

UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ MARÍA ARGUEDAS

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA

Escuela Profesional de Administración de Empresas



**COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y SU RELACIÓN
CON EL COMPROMISO CORPORATIVO EN LOS
TRABAJADORES ADMINISTRATIVOS DE LA
UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ MARÍA ARGUEDAS,
ANDAHUAYLAS, 2023.**

Tesis para optar el título profesional de Licenciado en
Administración de Empresas

Presentado por:

DAN NILO TELLO APARCO

Andahuaylas, Perú

2024

UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ MARÍA ARGUEDAS

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA

Escuela Profesional de Administración de Empresas



**COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y SU RELACIÓN
CON EL COMPROMISO CORPORATIVO EN LOS
TRABAJADORES ADMINISTRATIVOS DE LA
UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ MARÍA ARGUEDAS,
ANDAHUAYLAS, 2023.**

DAN NILO TELLO APARCO

Asesor:

Dr. Joaquin Machaca Rejas

Andahuaylas, Perú

2024



ANEXO 22

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En el local académico de Ccoyahuacho de la Universidad Nacional José María Arguedas, ubicado en la Av. José María Arguedas s/n, distrito de San Jerónimo, de la provincia de Andahuaylas, siendo las 4 pm horas del día 20 del mes de junio del año dos mil 24, en atención a la Resolución Decanal N° 370-2024-UNA/JMA/FCE-D, se reunieron el

Dr. Felipe Rabel Valle Alós presidente,
Mg. Edwin Yezzer Cáceres secretario
y Mg. Carlos Huamán José Apaza vocal, integrantes del jurado evaluador del informe final de tesis titulado:

Comunicación organizacional y su relación con el
compromiso corporativo en los trabajadores administrativos
Tratados de la Universidad Nacional José María
Arguedas Andahuaylas 2023

cuyo autor(a) es el(la) Bachiller en Administración de Empresas Dau Nilo Tello Aparicio; cuyo asesor es el Dr. Joaquín Madroca Rojas, con el propósito de proceder a la exposición y defensa de dicha tesis.

Luego de la sustentación de la tesis, el jurado evaluador ACORDÓ: aprobar por unánime, al(la) Bachiller en Administración de Empresas Dau Nilo Tello Aparicio, obteniendo la siguiente calificación y mención:

Nota en escala vigesimal		Mención
Números	Letras	
<u>16</u>	<u>Dieciséis</u>	<u>muy bueno</u>

En señal de conformidad, se procede a la firma de la presente acta en tres (03) ejemplares.

[Signature]
(Grado académico, título profesional. Nombres y apellidos)
Presidente del jurado evaluador

[Signature]
(Grado académico, título profesional. Nombres y apellidos)
Secretario del jurado evaluador

[Signature]
(Grado académico, título profesional. Nombres y apellidos)
Vocal del jurado evaluador



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN

CONSTANCIA DE FILTRO DE SIMILITUD

N° 029-2024-UNAJMA-FCE-UI/D

Quienes suscriben:

COMISIÓN DE LA UNIDAD DE INVESTIGACIÓN DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA;

Hacen constar,

Que, la tesis denominada: Comunicación organizacional y su relación con el compromiso corporativo en los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas, 2023, presentada por el bachiller DAN NILO TELLO APARCO, cuyo asesor es el Dr. Joaquin Machaca Rejas, fue sometida al testeado de reporte de similitud, a través del software antiplagio Turnitin, encontrándose con un porcentaje de similitud del (27%), el mismo que según el Art. 50. literal h. del Reglamento de Grados y Títulos de la UNAJMA, se encuentra en el rango de *no más del 30% de similitud (...)*.

Se expide la presente constancia a solicitud del interesado para los fines que estime por conveniente.

San Jerónimo, 28 de noviembre de 2024.




(Dr. Joaquin Machaca Rejas)

Director de la Unidad de Investigación de la FCE


.....
(Mgtr. Grecia Valverde Mamani)
Miembro de la Comisión de la UI-FCE


.....
(Mgtr. Rogelio Domingo Cahuaña Tapia)
Miembro de la Comisión de la UI-FCE


.....
(Mgtr. Jubenal Mendoza Valenzuela)
Miembro de la Comisión de la UI-FCE

JMR/P-C-UI-FCE
RDCT/M-C-UI-FCE
GVM/M-C-UI-FCE
JMIV/M-C-UI-FCE
C.c.-
Archivo


9001:2015


21001:2018



DAN NILO TELLO APARCO

TESIS INFORME FINAL

My Files

My Files

Universidad Nacional José María Arguedas

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid::18497:410423094

112 Páginas

Fecha de entrega

28 nov 2024, 11:32 p.m. GMT-5

25,010 Palabras

Fecha de descarga

29 nov 2024, 8:02 a.m. GMT-5

151,496 Caracteres

Nombre de archivo

TESIS INFORME FINAL - DAN NILO TELLO APARCO.pdf

Tamaño de archivo

1.5 MB

UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ MARÍA ARGUEDAS
Dr. Joaquín Machaca Rojas
BOCENTE

Dan Nilo Tello Aparco
70662803

27% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado
- ▶ Texto mencionado
- ▶ Coincidencias menores (menos de 15 palabras)



Fuentes principales

- 27% Fuentes de Internet
- 2% Publicaciones
- 0% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

[Handwritten signature]
 Don Nilo tello Aparco
 70662801

UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ MARÍA ARGUEDAS
[Handwritten signature]
 Dr. Joaquín Machaca Rojas
 DOCENTE

Fuentes principales

- 27% Fuentes de Internet
- 2% Publicaciones
- 0% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)



Fuentes principales

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

1	Internet	hdl.handle.net	17%
2	Internet	repositorio.unajma.edu.pe	8%
3	Internet	repositorio.unsch.edu.pe	1%
4	Publicación	Rosa García-Sierra, Jordi Fernández-Castro, Fermín Martínez-Zaragoza. "Implicaci...	0%
5	Internet	repositorio.unamba.edu.pe	0%
6	Publicación	Adrianzen Moscol, Miguel Jesus Gil Mayzondo, Lyzien Veronika Principe Flores,...	0%
7	Publicación	Sara Quispe-Eslaba, Pável Jesús Oria-Peña, Ana Cecilia Napán-Yactayo. "Comunica...	0%

Prof. Dr. Nilo Tello Aparca
70662801

UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ MARÍA ARGUEDAS
Dr. Joaquín Machaca Rojas
DOCENTE

DEDICATORIA

A mis progenitores Eliana y Nilo, por su amor incondicional, su apoyo y paciencia que, a pesar de las adversidades, me obsequiaron una educación llena de principios y valores. Son mi motivo para seguir adelante.

A mis hermanos Alim, Eny y Dil, por su apoyo y sus consejos en cada etapa de mi vida.

A toda mi familia que gracias a ellos forje actitud para afrontar cada decisión durante este proceso, los quiero mucho y siempre los tengo presente

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Nacional José María Arguedas, Facultad de Ciencias de la Empresa, Escuela Profesional de Administración de Empresas, mi alma mater, por permitir mi estadía en sus aulas, fomentando mi desarrollo personal durante mi formación profesional.

A los docentes de la Universidad Nacional José María Arguedas, Facultad de Ciencias de la Empresa, del Departamento Académico de Ciencias Empresariales, por el recibimiento cálido, la invaluable experiencia y la contribución significativa en mi desarrollo profesional.

A mis padres, que son el motivo más grande para realizar lo que me propongo y que son parte fundamental de mi desarrollo personal y profesional.

Al coautor de esta investigación, Dr. Joaquín Machaca Rejas, por su paciencia, dedicación, constancia, compromiso y guía a lo largo de todo el proceso de desarrollo de esta investigación.

Al jurado evaluador conformado por el Dr. Felipe Rafael Valle Díaz, presidente, Mgtr. Edwin Mescco Cáceres, secretario y el Mgtr. Carlos Huamanquispe Apaza, vocal, por compartir sus conocimientos y darse el tiempo para enriquecer este trabajo de investigación con sus aportes, revisiones y correcciones, de esa manera, aportar valor a nuestra casa de estudios y a la sociedad. El aporte de los miembros del jurado evaluador fue invaluable.

A los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, quienes me brindaron su apoyo en la etapa de la recolección de datos, para su posterior procesamiento, análisis e interpretación en la presente investigación.

PRESENTACIÓN

De conformidad y cumplimiento al Reglamento de Grados y Títulos de la UNAJMA, este trabajo de investigación se desarrolla tomando en cuenta las dificultades que se originan en los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, respecto a la comunicación organizacional, donde se aprecia que el área de Recursos Humanos no desarrolla herramientas que contribuyan a incrementar el nivel de compromiso corporativo, esto se fue reflejando durante mucho tiempo en el desentendimiento entre administrativos, docentes, estudiantes y la sociedad. Y es a partir de ello que se formula el problema de investigación: ¿Cuál es el grado de relación que existe entre la comunicación organizacional y el compromiso corporativo en los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas, 2023? La investigación pretende establecer la relación entre estas dos variables, para lo cual, se desarrolló un cuestionario tomando como referencia la escala tipo Likert. Dicho cuestionario consta de 25 preguntas divididas en dos; 12 preguntas para la variable comunicación organizacional y 13 preguntas para la variable compromiso corporativo; así mismo, es preciso señalar que para la validación del instrumento se acudió a tres expertos y consecuentemente se constató la fiabilidad en función al resultado según el estadígrafo alfa de Cronbach, con esa certeza se procedió a aplicar el cuestionario a los 134 trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas. Para el procesamiento de datos se utilizó el programa estadístico SPSS V25, considerando como coeficiente de correlación el Rho de Spearman.

En función a los resultados, el coeficiente Rho de Spearman mostró un valor de 0,549** en la que se sustenta la existencia de una relación positiva moderada entre la comunicación organizacional y el compromiso corporativo en los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas, 2023.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	iviii
AGRADECIMIENTO	ix
PRESENTACIÓN.....	x
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xv
RESUMEN.....	xvi
ABSTRACT.....	xviii
INTRODUCCIÓN.....	19
CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	20
1.1. Planteamiento del problema.....	20
1.2. Formulación del problema.....	23
1.2.1.Problema general	23
1.2.2.Problemas específicos.....	23
1.3. Delimitación del problema.....	23
1.3.1.Delimitación espacial.....	23
1.3.2.Delimitación temporal	24
1.3.3.Delimitación teórica	24
1.4. Justificación	24
1.4.1.Justificación teórica – científica.....	24
1.4.2.Justificación práctica.....	25
1.4.3.Justificación metodológica	25
1.5. Objetivos.....	25
1.5.1.Objetivo general	25
1.5.2.Objetivos específicos.....	25
CAPÍTULO II: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN	27
2.1. Antecedentes.....	27
2.1.1.Antecedentes internacionales.....	27
2.1.2.Antecedentes nacionales.....	30
2.1.3.Antecedentes locales.....	33
2.2. Marco teórico	35
2.2.1.Comunicación organizacional	35
2.2.2.Compromiso corporativo.....	49
2.3. Marco conceptual.....	56
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	61
3.1. Hipótesis.....	61

3.1.1. Hipótesis general	61
3.1.2. Hipótesis específicas	61
3.2. Variables	61
3.3. Operacionalización de variables	62
3.4. Metodología	63
3.4.1. Enfoque de la investigación	63
3.4.2. Método de la investigación	63
3.4.3. Tipo de investigación	63
3.4.4. Nivel de investigación	63
3.4.5. Diseño de investigación	64
3.5. Población y muestra	65
3.5.1. Población	65
3.5.2. Muestra	66
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	66
3.6.1. Técnica	66
3.6.2. Instrumento	66
3.7. Métodos de análisis de datos	67
3.7.1. Juicio de expertos	67
3.7.2. Prueba piloto	67
3.7.3. Medición de la fiabilidad	68
3.7.4. SPSS V25 (Statistical Package for Social Sciences)	68
3.7.5. Distribución de frecuencias	69
3.7.6. Coeficiente de correlación	69
CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	71
4.1. Resultados de la investigación	71
4.1.1. Análisis de fiabilidad del instrumento de recolección de datos	71
4.1.2. Análisis descriptivo de la investigación	72
4.2. Contrastación estadística de hipótesis	83
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN	88
CONCLUSIONES	91
RECOMENDACIONES	93
REFERENCIAS	95
ANEXOS	100

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Conceptos de compromiso corporativo	50
Tabla 2: Población de estudio.....	65
Tabla 3: Escala tipo Likert para las dos variables de estudio	67
Tabla 4: Coeficiente de alfa de Cronbach	68
Tabla 5: Valores del coeficiente rho de Spearman.....	70
Tabla 6: Estadística de fiabilidad de comunicación organizacional	71
Tabla 7: Estadística de fiabilidad de compromiso corporativo	71
Tabla 8: Género de trabajadores	72
Tabla 9: Edad de trabajadores.....	73
Tabla 10: Antigüedad en el trabajo	74
Tabla 11: Comunicación organizacional.....	75
Tabla 12: Dimensión vínculo.....	76
Tabla 13: Dimensión efectividad	77
Tabla 14: Dimensión identidad.....	78
Tabla 15: Compromiso corporativo	79
Tabla 16: Dimensión vigor	80
Tabla 17: Dimensión dedicación	81
Tabla 18: Dimensión absorción.....	82
Tabla 19: Prueba de normalidad	83
Tabla 20: Correlación entre comunicación organizacional y compromiso corporativo .	84
Tabla 21: Correlación entre comunicación organizacional y vigor.....	85
Tabla 22: Correlación entre comunicación organizacional y dedicación.....	86
Tabla 23: Correlación entre comunicación organizacional y absorción	87

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Comunicación organizacional y compromiso corporativo	43
Figura 2: Esquema del diseño correlacional	65
Figura 3: Género de trabajadores	72
Figura 4: Edad de trabajadores.....	73
Figura 5: Antigüedad en el trabajo	74
Figura 6: Comunicación organizacional	75
Figura 7: Dimensión vínculo.....	76
Figura 8: Dimensión efectividad.....	77
Figura 9: Dimensión identidad	78
Figura 10: Compromiso corporativo	79
Figura 11: Dimensión vigor	80
Figura 12: Dimensión dedicación.....	81
Figura 13: Dimensión absorción	82

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 01: Matriz de consistencia de la investigación.....	101
Anexo 02: Matriz de operacionalización de variables.....	103
Anexo 03: Matriz de instrumento de recojo de datos.....	104
Anexo 04: Instrumento de recojo de datos.....	106
Anexo 05: Ficha de validación por criterio de jueces o experto.....	108
Anexo 06: Evidencias del Informe de Practicas Pre Profesionales.....	111
Anexo 07: Base de datos de aplicación de instrumento.....	112
Anexo 08: Plan de mejora.....	115

RESUMEN

El objetivo del presente estudio fue establecer el grado de relación entre la comunicación organizacional y el compromiso corporativo en los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas, 2023. En cuanto a la metodología, la investigación corresponde a un enfoque cuantitativo, del tipo de investigación básica, un nivel correlacional y un diseño no experimental, transversal. La población muestra estuvo conformado por 134 trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, constituidos a través del muestreo no probabilístico. La técnica utilizada fue la encuesta, asimismo para medir la fiabilidad del instrumento se hizo uso del estadígrafo alfa de Cronbach, el cual arrojó como resultado 0,858 para la variable comunicación interna y para la variable compromiso corporativo 0,716, el cual indica una buena y aceptable confiabilidad del instrumento de investigación. Los datos procesados para la prueba de hipótesis se empleó el coeficiente de correlación Rho Spearman, el cual arrojó un valor de 0,549** con un nivel de significancia bilateral de 0,000 el cual fue menor al nivel de significancia esperado ($p < 0,05$). Con este resultado, se aceptó la hipótesis alterna la cual fue que, existe una relación positiva moderada entre la comunicación organizacional y el compromiso corporativo en los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas; consecuentemente se rechazó la hipótesis nula, este resultado significa que, la mejora de la comunicación organizacional está asociado con un aumento del compromiso corporativo.

Palabras claves: Comunicación organizacional, compromiso corporativo, vínculo, efectividad, identidad, vigor, dedicación y absorción.

ABSTRACT

The objective of the present study was to establish the relationship between organizational communication and corporate commitment of the administrative workers of the José María Arguedas National University, Andahuaylas, 2023. Regarding the methodology, the research has a quantitative approach, of the basic research type, a correlational level and a non-experimental, cross-sectional design. The population and sample was made up of 134 administrative workers from the José María Arguedas National University, constituted through non-probabilistic sampling. The technique used was the survey, also to measure the reliability of the instrument, Cronbach's alpha statistic was used, which resulted in 0.858 for the organizational communication variable and 0.716 for the corporate commitment variable, which indicates good and acceptable reliability of the research instrument. The data processed for the hypothesis test used the Spearman rho correlation coefficient; which resulted in 0.549** with a bilateral significance level of 0.000, which was lower than the expected significance level ($p < 0.05$). In view of this result, the alternative hypothesis was accepted, which stated that there is a moderate positive relationship between organizational communication and corporate commitment among administrative workers at the National University José María Arguedas; consequently, the null hypothesis was rejected, this result means that improved organizational communication is associated with an increase in corporate commitment.

Keywords: Organizational communication, corporate commitment, bond, effectiveness, identity, vigor, dedication and absorption.

INTRODUCCIÓN

La investigación que lleva por título Comunicación organizacional y su relación con el compromiso corporativo en los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas, 2023, se enfocó en determinar la relación entre la comunicación interna y el compromiso corporativo.

El contenido de la tesis está estructurada en cinco capítulos, tal como se describe a continuación:

El capítulo primero, contiene el problema de la investigación, conformada por el planteamiento, la formulación del problema general y de los problemas específicos; así mismo, se incluye la delimitación y justificación considerando también el objetivo general y los objetivos específicos.

En tanto, el capítulo segundo, contempla todo el argumento teórico relacionado al tema de investigación, comprendido por los antecedentes de orden internacional, nacional y local; en la cual, se consideraron anteriores trabajos de investigación que se desarrollaron en el mismo campo de estudio; así mismo, también está incluido el marco teórico, concluyendo con el marco conceptual.

De manera consecuente, el capítulo tercero, expone la metodología de investigación, considerando en la misma, la hipótesis general y las específicas, las variables, operacionalización de variables, el enfoque, tipo de estudio, diseño de investigación, población, muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos y los métodos de análisis de datos.

En cuanto al capítulo cuarto, muestra los resultados obtenidos a través del procesamiento de datos del cuestionario en el programa estadístico SPSS V25, cuyos resultados se exponen mediante tablas y gráficos para su mayor comprensión, desarrollando la contrastación de la hipótesis de la investigación.

Finalmente, el capítulo quinto, plantea las discusiones, conclusiones y recomendaciones; así mismo, se incluyen las referencias bibliográficas, así como los anexos correspondientes los cuales afianzan la consistencia de la presente investigación.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Planteamiento del problema

La comunicación organizacional favorece la gestión de las organizaciones, a través de la generación de estrategias y canales de comunicación efectivos que propician, a nivel interno, una mayor productividad, integración del colectivo y mejores resultados; y, a nivel externo, se genera un mayor impacto. Además, la comunicación organizacional facilita la interacción, agiliza los flujos de información que hacen que las organizaciones sean mucho más competitivas logrando de manera efectiva sus objetivos trazados.

Gómez y Acosta (2003), plantean lo siguiente:

Los grupos de trabajo no son turbas desorganizadas. Tienen una estructura que modela el comportamiento de sus miembros, que hace probables la explicación y predicción de una gran parte del comportamiento individual dentro del grupo, así como su desempeño en general. Los grupos y equipos de trabajo constituyen un excelente vehículo para desarrollar un proceso eficiente de toma de decisiones. Para que una organización llegue a ser líder en un mercado global tiene que aplicar la comunicación organizacional a todo nivel con todos los que integran el equipo de trabajo. La comunicación organizacional cuando no se aplica en toda la empresa, es confuso, presenta retrasos en los tiempos de entrega y creando rumores entre los compañeros. (p.12)

En tanto, el compromiso corporativo es un elemento fundamental y estratégico que se debe estudiar en el mundo de las organizaciones. Un compromiso corporativo alto es sinónimo de un mayor compromiso del empleado con la misión y las metas de la institución, así como un desempeño más eficiente de sus funciones. Esto impacta directamente en el logro de los objetivos y, por ende, en su competitividad en relación a su misión y el sector en el que se desempeña. Hurtado (2017), señala que el compromiso asume un rol muy importante dentro de las organizaciones, ya que esta refleja el grado de vinculación y lealtad que tienen los colaboradores con la organización, es decir, representa el grado de disposición que tienen los colaboradores para realizar un esfuerzo individual hacia el logro de los objetivos organizacionales. Así

mismo, recalca que estableciendo un alto compromiso se consigue un nivel bajo de rotaciones y se crea un sólido ambiente laboral.

