, aquellos eslabones vinculados con la organización formal de la organización expresada en el organigrama de la empresa (Ongallo, 2007)	Comunicación Interna Descendente	a) Comunicación Interna	1,2,3
			Descendente Escrita	
			b) Comunicación Interna	
			Descendente Verbal	
			c) Comunicación Interna	7,8,9
			Descendente Tecnológica	
		Comunicación Interna Ascendente	a) Comunicación Interna	
			Ascendente Escrita	
			b) Comunicación Interna	13,14,15
			Ascendente Verbal	
			c) Comunicación Interna	
			Ascendente Tecnológica	
Comunicación Interna Horizontal	a) Comunicación Interna	19,20,21		
	Horizontal Escrita			
	b) Comunicación Interna		22,23,24	
	Horizontal Verbal			
	c) Comunicación Interna	25,26,27		
	Horizontal Tecnológica			

Nota: La tabla muestra la operacionalización de la variable independiente: Comunicación interna Ongallo (2007)

Variable Dependiente

Y: Compromiso Organizacional

Tabla 2
Operacionalización de la variable dependiente

Variable	Definición	Dimensión	Indicadores	Ítems
COMPROMISO ORGANIZACIONAL (Meyer & Allen, 1991)..	Se refiere que el compromiso organizacional es la entrega y responsabilidad del colaborador con su organización desarrollando un trabajo optimo en cuanto al cumplimiento de sus funciones (Meyer & Allen, 1991)..	Compromiso Organizacional	a) Compromiso con la identidad con la organización	1,2,3
		Afectivo	b) Compromiso con el involucramien to en la organización	4,5,6
		Compromiso Organizacional	a) Compromiso con la percepción de alternativas del trabajador	7,8,9
		De Continuidad	b) Compromiso con las inversiones en la organización	10,11,12
		Compromiso Organizacional Normativo	a) Compromiso con la lealtad en la organización	13,14,15
			b) Compromiso con el sentido de obligación en la organización	16,17,18

Nota: La tabla muestra la operacionalización de la variable dependiente: Compromiso organizacional. (Meyer & Allen, 1991).

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1 Tipo de Investigación

La presente investigación es de tipo básica o pura, ya que se fundamenta en las teorías científicas con respecto a la Comunicación Interna y el Compromiso Organizacional para analizar y brindar nuevos conocimientos en el campo de la gestión empresarial con el propósito de formular conclusiones que contribuyan al éxito organizacional.

3.2 Diseño de Investigación

La presente investigación presenta es de tipo no experimental porque analiza el fenómeno de estudio que ya se suscitó, con respecto a las variables: comunicación interna y compromiso organizacional. Asimismo, la investigación es de Corte Transversal, ya que la recolección de los datos se realizará en un único momento en el tiempo y espacio para toda la muestra.

3.3 Nivel de investigación

El nivel de investigación es explicativo-causal, ya que el objetivo de la investigación es determinar si existe o no influencia de la comunicación interna en el compromiso organizacional, donde se considera la causa a la variable independiente y la consecuencia como la variable dependiente.

3.4 Población y muestra

3.4.1 Población

La población estuvo constituida 22 trabajadores de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019. A continuación, se muestra la distribución de todos los colaboradores según las áreas y/o cargos dentro de la Organización:

Tabla 3

Áreas operativas de la florería y regalos La Estación EIRL - Tacna

Áreas	Nro. de trabajadores
Área de Ventas	12
Area de Contabilidad	2
Area Operaria (Floristas)	4
Area Almacen	2
Administracion	2
Total	22

Nota: La tabla muestra la asignación de las distintas áreas y la cantidad de colaboradores que trabajan en Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019.

3.4.2 Muestra

La muestra en el presente estudio será de 22 personas ya que es numero reducido, manejable y se tiene acceso a toda la información de interes y a su vez es el total de trabajadores que laboran actualmente en la Empresa Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., permitiéndo obtener conclusiones y resultados precisos.

3.5 Técnicas e instrumento de Recolección de Datos

3.5.1 Técnicas

Encuesta

Se aplicó la encuesta dirigido a los colaboradores de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019, para evaluar la comunicación interna y el compromiso organizacional de los colaboradores de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L.

3.5.2 Instrumentos de recolección de datos

Cuestionario

El cuestionario fue dirigido a los colaboradores de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019, mediante los ítems formulados en base a las dimensiones que establece el modelo presentado en la base teórica científica, donde los instrumentos deberán ser validados para una aplicación óptima.

3.6 Técnica de procesamiento de datos

El procesamiento de datos se hizo con la utilización del soporte informático SPSS 22 Edition, el cual contiene diversas herramientas donde se hará uso en primera parte del Alfa de Cronbach para determinar el grado de confiabilidad de los instrumentos. Luego, mediante la estadística descriptiva, se obtendrá las tablas de frecuencia con respecto a cada ítem que se haya formulado en los instrumentos correspondientes para poder analizar e

interpretar los resultados. Además, se hará uso de la estadística inferencial, para la comprobación de hipótesis, dado que el nivel de escala es de intervalo, de esta forma se busca demostrar causalidad entre las dos variables, es por ello que se aplicará los modelos de regresión lineal simple, obteniendo así si existe o no influencia de la comunicación interna en el compromiso organizacional en la Florería y Regalos La Estación EIRL Tacna.

Análisis de datos

Se utilizó técnicas y medidas de la estadística descriptiva e inferencial, como las tablas de frecuencia y se utilizará la prueba estadística correlación de spearman por ser de tipo cuantitativa, para la contrastación de la hipótesis.

Prueba de confiabilidad del instrumento

- Alfa de Cronbach.

Para la confiabilidad del instrumento se recurrió al coeficiente de Alpha de Cronbach por variable.

- Validez.

Para la autenticidad del instrumento se recurrió a los criterios de expertos.

3.7 Selección y Validación de los Instrumentos de Investigación

3.7.1 Selección de los instrumentos de investigación

- **Primer Instrumento** La comunicación interna en la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019.

- **Segundo Instrumento** El compromiso organizacional de los colaboradores de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019.

3.7.2 Validación de los instrumentos

Los instrumentos de investigación de las variables de estudio fueron validados por el método de validez de contenido, es decir, que se sometió a expertos.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Tratamiento estadístico e interpretación de cuadros

El tratamiento estadístico se hizo con la utilización del soporte informático SPSS 22 Edition, que permitió hacer las tablas de frecuencia, en la que se determina en qué estado se encuentran las variables, dimensiones e indicadores.

4.2 Presentación de resultados, tablas, gráficos, figuras, etc.

VARIABLE INDEPENDIENTE: COMUNICACIÓN INTERNA

Tabla 4
Comunicación interna

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	7	31.8	31.8
Regular	14	63.6	95.5
Alto	1	4.5	100.0
Total	22	100.0	

Fuente: Matriz de Sistematización de datos

Como se aprecia en la Figura, de los Colaboradores de la Florería y Regalos “La Estación” E.I.R.L.-Tacna, el 31,8% refieren que la comunicación interna fue bajo, el 63,6% manifestaron que fue regular y el 4,5%, indicaron que fue alto.

DIMENSIÓN: COMUNICACIÓN INTERNA DESCENDENTE

Tabla 5

Comunicación interna descendente

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	5	22.7	22.7
Regular	16	72.7	95.5
Alto	1	4.5	100.0
Total	22	100.0	

Fuente: Matriz de Sistematización de datos

Como se aprecia en la tabla, de los colaboradores de la Florería y Regalos “La Estación” E.I.R.L.-Tacna, el 22,7% refieren que la comunicación interna descendente fue bajo, el 72,7% manifestaron que fue regular y el 4,5%, indicaron que fue alto.

INDICADOR: COMUNICACIÓN INTERNA DESCENDENTE ESCRITA

Tabla 6

Comunicación interna descendente escrita

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	7	31.8	31.8
Regular	13	59.1	90.9
Alto	2	9.1	100.0
Total	22	100.0	

Fuente: Matriz de Sistematización de datos

Como se aprecia en la tabla, de los colaboradores de la Florería y Regalos “La Estación” E.I.R.L.-Tacna, el 31,8% refieren que la comunicación interna descendente escrita fue bajo, el 59,1% manifestaron que fue regular y el 9,1%, indicaron que fue alto.

INDICADOR: COMUNICACION INTERNA DESCENDENTE VERBAL

Tabla 7
Comunicación interna descendente verbal

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	2	9.1	9.1
Regular	19	86.4	95.5
Alto	1	4.5	100.0
Total	22	100.0	

Fuente: Matriz de Sistematización de datos

Como se aprecia en la tabla, de los colaboradores de la Florería y Regalos “La Estación” E.I.R.L.-Tacna, el 9,1% refieren que la comunicación interna descendente verbal fue bajo, el 86,4% manifestaron que fue regular y el 4,5%, indicaron que fue alto.

INDICADOR: COMUNICACIÓN INTERNA DESCENDENTE TECNOLÓGICA

Tabla 8
Comunicación interna descendente tecnológica

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	7	31.8	31.8
Regular	14	63.6	95.5
Alto	1	4.5	100.0
Total	22	100.0	

Fuente: Matriz de Sistematización de datos

Como se aprecia en la tabla, de los colaboradores de la Florería y Regalos “La Estación” E.I.R.L.-Tacna, el 31,8% refieren que la comunicación interna descendente tecnológica fue bajo, el 63,6% manifestaron que fue regular y el 4,5%, indicaron que fue alto.

DIMENSION: COMUNICACIÓN INTERNA ASCENDENTE

Tabla 9

Comunicación interna ascendente

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	6	27.3	27.3
Regular	14	63.6	90.9
Alto	2	9.1	100.0
Total	22	100.0	

Fuente: Matriz de Sistematización de datos

Como se aprecia en la tabla, de los colaboradores de la Florería y Regalos “La Estación” E.I.R.L.-Tacna, el 27,3% refieren que la comunicación interna ascendente fue bajo, el 63,6% manifestaron que fue regular y el 9,1%, indicaron que fue alto.

INDICADOR: COMUNICACIÓN INTERNA ASCENDENTE ESCRITA

Tabla 10

Comuniación interna ascendente escrita

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	5	22.7	22.7
Regular	16	72.7	95.5
Alto	1	4.5	100.0
Total	22	100.0	

Fuente: Matriz de Sistematización de datos

Como se aprecia en la tabla, de los colaboradores de la Florería y Regalos “La Estación” E.I.R.L.-Tacna, el 22,7% refieren que la comunicación interna ascendente escrita fue bajo, el 72,7% manifestaron que fue regular y el 4,5%, indicaron que fue alto.

INDICADOR: COMUNICACIÓN INTERNA ASCENDENTE VERBAL

Tabla 11

Comunicación interna ascendente verbal

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	2	9.1	9.1
Regular	18	81.8	90.9
Alto	2	9.1	100.0
Total	22	100.0	

Fuente: Matriz de Sistematización de datos

Como se aprecia en la tabla, de los colaboradores de la Florería y Regalos “La Estación” E.I.R.L.-Tacna, el 9,1% refieren que la comunicación interna ascendente verbal fue bajo, el 81,8% manifestaron que fue regular y el 9,1%, indicaron que fue alto.

INDICADOR: COMUNICACIÓN INTERNA ASCENDENTE TECNOLÓGICA

Tabla 12

Comunicación interna ascendente tecnológica

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	3	13.6	13.6
Regular	17	77.3	90.9
Alto	2	9.1	100.0
Total	22	100.0	

Fuente: Matriz de Sistematización de datos

Como se aprecia en la tabla, de los colaboradores de la Florería y Regalos “La Estación” E.I.R.L.-Tacna, el 13,6% refieren que la comunicación interna ascendente tecnológica fue bajo, el 77,3% manifestaron que fue regular y el 9,1%, indicaron que fue alto.

DIMENSIÓN: COMUNICACIÓN INTERNA HORIZONTAL

Tabla 13

Comunicación interna horizontal

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	7	31.8	31.8
Regular	13	59.1	90.9
Alto	2	9.1	100.0
Total	22	100.0	

Fuente: Matriz de Sistematización de datos

Como se aprecia en la tabla, de los colaboradores de la Florería y Regalos “La Estación” E.I.R.L.-Tacna, el 31,8% refieren que la comunicación interna horizontal fue bajo, el 59,1% manifestaron que fue regular y el 9,1%, indicaron que fue alto.

INDICADOR: COMUNICACIÓN INTERNA HORIZONTAL ESCRITA

Tabla 14

Comunicación interna horizontal escrita

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	8	36.4	36.4
Regular	12	54.5	90.9
Alto	2	9.1	100.0
Total	22	100.0	

Fuente: Matriz de Sistematización de datos

Como se aprecia en la tabla, de los colaboradores de la Florería y Regalos “La Estación” E.I.R.L.-Tacna, el 36,4% refieren que la comunicación interna horizontal escrita fue bajo, el 54,5% manifestaron que fue regular y el 9,1%, indicaron que fue alto.

INDICADOR: COMUNICACIÓN INTERNA HORIZONTAL VERBAL

Tabla 15
Comunicación interna horizontal verbal

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	4	18.2	18.2
Regular	17	77.3	95.5
Alto	1	4.5	100.0
Total	22	100.0	

Fuente: Matriz de Sistematización de datos

Como se aprecia en la tabla, de los colaboradores de la Florería y Regalos “La Estación” E.I.R.L.-Tacna, el 18,2% refieren que la comunicación interna horizontal verbal fue bajo, el 77,3% manifestaron que fue regular y el 4,5%, indicaron que fue alto.