La importancia de lograr un compromiso corporativo alto radica en que está asociado directamente con principales resultados positivos como son la productividad, la satisfacción laboral, el absentismo, bajas tasas de rotación de personal, satisfacción de usuarios y clientes externos, retención del talento humano, fuerte cultura corporativa, innovación, gestión excepcional, colaboradores con más salud y conciliación laboral (Ungoti, 2020). En la actualidad, es crucial para las organizaciones asegurar un alto compromiso corporativo y la participación activa de sus colaboradores. Aquellas instituciones que no logran involucrar a su personal enfrentan consecuencias negativas como baja productividad, altas tasas de rotación, deficiente comunicación interna, escasa satisfacción laboral y pérdida de talento. Estos problemas impactan directamente en la consecución de los objetivos organizacionales.

En el caso del Perú, según el último informe de “Tendencias globales de Capital Humano 2015”, elaborado por Deloitte Perú, menciona que la falta de compromiso laboral es el principal problema que afronta el 87% de las empresas públicas peruanas, siendo el mayor desafío de los directivos de Recursos Humanos lograr un alto compromiso organizacional de sus colaboradores; y esta problemática también se sucita porque en el Perú los altos directivos de las distintas organizaciones no dan la importancia necesaria a la tendencia de comunicación y engagement, y esto se refleja en el estudio “Deloitte Business Confidence Report 2014”, donde se encontró que solo apenas el 49% de la alta gerencia de las organizaciones señaló estar comprometido con el desarrollo de habilidades de liderazgo en todos los niveles de la organización (Gestión, 2015).

En la región de Apurímac, un análisis a priori revela una marcada carencia de compromiso organizacional, tanto en el sector público como en el privado. Esta situación se atribuye a la falta de atención y recursos dedicados al fortalecimiento del compromiso dentro de las organizaciones, donde prevalece una orientación hacia los resultados inmediatos en lugar de cultivar una cultura de compromiso a largo plazo.

Hernández et al. (2018), recalcan que la comunicación es un pilar fundamental para el funcionamiento interno de una organización, ya que esta

ayuda a integrar las funciones gerenciales, y sobre todo representa un medio indispensable que ayuda a los directivos organizacionales a motivar y apoyar a los colaboradores a cumplir con las metas y objetivos de la organización.

En el contexto local, dentro de este panorama surge la iniciativa de realizar la investigación en la Universidad Nacional José María Arguedas, que es una institución donde reúne estudiantes de diversas provincias de la región y de los diferentes departamentos del país, uniendo diferentes culturas con el objetivo de cursar una carrera profesional y cumplir el sueño anhelado, formándose académicamente durante los cinco años para después ejercer su función profesional, contribuir con el cumplimiento de metas de las organizaciones y cooperando con el desarrollo de este y la sociedad, contando con el personal administrativo para mantener los procesos y procedimientos operativos, con el fin de garantizar el funcionamiento eficiente y exitoso cumpliendo las regulaciones y normas aplicables a la misma.

Sin embargo, la Universidad se encuentra inmersa en desafíos considerables en lo que respecta a la comunicación organizacional y el compromiso corporativo. De acuerdo al adjunto Informe de Prácticas Pre Profesionales desarrollado en la Sede Administrativa de la Universidad, se observó una deficiente implementación de estos conceptos, lo que puede resultar en la falta de vigor, traduciéndose en una disminución del interés hacia las tareas y responsabilidades, la escasa dedicación a las labores diarias y una absorción limitada de los procesos. Este vacío de significado y propósito emergente, contribuye a un problema mucho más general de desentendimiento entre administrativos, docentes, estudiantes y la población. Afectan negativamente la cohesión interna y dificultan el logro de los objetivos institucionales. Por lo tanto, es crucial abordar estos desafíos de manera integral y prioritaria para fortalecer la comunicación y fomentar un compromiso más sólido, significativo y representativo ante la sociedad.

Es importante destacar que la comunicación organizacional no solo facilita el establecimiento de metas y objetivos de la institución, sino que también actúa como un medio para dirigir, liderar, motivar y crear un ambiente en el cual los colaboradores se sientan incentivados a contribuir al desarrollo de la organización en consonancia con su misión. En resumen, una comunicación organizacional deficiente tiene un impacto negativo en la creación de un compromiso corporativo sólido.

En ese contexto, para abordar la problemática descrita, se emprende la investigación basada en la comunicación organizacional y el compromiso corporativo en los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, con el fin de conocer el comportamiento de cada una de las variables. Posteriormente, se realizará un contraste para determinar la asociación entre ellas.

Formulación del problema

1.1.1. Problema general

¿Cuál es el grado de relación que existe entre la comunicación organizacional y el compromiso corporativo en los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas, 2023?

1.1.2. Problemas específicos

- a. ¿Cuál es el grado de relación que existe entre la comunicación organizacional y el vigor en los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas?
- b. ¿Cuál es el grado de relación que existe entre la comunicación organizacional y la dedicación en los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas?
- c. ¿Cuál es el grado de relación que existe entre la comunicación organizacional y la absorción en los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas?

Delimitación del problema

1.1.3. Delimitación espacial

El trabajo de investigación se circunscribe en la ubicación geográfica siguiente:

Departamento	: Apurímac
Provincia	: Andahuaylas
Distrito	: Andahuaylas
Unidad de análisis	: Universidad Nacional José María Arguedas

1.1.4. Delimitación temporal

Respecto a la delimitación temporal, la investigación realizó el estudio de las variables comunicación organizacional y el compromiso corporativo en un determinado tiempo que fue el año 2023 en la Universidad Nacional José María Arguedas.

1.1.5. Delimitación teórica

La presente investigación aborda las teorías y principios que son concernientes a las variables de estudio, las mismas que son comunicación organizacional y compromiso corporativo, para alcanzar el objetivo de la investigación. Esto significa que, el presente escrito académico está sujeto a los siguientes autores como respaldo para cada variable y sus dimensiones.

- Comunicación interna, es aquella que se establece con los miembros internos de la organización a fin integrar, comprometer, conectar, alinear, conectar e implicar a los colaboradores a fin de que estos valoren lo que la organización hace por ellos y estos a su vez dirijan sus esfuerzos hacia el logro de los objetivos organizacionales y consecutivamente a su competitividad (Reyes, 2012).
- Compromiso corporativo, grado de identificación e implicación psicológica que tiene el colaborador hacia la organización en la que labora (Rodríguez et al., 2014).

Justificación

1.1.6. Justificación teórica – científica

El presente estudio, propone abordar la problemática identificada con el objetivo de ofrecer beneficios tangibles a los distintos actores que conforman la comunidad universitaria. Así mismo, pretende servir como referente para próximos estudios sobre temáticas similares, lo que contribuirá al desarrollo de nuevos conocimientos. Por lo tanto, su viabilidad es aceptable, ya que los resultados han sido analizados con veracidad y rigor, respaldando las teorías que sustentan el uso de la comunicación organizacional y compromiso corporativo.

1.1.7. Justificación práctica

El presente trabajo de investigación surge a raíz de la identificación de un problema relacionado con la comunicación organizacional y el compromiso corporativo de los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, ubicada en Andahuaylas. Este problema se ha reflejado en el nivel de competitividad de la institución. Por lo tanto, el objetivo de esta investigación es determinar el grado de relación entre la comunicación organizacional y el compromiso corporativo de los trabajadores administrativos de la universidad.

Respecto a lo referido en el párrafo anterior se justifica en que el desarrollo de trabajo de investigación se realizó con el propósito de buscar resolver un problema de la realidad (Carrasco, 2017).

1.1.8. Justificación metodológica

La investigación “comunicación organizacional y compromiso corporativo en los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas, 2023”, empleó métodos, procedimientos e instrumentos rigurosamente validados y sometidos a pruebas de confiabilidad que garantizan la eficacia de los resultados. Estos hallazgos servirán de base para investigaciones futuras en áreas afines.

Objetivos

1.1.9. Objetivo general

Establecer el grado de relación entre la comunicación organizacional y el compromiso corporativo en los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas, 2023.

1.1.10. Objetivos específicos

a) Determinar el grado de relación que existe entre la comunicación organizacional y el vigor en los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas.

- b) Determinar el grado de relación que existe entre la comunicación organizacional y la dedicación en los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas.
- c) Determinar el grado de relación que existe entre la comunicación organizacional y la absorción en los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas.

CAPÍTULO II

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Antecedentes

2.1.1. Antecedentes internacionales

a. Vasco (2020) llevó a cabo el estudio titulado La comunicación organizacional y su influencia en el compromiso corporativo de los empleados del Distrito de Salud Salcedo, como requisito para obtener el título de Psicólogo General en la Carrera de Ciencias Psicológicas de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Salud de la Universidad Tecnológica Indoamérica. El objetivo principal de la investigación fue analizar cómo la comunicación organizacional impacta en el compromiso corporativo de los colaboradores del Distrito de Salud Salcedo. La investigación, de enfoque cuali-cuantitativo, descriptiva, y de tipo correlacional, empleó un diseño no experimental de corte transversal. La población estuvo conformada por 260 funcionarios. Las principales conclusiones fueron las siguientes:

- Con un estadígrafo Chi cuadrado de 0,711, se aceptó la hipótesis nula, lo que indica que no se evidenció una influencia significativa de la comunicación interna en el compromiso corporativo de los empleados del Distrito de Salud Salcedo.
- En cuanto a los niveles de comunicación organizacional, se observó que solo una pequeña proporción de los colaboradores presenta un nivel alto de comunicación. Más de una cuarta parte tiene un nivel medio, mientras que más de la mitad registra un nivel bajo.
- Respecto al compromiso organizacional, se determinó que menos de tres cuartas partes de los colaboradores manifiestan un compromiso promedio, lo que refleja una orientación afectiva moderada hacia la institución. Por otro lado, más de una cuarta parte presenta un compromiso bajo, indicando una deficiente identificación y apego emocional hacia la organización.

- En síntesis, los colaboradores muestran una orientación afectiva limitada hacia la institución, lo cual está asociado a la falta de satisfacción de sus necesidades psicológicas y expectativas por parte de la organización.
- b. Por otro lado, Lara (2020), realizó la investigación denominada: La comunicación organizacional y su influencia en el compromiso organizacional en los servidores del área administrativa de la Universidad Tecnológica Indoamérica, extensión Quito, para obtener el título de Psicóloga General en la Carrera de psicología de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Salud de la Universidad Tecnológica Indoamérica. El propósito principal del estudio fue examinar cómo la comunicación organizacional influye en el compromiso organizacional de los servidores administrativos de la Universidad Tecnológica Indoamérica, sede Quito. Para ello, se llevó a cabo una investigación de campo de tipo analítica, empleando un enfoque mixto cuali-cuantitativo. La población estuvo conformada por 67 colaboradores pertenecientes al área administrativa. Las conclusiones obtenidas a partir de este análisis son las siguientes:
- Con un resultado del estadístico Chi cuadrado de 4,39 > gl 0,711, se descartó la hipótesis nula y se demostró que la comunicación organizacional sí influye en el compromiso organizacional de los servidores administrativos, lo que significa que los diferentes flujos de comunicación organizacional tienen una relación significativa para generar un compromiso afectivo con la institución.
 - De acuerdo al test de comunicación organizacional se constató que los colaboradores administrativos presentan los tres tipos de comunicación, pero con mayor predominancia la comunicación descendente por las políticas de trabajo, en concordancia la comunicación ascendente tiene menos predominancia y la comunicación horizontal solo se desarrolla para trabajar en equipo.
 - Según los resultados obtenidos a través del test de compromiso organizacional, se determinó que el tipo de compromiso predominante entre el personal administrativo de la universidad es el compromiso normativo. Esto implica que los colaboradores

sienten una obligación moral de contribuir al logro de los objetivos organizacionales debido a los beneficios que reciben de la institución. En contraste, se observó que los niveles de compromiso afectivo y de continuidad son bajos o insuficientes.

c. Según la perspectiva de López (2016), quien desarrolló la investigación: Relación entre la satisfacción con la comunicación interna y el compromiso organizacional en un Instituto de Educación Superior de la ciudad de Guayaquil, para obtener el Título de Ingeniero en Gestión de Recursos Humanos en la Facultad de Ecología Humana, Educación y Desarrollo en la Universidad Casa Grande. El estudio tuvo como objetivo principal analizar y describir la relación entre la satisfacción con la comunicación organizacional, la comunicación interna y el compromiso de los colaboradores de una universidad privada en Guayaquil. Se trató de una investigación correlacional con enfoque cuantitativo, diseño no experimental y de corte transversal. La población estuvo conformada por 156 colaboradores, de los cuales se seleccionó una muestra de 103 mediante el método de muestreo simple. Las conclusiones obtenidas fueron las siguientes:

- A través del coeficiente de Pearson ($r=0,17$), se identificó una correlación positiva débil entre la comunicación organizacional y la identificación organizacional, lo que sugiere que la comunicación organizacional influye, aunque de forma limitada, en la identificación de los colaboradores con el instituto de educación superior en Guayaquil.
- Con un coeficiente de Pearson de $R=0,69$, se verificó una relación positiva moderada entre el compromiso organizacional y la identificación de los colaboradores, indicando que un mayor compromiso está relacionado con una mayor identificación hacia la institución.

2.1.2. Antecedentes nacionales

a. (Góngora (2020), en la investigación: Comunicación interna y compromiso organizacional de los docentes del centro de educación básica alternativa República de Bolivia, Villa El Salvador, 2019 , para obtener el grado académico de Maestra en Administración de la Educación en la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo. El objetivo principal del estudio fue analizar la relación entre la comunicación interna y el compromiso organizacional de los docentes del Centro de Educación Básica Alternativa República de Bolivia, ubicado en Villa El Salvador. La investigación, de tipo básica y nivel correlacional, adoptó un enfoque cuantitativo con un diseño no experimental de corte transversal. La muestra censal incluyó a 80 docentes, a quienes se les aplicó un cuestionario utilizando la técnica de la encuesta. Las conclusiones principales fueron las siguientes:

- Se identificó una relación positiva moderada entre la comunicación interna y el compromiso organizacional, con un coeficiente de correlación rho de Spearman de 0,576 y un nivel de significancia bilateral de 0,01.
- De igual manera, se verificó una relación positiva moderada entre la comunicación ascendente y el compromiso organizacional, con un coeficiente de 0,579 y un nivel de significancia bilateral de 0,01.
- También se encontró una relación positiva moderada entre la comunicación descendente y el compromiso organizacional, con un coeficiente de 0,579 y un nivel de significancia bilateral de 0,01.
- Por último, se corroboró una relación positiva moderada entre la comunicación horizontal y el compromiso organizacional, con un coeficiente de 0,572 y un nivel de significancia bilateral de 0,01.

b. Por otro lado, Sisniegas (2020), elaboró la investigación denominada: Relación entre la comunicación organizacional interna y el compromiso organizacional, 2010 – 2019: Una revisión sistemática, para obtener el grado académico de Bachiller en Administración en la Carrera de Administración de la Facultad de Negocios de la Universidad Privada del Norte. El estudio tuvo como objetivo principal

analizar la relación entre la comunicación organizacional interna y el compromiso organizacional. Para ello, se realizó una investigación básica de tipo descriptivo, empleando una revisión sistemática de repositorios digitales que incluyeran trabajos relacionados con ambas variables en el período comprendido entre 2010 y 2019. La muestra estuvo conformada por 22 investigaciones. Las principales conclusiones del análisis sistemático fueron las siguientes:

- La mayoría de los estudios revisados identificaron una relación positiva entre la comunicación organizacional interna y el compromiso organizacional.
- Además, se concluyó que la comunicación interna desempeña un papel clave en la construcción del compromiso organizacional, lo que a su vez genera beneficios como el aumento de la productividad y el fortalecimiento de la identidad organizacional.
- Y finalmente, se constató que la comunicación interna al influir en el compromiso organizacional ayuda a las organizaciones a desarrollar una mayor competitividad y elevar el desempeño de los colaboradores.

c. Ramírez y Zuta (2020) desarrollaron el estudio titulado Comunicación interna y su relación con el compromiso organizacional de los colaboradores en la Municipalidad Provincial de Bellavista, 2019, como requisito para obtener el grado de Licenciados en Administración en la Universidad César Vallejo, en la Escuela Profesional de Administración de la Facultad de Ciencias Empresariales. El objetivo principal de la investigación fue analizar la relación entre la comunicación interna y el compromiso organizacional de los colaboradores en la Municipalidad Provincial de Bellavista. Para ello, se realizó un estudio de tipo básico, nivel descriptivo-correlacional, con enfoque cuantitativo y diseño no experimental de corte transversal. La población estuvo constituida por 127 colaboradores de la municipalidad, quienes también conformaron la muestra no probabilística. A los participantes se les aplicó un cuestionario con 18 ítems. Las principales conclusiones del estudio fueron las siguientes:

- En relación con el objetivo general, se confirmó una relación positiva moderada entre la comunicación interna y el compromiso organizacional, con un coeficiente rho de Spearman de 0,565 y un nivel de significancia de 0,000.
- Se identificó una relación positiva alta entre la comunicación interna y el compromiso afectivo, con un coeficiente de correlación de 0,891 y un nivel de significancia de 0,000.
- Se encontró una correlación positiva débil entre la comunicación interna y el compromiso de continuidad, con un resultado de 0,288 y un nivel de significancia de 0,001.
- Finalmente, se determinó una correlación positiva débil entre la comunicación interna y el compromiso normativo, con un coeficiente rho de 0,156 y un nivel de significancia de 0,081.

d. Barral (2018), desarrolló la investigación: Comunicación interna y su relación con el compromiso organizacional del personal administrativo de una institución universitaria de Los Olivos, 2018, para obtener el título Profesional de Licenciada en Administración en la Escuela Profesional de Administración de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad César Vallejo. El propósito principal de la tesis fue analizar la relación entre la comunicación interna y el compromiso organizacional en la unidad de estudio. Para ello, se desarrolló una investigación de tipo aplicada, con un nivel correlacional, enfoque cuantitativo y un diseño no experimental de corte transversal, utilizando el método hipotético-deductivo. La población estuvo compuesta por 46 colaboradores de la institución universitaria. Las conclusiones del estudio fueron las siguientes:

- En relación con el objetivo general, se encontró una correlación positiva y significativa entre la comunicación interna y el compromiso organizacional, con un coeficiente de 0,552 y un nivel de significancia bilateral de 0,01, según el estadígrafo rho de Spearman.
- Asimismo, se evidenció una correlación significativa entre la comunicación interna y el compromiso afectivo, con un resultado de 0,535 y un nivel de significancia bilateral de 0,01.

- También se estableció una correlación significativa entre la comunicación interna y el compromiso normativo, con un coeficiente de 0,402 y un nivel de significancia bilateral de 0,01.
- Por otro lado, el análisis mostró que no existe relación entre la comunicación interna y el compromiso continuo, reflejado en un coeficiente de 0,051 y un nivel de significancia bilateral de 0,734.
- Finalmente, con el mismo resultado del coeficiente de 0,051 y un nivel de significancia bilateral de 0,734, se confirmó la ausencia de relación entre la comunicación interna y el compromiso continuo.