INDICADOR: COMUNICACIÓN INTERNA HORIZONTAL TECNOLÓGICA

Tabla 16
Comunicación interna horizontal tecnológica

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	4	18.2	18.2
Regular	16	72.7	90.9
Alto	2	9.1	100.0
Total	22	100.0	

Fuente: Matriz de Sistematización de datos

Como se aprecia en la tabla, de los colaboradores de la Florería y Regalos “La Estación” E.I.R.L.-Tacna, el 18,2% refieren que la comunicación interna horizontal tecnológica fue bajo, el 72,7% manifestaron que fue regular y el 9,1%, indicaron que fue alto.

VARIABLE DEPENDIENTE: COMPROMISO ORGANIZACIONAL

Tabla 17

Compromiso organizacional

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	8	36.4	36.4
Regular	12	54.5	90.9
Alto	2	9.1	100.0
Total	22	100.0	

Fuente: Matriz de Sistematización de datos

Como se aprecia en la tabla, de los colaboradores de la Florería y Regalos “La Estación” E.I.R.L.-Tacna, el 36,4% refieren que el compromiso organizacional fue bajo, el 54,5% manifestaron que fue regular y el 9,1%, indicaron que fue alto.

DIMENSION: COMPROMISO ORGANIZACIONAL AFECTIVO

Tabla 18

Compromiso organizacional afectivo

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	4	18.2	18.2
Regular	17	77.3	95.5
Alto	1	4.5	100.0
Total	22	100.0	

Fuente: Matriz de Sistematización de datos

Como se aprecia en la tabla, de los colaboradores de la Florería y Regalos “La Estación” E.I.R.L.-Tacna, el 18,2% refieren que el compromiso organizacional afectivo fue bajo, el 77,3% manifestaron que fue regular y el 4,5%, indicaron que fue alto.

INDICADOR: COMPROMISO CON LA IDENTIDAD CON LA ORGANIZACIÓN

Tabla 19
Compromiso con la identidad con la organización

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	5	22,7	22.7
Regular	16	72.7	95.4
Alto	1	4.6	100.0
Total	22	100.0	

Fuente: Matriz de Sistematización de datos

Como se aprecia en la tabla, de los colaboradores de la Florería y Regalos “La Estación” E.I.R.L.-Tacna, el 22.7% refieren que el compromiso con la identidad con la organización fue bajo, el 72,7% manifestaron que fue regular y el 4,6%, indicaron que fue alto.

INDICADOR: COMPROMISO CON EL INVOLUCRAMIENTO EN LA ORGANIZACIÓN

Tabla 20
Compromiso con el involucramiento en la organización

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	2	9.1	9.1
Regular	20	90.9	100.0
Total	22	100.0	

Fuente: Matriz de Sistematización de datos

Como se aprecia en la tabla, de los colaboradores de la Florería y Regalos “La Estación” E.I.R.L.-Tacna, el 9,1% refieren que el compromiso con el involucramiento en la organización fue bajo y el 90,9% manifestaron que fue regular.

DIMENSION: COMPROMISO ORGANIZACIONAL DE CONTINUIDAD

Tabla 21
Compromiso organizacional de continuidad

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	8	36.4	36.4
Regular	12	54.5	90.9
Alto	2	9.1	100.0
Total	22	100.0	

Fuente: Matriz de Sistematización de datos

Como se aprecia en la tabla, de los colaboradores de la Florería y Regalos “La Estación” E.I.R.L.-Tacna, el 36,4% refieren que el compromiso organizacional de continuidad fue bajo, el 54,5% manifestaron que fue regular y el 9,1%, indicaron que fue alto.

INDICADOR: COMPROMISO CON LA PERCEPCIÓN DE ALTERNATIVAS DEL TRABAJADOR

Tabla 22

Compromiso con la percepción de alternativas del trabajador

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	5	22.7	22.7
Regular	15	68.2	90.9
Alto	2	9.1	100.0
Total	22	100.0	

Fuente: Matriz de Sistematización de datos

Como se aprecia en la tabla, de los colaboradores de la Florería y Regalos “La Estación” E.I.R.L.-Tacna, el 22,7% refieren que el compromiso con la percepción de alternativas del trabajador fue bajo, el 68,2% manifestaron que fue regular y el 9,1%, indicaron que fue alto.

INDICADOR: COMPROMISO CON LAS INVERSIONES EN LA ORGANIZACIÓN

Tabla 23

Compromiso con las inversiones en la organización

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	7	31.8	31.8
Regular	13	59.1	90.9
Alto	2	9.1	100.0
Total	22	100.0	

Fuente: Matriz de Sistematización de datos

Como se aprecia en la tabla, de los colaboradores de la Florería y Regalos “La Estación” E.I.R.L.-Tacna, el 31,8% refieren que el compromiso con las inversiones en la organización fue bajo, el 59,1% manifestaron que fue regular y el 9,1%, indicaron que fue alto.

DIMENSION: COMPROMISO ORGANIZACIONAL NORMATIVO

Tabla 24
Compromiso organizacional normativo

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	8	36.4	36.4
Regular	13	59.1	95.5
Alto	1	4.5	100.0
Total	22	100.0	

Fuente: Matriz de Sistematización de datos

Como se aprecia en la tabla, de los colaboradores de la Florería y Regalos “La Estación” E.I.R.L.-Tacna, el 36,4% refieren que el compromiso organizacional normativo fue bajo, el 59,1% manifestaron que fue regular y el 4,5%, indicaron que fue alto.

INDICADOR: COMPROMISO CON LA LEALTAD EN LA ORGANIZACION

Tabla 25
Compromiso con la lealtad en la organización

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	4	18.2	18.2
Regular	17	77.3	95.5
Alto	1	4.5	100.0
Total	22	100.0	

Fuente: Matriz de Sistematización de datos

Como se aprecia en la tabla, de los colaboradores de la florería y regalos “La Estación” E.I.R.L.-Tacna, el 18,2% refieren que el compromiso con la lealtad en la organización fue bajo, el 77,3% manifestaron que fue regular y el 4,5%, indicaron que fue alto.

INDICADOR: COMPROMISO CON EL SENTIDO DE OBLIGACIÓN EN LA ORGANIZACIÓN

Tabla 26

Compromiso con el sentido de obligación en la organización

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	7	31.8	31.8
Regular	13	59.1	90.9
Alto	2	9.1	100.0
Total	22	100.0	

Fuente: Matriz de Sistematización de datos

Como se aprecia en la tabla, de los colaboradores de la florería y regalos “La Estación” E.I.R.L.-Tacna, el 31,8% refieren que el compromiso con el sentido de obligación en la organización fue bajo, el 59,1% manifestaron que fue regular y el 9,1%, indicaron que fue alto.

4.3 Contraste de hipótesis

VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS GENERAL

La comunicación interna influye significativamente en el compromiso organizacional de los colaboradores de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019.

a) Planteamiento de la hipótesis estadística

Hipótesis nula

Ho: La comunicación interna no influye significativamente en el compromiso organizacional de los colaboradores de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019.

Hipótesis alterna

H1: La comunicación interna influye significativamente en el compromiso organizacional de los colaboradores de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019.

b) Nivel de significancia: 0,05

c) Elección de la prueba estadística: Regresión lineal

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,872 ^a	,761	,749	,316

a. Predictores: (Constante), Comunicación interna

R² = Indica que el 76,1% de la variación del compromiso organizacional esta explicado por la variación de la comunicación interna.

R = 0,872 Existe un alto grado de correlación

ANOVA^a

Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Regresión	6,364	1	6,364	63,636	,000 ^b
Residuo	2,000	20	,100		
Total	8,364	21			

a. Variable dependiente: Compromiso organizacional

b. Predictores: (Constante), Comunicación interna

d) Regla de decisión:

Rechazar H₀ si el valor-p es menor a 0,05

No rechazar H₀ si el valor-p es mayor a 0,05

Dado que el sig o pvalor (0.000) es menor al nivel de significancia (0.05) se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna es decir se concluye que la comunicación

interna influye significativamente en el compromiso organizacional de los colaboradores de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019.

Coeficientes^a

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Error estándar	Beta		
(Constante)	4,441E-16	,227		000	1,000
VI	1,000	,125	,872	7,977	,000

a. Variable dependiente: Compromiso organizacional

VERIFICACIÓN DE LA PRIMERA HIPÓTESIS SECUNDARIA

La comunicación interna descendente influye significativamente en la comunicación interna en la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019.

a) Planteamiento de la hipótesis estadística

Hipótesis nula

Ho: La comunicación interna descendente no influye significativamente en la comunicación interna en la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019.

Hipótesis alterna

H1: La comunicación interna descendente influye significativamente en la comunicación interna en la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019.

- b) **Nivel de significancia:** 0,05
- c) **Elección de la prueba estadística:** Regresión lineal

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,739 ^a	,546	,524	,435

a. Predictores: (Constante), Comunicación interna descendente

R² = Indica que el 54,6% de la variación de la comunicación interna descendente esta explicado por la variación de la comunicación interna.

R = 0,739 Existe un alto grado de correlación

ANOVA^a

Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Regresión	4,571	1	4,571	24,099	,000 ^b
Residuo	3,793	20	,190		
Total	8,364	21			

a. Variable independiente: Comunicación interna

b. Predictores: (Constante), Comunicación interna descendente

d) Regla de decisión:

Rechazar H_0 si el valor-p es menor a 0,05

No rechazar H_0 si el valor-p es mayor a 0,05

Dado que el sig o pvalor (0.000) es menor al nivel de significancia (0.05) se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna es decir se concluye que la comunicación interna descendente influye significativamente en la comunicación interna en la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019.

Coefficientes^a

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	T	Sig.
	B	Error estándar	Beta		
(Constante)	,034	,357		,097	,924
Comunicación interna descendente	,931	,190	,739	4,909	,000

a. Variable independiente: Comunicación interna

VERIFICACIÓN DE LA SEGUNDA HIPÓTESIS SECUNDARIA

La comunicación interna ascendente influye significativamente en la comunicación interna de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019.

a) Planteamiento de la hipótesis estadística

Hipótesis nula

Ho: La comunicación interna ascendente no influye significativamente en la comunicación interna de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019.

Hipótesis alterna

H1: La comunicación interna ascendente influye significativamente en la comunicación interna de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019.

b) Nivel de significancia: 0.05

c) Elección de la prueba estadística: Regresión lineal

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,886 ^a	,785	,774	,300

a. Predictores: (Constante), Comunicación interna ascendente

R² = Indica que el 78,5% de la variación de la comunicación interna ascendente esta explicado por la variación de la comunicación interna.

R = 0,882 Existe un alto grado de correlación

ANOVA^a

Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Regresión	6,564	1	6,564	72,929	,000 ^b
Residuo	1,800	20	,090		
Total	8,364	21			

a. Variable independiente: Comunicación interna

b. Predictores: (Constante), Comunicación interna ascendente

d) Regla de decisión:

Rechazar H₀ si el valor-p es menor a 0,05

No rechazar H₀ si el valor-p es mayor a 0,05

Dado que el sig o pvalor (0.000) es menor al nivel de significancia (0.05) se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna es decir se concluye que la comunicación interna ascendente influye significativamente en la comunicación interna de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019.

Coeficientes^a

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Error estándar	Beta		
(Constante)	6,661E-16	,212		,000	1,000
Comunicación interna ascendente	,950	,111	,886	8,540	,000

a. Variable independiente: Comunicación interna

VERIFICACIÓN DE LA TERCERA HIPÓTESIS SECUNDARIA

La comunicación interna horizontal influye significativamente en la comunicación interna de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019.

a) Planteamiento de la hipótesis estadística**Hipótesis nula**

Ho: La comunicación interna horizontal no influye significativamente en la comunicación interna de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019.

Hipótesis alterna

H1: La comunicación interna horizontal influye significativamente en la comunicación interna de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019.

- b) **Nivel de significancia:** 0.05
- c) **Elección de la prueba estadística:** Regresión lineal

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,942 ^a	,887	,881	,218

a. Predictores: (Constante), Comunicación interna horizontal

R² = Indica que el 88,7% de la variación de la comunicación interna horizontal esta explicado por la variación de la comunicación interna.

R = 0,942 Existe un alto grado de correlación

ANOVA^a

Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Regresión	7,416	1	7,416	156,452	,000 ^b
Residuo	,948	20	,047		
Total	8,364	21			

a. Variable independiente: Comunicación interna

b. Predictores: (Constante), Comunicación interna horizontal

- d) **Regla de decisión:**

Rechazar H₀ si el valor-p es menor a 0,05

No rechazar H₀ si el valor-p es mayor a 0,05

Dado que el sig o pvalor (0.000) es menor al nivel de significancia (0.05) se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna es decir se concluye que la comunicación interna horizontal influye significativamente en la comunicación interna de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019.