2.1.3. Antecedentes locales

a. Alhuay (2019) llevó a cabo la investigación titulada Evaluación del compromiso organizacional en la Municipalidad Provincial de Andahuaylas, Apurímac, 2019, como parte del proceso para obtener el título profesional de Licenciado en Administración de Empresas en la Universidad Nacional José María Arguedas, específicamente en la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias de la Empresa. El objetivo principal de la tesis fue analizar el nivel de compromiso organizacional del personal nombrado de la Municipalidad Provincial de Andahuaylas. Para ello, se desarrolló un estudio básico, de enfoque cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental transversal. La población estuvo constituida por 95 trabajadores nombrados. Entre las principales conclusiones se destacó:

- La comunicación organizacional desempeña un papel fundamental en la generación y fortalecimiento del compromiso organizacional entre los empleados de la Municipalidad Provincial de Andahuaylas. Esto se debe a que los trabajadores solo se comprometen cuando la organización los incluye activamente, transmitiéndoles su misión, visión, valores, metas, objetivos y estrategias, lo cual solo es posible mediante una comunicación efectiva.
- Tanto la comunicación interna como la motivación intrínseca son factores clave para promover la participación y el compromiso de

los trabajadores, orientando sus esfuerzos hacia el logro de los objetivos organizacionales y, en consecuencia, contribuyendo a la competitividad de la institución.

b. De la Cruz (2018), elaboró la investigación: Factores en el comportamiento organizacional que vulneran la productividad en la Administración Local de Agua Bajo Apurímac Pampas, Provincia de Andahuaylas, Apurímac, 2016-2018, para obtener el grado académico de Licenciado en Administración de Empresas en la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Nacional José María Arguedas. El objetivo principal de la tesis fue analizar los factores del comportamiento organizacional que afectan negativamente la productividad del personal en la Administración Local de Agua Bajo Apurímac Pampas. Para ello, se llevó a cabo una investigación básica con un enfoque cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental y longitudinal. La población del estudio estuvo conformada por 45 colaboradores administrativos de la institución. Las principales conclusiones obtenidas fueron las siguientes:

- Los factores del comportamiento organizacional que influyen en la productividad de la institución son la cultura organizacional, el liderazgo, la satisfacción laboral, la motivación y la comunicación.
- Se identificó una débil conexión de los colaboradores administrativos con la institución, debido a que sienten que no son tomados en cuenta en los nuevos procesos implementados.
- La comunicación es un componente clave para establecer, fortalecer y mantener una cultura organizacional efectiva, además de ser esencial para fomentar un liderazgo adecuado, mejorar la satisfacción laboral y promover la motivación, factores que inciden directamente en la productividad organizacional.
- Se evidenció la ausencia de una comunicación interna eficiente, lo que provoca que los colaboradores se sientan ignorados por la institución. Esto, lejos de generar un sentido de pertenencia, lleva a que los empleados cumplan con sus labores únicamente

por obligación, afectando negativamente la competitividad y el logro de los objetivos organizacionales.

c. López (2015), en su tesis titulada: La comunicación organizacional como ventaja competitiva en la Municipalidad Provincial de Andahuaylas, 2014, Tesis que desarrollo para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración de Empresas en la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Nacional José María Arguedas. El objetivo del estudio fue analizar la comunicación organizacional como un factor de ventaja competitiva en la Municipalidad Provincial de Andahuaylas. Para ello, se llevó a cabo una investigación de tipo básico, con un enfoque cuantitativo, nivel descriptivo y un diseño no experimental de corte transversal. La población estuvo conformada por 245 trabajadores, de los cuales se seleccionó una muestra estratificada de 130 empleados, incluyendo personal nombrado, bajo contrato administrativo de servicios (CAS) y con contratos a plazo fijo. Los hallazgos de la investigación permitieron concluir lo siguiente:

- La aplicación del instrumento de recolección de datos evidenció que la comunicación dentro de la Municipalidad Provincial de Andahuaylas es débil, lo que impide que sea considerada una ventaja competitiva para la institución.
- Para que la comunicación organizacional pueda representar una ventaja competitiva, es necesario que los funcionarios de la Municipalidad Provincial de Andahuaylas la prioricen como un factor clave para alcanzar los objetivos institucionales.
- La comunicación organizacional, según la investigación, es fundamental para fomentar un sentido de pertenencia y compromiso en los colaboradores. Esto impulsa su desempeño hacia el logro de los objetivos de la organización, lo que a su vez favorece la creación y sostenimiento de una ventaja competitiva a largo plazo.

2.2. Marco teórico

2.2.1. Comunicación organizacional

A lo largo del tiempo y con los cambios en las estructuras y dinámicas sociales, la habilidad de comunicar ha evolucionado hasta convertirse en un proceso metódico y estructurado, diseñado para alcanzar metas específicas dentro del contexto organizacional. La comunicación como un sistema integrado es hoy una variable fundamental del complejo y multifacético entretejido organizacional que sostiene el proyecto estratégico de las empresas. (Cuervo, 2009, p. 61)

Por lo referido, se sostiene que la comunicación dentro de las organizaciones desempeña un papel esencial en el logro de sus metas, lo que contribuye significativamente a maximizar sus ventajas.

García (1998), refiere que la comunicación organizacional es una herramienta y un medio para alcanzar los objetivos organizacionales, funcionales, estratégicos y comportamentales de la empresa, y al mismo tiempo representa un recurso insustituible para desarrollar las nuevas competencias que conllevan el contrato psicológico que hoy vincula a los colaboradores con las organizaciones para lograr en ellos un espíritu de participación que contribuya al aumento de los beneficios de ambas partes.

Así mismo, Cuervo (2009), señala que la comunicación organizacional es la forma en cómo se relacionan las personas que comparten un entorno laboral y cultural, y esta comunicación está influenciado por los factores: personas, organización y el entorno.

De manera similar, Publicaciones Vértice S.L. (2008) señala que la comunicación interna está dirigida al público interno, compuesto por los miembros de una organización. Su objetivo es facilitar la coordinación de los esfuerzos de todos los colaboradores para lograr los objetivos de la organización, generando beneficios que sean favorables para ambas partes.

Con éstas afirmaciones, también concuerda Díez (2006), quien define a la comunicación organizacional interna como “un conjunto de acciones que se emprenden y consolidan para entablar vínculos entre los miembros de una organización, con el objetivo de comprometerlos e integrarlos en el desarrollo y realización de un proyecto común” (p. 34).

En este contexto, se puede señalar que la comunicación interna organizacional comprende los diversos mecanismos y canales empleados por la organización para establecer relaciones con su personal interno, con el propósito de involucrarlos y motivarlos en el desarrollo de un proyecto compartido que favorezca tanto a la organización como a sus colaboradores.

2.2.1.1. Definición de la comunicación organizacional

La comunicación organizacional según Cuervo (2009), representa:

El conjunto de mecanismos y actividades desarrollados e implementados por la organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones entre sus colaboradores, a través del uso de diferentes canales y medios de comunicación, con el objetivo de alinear el esfuerzo de todos sus integrantes y comprometerlos para el cumplimiento de los objetivos organizacionales.

Por otro lado, la comunicación organizacional interna es aquella que se establece con los miembros internos de la organización a fin de integrar, comprometer, conectar, alinear, conectar e implicar a los colaboradores a fin de que estos valoren lo que la organización hace por ellos y estos a su vez dirijan sus esfuerzos hacia el logro de los objetivos organizacionales y consecutivamente a su competitividad (Reyes, 2012).

2.2.1.2. Elementos del proceso comunicativo

Según Publicaciones Vértice S.L. (2008), el proceso comunicativo consta de los elementos.

- Emisor: Representa cualquier persona, quien desea transmitir un mensaje a otro u otros.
- Mensaje: Es toda la información o enunciado verbal que transmite el receptor.
- Receptor: Constituye el sujeto a quien va dirigido el mensaje, quien a través de la decodificación asimilara la información enviada por el emisor.

- Código: Viene a ser el sistema de señales y signos que se utilizan para transmitir un mensaje.
- Canal: Es el medio mediante el cual se pretende transmitir el mensaje, y el cual puede ser oral o escrito.
- Retroalimentación: Proceso posterior a la comunicación que se desarrolla con el fin de verificar si hubo éxito en la transmisión adecuada del mensaje.
- Ruido: Constituye el conjunto de factores que entorpecen el proceso comunicativo entre el emisor y el receptor (Publicaciones Vértice S.L, 2008).

2.2.1.3. Beneficios del desarrollo de una adecuada comunicación organizacional

Según Díez (2006), establecer y sostener una comunicación interna efectiva dentro de la organización ofrece los siguientes beneficios:

- Implica, genera confianza y motiva a los colaboradores.
- Crea una cultura de identificación de los colaboradores con la empresa.
- Mejora el clima laboral, eliminando la creación de rumores.
- Permite obtener sugerencias de los colaboradores que ayuden a la organización.

2.2.1.4. Objetivos del área de comunicación organizacional

El objetivo principal del área de comunicación organizacional es:

Respaldar el logro de los objetivos institucionales, fortaleciendo la identificación de los colaboradores con la empresa, proporcionándoles, información relevante, suficiente y oportuna, reforzando su integración, y generando en ellos una imagen favorable de la organización y de sus productos y servicios (Andrade, 2005, p. 23).

Cabe señalar que éste objetivo general comprende cuatro subobjetivos específicos que son:

- Identificación: El área de comunicación organizacional debe de promover que los colaboradores se identifiquen con la organización, creando un sentido de pertenencia contribuyendo a crear un compromiso con la organización.
- Información: Así mismo, el área de comunicación organizacional debe de asegurarse que todos los colaboradores cuenten con la información suficiente, oportuna y confiable que les permita conocer los acontecimientos importantes que suceden en la organización para desempeñar su trabajo de manera óptima.
- Integración: El responsable de la comunicación organizacional debe fomentar la integración entre los colaboradores para que estos puedan alinearse con la visión estratégica de la organización.
- Imagen: Y finalmente, el área de comunicación organizacional debe proyectar una imagen intachable y favorable tanto de la organización como de los productos y servicios que ofrece hacia sus colaboradores que sea congruente con la imagen que proyecta hacia el entorno externo (Andrade, 2005).

Andrade (2005), enfatiza que el responsable del área de comunicación organizacional para lograr el objetivo general de la entidad, debe diseñar y aplicar herramientas que ayuden a conocer el estado constante de la comunicación dentro de la empresa, así como evaluar si todos los esfuerzos realizados para mejorarlo están teniendo efectividad.

2.2.1.5. Tipos de comunicación organizacional

En cuanto a los tipos de comunicación que se pueden dar dentro de una organización tenemos:

- Comunicación formal: Tipo de comunicación que es planificada, sistemática y delineada por la organización; que trata asuntos principalmente laborales utilizando los medios y canales oficiales instituidos por la organización, resultan ser más lentas que la comunicación informal porque siguen el cumplimiento de ciertas directrices (Brandolini, Gonzáles y Hopkins, 2009). Dentro de los tipos de comunicación formal tenemos:

- Comunicación descendente: Es un tipo de comunicación formal que se transmite desde los niveles superiores de la organización hacia los niveles inferiores, empleando los canales oficiales establecidos. Brandolini et al. (2009), recalcan que esta comunicación persigue el objetivo de que todos los colaboradores conozcan y se involucren con los principios y metas de la organización, fortaleciendo el compromiso, los roles jerárquicos que ayuden a mejorar el desempeño organizacional.
- Comunicación ascendente: Es un tipo de comunicación que fluye desde los niveles jerárquicos más bajos hacia los niveles directivos de la organización, utilizando los canales formales establecidos. Brandolini et al. (2009), indican que mediante este tipo de comunicación los colaboradores tienen la posibilidad de dar a conocer sus puntos de vista acerca del trabajo que desempeñan hacia sus superiores inmediatos. El propósito de este tipo de comunicación es asegurar que todos los empleados se sientan parte activa de las actividades y metas de la organización, promoviendo así una cultura de identificación y compromiso con la entidad.
- Comunicación oblicuas o transversales: según Brandolini et al. (2009), no se limita a fluir solo entre los diferentes niveles jerárquicos, sino que también ocurre entre diversas áreas dentro de la organización que comparten responsabilidades. Su propósito principal es influir en ciertos comportamientos, fomentar el trabajo en equipo, mejorar el rendimiento laboral, optimizar la productividad, aumentar la satisfacción en el trabajo y, en última instancia, fortalecer la competitividad y potenciar la creatividad e innovación de los empleados.
- Comunicación informal: Constituye aquella comunicación que no utiliza los canales y medios oficiales definidos por la organización para abordar aspectos laborales, y tienen la ventaja de divulgarse de manera más rápida que la comunicación formal; este tipo de comunicación puede generar malentendidos y rumores que perjudiquen a la organización (Brandolini et al., 2009).

2.2.1.6. Tipos de necesidades de información del colaborador

Frecuentemente, cuando una organización no consigue cumplir con sus objetivos, la causa principal es una comunicación ineficaz dentro de la misma, lo que impide que los empleados tengan acceso a la información adecuada y en el momento oportuno. Andrade (2005), señala que son tres tipos de información que requieren los empleados y que deben ser gestionadas por el responsable de comunicación organizacional interna.

Según Andrade (2005), el encargado de la comunicación interna en una organización tiene la responsabilidad de asegurar que los colaboradores reciban de manera adecuada y puntual información relacionada con todos los aspectos clave de la organización, tales como:

- Cultura organizacional (visión, misión, valores, principios).
- Metas, objetivos y estrategias de la organización.
- Resultados obtenidos.
- Estructura de la organización.
- Principales proyectos.
- Eventos, actividades y noticias relevantes de la organización.
- Productos y servicios ofertados por la organización.
- Entorno, mercado y competencia de la organización.
- Centros de trabajo.
- Tecnología.
- Historia.
- Reconocimientos.

Información relacionada con el puesto de trabajo: Andrade (2005), señala que los colaboradores para poder integrarse y comprometerse con su trabajo necesitan tener información acerca del puesto de trabajo, sus funciones y responsabilidades, los parámetros bajo los cuales va ser evaluado su desempeño y la forma en como consideran que han desarrollado su trabajo.

- Políticas de trabajo.

- Procedimientos.
- Funciones y responsabilidades de cada área de la organización.
- Cambios de estructura.
- Ingresos y salidas de personal.
- Programas de capacitación y desarrollo que brinda la organización.
- Decisiones relevantes que toma la dirección de la organización.

Información relacionada sobre las condiciones de su trabajo. Al respecto, Andrade (2005), señala que los colaboradores requieren saber toda la información acerca de las condiciones de trabajo, ya que todo aquello repercutirá de manera directa e indirectamente en su bienestar profesional, personal y familiar y dependerá de esos factores que el colaborador se involucre y se comprometa con la organización.

- Prestaciones y beneficios.
- Seguridad e higiene.
- Reglas y disposiciones relacionadas con su puesto de trabajo.

De acuerdo con lo señalado por el autor, se concluye que los colaboradores requieren una amplia variedad de información, la cual debe ser gestionada y proporcionada de manera oportuna y adecuada por quien esté a cargo de la comunicación interna de la organización. Esto es fundamental para que los empleados se sientan valorados y comprometidos con la organización.

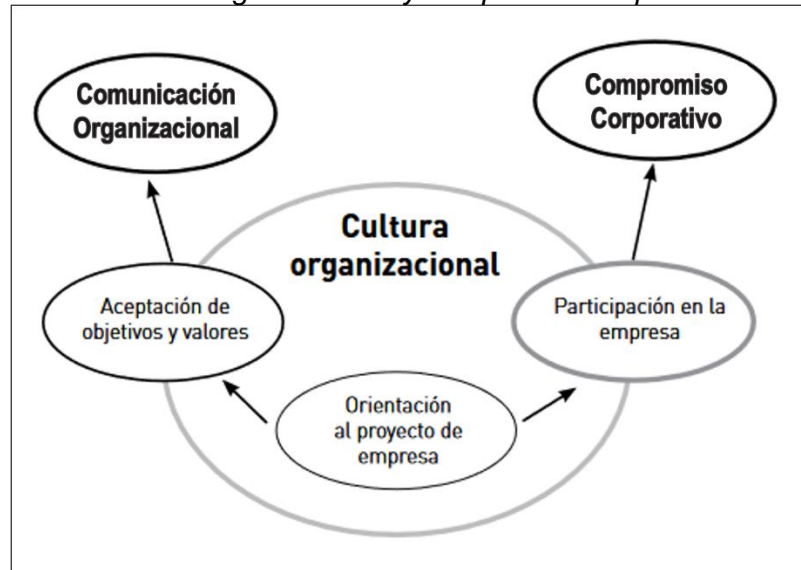
2.2.1.7. La comunicación organizacional y la cohesión cultural

Las organizaciones son entidades sociales en las que las personas interactúan entre sí y emplean diversos recursos para alcanzar metas y objetivos específicos. En otras palabras, la organización se configura como un entorno de interacción humana que da lugar al desarrollo de su propia cultura organizacional.

Al respecto, Andrade (2005), señala que es en este contexto en que la comunicación interna es una base fundamental para la construcción y consolidación de la cultura de la organización, y que a su vez radica en el objetivo principal de fortalecer e integrar en todos los niveles una sólida cultura organizacional.

Figura 1

Comunicación organizacional y compromiso corporativo



Nota. La figura muestra que la comunicación organizacional es la base para generar un compromiso corporativo participativo en el que puedan consolidarse valores compartidos por toda la empresa (Publicaciones Vértice S.L, 2008).

Por lo referido, se define que la comunicación organizacional viene a ser un medio que a partir de la emisión y circulación de mensajes claves (Misión, visión, objetivos, valores, filosofía, entre otros) hacia sus colaboradores, constituyen la base para la formación de un determinado compromiso. "La comunicación organizacional establece una forma de compromiso del empleado con las formas de actuar de la organización y al mismo tiempo, resulta un marco integrador y de cohesión social" (Brandolini et al., 2009, p. 28).

2.2.1.8. Importancia de la comunicación organizacional

La importancia de la comunicación organizacional, radica en que permite el alineamiento del esfuerzo de todos los colaboradores a través de la articulación de relaciones entre los diferentes departamentos de la organización para lograr los objetivos organizacionales que contribuyan al beneficio de ambas partes (Publicaciones Vértice S.L, 2008). Es importante destacar que una gestión adecuada de la comunicación contribuye al mejoramiento del rendimiento y al aumento de la satisfacción de los colaboradores. Esto ocurre cuando los empleados

reciben la información necesaria de manera precisa y en el momento oportuno.

2.2.1.9. Perfil del responsable de comunicación organizacional

La comunicación organizacional desempeña un papel fundamental en fortalecer el sentido de pertenencia, la identificación y el compromiso de los colaboradores con la organización. Por ello, es esencial contar con un comunicador organizacional capacitado y comprometido.

Según la Universidad Nacional de La Plata (2020), el comunicador organizacional debe estar constantemente involucrado en la gestión de la comunicación interna, buscando siempre mejorar las interacciones y relaciones entre los colaboradores para fomentar su integración. Además, debe aportar habilidades y conocimientos que promuevan el involucramiento y la escucha activa, contribuyendo a alcanzar los objetivos organizacionales. Para cumplir con estas responsabilidades, el comunicador debe reunir una serie de características clave, entre las que se incluyen:

- Ser un profesional con formación y experiencia en el diseño, gestión, implementación y evaluación de estrategias de comunicación dentro de organizaciones.
- Tener habilidades interpersonales que le permitan establecer relaciones de confianza y respeto con su entorno.
- Saber escuchar de manera activa.
- Poseer habilidades de oratoria y redacción.
- Ser capaz de identificar a los líderes y facilitadores de la comunicación dentro de la organización.
- Contar con habilidades personales como creatividad, innovación y proactividad.
- Estar atento a las realidades y necesidades de la empresa.
- Tener empatía, flexibilidad, resiliencia y capacidad para trabajar en equipo.
- Ser estratégico, con capacidad de liderazgo, manejo de presupuestos y control de costos.
- Ser competente en la creación y análisis de mensajes de manera efectiva.

2.2.1.10. Funciones del comunicador organizacional

Las funciones del comunicador organizacional abarcan un conjunto de tareas esenciales para garantizar una comunicación efectiva dentro de la organización. Según la Universidad Nacional de la Plata (2020), las principales responsabilidades del comunicador interno son las siguientes:

- Facilitar la interacción entre los miembros de la organización, ayudando a consolidar una visión común.
- Diagnosticar, diseñar e implementar un plan de comunicación interna, asegurándose de hacer un seguimiento continuo para que todos los integrantes de la organización reciban información precisa y oportuna.
- Desarrollar estrategias de comunicación adaptadas a las necesidades específicas de la organización.
- Identificar los recursos y enfoques necesarios para alcanzar los objetivos planteados.
- Reconocer los objetivos clave de la organización.
- Identificar los públicos internos y externos a los que se deben dirigir los mensajes.
- Establecer los parámetros y sistemas de medición para evaluar la efectividad de las estrategias de comunicación.
- Fomentar la participación activa de los colaboradores en los procesos comunicativos.
- Aplicar herramientas metodológicas para gestionar eficazmente la comunicación.
- Seleccionar y utilizar adecuadamente los medios de comunicación según las necesidades de la organización.
- Diagnosticar las necesidades de comunicación internas y evaluar las oportunidades de mejora.
- Planificar y gestionar estrategias innovadoras que resuelvan problemas de comunicación que puedan afectar la productividad y competitividad.
- Gestionar y aplicar tecnologías de la información para mejorar los procesos comunicativos.
- Trabajar de manera efectiva tanto de forma individual como en equipo, con un enfoque asertivo.