Coefficientes^a

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Error estándar	Beta		
(Constante)	,006	,145		,040	,969
Comunicación interna horizontal	,971	,078	,942	12,508	,000

a. Variable dependiente: VD

4.4 Discusión de resultados

Se ha demostrado que la comunicación interna influye en el compromiso organizacional de los colaboradores de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019, dado que el p-valor es de 0,00 con un R. cuadrado de 76,10 % según la prueba regresión lineal. Los resultados indicados se relacionan en parte con lo informado por Roda (2017), quien concluye que los miembros de la organización no demuestran un adecuada comunicación, existe desconocimiento de los procesos y tareas como parte de sus rutinas productivas, asimismo, no hay buenos canales de comunicación.

Asimismo, los resultados encontrados se parecen a lo informado por Collantes y Tenorio (2015), quien concluye que no se refleja una óptima comunicación interna;

respecto a la comunicación formal es insuficiente con una efectividad media en el receptor, pues el canal verbal es utilizado en un periodo mensual y no se utiliza casi nada el canal escrito; sin embargo, la comunicación informal se desarrolla de manera frecuente, con una efectividad regular en el receptor, a través del canal verbal por medio de conversaciones y; se utilizaron las llamadas telefónicas, como canal tecnológico.

Los hallazgos encontrados se parecen a lo aseverado por Mayorga (2016), quien concluye que la comunicación interna se presenta de manera verbal y no verbal; sin embargo, es fundamental que se le dé la debida importancia para dinamizar todo tipo de comunicación interna ascendente, descendente y horizontal, en las diferentes formas verbal, no verbal, escrita, tecnológica, etc. Actualmente, en las diferentes organizaciones la mayoría de las empresas no valoran mejorar la comunicación interna.

Con respecto a la primera hipótesis, se ha determinado que la comunicación interna descendente influye en la comunicación interna en la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019, dado que el p-valor es de 0,00 con un R. cuadrado de 54,6 % según la prueba regresión lineal. Tales hallazgos encontrados se parecen a lo aseverado por Pompilla (2017), quien concluye que el compromiso laboral es fundamental para que se alcance la visión del ente organizativo, se debe tener en cuenta para ello el compromiso organizacional afectivo que incluye el compromiso con la identidad con la organización, el compromiso con el involucramiento en la organización. Asimismo, el compromiso organizacional de continuidad, que incluye el compromiso con la percepción de alternativas del trabajador, el compromiso con las inversiones en la organización. Así

como también, el compromiso organizacional normativo, que incluye el compromiso con el sentido de obligación en la organización. Por tal razón la organización debe mejorar su reputación corporativa a través del fortalecimiento de la comunicación interna.

Asimismo, los hallazgos encontrados se parecen a lo informado por Suárez (2017), quien concluyó que el compromiso organizacional es importante para elevar la productividad de bienes y servicios, sobre todo para conseguir la eficiencia en grado sumo de la calidad del servicio; para ello es fundamental a parte de la motivación el fortalecimiento de la comunicación.

En cuanto a la segunda hipótesis, se ha evidenciado que la comunicación interna ascendente influye en la comunicación interna de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019, dado que el p-valor es de 0,00 con un R. cuadrado de 78,5 % según la prueba regresión lineal. Los resultados encontrados son casi equivalente a lo informado por Sandoval (2017), quien concluyó que la comunicación interna de la Municipalidad de Comas contiene algunas deficiencias que se podrían mejorar, si bien es cierto las respuestas de los trabajadores indican que la comunicación interna no es deficiente; sin embargo, se torna que la comunicación interna ascendente no es tan efectiva, por lo que es crucial que se desarrolle estrategias de mejora, que garantice el compromiso organizacional de los trabajadores del ente organizativo.

Los hallazgos encontrados se parecen a lo informado por Gavidia (2017), quien concluyó que la comunicación interna no es dinámica, y no es tan adecuada, es decir, no

se utiliza de manera coherente los canales internos. Por tanto, se hace indispensable que se desarrolle un plan de mejora de la comunicación interna.

Con respecto, a la tercera hipótesis, se ha evidenciado que la comunicación interna ascendente influye en la comunicación interna de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019, dado que el p-valor es de 0,00 con un R. cuadrado de 78,5 % según la prueba regresión lineal. Los hallazgos detectados se parecen a lo informado por Arce y Florez (2018), quien concluye que existe una relación significativa de las variables, pero también es fundamental el compromiso organizacional para ello es crucial que se le dé la debida relevancia a la comunicación interna, ascendente, descendente y horizontal, para que los procesos operativos se desarrollen de manera ordenada.

En cuanto a la tercera hipótesis, se comprueba la comunicación interna horizontal influye en la comunicación interna de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019, dado que el p-valor es de 0,00 con un R. cuadrado de 88,7 % según la prueba regresión lineal.

Los resultados encontrados se parecen a lo informado por Chara (2018), quien concluye que la comunicación horizontal no se desarrolla de manera adecuada, debido a que la mayoría de los miembros de la organización no poseen suficiente inteligencia emocional, sobre todo la asertividad, y tampoco no desarrollan en gran medida sus habilidades interpersonales.

CONCLUSIONES

PRIMERA

Se ha demostrado que la comunicación interna influye en el compromiso organizacional de los colaboradores de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019, dado que el p-valor es de 0,00 con un R. cuadrado de 76,10 % según la prueba regresión lineal. Asimismo, debido a que se desarrolla de manera regular la comunicación interna descendente, ascendente y horizontal, y los miembros del ente organizativo no tienen suficientes conocimientos como desarrollar la comunicación escrita, verbal y tecnológica, lo que influye en la comunicación interna, que se desarrolla de manera regular.

SEGUNDA

Se ha determinado que la comunicación interna descendente influye en la comunicación interna en la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019, dado que el p-valor es de 0,00 con un R. cuadrado de 54,6 % según la prueba regresión lineal. Asimismo, debido a que la comunicación interna descendente escrita, verbal y horizontal se desarrolla de manera regular, lo que dificulta dinamizar la comunicación interna, probablemente porque los miembros del ente no tienen suficientes competencias comunicativas.

TERCERA

Se ha evidenciado que la comunicación interna ascendente influye en la comunicación interna de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019, dado que el p-valor es de 0,00 con un R. cuadrado de 78,5 % según la prueba regresión lineal. La comunicación interna ascendente escrita, verbal y horizontal, no es tan fluida, lo que imposibilita optimizar la comunicación interna y; por ende, el compromiso organizacional. Tal aspecto, se presenta tal vez porque los miembros no tienen suficientes habilidades para demostrar una buena comunicación verbal.

CUARTA

Se ha demostrado que la comunicación interna horizontal influye en la comunicación interna de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019, dado que el p-valor es de 0,00 con un R. cuadrado de 88,7 % según la prueba regresión lineal. Asimismo, debido a que la comunicación interna horizontal escrita, verbal y tecnológica se desarrolla de manera poco eficaz, lo que no hace posible en gran medida el éxito en la comunicación interna lo que causa que no haya un buen compromiso organizacional; tal vez, porque los miembros de la ente organizativo, no desarrollan sobre todo una comunicación tecnológica fluida.

RECOMENDACIONES

PRIMERA

Se debe desarrollar un Plan de mejora la comunicación interna, que incluye la comunicación ascendente, descendente y horizontal, para elevar el compromiso organizacional de los colaboradores de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna. Las acciones a desarrollar se fundamentan en la 1. Comunicación Institucional donde se obtendrá la forma optima de informar, atender, divulgar y solucionar problemas, y 2. Oratoria e Imagen Personal, donde se enseñará temas como el modo de hablar, tono de voz, gestos, expresiones con el unico fin de mejorar el trabajo en equipo.

SEGUNDA

Se debe desarrollar un Programa de Capacitación mediante sesiones durante todo el año vigente de trabajo basada en el fortalecimiento de la comunicación, específicamente la descendente para mejorar el compromiso organizacional de los colaboradores de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna. El plan de capacitación se dividirá en dos etapas. Etapa I: Taller de comunicación interna: donde formaremos personas capaces de resolver problemas de comunicación interna y crear conversaciones positivas donde expresen sus habilidades. Y la etapa II: Taller de escritura; tendrá el objetivo de desarrollar un estilo propio de edición y auto edición.

TERCERA

Se debe desarrollar actividades recreativas en grupo de subordinados y directivos, para optimizar y crear lazos de confianza y mejorar la fluidez de comunicación ascendente influye en el compromiso organizacional de los colaboradores de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna. Este tipo de actividades tendrá como objetivo impulsar el bienestar y el compromiso de la comunicación, lo cual se percibirá en el redimiento del personal. Estas actividades se ofrecerán un (01) fin de semana cada trimestre para separar el espacio laboral y consentir que todos los colaboradores se integren y relajen en otro contexto.

CUARTA

Se debe desarrollar buenas práctica de comunicación horizontal para optimizar el compromiso organizacional de los colaboradores de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna. Se deberá programar reuniones quincenales entre los directivos y subordinados manteniendo una comunicación respetuosa, y poniendo énfasis en la solución de los conflictos que pueden afectar la armonía del grupo y el clima laboral de la empresa. Esto con el propósito de incrementar la productividad y el bienestar del equipo para el logro de objetivos de la organización.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Álvarez, G. (2008). Determinantes del compromiso organizacional: ¿Están los trabajadores a tiempo parcial menos comprometidos que los trabajadores a tiempo completo?. Cuadernos de Estudios Empresariales, 18, 73–88. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3083648&orden=227493&info=link%5Cnhttp://dialnet.unirioja.es/servlet/extart?codigo=3083648>
- Álvarez, J. (2007). *Comunicación Interna, la Estrategia del Exito Razón y Palabra*, vol. 12, núm. 56, abril-mayo, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey Estado de México, México
- Arce, R. y Florez, E. (2018). *Sentido de las competencias directivas y la dinamización del compromiso organizacional en Instituciones Educativas del nivel inicial del distrito de Hunter 2018*. (Tesis de grado). Universidad Nacional de San Agustín – Arequipa
- Chara, D. (2018). *La comunicación interna y el clima organizacional en la tienda D'Moda en la ciudad de Tacna – 2014*. (Tesis de grado). Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann . Tacna.
- Choque, C. (2016). *Gestión de la calidad en el servicio universitario: aplicación de estrategias de comunicación interna, tacna, 2014 –2015* (Tesis de doctorado). Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann – Tacna.
- Collantes, C. y Tenorio, K. (2015). *Análisis de la comunicación interna dentro del movimiento internacional de la cruz roja y media luna roja filial Chiclayo – 2014*. (Tesis de maestría). Universidad Señor de Sipán – Pimentel
- Córdova, K. (2018). *Motivación laboral y compromiso organizacional en los trabajadores del Ceticos Paita*. (Tesis de grado). Universidad Nacional de Piura.

- Díaz, J. (2016). *Comunicación interna y desempeño laboral en los colaboradores de la empresa wari inversiones S.A.C en el distrito de SJL, 2016*. (Tesis de grado). Universidad César Vallejo.
- Gallardo, N., & Sandoval, M. (2014). *Relación entre satisfacción laboral y compromiso organizacional en la empresa pública y privada*. (Tesis de grado). Univerdidad del Bío - Bío, Concepción, Chile.
- Gavidia, J. (2017). *Diagnóstico de la comunicación interna en el personal administrativo de la municipalidad distrital de santa – 2016*. (Tesis de maestría). Universidad Nacional del Santa.
- Huamán, A. (2016). *Incidencia de la comunicación 360° como estrategia para reducir el índice de morosidad en los pagos académicos de los alumnos de la Universidad Alas Peruanas Filial Cajamarca, 2016*. (Tesis de maestría). Universidad Nacional de Cajamarca.
- Luthans F. (2008). *Comportamiento Organizacional*. México D. F.: Mc Graw Hill / Interamericana Editores S. A. de C.V.
- Mayorga, E. (2016). *Diagnóstico de Comunicación Interna en el área Administrativa y Personal de Oficina de la Asociación Peruana Central 2016*. (Tesis de grado). Universidad Peruana Unión - Lima.
- Meyer, J., & Allen, N. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review*, 1(1), 61–89.
- Ongallo, (2007). *Manual de Comunicación Guía para gestionar el Conocimiento, la información y las relaciones humanas en empresas y organizaciones 2ª edición revisada y actualizada* Dykinson, 2007
- Piñuel, J. (1997). *Teoría de la Comunicación y gestión de las organizaciones*. Madrid, editorial Síntesis.
- Pompilla, Y. (2017). *Estrés laboral y compromiso organizacional en colaboradores de un contact center de Lima Metropolitana, 2017*. (Tesis de grado). Universidad César Vallejo.
- Ramírez, E. (2011). *La influencia de las tácticas políticas y el compromiso de los empleados hacia la empresa en el aprendizaje organizativo: Propuesta y aplicación de un modelo de mejora basado en el conocimiento para la Pequeña y Mediana Empresa en el sector del calzado en México* (Tesis de doctorado). Universidad Autónoma de Madrid. España.