- Fomentar modelos de liderazgo colaborativos, positivos y horizontales que fortalezcan la confianza y el sentido de pertenencia.
- Promover una cultura de compromiso que refuerce la identidad organizacional.

2.2.1.11. Canales de la comunicación organizacional

Los canales de comunicación organizacional son los medios, ya sean físicos o digitales, que la organización utiliza para transmitir mensajes internamente, siendo respaldados por la propia estructura organizativa. Al respecto, Cuervo (2009), señala que los medios más utilizados para la comunicación dentro de las organizaciones son las siguientes:

La revista interna

Medio tradicional de alcance masivo por excelencia porque llega a todos los niveles de la organización (Cuervo, 2009). Su objetivo es mantener al personal actualizado respecto a los temas relevantes dentro de la organización.

Los manuales

Constituyen un medio para brindar información específica sobre un producto, planificaciones anuales, estrategias, resúmenes estadísticos, memorias, balances y entre otros; en este sentido, es una herramienta valiosa para transmitir información a los colaboradores por lo que requiere ser desarrollado cuidadosamente para lograr un diseño con un alto valor (Cuervo, 2009).

Los videos

Son medios utilizados para informar cuando una organización tiene sedes en diferentes ubicaciones geograficas; cabe resaltar que el impacto audiovisual de los videos es difícilmente superado por otros medios, esto se debe a que las personas poseen habilidades altas de recordar videos en dinamismo y brevedad (Cuervo, 2009).

Los e-mails

Representan vías rápidas de comunicación de noticias importantes y urgentes y brindan la posibilidad de segmentar generando listas de envío de correo, su gran desventaja es que tienen escasa recordación y generan altos flujos de tráfico del correo generando saturación del medio (Cuervo, 2009).

Folletería, cartas y mailing

Constituyen medios de soporte a comunicaciones realizadas en conjunto con otros medios; así mismo, las cartas y folletos son medios ventajosos en cuando a temas de costo de producción respecto a otros medios gráficos como los manuales y las revistas internas (Cuervo, 2009).

Afiches, gigantografías y carteles

Son medios de comunicación mayormente utilizados por las grandes organizaciones que cuentan con grandes ambientes, en donde suelen colocar una red de carteles exclusivas para mantener informado a sus colaboradores y estas deben estar en constante renovación para mantener el proposito de comunicación y efectividad del canal (Cuervo, 2009).

Intranet

Es un medio de comunicación, que constituye una red informática interna de una organización en la que se comparten información, sistemas operativos o servicios de computación y su mayor ventaja es que es de disponibilidad inmediata (Cuervo, 2009).

2.2.1.12. Dimensiones de la comunicación organizacional

Reyes (2012), señala que la comunicación organizacional está conformado por cuatro dimensiones que son:

Dimensión 1: El vínculo

Reyes (2012), señala que esta dimensión trata de la necesidad de establecer vínculos, afectos y relaciones entre el colaborador y la organización, así como con todas las personas que trabajan dentro de la organización. Asimismo, destaca que para fortalecer el vínculo entre el colaborador y la organización, es fundamental que esta última, a

través de una comunicación organizacional efectiva, logre que el empleado se sienta apreciado y respetado. En resumen, este lazo se establece cuando hay una relación de reciprocidad entre ambas partes. Las organizaciones que ofrecen propuestas de valor atractivas a sus colaboradores tienden a generar mayores niveles de compromiso y afecto, en comparación con aquellas que no lo hacen.

Acotando a la dimensión, Reyes (2020), menciona que esta dimensión está conformado por tres subgrupos que son:

- El desarrollo profesional: Gestión del desempeño, el reconocimiento, las compensaciones, la formación.
- El desarrollo familiar: Calidad de vida, beneficios, equilibrio de vida personal, laboral y recreación.
- Entorno laboral: Personas que interactúan con el empleador.

En concordancia, el vínculo como dimensión engloba las relaciones interpersonales y la conexión emocional entre los miembros del equipo. Esta conexión puede influir significativamente en la cultura organizacional, el trabajo en equipo, la comunicación y la productividad. Un vínculo sólido fomenta la confianza, el apoyo mutuo y el sentido de pertenencia, lo que puede mejorar la colaboración y la motivación de los empleados.

Dimensión 2: Efectividad

La efectividad de la comunicación organizacional, engloba la capacidad de los mensajes y procesos comunicativos para alcanzar de manera satisfactoria los objetivos predefinidos por la organización. Esta dimensión no solo se limita a la transmisión de información, sino que también abarca la influencia que ejerce sobre el comportamiento y las actitudes de los receptores (Reyes, 2020). En resumen, la efectividad de la comunicación organizacional se sustenta en la capacidad de los mensajes para lograr los resultados deseados mediante la calidad y eficiencia con la que se lleva a cabo, promoviendo así el cumplimiento de los objetivos de la organización. Esta dimensión esta conformado por:

- Visión

- Estrategias – objetivos.
- Desempeño y logros.
- Posicionamiento y administración.

Dimensión 3: Identidad

Esta dimensión esta relacionado con la necesidad que tiene un individuo de ser parte de un grupo humano con características particulares, y es ahí donde la comunicación debe vincular a todos los miembros de la organización a una cultura solida que los identifique (Reyes, 2020). Esta dimensión esta conformado por los siguientes subgrupos:

- Valores: Excelencia, calidad, innovación
- Creencias: Ética.

2.2.2. Compromiso corporativo

2.2.2.1. Concepto del compromiso corporativo

A continuación, se muestran las definiciones que tienen varios autores sobre compromiso corporativo.

Meyer y Allen (como se citó en Baez et al., 2018), definen al compromiso corporativo “como un estado psicológico que caracteriza la relación entre una persona y una organización, donde las expectativas de ambas partes son propias” (p. 15).

Amorós (2007), refiere al compromiso corporativo como “el grado de identificación del empleado con una organización específica y sus metas, además su deseo por quedarse en ella como integrante” (p. 73).

Steers (como se citó en Galicia, 2001), señala que el compromiso corporativo es “la fuerza relativa de identificación y de involucramiento de un individuo con una organización” (p. 6).

Reyero (2015), plantea que el compromiso corporativo es la “vinculación laboral a nivel racional, emocional y trascendente, con una búsqueda del beneficio mutuo empleado – organización mediante una actitud proactiva por ambas partes para mantener la calidad de este vínculo a largo plazo” (s.p).

Ungoti (2020), señala que el compromiso corporativo “es el grado en que un empleado se siente apasionado por su trabajo y, por lo tanto, se esfuerza conscientemente por alcanzar sus objetivos laborales” (s.p).

Torres y Díaz (2012), define al compromiso corporativo como “el grado de identificación que posee un empleado con su organización; así como el deseo de seguir participando activamente en ella” (p. 85).

Por su parte Saracho, citado en Aguillón et al., (2014) describe al compromiso corporativo como “la conexión que tienen los empleados con su trabajo, teniendo un involucramiento psicológico y al mismo tiempo un lazo afectivo con las actividades que realiza”.

Tabla 1

Conceptos de compromiso corporativo

Año	Autor	Aportes
1990	Kahn (citado en Rodríguez-Muñoz et al, 2013)	Fue uno de los primeros autores en teorizar sobre el compromiso corporativo, concibiéndolo como la energía concentrada que se dirige hacia metas organizacionales.
1997	Maslach y Leiter (citado en Lisbona et al, 2009)	El compromiso corporativo se caracteriza por energía, implicación y eficacia, que son los opuestos directos de las tres dimensiones del Burnout (medido con el MBI-GS): agotamiento, cinismo y falta de eficacia profesional, respectivamente.
2001	Shaufeli, Salanova, González-Roma y Bakker, (citado en Shaufelli y Bakker, 2003)	El compromiso corporativo es un estado mental positivo, satisfactorio y relacionado al trabajo, caracterizado por vigor, dedicación y absorción. Más que un estado específico y momentáneo, el engagement se refiere a un estado afectivo-cognitivo más persistente e influyente, que no está enfocado sobre un objeto, evento, individuo o conducta en particular. El vigor se caracteriza por una gran voluntad de dedicar el esfuerzo al trabajo y la persistencia ante las dificultades. La dedicación se refiere a estar fuertemente involucrado en el trabajo y experimentar una sensación de entusiasmo, inspiración, orgullo, reto y significado. La absorción se caracteriza por estar totalmente concentrado y felizmente inmerso en el trabajo, de tal manera que el tiempo pasa rápidamente y se experimenta desagrado por tener que dejar el trabajo.

2007	Schaufeli y Salanova (citado en Salanova y antítesis positiva del Burnout. Shaufelli, 2009)	Es un estado psicológico de realización o la
2011	Salanova et al. (citado en Castellano et al, 2013)	Se observó que las emociones positivas poseen un efecto sobre los recursos positivos de las personas, tales como la creencia de autoeficacia y engagement. Aparentemente el efecto positivo facilita conductas que promueven el compromiso corporativo. Dichos autores observaron a partir de un estudio longitudinal

Nota. Chiang et al., (2017)

En contrastación a lo expuesto por los diferentes autores anteriormente señalados, se afirma que el compromiso corporativo es el grado de aceptación y afinidad que tiene el colaborador con su organización y por ende se identifica con los objetivos y valores de la organización y tiene el deseo de permanecer en la misma y contribuir a alcanzar los objetivos organizacionales.

2.2.2.2. Dimensiones del compromiso corporativo

Salanova et al. (2004), nos indica que, “el compromiso corporativo es un estado mental positivo en el trabajo con las peculiaridades de vigor, dedicación y absorción”.

Es el grado de identificación e implicación psicológica que tiene el colaborador hacia la organización en la que labora (Rodríguez et al., 2014).

Giraldo y Pico (2012), en relación al compromiso corporativo, mencionan: “Es el vínculo emocional del empleado con la empresa, el cual se caracteriza por tres factores importantes: el sentimiento de vigor, dedicación y absorción”.

Schaufeli y Bakker (citados en Valdez & Ron, 2011) desarrollaron un cuestionario autoaplicado llamado Escala Utrecht de Compromiso Corporativo en el Trabajo (Utrecht Work Engagement Scale - UWES), en el cual se incorporaron los tres componentes del compromiso corporativo: vigor, dedicación y absorción.

a. Vigor. Se refiere a la capacidad de mantener altos niveles de energía y resistencia durante la jornada laboral, el impulso de poner más esfuerzo en las tareas, la capacidad de no agotarse rápidamente y la

determinación de continuar trabajando, incluso cuando surgen obstáculos o desafíos.

Giraldo & Pico (2012) mencionan que el vigor es "un sinónimo de la fuerza, se caracteriza por altos niveles de energía mientras se trabaja; este puede ser entendido como la capacidad para no cansarse con facilidad y enfrentar con persistencia las dificultades".

- b. Dedicación. Hace referencia a la importancia y el valor que una persona le otorga a su trabajo, el entusiasmo y la satisfacción que experimenta al realizarlo, así como el orgullo que siente por sus logros. También implica el desafío percibido en las tareas y la motivación psicológica que surge de la actividad laboral.

Giraldo & Pico (2012) sobre la dedicación nos dicen: "Es tomada como la fuerte implicación del empleado en el trabajo, el entusiasmo, el motivo de orgullo e inspiración en la organización".

- c. Absorción. Hace referencia a la sensación de satisfacción experimentada al estar plenamente enfocado en el trabajo, donde se dificulta desconectarse debido al disfrute que genera la tarea. En este estado, el tiempo parece transcurrir rápidamente, y se pierde la noción de lo que sucede a su alrededor.

Giraldo & Pico (2012) con respecto a la absorción, mencionan: "Se entiende como el agrado de estar en el trabajo, la complacencia por encontrarse inmerso en el mismo y el sentimiento que experimenta la persona de que el tiempo pasa rápidamente y siente que no puede desprenderse de la organización".

2.2.2.3. Trabajadores comprometidos

Según Coll (2020), para que los empleados desarrollen un compromiso duradero con la organización, es esencial implementar de forma continua una serie de acciones que fomenten este vínculo a lo largo del tiempo.

Los trabajadores comprometidos son aquellos que poseen un fuerte sentimiento de pertenencia a la organización, son fieles al mismo, rinden más allá de lo que formalmente se les exige, tienen una conexión energética y efectiva con su trabajo, son proactivos, buscan y aceptan

responsabilidades, plantean alternativas de mejora, tienen valores que coinciden con los de la organización, y también buscan y reciben retroalimentación positiva (Lorente & Vera, 2010).

Salanova & Schaufeli (2009) mencionan que los empleados comprometidos: “Son vitalidad y energía, dedicación y motivación intrínseca, e inmersión plena o absorción en su trabajo, es así que las organizaciones necesitan estos trabajadores que muestran una gran voluntad de aprendizaje y desarrollo continuo, beneficiando no solo a la organización sino también al trabajador ya que propicia su crecimiento personal y también a dar su máximo potencial”.

2.2.2.4. Importancia del compromiso corporativo

Salanova et al. (2009), con respecto al compromiso corporativo nos indica que: “Sus consecuencias son las actitudes que se tienen hacia el trabajo y la organización, la satisfacción laboral, el compromiso organizacional y la baja intención de abandonar la organización, además del desempeño en las tareas y la salud, generando bajos niveles de depresión y tensión nerviosa”.

Según Almeida (2015), la creación de un ambiente laboral positivo es una tarea conjunta entre empleadores y empleados, quienes deben colaborar para hacer de la organización un lugar agradable. Un compromiso corporativo bien gestionado puede transformar a las empresas en entidades capaces de resistir crisis, asegurando la estabilidad laboral y un futuro próspero. Asimismo, es fundamental reconocer a las personas como recursos valiosos que impulsan la mejora continua del entorno organizacional. Por lo tanto, fomentar el compromiso corporativo puede ser clave para lograr una organización sólida, competitiva y exitosa.

Cristancho (2017), nos indica los beneficios que una organización puede conseguir al generar compromiso corporativo en sus trabajadores:

- Mayor satisfacción de los empleados: Los trabajadores se sienten más comprometidos con la organización, lo que los motiva a desempeñar sus tareas con mayor eficiencia y dedicación.

- Menor rotación del personal: Fomenta un entorno de estabilidad en cuanto a los equipos de trabajo y los procesos, lo que contribuye a la permanencia del personal.
- Reducción del absentismo: Los empleados acuden a su lugar de trabajo con entusiasmo y motivación, sintiéndose valorados y parte integral de la organización.
- Incremento de la productividad: Se genera un mayor interés y conexión con el trabajo, los compañeros y la institución, lo cual se refleja en un desempeño más dedicado y eficiente.
- Aumento de la lealtad: Fomenta un fuerte sentido de pertenencia e identificación con la organización, lo que hace que los empleados se conviertan en embajadores de la misma.
- Mejora en la atención a los usuarios: Los empleados brindan un servicio de mayor calidad, lo que genera la satisfacción de los usuarios y contribuye a una imagen institucional positiva que se extiende a través de recomendaciones.

2.2.2.5. Causas principales de la crisis actual del compromiso

Reyero (2015), señala que los factores principales que inciden a tener un bajo nivel de compromiso son:

Comunicación interna de baja implicación

Esto se da cuando no existe un plan de comunicación interna que involucre y supla todas las necesidades de información que tienen los colaboradores acerca de la organización de manera adecuada y asertiva; todo esto conlleva a que haya desconocimiento de la estrategia y el impacto de su rol en el logro de los objetivos organizacionales (Reyero, 2015). Lo señalado se fundamenta en que la única manera efectiva de comprometer a los empleados con los objetivos de la organización es a través de una comunicación adecuada, lo cual facilita alcanzar los resultados esperados.

Gestión excesivamente cortoplacista

Implantar una gestión excesivamente cortoplacista trae consigo que los responsables del funcionamiento de la organización tengan una visión financiera de los colaboradores, es decir, que ven a los

colaboradores como meros recursos para alcanzar los objetivos a corto plazo, olvidándose que ellos necesitan sentirse importantes y tomados en cuenta por la organización para dar lo mejor de su desempeño dentro de la organización (Reyero, 2015). En resumen, los empleados son un recurso clave que debe ser reconocido y apreciado por la organización para lograr un desempeño óptimo.

Políticas de gestión inadecuadas

Cuando dentro de las organizaciones se establecen políticas de trabajo inadecuadas, desaniman a los colaboradores a comprometerse con la organización, esto debido a que los colaboradores perciben con inquietud que las normas y procedimientos establecidos no toman en cuenta sus necesidades; es decir, ignoran y no garantizan una retribución recíproca por su esfuerzo realizado por la organización (Reyero, 2015). De manera similar, para que los empleados desarrollen un compromiso con la organización, es fundamental que esta los reconozca y valore adecuadamente.

Cultura empresarial y liderazgo que no fomentan el compromiso

Una cultura organizacional que no fomenta en sus miembros el compromiso con la organización no va a obtener mejores resultados puesto que sus trabajadores no darán lo mejor de sí en el trabajo más solo lo desarrollarán solo por cumplir; mayormente esta situación se presenta cuando los colaboradores ven que la cultura que se implanta en la organización no busca un beneficio recíproco tanto para el colaborador como la organización, más solo sobrepone sus intereses de esta última y esto trae consigo baja productividad, baja tasa de retención, mala comunicación entre otros (Reyero, 2015).

Desprestigio social

Los empleados pierden el compromiso con su organización cuando esta última no pone énfasis en el reconocimiento de las actitudes que contribuyen a obtener logros en beneficio de la empresa, más solo se fijan en el resultado final obviando a los responsables del logro, esto crea un desprestigio de la organización con sus colaboradores (Reyero, 2015).

2.2.2.6. Qué genera el compromiso corporativo

Schaufeli, en una entrevista (Juárez, 2015), afirmó que las causas del compromiso corporativo se pueden dividir en dos categorías principales. En primer lugar, los recursos laborales, tales como el apoyo, la retroalimentación, la variedad de tareas, las oportunidades de aprendizaje y desarrollo en el trabajo, el control laboral y el apoyo social, se consideran fuerzas motivadoras que deben ser incrementadas en el entorno laboral. En segundo lugar, Schaufeli destacó la importancia de los recursos personales, como la autoeficacia, el optimismo, la autoestima, la adaptabilidad y la flexibilidad.

Tanto los recursos laborales como los recursos personales juegan un papel crucial en el alcance del compromiso corporativo. El compromiso corporativo del empleado puede incrementarse mediante la adopción de prácticas laborales saludables como el diseño del trabajo, la comunicación con el supervisor, el respaldo de recursos, las condiciones laborales, la cultura corporativa y el estilo de liderazgo (Attridge, citado en Hernández, 2017).

2.3. Marco conceptual

Absorción

Es la sensación de satisfacción experimentada al realizar las tareas laborales, que es tan gratificante que el trabajador pierde la noción del tiempo, ya que se encuentra completamente inmerso en su trabajo, olvidándose de otros asuntos.

Comunicación

Es el proceso mediante el cual se emiten, transmiten y comparten mensajes (información) entre un emisor y un receptor.

Comunicación ascendente

Se refiere al flujo de información que va desde los niveles más bajos de la organización hacia los niveles superiores, respetando la jerarquía organizacional.

Compromiso afectivo

Es el vínculo emocional que el empleado tiene con la organización en la que trabaja, derivado de la satisfacción de sus necesidades y expectativas por parte de la empresa.

Comunicación descendente

Es la comunicación que fluye desde los niveles directivos de la organización hacia los niveles inferiores, siguiendo la jerarquía establecida.

Compromiso de continuidad

Es una dimensión del compromiso organizacional que surge del análisis costo-beneficio que realiza el empleado al comparar el esfuerzo y tiempo que implicaría dejar la organización y buscar otro empleo, especialmente en contextos con pocas oportunidades laborales.

Comunicación formal

Es la comunicación que sigue una estructura planificada y oficial, utilizando los canales establecidos por la organización para intercambiar información entre los diferentes niveles de la misma.

Comunicación horizontal

Este tipo de comunicación fluye lateralmente entre empleados que ocupan el mismo nivel jerárquico dentro de la organización, y es común en equipos de trabajo.

Comunicación informal

Surge de las interacciones sociales entre los empleados, y no sigue los canales oficiales establecidos por la organización.

Comunicación interna

Está dirigida al público interno de la organización para alinear los esfuerzos de los colaboradores con el buen desempeño laboral, contribuyendo así al logro de los objetivos y a la construcción de una identidad organizacional sólida.

Compromiso normativo

Es una dimensión del compromiso organizacional que se refiere al sentido de lealtad y responsabilidad que los empleados sienten hacia la organización, como resultado de las prestaciones que han recibido y el deseo de devolver ese apoyo permaneciendo en la empresa.

Comunicación organizacional

También conocida como comunicación corporativa o institucional, es el conjunto de acciones y procesos diseñados para transmitir y recibir información a través de los canales establecidos por la organización. Su objetivo es fomentar las relaciones tanto internas como externas, y es fundamental para el desarrollo de estrategias que mejoren la productividad y fortalezcan los vínculos con colaboradores y público externo.

Compromiso corporativo

Es el grado de identificación y vínculo emocional que los empleados tienen con una organización, su misión, visión, valores y cultura, así como su fuerte deseo de seguir formando parte de la misma.

Competitividad

Es la capacidad de una organización para desarrollar y mantener ventajas frente a sus competidores a lo largo del tiempo.

Dedicación

Es el nivel de importancia y sentido de pertenencia que un empleado otorga a su trabajo, lo que genera motivación y orgullo por las actividades realizadas.

Efectividad

Es una de las dimensiones de la comunicación interna que está relacionada con la capacidad de influir en los colaboradores para que adopten comportamientos consistentes que contribuyan a alcanzar los objetivos organizacionales.

Identidad

Es una dimensión de la comunicación organizacional interna que busca crear un sentido de pertenencia entre los colaboradores hacia la organización, su misión, visión, valores y objetivos.

Organización

Es una entidad social que cuenta con una estructura administrativa ordenada, donde interactúan personas con diferentes roles y responsabilidades para alcanzar un objetivo común.

Productividad

Es la capacidad de una organización para utilizar de manera eficiente los recursos disponibles con el fin de generar bienes o servicios rentables.

Vigor

Es la energía y el esfuerzo que un empleado dedica a realizar una actividad, manteniendo altos niveles de motivación incluso frente a obstáculos o dificultades que puedan surgir durante la ejecución de las tareas.

Vínculo

Constituye la necesidad de lograr, mediante la comunicación, la creación de vínculos, relaciones y afectos del colaborador hacia la organización. Esto garantiza que los empleados se sientan valorados y respetados por su contribución al éxito organizacional.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Hipótesis

3.1.1. Hipótesis general

La comunicación organizacional se relaciona positivamente con el compromiso corporativo en los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas, 2023.

3.1.2. Hipótesis específicas

- a. Existe una relación positiva entre la comunicación organizacional y el vigor en los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas.
- b. Existe una relación positiva entre la comunicación organizacional y la dedicación en los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas.
- c. Existe una relación positiva entre la comunicación organizacional y la absorción en los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas.

3.2. Variables

Comunicación organizacional

Dimensiones:

- Vínculo
- Efectividad
- Identidad

Compromiso corporativo

Dimensiones:

- Vigor
- Dedicación
- Absorción

3.3. Operacionalización de variables

Título: Comunicación organizacional y su relación con el compromiso corporativo en los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas 2023.

VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
Variable 1: Comunicación organizacional	La comunicación organizacional interna es aquella que se establece con los miembros internos de la organización a fin de integrar, comprometer, conectar, alinear, conectar e implicar a los colaboradores a fin de que estos valoren lo que la organización hace por ellos y estos a su vez dirijan sus esfuerzos hacia el logro de los objetivos organizacionales y consecutivamente a su competitividad (Reyes, 2012).	Constituye un tipo de comunicación organizacional la cual está dirigida al público interno de la organización para direccionar los esfuerzos de sus colaboradores hacia el buen desempeño laboral que contribuya al logro de los objetivos y consecutivamente a la creación y consolidación de una identidad organizacional de sus colaboradores.	Vínculo	<ul style="list-style-type: none"> - Reciprocidad - Reconocimiento - Mutuo conocimiento - Calidad de vida
			Efectividad	<ul style="list-style-type: none"> - Visión - Estrategias/objetivos - Desempeño/logro - Administración
			Identidad	<ul style="list-style-type: none"> - Cultura - Marketing interno - Políticas de trabajo - Metas y objetivos
Variable 2: Compromiso corporativo	El compromiso corporativo es un estado mental positivo, satisfactorio y relacionado al trabajo, caracterizado por vigor, dedicación y absorción (Shauffelli & Bakker, 2003).	Se refiere al nivel de conexión y compromiso emocional que los empleados desarrollan con una organización en particular, incluyendo su misión, visión, valores y cultura, así como el profundo deseo de continuar formando parte de la misma.	Vigor	<ul style="list-style-type: none"> - Energía - Resistencia mental - Persistencia
			Dedicación	<ul style="list-style-type: none"> - Significado del trabajo - Entusiasmo
			Absorción	<ul style="list-style-type: none"> - Felicidad - Orgullo

3.4. Metodología

3.4.1. Enfoque de la investigación

El estudio adoptó un enfoque cuantitativo, ya que se utilizó un análisis estadístico de los datos, lo que facilitó la realización de una prueba de hipótesis. En tal sentido, “representa un conjunto de procesos organizados de manera secuencial para comprobar ciertas suposiciones” (Hernández, 2019, p. 6).

3.4.2. Método de la investigación

En la investigación se utilizó el método hipotético-deductivo, que parte de una hipótesis como base para realizar deducciones posteriores. Este enfoque inicia con una hipótesis formulada a partir de principios teóricos o datos observacionales, y, mediante razonamiento deductivo, se generan predicciones que luego se verifican empíricamente. Si las predicciones coinciden con los resultados obtenidos, se puede confirmar o refutar la hipótesis planteada. De manera interesante, si las predicciones resultan ser contradictorias entre sí, esto se considera significativo porque revela una falla lógica en la hipótesis original, lo que indica la necesidad de revisarla y ajustarla. (Rodríguez y Pérez, 2017, p. 12)

3.4.3. Tipo de investigación

El estudio se considera básico debido a que se llevó a cabo un análisis detallado del fenómeno objeto de investigación. “Es la que no tiene propósitos aplicativos inmediatos, pues solo busca ampliar y profundizar el caudal de conocimientos científicos existentes acerca de la realidad” (Carrasco, 2019, p. 43).

3.4.4. Nivel de investigación

La investigación se clasifica en dos tipos: los estudios que miden variables independientes y los estudios correlacionales. Con relación a esta clasificación, el presente estudio pertenece a la investigación correlacional, la cual es definida como aquella investigación que tiene la finalidad de determinar el grado de asociación o relación (no casual) que puede existir entre dos o más variables, el cual se determina la prueba de

hipótesis correlacionales y mediante el uso de técnicas estadísticas se determina la relación (Arias, 2012).

La presente investigación es correlacional. “Este tipo de estudio tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular” (Hernández, 2019, p. 109).

3.4.5. Diseño de investigación

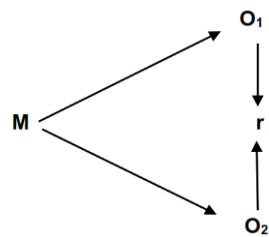
La investigación a desarrollarse es de diseño no experimental, ya que se desarrolla sin intervenir o manipular deliberadamente la variable independiente. No poseen grupos de control, es decir, que no son investigaciones experimentales porque su finalidad solo es estudiar y analizar los fenómenos y hechos de la realidad después de su ocurrencia (Arias, 2012).

Es importante destacar que los diseños no experimentales se dividen en dos tipos: diseños transversales (o transeccionales) y diseños longitudinales. En este caso, el estudio se clasifica dentro del diseño no experimental transversal o transeccional, ya que se enfoca en examinar y analizar el problema de investigación en relación con los eventos ocurridos durante el año 2023.

Esta elección se justifica porque los estudios no experimentales de tipo transversal tienen como objetivo principal analizar y estudiar las relaciones entre los fenómenos en un único momento en el tiempo. Su objetivo es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado” (Hernández et al, 2013, pág. 111).

Figura 2

Esquema del diseño correlacional



Nota. Autoría propia.

Dónde:

M = Muestra

O₁ = Variable 1: Comunicación organizacional

O₂ = Variable 2: Compromiso corporativo

r = Relación entre las variables de estudio

3.5. Población y muestra

3.5.1. Población

Representa el conjunto total de individuos, objetos o eventos que concuerdan con características comunes, se encuentran en un espacio o territorio y varían en el transcurso del tiempo (Vara, 2012). En el presente estudio, la población objeto de análisis estuvo compuesta por los 134 trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas. Esta población incluye a los empleados bajo diferentes regímenes laborales, como el D.L. N° 276, el D.L. N° 1057, y aquellos contratados bajo Locación de Servicios.

Tabla 2

Población de estudio

Trabajadores administrativos de la UNAJMA	
Trabajadores del régimen laboral 276	15
Trabajadores del régimen laboral 1057	79
Trabajadores de locación de servicio	40
Total de trabajadores	134

Nota. Base de datos del área de Recursos Humanos de la UNAJMA.

3.5.2. Muestra

La muestra se define como " subgrupo del universo o población del cual se recolectan los datos y que debe ser representativo de esta" (Hernández et al., 2014, p.175). En términos generales, la muestra constituye una porción representativa de la población de estudio, lo que asegura que la información recolectada sobre las variables, objeto de la investigación, sea válida y objetiva.

En este contexto, debido al tamaño limitado de la población de trabajadores, que asciende a 134 personas, se optó por utilizar un muestreo no probabilístico intencional. En este tipo de muestreo, se considera a todos los trabajadores como parte de la muestra. Es relevante destacar que se seleccionó un muestreo no probabilístico, ya que "no todos los elementos de la población tienen la misma probabilidad de ser elegidos para formar parte de la muestra, lo que implica que no se puede garantizar su representatividad" (p. 176).

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.6.1. Técnica

La investigación a realizarse utilizará la técnica de la encuesta en la aplicación del cuestionario a los sujetos de estudio, a fin de obtener la información necesaria para alcanzar el objetivo de investigación, ya que esta técnica es empleada en investigaciones sociales por excelencia debido a su sencillez, versatilidad, utilidad y objetividad de la información que con ella se obtiene, así mismo, esta técnica se utiliza para indagación, exploración y posterior recolección de datos a través de preguntas ya establecidas por el investigador para los sujetos que representan la unidad de análisis del estudio (Carrasco, 2017).

3.6.2. Instrumento

Arias (2012) indica que el cuestionario, es una técnica que se realiza de forma escrita con un orden de preguntas que debe ser llenado por el encuestado sin intervención del encuestador, es muy utilizado para gran cantidad de personas.

En este sentido, es importante señalar que en el marco de la investigación se utilizó un cuestionario como herramienta para la recolección de datos. Este cuestionario estuvo compuesto por preguntas formuladas con base en la escala de tipo Likert.

Tabla 3

Escala tipo Likert para las dos variables de estudio

Categoría	Afirmación
1	Nunca
2	Casi nunca
3	Aveces
4	Casi siempre
5	Siempre

Nota. Autoría propia, adaptado de Hernández et al., (2014)

3.7. Métodos de análisis de datos

3.7.1. Juicio de expertos

El cuestionario de la investigación será validado por el juicio de 3 expertos, los cuales estarán conformados por tres docentes de la Universidad Nacional José María Arguedas con grado de Maestro, especialistas en temas relacionados al estudio, quienes garantizarán la calidad, validez y fiabilidad del instrumento para su posterior aplicación en la prueba piloto.

3.7.2. Prueba piloto

Esta etapa consiste en “administrar el instrumento a una pequeña muestra de casos para probar su pertinencia y eficacia (incluyendo instrucciones), así como las condiciones de la aplicación y procedimientos involucrados. A partir de esta prueba se calculan la confiabilidad y validez”. (Hernández et al., 2014, p.210)

En resumen, como se indicó previamente, la prueba piloto consistió en un estudio preliminar realizado con una muestra reducida del total de participantes en la investigación, con el objetivo de evaluar la fiabilidad del cuestionario antes de su aplicación definitiva.

3.7.3. Medición de la fiabilidad

Estadístico Alfa de Cronbach: El coeficiente alfa de Cronbach es un estadístico ampliamente utilizado para evaluar la confiabilidad y consistencia interna de un instrumento de investigación. Este coeficiente varía entre 0 y 1, donde 0 indica ninguna confiabilidad y 1 denota fiabilidad total. Cuanto más cercano sea el valor al cero, mayor será el error en la medición de la información proporcionada por el cuestionario (Hernández et al., 2014).

En base a lo anterior, la confiabilidad del instrumento se evaluó mediante una encuesta piloto aplicada a 20 trabajadores. Posteriormente, se utilizó el alfa de Cronbach para asegurar la fiabilidad del instrumento que se aplicará en el estudio.

Tabla 4

Coeficiente de alfa de Cronbach

Coeficiente alfa	Significado
> 0.9	Excelente
>0.8	Bueno
>0.7	Aceptable
>0.6	Cuestionable
>0.5	Pobre
<0.5	Inaceptable

Nota. George y Mallery (2003)

3.7.4. SPSS V25 (Statistical Package for Social Sciences)

El SPSS (Statistical Product and Service Solutions) es una potente herramienta de tratamiento de datos y análisis estadístico” (Herreras, 2005). Para el procesamiento y análisis de los datos obtenidos a través del cuestionario, se utilizó el programa SPSS V25 con el fin de determinar la relación entre las variables estudiadas. Los resultados obtenidos se presentaron luego en forma de tablas y gráficos, lo que facilitó su interpretación y comprensión.

3.7.5. Distribución de frecuencias

Según Ávila (2006), la distribución de frecuencias permite realizar un análisis más detallado e interpretativo de los datos crudos obtenidos en una investigación, los cuales por sí solos no son fácilmente comprensibles. Esta técnica facilita la presentación de los resultados mediante gráficos que hacen más accesible la lectura y comprensión de las variables estudiadas. Por lo tanto, se utilizará la distribución de frecuencias para exponer de manera clara y entendible los resultados obtenidos a partir del procesamiento de los datos del cuestionario en este estudio.

3.7.6. Prueba de normalidad

Con el objetivo de determinar el estadígrafo adecuado para el contraste de las hipótesis, se realizó el análisis de normalidad de datos, tanto para la variable comunicación organizacional y compromiso corporativo.

Para conocer la normalidad de datos se recurrió a la prueba de Kolmogorov-Smirnov, puesto que la cantidad de la muestra supera las 50 unidades de análisis.

Realizado el análisis de normalidad de las variables, teniendo en cuenta que estas son categóricas y tienen un nivel de medición ordinal, se tiene que la Sig. es menor a 0.05 ($.000 < 0.05$); por lo tanto, se determina que los datos de la comunicación organizacional y el compromiso corporativo tienen un comportamiento no normal. En consecuencia, para la prueba de las hipótesis se recurrió al uso del Coeficiente de Correlación rho de Spearman.

3.7.7. Coeficiente de correlación

Para determinar el grado de asociación o relación que existe entre las variables de estudio comunicación organizacional y compromiso corporativo se empleará el coeficiente de correlación rho de Spearman, ello debido a lo obtenido en la prueba de normalidad que se realizó con anticipación para la determinación del coeficiente.

Con relación a este coeficiente, Hernández et al. (2014) señala que es una medida de correlación para variables en un nivel de medición ordinal y se utilizaron para establecer relaciones estadísticamente a los cuestionarios con escalas tipo Likert.

Tabla 5

Valores del coeficiente rho de Spearman

Rango de valores del coeficiente de correlación rho de Spearman	
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0,9 a -0,99	Correlación negativa muy alta
-0,7 a -0,89	Correlación negativa alta
-0,4 a -0,69	Correlación negativa moderada
-0,2 a -0,39	Correlación negativa baja
-0,01 a -0,19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0,4 a 0,69	Correlación positiva moderada
0,7 a 0,89	Correlación positiva alta
0,9 a 0,99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Nota. Hernández et al. (2014)

CAPÍTULO IV PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Resultados de la investigación

4.1.1. Análisis de fiabilidad del instrumento de recolección de datos

Tabla 6

Estadística de fiabilidad de comunicación organizacional

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,858	12

Nota. Autoría propia. Procesamiento de datos en el SPSS V25.

De acuerdo con los resultados de la Tabla 6, que muestran la fiabilidad del instrumento utilizado para medir la variable comunicación organizacional, el alfa de Cronbach obtenido es de 0,858. Según lo indicado por George y Mallery (2003), este valor, que supera el umbral de 0,8, indica que el instrumento es adecuado y confiable para su aplicación. Por lo tanto, se procede con la administración del cuestionario a los 134 trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas.

Tabla 7

Estadística de fiabilidad de compromiso corporativo

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,716	13

Nota. Autoría propia. Procesamiento de datos en el SPSS V25.

De acuerdo con los resultados presentados en la Tabla 7, que indican la fiabilidad del instrumento para medir la variable compromiso corporativo, el valor del alfa de Cronbach es de 0,716. Según lo señalado por George y Mallery (2003), este valor se encuentra por encima de 0,7, lo que sugiere que el instrumento es adecuado para su uso. En consecuencia, se procede a aplicar el cuestionario a

los 134 trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas.

4.1.2. Análisis descriptivo de la investigación

Tabla 8

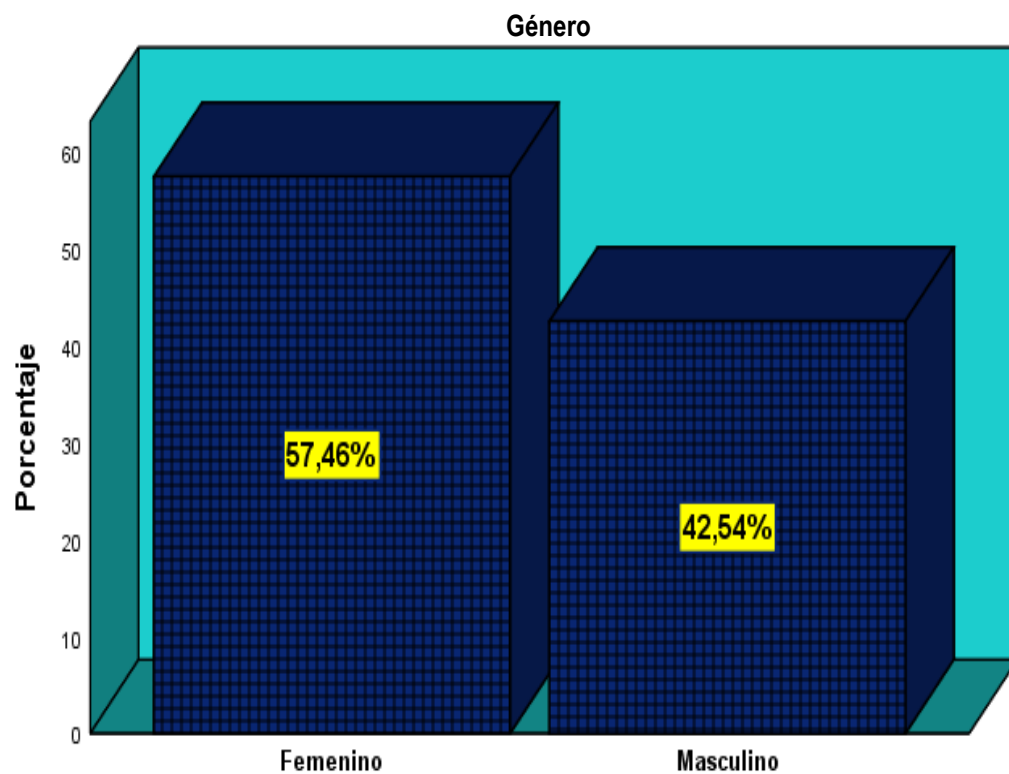
Género de trabajadores

		Género			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	77	57,5	57,5	57,5
	Masculino	57	42,5	42,5	100,0
	Total	134	100,0	100,0	

Nota. Autoría propia. Procesamiento de datos en el SPSS V25.

Figura 3

Género de trabajadores



Nota. Autoría propia. Procesamiento de datos en el SPSS V25.