- Roda, A. (2017). *La comunicación interna de la calidad en la universidad española, propuesta de un modelo teórico transmedia*. (Tesis de doctorado). Universidad CEU San Pablo – Madrid- España.
- Saladrigas, H. (2005). *Comunicación organizacional: Matrices teóricas y enfoques comunicativos*. Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana, Cuba. Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social Universidad de La Laguna (Tenerife, Canarias) Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820 - Año VIII - II época Editor: Dr. José Manuel de Pablos Coello, catedrático de Periodismo.
- Sandoval, N. (2017). *Evaluación de la comunicación interna en la municipalidad de comas en mayo del 2017*. (Tesis de grado). Universidad César Vallejo.
- Smith, F. (1993). *Reading like a writer*, en Language Arts, n° 60, pp. 558-567.
- Suárez, R. (2017). *Compromiso organizacional según el personal del Centro de Salud Portada de Manchay Lima 2017*. (tesis de maestría). Universidad César Vallejo
- Tejeda, J. & Arias, F. (2005). Prácticas organizacionales y el compromiso de los trabajadores hacia la organización. Enseñanza e Investigación en Psicología, 10(2), 295– 309. Recuperado de https://www.researchgate.net/profile/Fernando_AriasGalicia/publication/26483512_Practicas_organizacionales_y_el_compromiso_de_los_trabajadores_hacia_la_organizacion/links/02e7e5150f3ef824f6000000.pdf
- Trelles, I. (2004). *Comunicación Organizacional*, La Habana, Editorial Félix Varela.

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA:**COMUNICACIÓN INTERNA Y SU INFLUENCIA EN EL COMPROMISO ORGANIZACIONAL DE LOS COLABORADORES DE LA FLORERÍA Y REGALOS LA ESTACIÓN E.I.R.L., - TACNA, AÑO 2019**

PROBLEMAS		OBJETIVOS		HIPOTESIS		VARIABLES		DIMENSIONES	ESCALA
PROBLEMA PRINCIPAL		OBJETIVO PRINCIPAL		HIPOTESIS GENERAL		VARIABLE INDEPENDIENTE			
¿De qué manera la comunicación interna influye en el compromiso organizacional de los colaboradores de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019?.		Determinar de qué manera la comunicación interna influye en el compromiso organizacional de los colaboradores de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019.		La comunicación interna influye significativamente en el compromiso organizacional de los colaboradores de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019.		COMUNICACIÓN INTERNA		Comunicación interna descendente	Ordinal
								Comunicación interna ascendente	
								Comunicación interna horizontal	
PROBLEMAS ESPECIFICOS		OBJETIVOS ESPECIFICOS		HIPOTESIS ESPECIFICAS		VARIABLE DEPENDIENTE		DIMENSIONES	
a) ¿De qué manera la comunicación interna descendente influye en la comunicación interna en la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019?.		a) Determinar de qué manera la comunicación interna descendente influye en la comunicación interna en la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019.		a) La comunicación interna descendente influye significativamente en la comunicación interna en la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019.		COMPROMISO ORGANIZACIONAL		Compromiso organizacional afectivo	
b) ¿De qué manera la comunicación interna ascendente influye en la comunicación interna de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019?.		b) Determinar de qué manera la comunicación interna ascendente influye en la comunicación interna de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019.		b) La comunicación interna ascendente influye significativamente en la comunicación interna de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019.				Compromiso organizacional de continuidad	
c) ¿De qué forma la comunicación interna horizontal influye en la comunicación interna de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019?.		c) Determinar de qué forma la comunicación interna horizontal influye en la comunicación interna de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019.		c) La comunicación interna horizontal influye significativamente en la comunicación interna de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., - Tacna, año 2019.				Compromiso organizacional normativo	

CUESTIONARIO

Adaptado de: Ongallo (2007)



UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA

FACULTAD DE CIENCIAS

EMPRESARIALES

OBJETIVO: La presente encuesta con respecto a la **COMUNICACIÓN INTERNA** que se aplica a los trabajadores de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., tiene fines estrictamente académicos, permitirá a la Bachiller Saira Yzbel Zuñiga Lay elaborar su trabajo de investigación titulado: **“COMUNICACIÓN INTERNA Y SU INFLUENCIA EN EL COMPROMISO ORGANIZACIONAL DE LOS COLABORADORES DE LA FLORERÍA Y REGALOS LA ESTACIÓN E.I.R.L., - TACNA, AÑO 2019”** conducente a obtener el título de Ingeniero Comercial. Nuestro agradecimiento al Sr., por autorizar y dar las facilidades correspondientes. Por favor, evalúe el grado de satisfacción de acuerdo a los aspectos que citamos en este cuestionario, según el criterio de la tabla, marcando con un círculo el dígito que corresponda para cada afirmación.

La información que nos proporcione es completamente **CONFIDENCIAL**, esto garantiza que nadie pueda identificar a la persona que ha diligenciado el cuestionario.

INSTRUCCIONES

Todas las preguntas tienen diversas opciones de respuesta, deberá elegir **SOLO UNA**, salvo que el enunciado de la pregunta diga expresamente que puede seleccionar varias.

Cada opción tiene un número, circule el número correspondiente a la opción elegida, de la siguiente forma.

Siempre	Frecuentemente	A veces	Casi nunca	Nunca
5	4	○	2	1

Nro.	PREGUNTAS	1	2	3	4	5
COMUNICACIÓN INTERNA DESCENDENTE						
Comunicación Interna Descendente Escrita						
1	Los directivos se comunican con los subordinados en forma oportuna y pertinente.	1	2	3	4	5
2	No se comunican en forma permanente con los subordinados para coordinar acciones operativas.	1	2	3	4	5
3	Envían los informes de instrucciones respetando directiva y reglamento interno, a nivel empresarial.	1	2	3	4	5
Comunicación Interna Descendente Verbal						
4	Los directivos informan acciones de asesoramiento y supervisión del trabajo en reuniones de comisiones de trabajo, en el tiempo oportuno y con prudencia.	1	2	3	4	5
5	A través de los informes que dan sobre acciones de asesoramiento y supervisión operativa a comunicación interna verbal no generan compromiso y rendimiento eficiente en el logro de la misión.	1	2	3	4	5
6	Transmiten a la comunidad a sus altas expectativas a los subordinados y equipo administrativo.	1	2	3	4	5
Comunicación Interna Descendente Tecnológica						
7	Los directivos comunican instrucciones, en forma apropiada por medios tecnológicos.	1	2	3	4	5
8	Se comunican para acciones de asesoramiento empresarial, a través de los medios tecnológicos para generar un clima laboral favorable.	1	2	3	4	5
9	Afrontan y resuelven las barreras existentes, cuando falla la comunicación por correo electrónico.	1	2	3	4	5
COMUNICACIÓN INTERNA ASCENDENTE						
Comunicación Interna Ascendente Escrita						
10	El personal subordinado envían sus requerimientos, solicitudes e informes técnicos a los directivos en su debida oportunidad.	1	2	3	4	5
11	Saben dirigirse en forma escrita con los directivos.	1	2	3	4	5
12	Dan respuesta a los requerimientos de los directivos en forma inoportuna.	1	2	3	4	5
Comunicación Interna Ascendente Verbal						
13	Los subordinados a través de la comunicación verbal promueven relaciones interpersonales positivas	1	2	3	4	5
14	Comparten sus experiencias administrativas y empresariales con directivos.	1	2	3	4	5