Según lo indicado en la Tabla 8 y la Figura 3, en cuanto al género de los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, se

observa que la institución cuenta con 77 trabajadoras mujeres y 57 hombres, lo que representa el 57,46% y el 42,54%, respectivamente. Este balance refleja un ambiente de igualdad de oportunidades, donde se ofrecen diversos servicios para todos los empleados.

Tabla 9

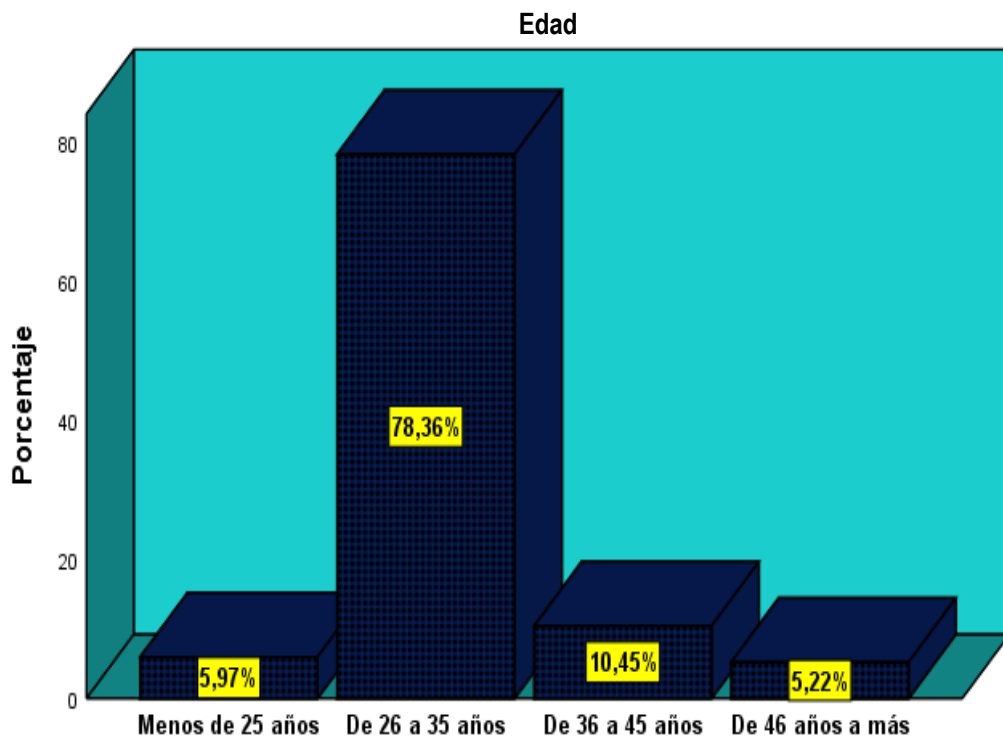
Edad de trabajadores

		Edad			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menos de 25 años	8	6,0	6,0	6,0
	De 26 a 35 años	105	78,4	78,4	84,3
	De 36 a 45 años	14	10,4	10,4	94,8
	De 46 años a más	7	5,2	5,2	100,0
Total		134	100,0	100,0	

Nota. Autoría propia. Procesamiento de datos en el SPSS V25.

Figura 4

Edad de trabajadores



Nota. Autoría propia. Procesamiento de datos en el SPSS V25.

De acuerdo con los resultados obtenidos en la tabla 9 y figura 4, la edad de los 134 trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María

Arguedas, oscila de 26 a 35 años de edad, representado por el 78%, ante ello se puede aludir que los trabajadores son relativamente jóvenes, lo cual es ventajoso para la universidad debido a que esta generación es más cualificada por tanto se promueve el compromiso organizacional.

Tabla 10

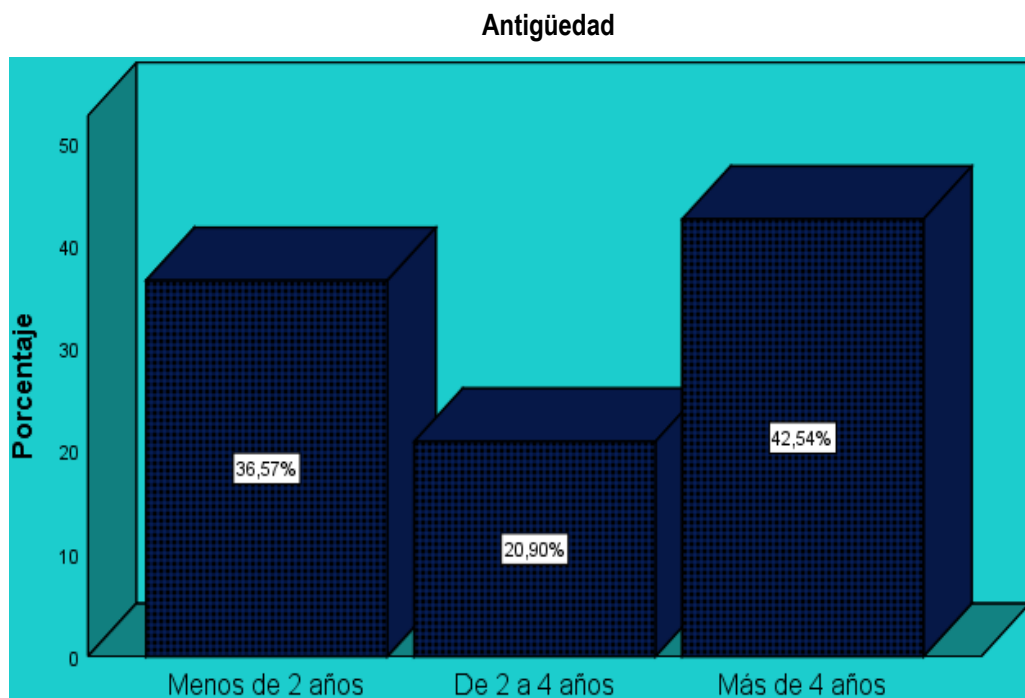
Antigüedad en el trabajo

		Antigüedad			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menos de 2 años	49	36,6	36,6	36,6
	De 2 a 4 años	28	20,9	20,9	57,5
	Más de 4 años	57	42,5	42,5	100,0
Total		134	100,0	100,0	

Nota. Autoría propia. Procesamiento de datos en el SPSS V25.

Figura 5

Antigüedad en el trabajo



Nota. Autoría propia. Procesamiento de datos en el SPSS V25.

De acuerdo con los datos presentados en la Tabla 10 y la Figura 5, en relación con la antigüedad de los 134 trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, se observa que el 42,54%, lo que

equivale a 57 personas, tienen una antigüedad superior a los 4 años, seguido de un 36,57%, que representa a 49 colaboradores que tienen menos de 2 años de antigüedad, así que, dicha institución cuenta con personal que tiene permanencia, por un periodo largo, el mismo que se traduce en el cumplimiento de los objetivos institucionales.

Tabla 11

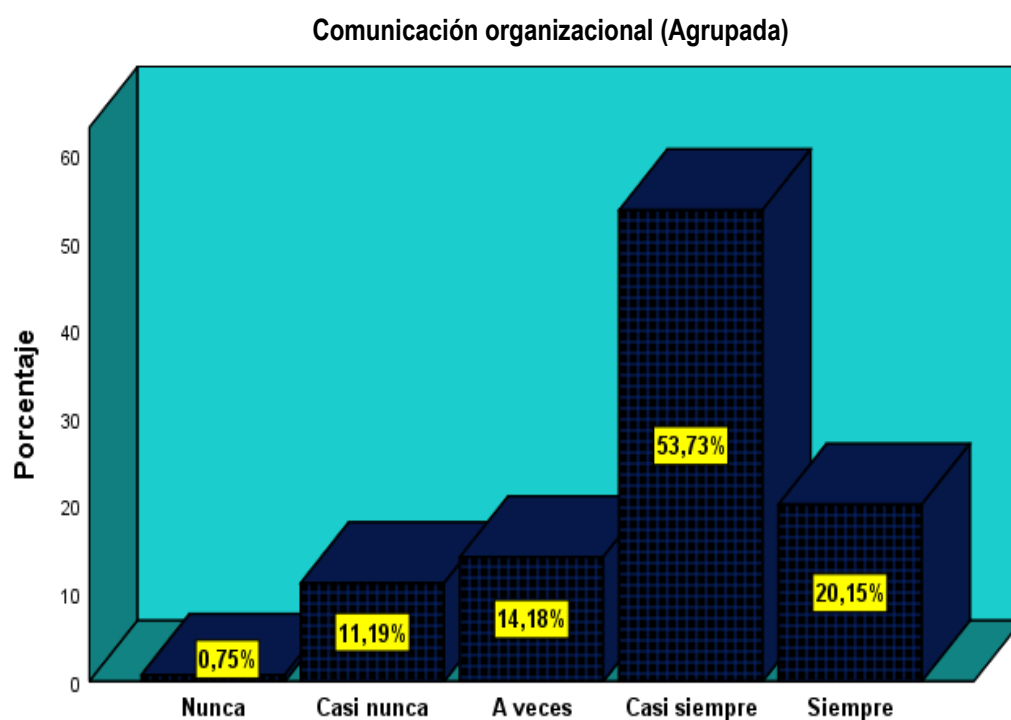
Comunicación organizacional

Comunicación organizacional (Agrupada)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	,7	,7	,7
	Casi nunca	15	11,2	11,2	11,9
	A veces	19	14,2	14,2	26,1
	Casi siempre	72	53,7	53,7	79,9
	Siempre	27	20,1	20,1	100,0
	Total	134	100,0	100,0	

Nota. Autoría propia. Procesamiento de datos en el SPSS V25.

Figura 6

Comunicación organizacional



Nota. Autoría propia. Procesamiento de datos en el SPSS V25.

En relación con la tabla 11 y figura 6, de los 134 trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, el 53,73% y 20,15% que representa a 72 y 27 trabajadores respectivamente, indican que casi siempre y siempre se manifiesta una comunicación organizacional, por tanto, se puede manifestar que existen esas acciones orientadas a fortalecer la comunicación, fomentando la creación de un ambiente laboral positivo.

Tabla 12

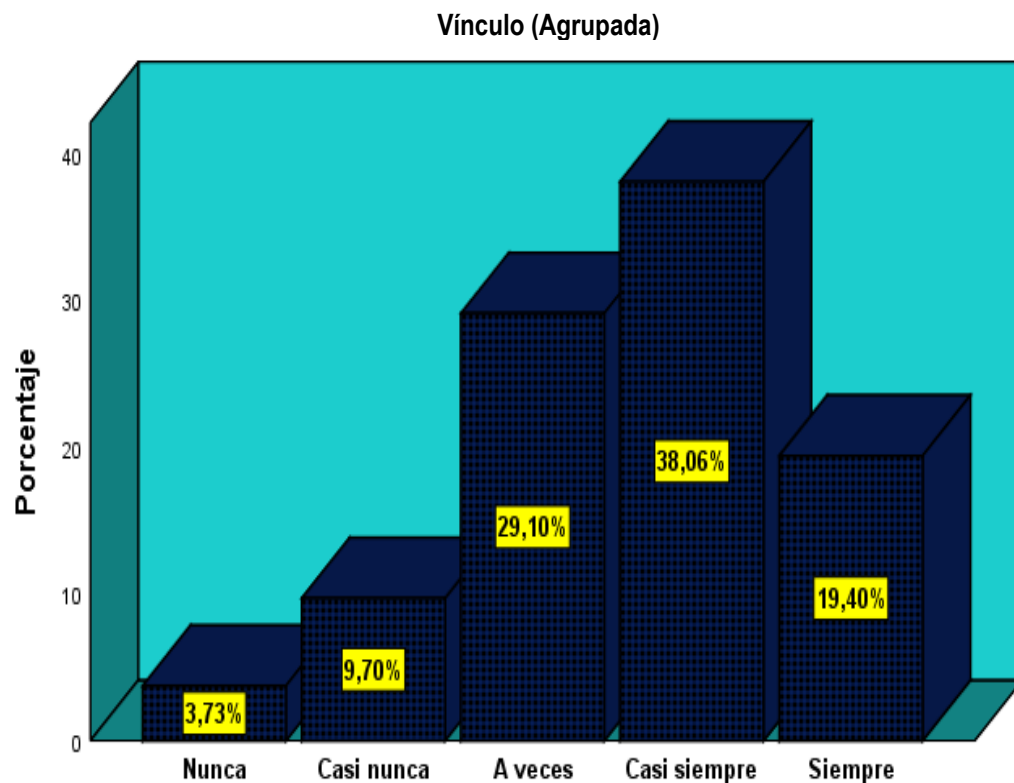
Dimensión vínculo

		Vínculo (Agrupada)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	5	3,7	3,7	3,7
	Casi nunca	13	9,7	9,7	13,4
	A veces	39	29,1	29,1	42,5
	Casi siempre	51	38,1	38,1	80,6
	Siempre	26	19,4	19,4	100,0
Total		134	100,0	100,0	

Nota. Autoría propia. Procesamiento de datos en el SPSS V25.

Figura 7

Dimensión vínculo



Nota. Autoría propia. Procesamiento de datos en el SPSS V25.

De acuerdo a la tabla 12 y figura 7, se muestran las respuestas de los 134 trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, el 38,06% y 29,10%, que comprende a 51 y 26 personas respectivamente, indican que casi siempre y a veces se manifiesta el vínculo, lo cual es benéfico para la universidad, debido que ello fortalece las relaciones entre el colaborador y la institución.

Tabla 13

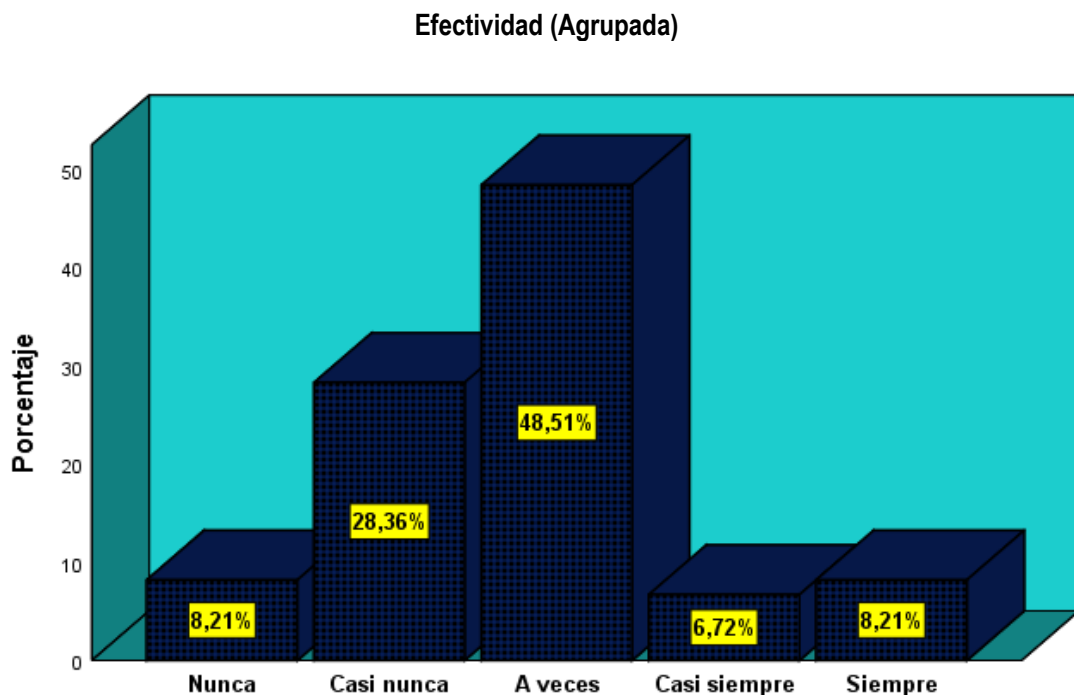
Dimensión efectividad

Efectividad (Agrupada)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	11	8,2	8,2	8,2
	Casi nunca	38	28,4	28,4	36,6
	A veces	65	48,5	48,5	85,1
	Casi siempre	9	6,7	6,7	91,8
	Siempre	11	8,2	8,2	100,0
	Total	134	100,0	100,0	

Nota. Autoría propia. Procesamiento de datos en el SPSS V25.

Figura 8

Dimensión efectividad



Nota. Autoría propia. Procesamiento de datos en el SPSS V25.

Respecto a la tabla 13 y figura 8, de 134 trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, el 48,51%, 28,36% y 8,21% que representan a 65, 38 y 11 personas respectivamente, manifiestan que a veces, casi nunca y nunca se manifiesta la efectividad. Es decir que la institución demuestra poco interés en profundizar el vínculo afectivo de los trabajadores hacia la institución y no existe el reconocimiento a la contribución que realizan los mismos en beneficio de los logros institucionales.

Tabla 14

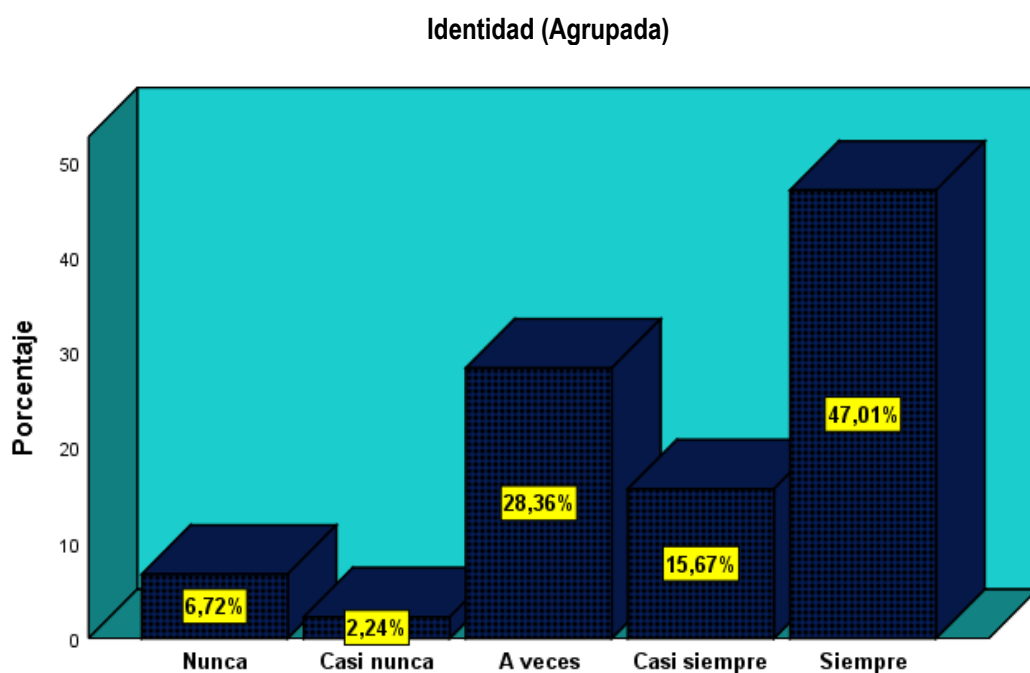
Dimensión identidad

		Identidad (Agrupada)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	9	6,7	6,7	6,7
	Casi nunca	3	2,2	2,2	9,0
	A veces	38	28,4	28,4	37,3
	Casi siempre	21	15,7	15,7	53,0
	Siempre	63	47,0	47,0	100,0
	Total	134	100,0	100,0	

Nota. Autoría propia. Procesamiento de datos en el SPSS V25.

Figura 9

Dimensión identidad



Nota. Autoría propia. Procesamiento de datos en el SPSS V25.

En contraste con la tabla 14 y figura 9, de los 134 trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, el 47,01%, 28,36% y 15,67% que representa a 63, 38 y 21 personas respectivamente, indican que siempre, a veces y casi siempre, se percibe la identidad al trabajo, lo que se traduce en que la institución procura informar la misión, estrategias y desempeño de los colaboradores, aunque falta perfeccionar dicha comunicación.

Tabla 15

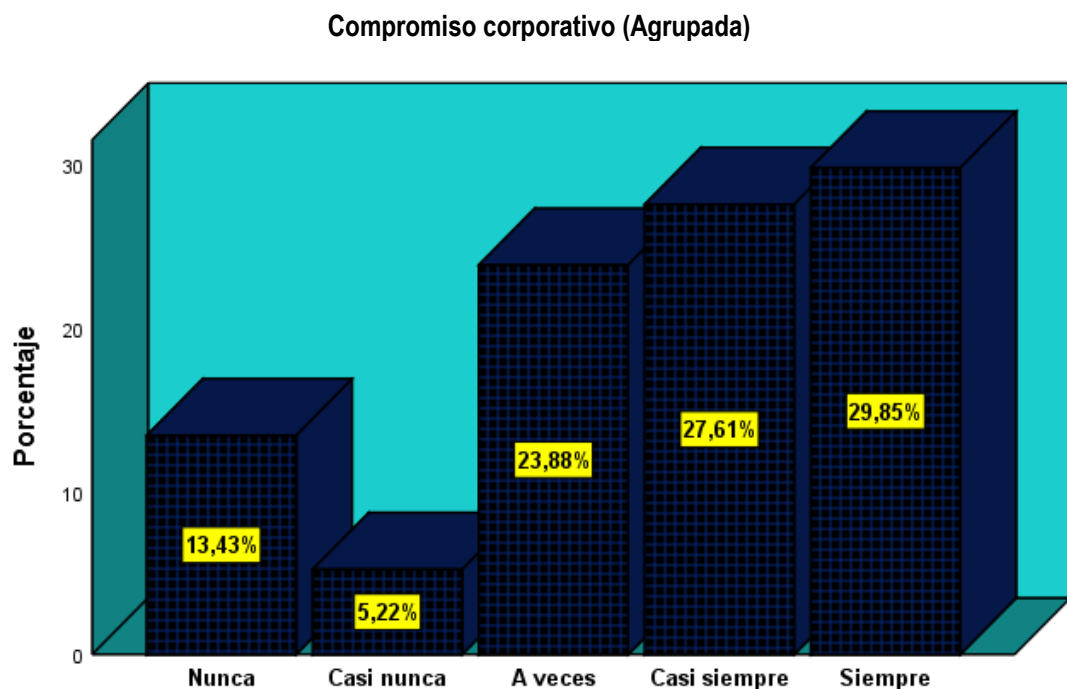
Compromiso corporativo

Compromiso corporativo (Agrupada)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	18	13,4	13,4	13,4
	Casi nunca	7	5,2	5,2	18,7
	A veces	32	23,9	23,9	42,5
	Casi siempre	37	27,6	27,6	70,1
	Siempre	40	29,9	29,9	100,0
Total		134	100,0	100,0	

Nota. Autoría propia. Procesamiento de datos en el SPSS V25.

Figura 10

Compromiso corporativo



Nota. Autoría propia. Procesamiento de datos en el SPSS V25.

En la tabla 15 y figura 10, se observan las respuestas de los 134 trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, en el mismo que 29,85%, 27,61% y 23,88% que representa a 40, 37 y 32 personas respectivamente, indican que siempre, casi siempre y a veces, se manifiesta el compromiso corporativo en los trabajadores, lo que se traduce en la existencia de vigor, dedicación y absorción respecto a su trabajo.

Tabla 16

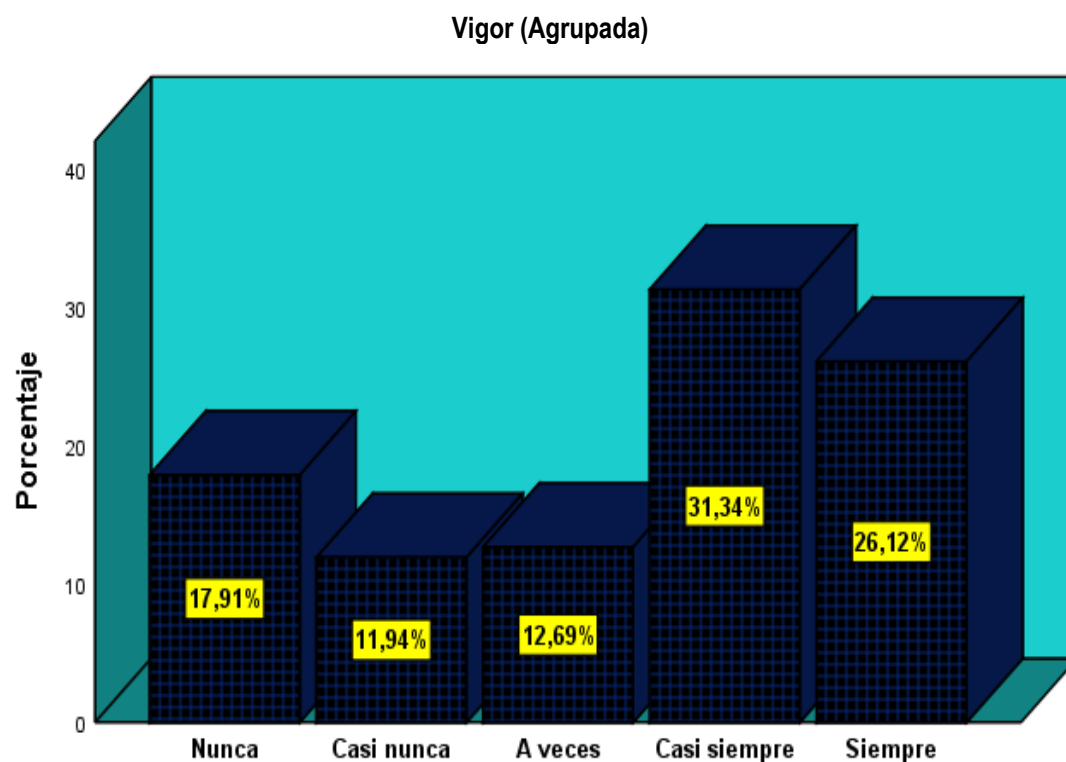
Dimensión vigor

		Vigor (Agrupada)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	24	17,9	17,9	17,9
	Casi nunca	16	11,9	11,9	29,9
	A veces	17	12,7	12,7	42,5
	Casi siempre	42	31,3	31,3	73,9
	Siempre	35	26,1	26,1	100,0
Total		134	100,0	100,0	

Nota. Autoría propia. Procesamiento de datos en el SPSS V25.

Figura 11

Dimensión vigor



Nota. Autoría propia. Procesamiento de datos en el SPSS V25.

En contraste con la tabla 16 y figura 11, de los 134 trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, el 31,34% y 26,12%, que representan a 42 y 35 personas respectivamente, indican que casi siempre y siempre se percibe el vigor por parte de los trabajadores, lo que significa que, el trabajo que realizan en el día a día le llenan de energía.

Tabla 17

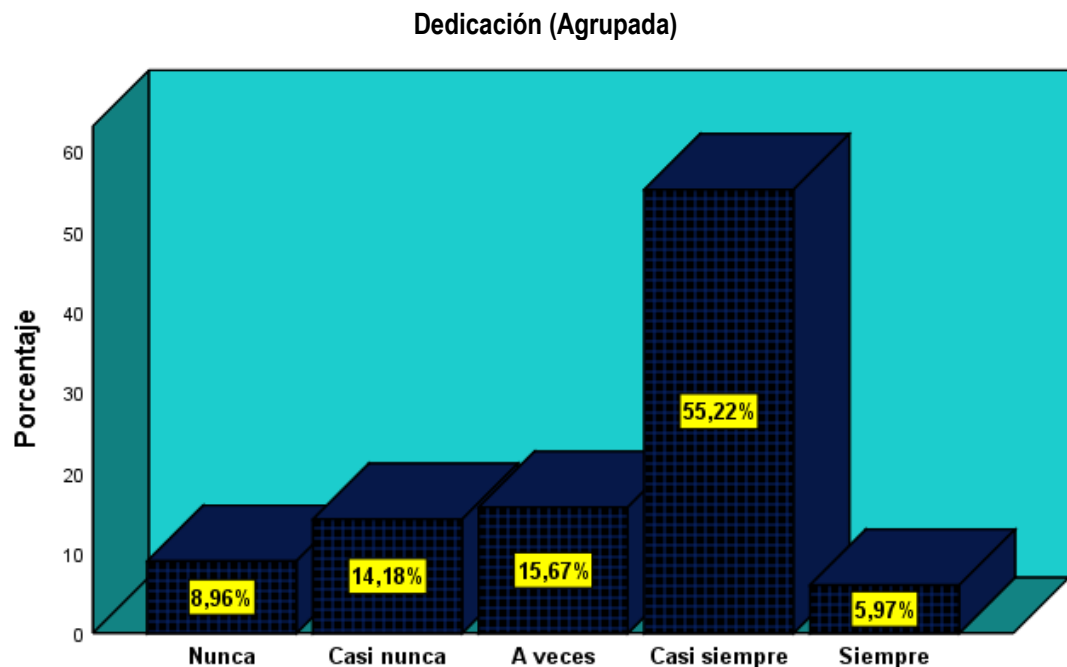
Dimensión dedicación

		Dedicación (Agrupada)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	12	9,0	9,0	9,0
	Casi nunca	19	14,2	14,2	23,1
	A veces	21	15,7	15,7	38,8
	Casi siempre	74	55,2	55,2	94,0
	Siempre	8	6,0	6,0	100,0
	Total	134	100,0	100,0	

Nota. Autoría propia. Procesamiento de datos en el SPSS V25.

Figura 12

Dimensión dedicación



Nota. Autoría propia. Procesamiento de datos en el SPSS V25.

En la tabla 17 y figura 12, de 134 trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, el 55,22%, 15,67% y 14,18% que

representa a 74, 21 y 19 personas respectivamente, consideran casi siempre, a veces y casi nunca se percibe la dedicación por parte de los trabajadores de la universidad, lo cual indica que los trabajadores realizan una labor llena de propósitos, inspiración y entusiasmo con su trabajo.

Tabla 18

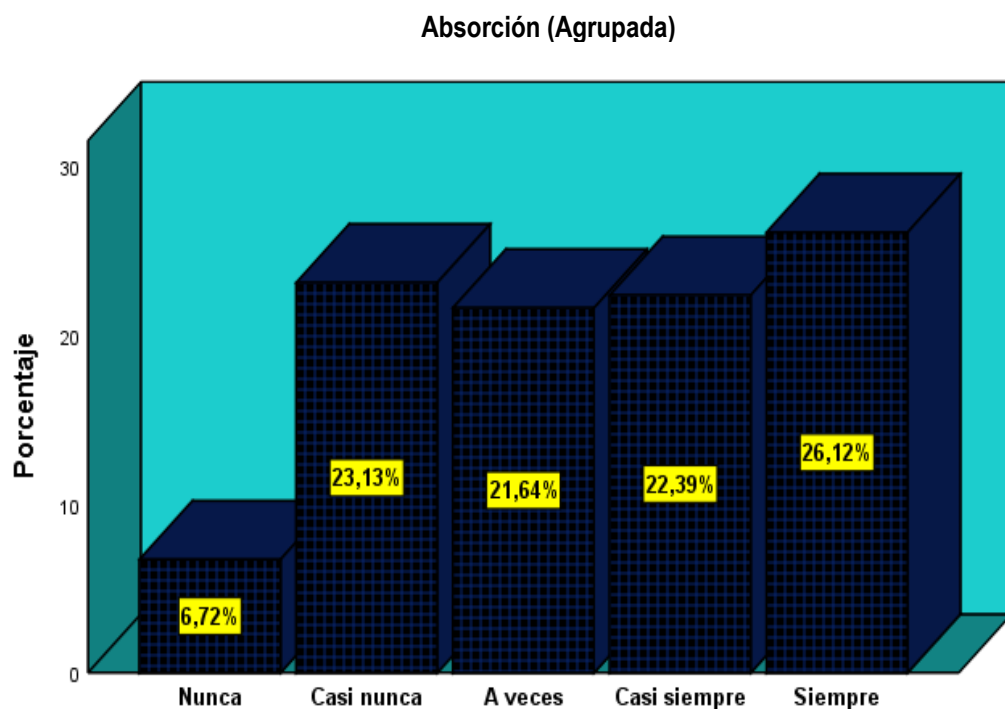
Dimensión absorción

Absorción (Agrupada)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	9	6,7	6,7	6,7
	Casi nunca	31	23,1	23,1	29,9
	A veces	29	21,6	21,6	51,5
	Casi siempre	30	22,4	22,4	73,9
	Siempre	35	26,1	26,1	100,0
Total		134	100,0	100,0	

Nota. Autoría propia. Procesamiento de datos en el SPSS V25.

Figura 13

Dimensión absorción



Nota. Autoría propia. Procesamiento de datos en el SPSS V25.

En referencia a la tabla 18 y figura 13, de los 134 trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, 26,12%, 22,39% y 21,64%, que representan a 35, 31 y 30 personas respectivamente, mencionaron

que siempre, casi siempre y a veces, se muestra la absorción del trabajo, lo que indica que el trabajador desarrolla sus funciones lleno de concentración en su trabajo lo que le produce orgullo y retos.

4.2. Contrastación estadística de hipótesis

Prueba de normalidad

Cuando el valor de p es inferior a 0,05 en este análisis, se descarta la hipótesis nula en favor de la hipótesis alternativa. Esto sugiere que tanto la variable principal como sus dimensiones no se ajustan a una distribución normal, es decir, presentan una distribución asimétrica. Como resultado, se hace necesario emplear pruebas no paramétricas.

a) Hipótesis respecto a la normalidad

H_0 : Los datos siguen una distribución normal.

H_1 : Los datos no siguen una distribución normal.

b) Nivel de significancia

NC = 0,95 y $\alpha = 0,05$ (Margen de error)

c) Prueba de normalidad

Si $n > 50$ se aplica Kolmogorov – Smirnov y Si $n \leq 50$ se aplica Shapiro - Wilk

d) Estadístico de prueba

Si p-valor < 0.05 se rechaza la H_0 y Si p-valor ≥ 0.05 se acepta la H_0 y se rechaza la H_1 , regla de decisión aplicable en las pruebas de hipótesis general y específicas.

Tabla 19

Prueba de normalidad

	Prueba de normalidad		
	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Comunicación organizacional	,161	134	,001
Compromiso corporativo	,378	134	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Nota. Frecuencia de datos respecto a la prueba de normalidad.

Según lo indicado en la Tabla 19, el p-valor o nivel de significancia es de 0,001, lo cual es inferior a 0,05. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se

acepta la hipótesis alternativa, que establece que los datos no siguen una distribución normal. En consecuencia, se procederá a aplicar pruebas no paramétricas, específicamente la correlación de Spearman.

Contrastación de la hipótesis general

H₀: La comunicación organizacional no se relaciona significativamente con el compromiso corporativo en los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas, 2023.

H₁: La comunicación organizacional se relaciona significativamente con el compromiso corporativo en los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas, 2023.

Tabla 20

Correlación entre comunicación organizacional y compromiso corporativo

Correlaciones				
			Comunicación organizacional (Agrupada)	Compromiso corporativo (Agrupada)
Rho de Spearman	Comunicación organizacional (Agrupada)	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 . 134	,549** 134
	Compromiso corporativo (Agrupada)	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,549** 134	1,000 134

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

Nota. Autoría propia. Procesamiento de datos en el SPSS V25.

En la Tabla 20, los resultados indican que el nivel de significancia bilateral fue de 0,000, lo que es inferior a 0,05. Asimismo, el coeficiente rho de Spearman obtuvo un valor de 0,549, lo que señala una correlación positiva moderada entre la comunicación organizacional y el compromiso corporativo.

A partir de estos hallazgos, se puede concluir que existe suficiente evidencia estadística para aceptar la hipótesis alternativa, que respalda la relación entre la comunicación organizacional y el compromiso corporativo de los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas, en 2023. En síntesis, se puede aludir que las dos variables se encuentran relacionadas significativamente, así que, si la comunicación es

efectiva ayudará a alinear las expectativas de los empleados con los valores corporativos y fomentará un mayor compromiso con el propósito de alcanzar los objetivos.

Contrastación de la primera hipótesis específica

H₀: No existe una relación positiva entre la comunicación organizacional y el vigor de los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas.

H₁: Existe una relación positiva entre la comunicación organizacional y el vigor en los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas.

Tabla 21

Correlación entre comunicación organizacional y vigor

		Correlaciones		
			Comunicación organizacional (Agrupada)	Vigor (Agrupada)
Rho de	Comunicación	Coeficiente de correlación	1,000	,517**
Spearman	organizacional	Sig. (bilateral)	.	,000
	(Agrupada)	N	134	134
	Vigor (Agrupada)	Coeficiente de correlación	,517**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	134	134

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

Nota. Autoría propia. Procesamiento de datos en el SPSS V25.

En la Tabla 21, los resultados muestran que el nivel de significancia bilateral fue de 0,000, lo que está por debajo del valor esperado ($p < 0,05$). Además, el coeficiente rho de Spearman alcanzó un valor de 0,517, lo que sugiere una correlación positiva moderada entre la comunicación organizacional y el vigor.

Con base en estos resultados, se puede concluir que existe suficiente evidencia estadística para respaldar la hipótesis alternativa, que afirma la relación entre la comunicación organizacional y el vigor de los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas. Por lo cual mientras exista una comunicación efectiva y los empleados comprendan lo que la institución espera de ellos y cómo su trabajo contribuye a los objetivos

organizacionales, ellos estarán más motivados y sentirán un mayor vigor en sus tareas.

Contrastación de la segunda hipótesis específica

H₀: No existe una relación positiva entre la comunicación organizacional y la dedicación de los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas.

H₁: Existe una relación positiva entre la comunicación organizacional y la dedicación de los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas.

Tabla 22

Correlación entre comunicación organizacional y dedicación

Correlaciones				
			Comunicación organizacional (Agrupada)	Dedicación (Agrupada)
Rho de Spearman	Comunicación organizacional (Agrupada)	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	1,000	,392**
	Dedicación (Agrupada)	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	,392**	1,000
		N	134	134

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

Nota. Autoría propia. Procesamiento de datos en el SPSS V25.

En la Tabla 22 se puede observar que el nivel de significancia bilateral fue de 0,000, lo que es inferior al valor esperado ($p < 0,05$). Además, el coeficiente rho de Spearman obtuvo un valor de 0,392, lo que sugiere una correlación positiva baja entre la comunicación organizacional y la dedicación.

De acuerdo con estos resultados, se puede concluir que existe suficiente evidencia estadística para aceptar la hipótesis alternativa, que respalda la relación entre la comunicación organizacional y la dedicación de los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas. Por tanto, si existe una comunicación organizacional efectiva se manifestará la dedicación de los empleados al proporcionar claridad y contribuir al éxito de la institución.

Contrastación de la tercera hipótesis específica

H₀: No existe una relación positiva entre la comunicación organizacional y la absorción en los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas.

H₁: Existe una relación positiva entre la comunicación organizacional y la absorción en los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas.

Tabla 23

Correlación entre comunicación organizacional y absorción

		Correlaciones		
			Comunicación organizacional (Agrupada)	Absorción (Agrupada)
Rho de Spearman	Comunicación organizacional (Agrupada)	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	1,000	,682**
		N	134	134
	Absorción (Agrupada)	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	,682**	1,000
		N	134	134

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

Nota. Autoría propia. Procesamiento de datos en el SPSS V25.

De acuerdo con la información presentada en la Tabla 23, los resultados muestran que el nivel de significancia bilateral fue de 0,000, lo que es inferior al valor esperado ($p < 0,05$). Además, el coeficiente rho de Spearman obtuvo un valor de 0,682, lo que indica una correlación positiva moderada entre la comunicación organizacional y la absorción.

En consecuencia, se puede concluir que existe suficiente evidencia estadística para aceptar la hipótesis alternativa, la cual respalda la relación entre la comunicación organizacional y la absorción en los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas. Eso significa que, si existe una comunicación organizacional efectiva, facilitará la absorción de los empleados, los mismos que estarán dispuestos a sumergirse completamente en sus tareas y proyectos, alcanzando un estado de absorción óptimo en el trabajo.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

Según los resultados obtenidos luego del procesamiento de datos de la investigación denominada: Comunicación organizacional y su relación con el compromiso corporativo en los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas, 2023, se analizan a continuación, en relación con la revisión bibliográfica, los objetivos establecidos y las hipótesis formuladas en el estudio:

Primero: En virtud al objetivo principal de la investigación: Establecer el grado de relación entre la comunicación organizacional y compromiso corporativo de los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas, 2023. Se procedió a realizar el análisis de la correlación entre las dos variables estudiadas, utilizando el estadístico rho de Spearman. El resultado obtenido fue un valor de 0,549 con un nivel de significancia bilateral de 0,000, el cual es inferior al umbral de significancia estándar ($p < 0,05$). Este resultado confirma la existencia de una correlación positiva moderada entre la comunicación organizacional y el compromiso corporativo.