15	No saben escuchar a los directivos.	1	2	3	4	5
Comunicación Interna Ascendente Tecnológica						
16	Los subordinados elaboran sus informes en forma apropiada, en el tiempo oportuno.	1	2	3	4	5
17	Solicitan asesoría e inquietudes sobre normas y a otros aspectos de tipo laboral.	1	2	3	4	5
18	Cumplen el reglamento interno, en cuanto a la comunicación de sus informes, mediante el uso de los recursos tecnológicos (correo electrónico).	1	2	3	4	5
COMUNICACIÓN HORIZONTAL						
Comunicación Intena Horizontal Escrita						
19	Los directivos, subordinados se comunican entre sí, en forma oportuna.	1	2	3	4	5
20	Informan conflictos para la resolución de los mismos, proponiendo alternativas de solución.	1	2	3	4	5
21	Promueven a través de la comunicación escrita, el desarrollo de habilidades personales y actitudes favorables para lograr un clima que beneficie el desarrollo de la comunicación interna.	1	2	3	4	5
Comunicación interna horizontal verbal						
22	Propician espacios de integración del personal de la empresa que fomenten un clima laboral favorable al diálogo.	1	2	3	4	5
23	Demuestran y propician el buen trato en sus relaciones interpersonales y en las interacciones que se dan en la empresa.	1	2	3	4	5
24	Son intolerantes al comunicarse verbalmente en las asambleas de trabajo, para coordinar acciones técnicas y otros aspecto relacionados a la empresa.	1	2	3	4	5
Comunicación interna horizontal tecnológica						
25	Los directivos se comunican en forma apropiada con los subordinados, utilizando el internet, en el tiempo oportuno.	1	2	3	4	5
26	Fortalecen una comunicación fluida entre sí.	1	2	3	4	5
27	Establecen relaciones interpersonales desfavorables en cuanto al quehacer administrativo y de ventas, a través del uso de los medios electrónicos (Internet, Facebook).	1	2	3	4	5

CUESTIONARIO

Adaptado de: Meyer, Allen y Smith (1993), adaptado por Pérez, R, PUCP 2014. Año:
2014



UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

OBJETIVO: La presente encuesta con respecto al **COMPROMISO ORGANIZACIONAL** que se aplica a los trabajadores de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L., tiene fines estrictamente académicos, permitirá a la Bachiller Saira Yzbel Zuñiga Lay elaborar su trabajo de investigación titulado: **“COMUNICACIÓN INTERNA Y SU INFLUENCIA EN EL COMPROMISO ORGANIZACIONAL DE LOS COLABORADORES DE LA FLORERÍA Y REGALOS LA ESTACIÓN E.I.R.L., - TACNA, AÑO 2019”** conducente a obtener el título de Ingeniero Comercial. Nuestro agradecimiento al Sr., por autorizar y dar las facilidades correspondientes.

Por favor, evalúe el grado de satisfacción de acuerdo a los aspectos que citamos en este cuestionario, según el criterio de la tabla, marcando con un círculo el dígito que corresponda para cada afirmación.

La información que nos proporcione es completamente **CONFIDENCIAL**, esto garantiza que nadie pueda identificar a la persona que ha diligenciado el cuestionario.

INSTRUCCIONES

Todas las preguntas tienen diversas opciones de respuesta, deberá elegir **SOLO UNA**, salvo que el enunciado de la pregunta diga expresamente que puede seleccionar varias.

Cada opción tiene un número, circule el número correspondiente a la opción elegida, de la siguiente forma.

Siempre	Frecuentemente	A veces	Casi nunca	Nunca
5	4	○	2	1

Nro.	PREGUNTAS	1	2	3	4	5
COMPROMISO ORGANIZACIONAL AFECTIVO						
Compromiso Con La Identidad Con La Organización						
1	Me sentiría satisfecho (a) si trabajaría toda mi vida en esta Florería y Regalos La Estación E.I.R.L.	1	2	3	4	5
2	Esta Florería y Regalos La Estación E.I.R.L. significa mucho para mí.	1	2	3	4	5
3	Me siento emocionalmente vinculado (a) con la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L.	1	2	3	4	5
Compromiso Con El Involucramiento En La Organización						
4	Siento los problemas de la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L. como mis propios problemas.	1	2	3	4	5
5	Siento que formo parte de la familia de la Florería	1	2	3	4	5
6	Tengo un fuerte sentimiento de seguir perteneciendo a esta Florería y Regalos La Estación E.I.R.L.	1	2	3	4	5
COMPROMISO ORGANIZACIONAL DE CONTINUIDAD						
Compromiso Con La Percepción De Alternativas Del Trabajador						
7	Siento que pertenezco a esta Florería y Regalos La Estación E.I.R.L. solo por necesidad	1	2	3	4	5
8	Si renunciara a esta Florería y Regalos La Estación E.I.R.L. tendría pocas alternativas de trabajo.	1	2	3	4	5
9	Uno de los motivos principales por lo que sigo trabajando en la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L. es porque me resultaría difícil conseguir un trabajo como el que tengo.	1	2	3	4	5
Compromiso Con Las Inversiones En La Organización						
10	Si yo no hubiera invertido tanto de mí mismo en esta Florería y Regalos La Estación E.I.R.L. consideraría trabajar en otra parte.	1	2	3	4	5
11	Si decidiera renunciar a la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L. en este momento, muchas cosas en mi vida se verían interrumpidas.	1	2	3	4	5
12	Ahora mismo sería duro para mí dejar la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L. donde trabajo, incluso si quisiera hacerlo.	1	2	3	4	5
COMPROMISO ORGANIZACIONAL NORMATIVO						
Compromiso Con La Lealtad En La Organización						
13	Estoy muy agradecido (a) con la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L.	1	2	3	4	5
14	Esta Florería y Regalos La Estación E.I.R.L. merece mi lealtad.	1	2	3	4	5
15	Aunque fuera ventajoso para mí, siento que no es correcto renunciar a la Florería y Regalos La	1	2	3	4	5

	Estación E.I.R.L. ahora.					
Compromiso Con El Sentido De Obligación En La Organización						
16	Me sentiría culpable si renunciara a la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L. en este momento.	1	2	3	4	5
17	Siento la obligación de permanecer en esta Florería y Regalos La Estación E.I.R.L.	1	2	3	4	5
18	No renunciaría a mi trabajo ahora porque me siento comprometido (a) con la Florería y Regalos La Estación E.I.R.L.	1	2	3	4	5