Este resultado, concuerda con el estudio realizado por: Lara (2020) en su trabajo de investigación denominado: “La comunicación organizacional y su influencia en el compromiso organizacional en los servidores del área administrativa de la Universidad Tecnológica Indoamérica, extensión Quito”. En cuanto al resultado obtenido con el estadístico Chi-cuadrado (X^2), que arrojó un valor de 4,39 con un valor p de 0,711 en relación con los grados de libertad, se concluyó que la comunicación organizacional influye significativamente en el compromiso corporativo de los servidores administrativos. Esto indica que los diversos canales y tipos de comunicación organizacional desempeñan un papel significativo en el desarrollo de un compromiso emocional hacia la institución.

Asimismo, Góngora (2020), en su tesis titulada: “Comunicación interna y compromiso organizacional de los docentes del centro de educación básica alternativa República de Bolivia, Villa El Salvador, 2019”, demostró de acuerdo al objetivo general, el resultado del coeficiente de correlación de rho de Spearman de 0,576 y un nivel de significancia bilateral de 0,01. Se verificó la presencia de una correlación positiva moderada entre la comunicación interna y el compromiso organizacional de los docentes del Centro de Educación Básica Alternativa República de Bolivia, ubicado en Villa El Salvador, en el año 2019.

Al comparar los resultados obtenidos con la base teórica, se observa que los hallazgos confirman lo señalado por Cuervo (2009), quien destaca que “la comunicación,

como un sistema integrado, es hoy una variable fundamental del complejo y multifacético entretejido organizacional que sostiene el proyecto estratégico de las empresas” (p. 61). Esta afirmación se ve respaldada por los resultados de la investigación, que evidencian cómo una comunicación eficaz dentro de la organización favorece la alineación con los objetivos estratégicos.

De manera similar, los resultados coinciden con la definición de compromiso corporativo propuesta por Amorós (2007), quien lo describe como “el grado de identificación del empleado con una organización específica y sus metas, además de su deseo de permanecer en ella como integrante” (p. 73). En este sentido, los datos obtenidos muestran que un mayor compromiso de los empleados se asocia con una fuerte identificación con los valores y objetivos de la organización, lo que refuerza la idea planteada por Amorós sobre la importancia del compromiso en la retención y productividad de los empleados.

Segundo: De acuerdo con el primer objetivo específico 1, que consistió en determinar el grado de relación entre la comunicación organizacional y el vigor en los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas, los resultados obtenidos muestran que el valor de significancia bilateral fue de 0,000, lo cual es inferior al umbral de 0,05, como se esperaba ($p < 0,05$). Asimismo, el coeficiente rho de Spearman obtuvo un valor de 0,517, lo que indica una correlación positiva moderada. Estos resultados proporcionan suficiente evidencia estadística para respaldar la hipótesis alternativa que postula una relación entre la variable comunicación organizacional y la dimensión vigor.

Por otro lado, Giraldo & Pico (2012) menciona que el vigor: “Es un sinónimo de la fuerza, se caracteriza por altos niveles de energía mientras se trabaja, este puede ser entendido como la capacidad para no cansarse con facilidad y enfrentar con persistencia las dificultades” (p. 123).

Tercero: Respecto al objetivo específico 2, que consistió en determinar el grado de relación entre la comunicación organizacional y la dedicación en los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas. De acuerdo con los resultados obtenidos, el nivel de significancia bilateral fue de 0,000, lo que es inferior al umbral esperado ($p < 0,05$). Además, el coeficiente rho de Spearman presentó un valor de 0,392, lo cual indica una correlación positiva baja entre la comunicación organizacional y la dedicación. En consecuencia, se cuenta con suficiente evidencia estadística para aceptar la hipótesis alternativa y rechazar la hipótesis nula.

En tanto, Giraldo & Pico (2012) sobre la dedicación, nos dicen que: “Es tomada como la fuerte implicación del empleado en el trabajo, el entusiasmo, el motivo de orgullo e inspiración en la organización” (p. 123).

Cuarto: Respecto al tercer objetivo específico, que consistió en determinar la relación entre la comunicación organizacional y la absorción en los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas, los resultados revelaron que el nivel de significancia bilateral fue de 0,000, lo cual es inferior al umbral esperado ($p < 0,05$). Además, el coeficiente rho de Spearman presentó un valor de 0,682, lo que indica una correlación positiva moderada entre ambas variables.

Al realizar la revisión de la literatura, Publicaciones Vértice S.L. (2008), menciona que la comunicación interna es aquella comunicación que esta orientado al público interno que es el conjunto de individuos que conforman una organización y se desarrolla con el fin de permitir el alineamiento de los esfuerzos de todos sus integrantes para alcanzar los objetivos organizacionales que contribuyan a generar beneficios mutuos, a su vez Giraldo & Pico (2012) con respecto a la absorción, menciona: “Que se entiende como el agrado de estar en el trabajo, la complacencia por encontrarse inmerso en el mismo y el sentimiento que experimenta la persona de que el tiempo pasa rápidamente y siente que no puede desprenderse de la organización” (p. 124).

CONCLUSIONES

1. En relación al objetivo principal planteado, se encontró que existe una correlación positiva moderada entre las variables comunicación organizacional y compromiso corporativo en los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas, 2023, dado que el coeficiente rho de Spearman arrojó un resultado de 0,549**, así mismo, se obtuvo un nivel de significancia (bilateral) de 0,000, menor a lo esperado (p valor $<0,05$). Estos resultados demuestran que existe una correlación positiva moderada entre ambas variables de estudios, a su vez, se puede indicar que ambas variables se encuentran asociadas, así que, si la comunicación organizacional mejora o aumenta lo mismo ocurre con el compromiso corporativo.
2. Respecto al primer objetivo específico, los resultados demostraron la existencia de una correlación positiva moderada entre la comunicación organizacional y el vigor en los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas. Esta afirmación, debido a que el resultado del coeficiente rho de Spearman fue de 0,517**, y el nivel de significancia (bilateral) fue de 0,000, la cual fue menor que lo esperado ($p < 0,05$), indican que la variable comunicación organizacional y la dimensión vigor se encuentran relacionadas moderadamente. Por lo cual mientras exista una comunicación efectiva y los empleados comprendan lo que la institución espera de ellos y cómo su trabajo contribuye a los objetivos organizacionales, ellos estarán más motivados y sentirán un mayor vigor en sus tareas.
3. De acuerdo al segundo objetivo específico y dando interpretación de los resultados en donde el nivel de significancia (bilateral) fue de 0,000, menor a lo esperado ($p < 0,05$), a su vez, el coeficiente rho de Spearman, resultó en 0,392** la cual significa que existe una correlación positiva baja entre la comunicación organizacional y la dedicación de los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas; por ello, se puede manifestar que la variable comunicación organizacional y la dimensión dedicación se encuentran relacionadas positivamente baja. Esto indica que si existe una comunicación organizacional efectiva no necesariamente habrá mayor dedicación de los empleados.
4. Con relación al tercer objetivo específico y los resultados obtenidos, el valor del nivel de significancia (bilateral) fue de 0,000, lo cual es inferior a lo esperado ($p < 0,05$), a su vez, el resultado del coeficiente rho de Spearman resultó en 0,682** lo que significa que existe correlación positiva moderada entre comunicación organizacional y la absorción

en los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas. Por ende, es preciso señalar que la variable comunicación organizacional y la absorción se encuentran relacionadas moderadamente. Eso significa que, si existe una comunicación organizacional que implique identidad, cultura y política, contribuirá a un estado de absorción óptimo en el trabajo.

RECOMENDACIONES

1. Respecto a la primera conclusión, al Director General de Administración y al Jefe de la Oficina de Recursos Humanos y de la Universidad Nacional José María Arguedas, enfatizar la comunicación organizacional a través de los canales más efectivos con el fin de integrar, comprometer, conectar, alinear y mantener informado respecto a los objetivos, logros, funciones y cambios a cada uno de los colaboradores. Asimismo, promover el compromiso corporativo ofreciendo oportunidades de capacitación para su desarrollo profesional y programas de bienestar con la intención de generar un equilibrio entre el trabajo y su vida personal que sea sumamente atractivo para una óptima permanencia del colaborador. Al respecto se realiza la propuesta de un plan para el fortalecimiento de la comunicación organizacional y el compromiso corporativo en la Universidad Nacional José María Arguedas, el mismo que en anexo forma parte de la investigación.
2. En cuanto a la segunda conclusión, al Director General de Administración y al Jefe de la Oficina de Recursos Humanos de la Universidad Nacional José María Arguedas, promover una cultura de compromiso con el trabajador valorando la comunicación abierta y positiva para el fortalecimiento del vínculo donde se valore al trabajador a través de las celebraciones de los logros, fomentando de esa manera el reconocimiento entre los miembros de la institución, así asegurar que los mismos sientan un ambiente que fomente la entrega, dedicación y compromiso con el trabajo. Como resultado, los colaboradores entenderán que la organización los valora y respeta, lo que incrementará sus niveles de vigor y compromiso hacia su trabajo.
3. En lo que concierne a la tercera conclusión, al Director General de Administración y al Jefe de la Oficina de Recursos Humanos de la Universidad Nacional José María Arguedas, deben enfatizar una cultura de identidad que logre incorporar al trabajador respetando sus valores y creencias, de esa manera, desarrollar su sentido de pertenencia hacia la institución. Esto se puede lograr mediante el fomento del respeto y la tolerancia, solución rápida y eficaz de conflictos, formación de equipos de trabajo, etc. que motive al colaborador a realizar sus actividades. Esto contribuirá a incrementar los niveles de dedicación hacia sus labores diarias.
4. Finalmente, respecto a la cuarta conclusión, al Director General de Administración y al Jefe de la Oficina de Recursos Humanos de la Universidad Nacional José María

Arguedas, fortalecer las herramientas tecnológicas que faciliten una comunicación efectiva, como los intranets, algunas plataformas digitales de comunicación como el Whatsapp, con el fin de acrecentar la absorción por parte del trabajador, haciendo que los mismos incrementen sus capacidades de asimilar, entender y aplicar la información, los conocimientos y las habilidades que poseen en su trabajo.

REFERENCIAS

- Alhuay, M. E. (2019). Evaluación del compromiso organizacional en la Municipalidad Provincial de Andahuaylas, Apurímac, 2019. *Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración de Empresas*. Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas.
- Alzamora, L. (1 de Enero de 2018). *Tesis de Posgrado: Tipos de estudio*. Obtenido de Tesisdeposgradoperu.blogspot.com:
<http://tesisdepostgradoperu.blogspot.com/2013/01/tipo-de-estudio.html>
- Amorós, E. (2007). *Comportamiento organizacional*. Lambayeque: USAT Escuela de Economía.
- Andrade, H. (2005). *Comunicación organizacional interna: Proceso, disciplina y Técnica*. España: Netblino S.L.
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación*. Caracas: Episteme,C.A.
- Baez, R. A., Zayas, P. M., Velázquez, R., & Lao, Y. O. (2018). Modelo conceptual del compromiso organizacional en empresas cubanas. *Scielo*, 14 - 23. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rii/v40n1/1815-5936-rii-40-01-14.pdf>
- Barral, S. C. (2018). Comunicación interna y su relación con el compromiso organizacional del personal administrativo de una institución universitaria de Los Olivos, 2018. *Tesis para obtener el Título profesional de Licenciada en Administración de Empresas*. Universidad César Vallejo, Lima.
- Brandolini, A., Gonzáles, M., & Hopkins, N. (2009). *Comunicación interna: Claves para una gestión exitosa*. Buenos Aires: Editorial DIRCOM.
- Carrasco, S. (2017). *Metodología de la Investigación Científica*. Perú: San Marcos.
- Chiavenato, I., & Arao, S. (2010). *Planeacion estratégica. Fundamentos y aplicación* (segunda ed.). Mexico: Mc graw hill.
- Coll, F. (08 de Noviembre de 2020). *Compromiso organizacional*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/compromiso-organizacional.html>
- Córdova Baldeón, I. (2012). *El proyecto de investigación cuantitativa*. Lima: San Marcos E.I.R.L.

- Coronado, G., Valdivia, M., Aguilera, A., & Alvarado, A. (2020). Compromiso organizacional: Antecedentes y consecuencias. *Conciencia Tecnológica*(60). Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/944/94465715006/94465715006.pdf>
- Crabtree, S. (8 de Octubre de 2013). *En todo el mundo, el 13% de los empleados están comprometidos en el trabajo*. Obtenido de [gallup.com: https://news.gallup.com/poll/165269/worldwide-employees-engaged-work.aspx](https://news.gallup.com/poll/165269/worldwide-employees-engaged-work.aspx)
- Cuervo, M. (2009). El desafío de la comunicación interna en las organizaciones. *Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*(28), 61.
- De la Cruz, B. (2018). Factores en el comportamiento organizacional que vulneran la productividad en la administración local Agua Bajo Apurímac Pampas, Provincia de Andahuaylas, Apurímac, 2016-2018. *Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado de Administración de Empresas*. Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas.
- Díez, S. (2006). *Técnicas de comunicación: La comunicación en la Empresa*. España: Ideas Propias Editorial.
- G.Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación, Introducción a la metodología científica* (6ta.ed ed.). Caracas, Venezuela: Episteme, C.A.
- Galicia, F. A. (2001). El compromiso personal hacia la organización y la intención de permanencia: Algunos factores su incremento. *Revista de contaduría y Administración*, 5-12.
- Gallardo, J. (2012). *Administración estratégica. De la visión a la ejecución*. México: Primera.
- García, J. (1998). *La comunicación interna*. España: Ediciones Díaz de Santos S.A. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=KilceG_59dMC&oi=fnd&pg=PP11&dq=dimensiones+de+la+comunicaci%C3%B3n+interna&ots=TuMap60COZ&sig=oDeCmrKRRZZEYRbtacZUMzO4yjM#v=onepage&q=dimensiones%20de%20la%20comunicaci%C3%B3n%20interna&f=false
- Gestión. (21 de Noviembre de 2015). El 87% de empresas considera que la falta de compromiso laboral es su principal problema. *Gestión.pe*. Obtenido de <https://gestion.pe/tendencias/management-empleo/87-empresas-considera-falta-compromiso-laboral-principal-problema-105592-noticia/?ref=gesr>

- Góngora, N. (2020). Comunicación interna y compromiso organizacional de los docentes del centro de educación básica alternativa República de Bolivia, Villa el Salvador, 2019. *Tesis para obtener el grado académico de Maestra en Administración de la Educación*. Universidad César Vallejo, Lima.
- Hernández, B., Ruiz, A. M., Ramírez, V., Sandoval, T., Sendy, J., & Méndez, L. C. (2018). Motivos y factores que intervienen en el compromiso organizacional. *Scielo*, 8(16). doi:<https://doi.org/10.23913/ride.v8i16.370>
- Hernández, R., Zapata, E., & Mendoza, P. (2013). *Metodología de la investigación* (6 ed.). Mexico: Mc Graw Hill.
- Hernández, S., Fernández, C., & Baptista, L. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ta.ed ed.). México: Mc Graw Hill.
- Herreras, E. B. (2005). SPSS: Un instrumento de análisis cuantitativos. *Revista de Informática Educativa y Medios Audiovisuales*, 2(4), 62-69.
- Hurtado, M. (2017). Bases conceptuales del compromiso organizacional. Una visión de implicación, según Meyer y Allen, y su medición en dos empresas del sector retail de Piura. *Tesis para optar el Título de Licenciado de Administración de Empresas*. Universidad de Piura, Piura, Perú.
- Landeau, R. (2007). *Elaboración de trabajos investigación*. Venezuela: Editorial Alfa. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=M_N1CzTB2D4C&pg=PA54&dq=tipos+de+investigaci%C3%B3n+seg%C3%BAn+su+naturaleza&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjP-tyeh4LzAhX7GLkGHaaRD4EQ6AF6BAgGEAl#v=onepage&q=tipos%20de%20investigaci%C3%B3n%20seg%C3%BAn%20su%20naturaleza&f=false
- Lara, R. E. (2019). Comunicación organizacional y su influencia en el compromiso organizacional en los servidores del área administrativa de la Universidad Tecnológica Indoamérica, extensión Quito. *Trabajo previo a la obtención del título de Psicóloga General*. Universidad Tecnológica Indoamérica, Ambato.
- López, H. P. (2016). Relación entre la satisfacción con la comunicación interna y el compromiso organizacional en un Instituto de Educación Superior de la Ciudad de Guayaquil. *Trabajo de investigación formativa previo a la obtención del título de Ingeniero en Gestión de Recursos Humanos*. Universidad Casa Grande, Guayaquil.

- López, L. N. (2015). La comunicación organizacional como ventaja competitiva en la Municipalidad provincial de Andahuaylas, 2014. *Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración de Empresas*. Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas.
- Martínez, I. (2015). *UF2121: Programación del trabajo de campo de la investigación* (Quinta ed.). España: Editorial Elearning S.L.
- Mondragón, M. A. (Diciembre de 2014). Uso de la correlación de Spearman en un estudio de intervención en fisioterapia. *Movimiento Científico*, 8(1), 98-104.
- Oviedo, H. C., & Campos, A. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, XXXIV(4).
- Publicaciones Vértice S.L. (2008). *Comunicación interna*. España: Editorial Vértice.
- Ramírez, G. K., & Zuta, S. R. (2020). Comunicación interna y su relación con el compromiso organizacional de los colaboradores en la Municipalidad Provincial de Bellavista, 2019. *Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración*. Universidad César Vallejo, Tarapoto.
- Reyero, D. (Diciembre de 2015). *Compromiso laboral: la nueva ventaja competitiva*. Obtenido de Davidreyero.com: <https://davidreyero.com/mis-temas/compromiso-laboral-distintivo-de-las-mejores-organizaciones/>
- Reyes, J. (2012). Las cuatro dimensiones de la comunicación interna. *Dialnet*, 127-138. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5263487>
- Rodríguez, A., Díaz, F., Fuertes, F., Martín, M. A., Montalbán, M., Sánchez, E., & Zarco, M. (2014). *Psicología de las organizaciones*. Barcelona: Editorial UOC.
- Rojas, P. (2011). La comunicación interna: Una herramienta para generar pertenencia y aumentar la productividad en las organizaciones. *Revista Internacional de Administración*, 101-128.
- Sánchez, F. A. (2019). Fundamentos Epistémicos de la investigación cuantitativa: Consensos y disensos. *Revista Digital de Investigación*, 102-122. doi:: <https://doi.org/10.19083/ridu.2019.644>
- Sisniegas, R. S. (2020). Relación entre comunicación organizacional interna y el compromiso organizacional, 2010 - 2019: Una revisión sistemática. *Trabajo para*

optar el grado de Bachiller en Administración. Universidad Privada del Norte, Cajamarca.

Torres, L., & Díaz, J. (2012). Compromiso organizacional: Actitud laboral asertiva para la competitividad de las organizaciones. *Dialnet*, 80 - 101.

Ungoti. (06 de Febrero de 2020). *¿Por qué es importante el compromiso de los empleados?* Obtenido de ungoti.com: <https://ungoti.com/es/blog/por-que-importante-compromiso-de-los-empleados/>

Universidad Nacional de La Plata. (Marzo de 2020). *El rol del comunicador.* Obtenido de unlp.edu.ar: <https://perio.unlp.edu.ar/catedras/tpm/wp-content/uploads/sites/23/2020/03/El-rol-del-comunicador.pdf>

Vara, H. A. (2012). *Desde la idea hasta la sustentación: Siete pasos para una tesis exitosa.* Perú: Universidad de San Martín de Porres.

Vasco, M. M. (2020). La comunicación organizacional y su influencia en el compromiso organizacional de los empleados del distrito de salud SALCEDO 05D06 SALCEDO. *Trabajo de investigación previo a la obtención del Título de Psicólogo General.* Universidad Tecnológica Indoamérica, Ambato.

ANEXOS

Anexo 01: Matriz de consistencia de la investigación

Título: Comunicación organizacional y su relación con el compromiso corporativo en los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas 2023.

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES Y DIMENSIONES
<p>PROBLEMA GENERAL:</p> <p>¿Cuál es el grado de relación que existe entre la comunicación organizacional y el compromiso corporativo en los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas, 2023?</p> <p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS:</p> <p>a. ¿Cuál es el grado de relación que existe entre la comunicación organizacional y el vigor en los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas?</p> <p>b. ¿Cuál es el grado de relación que existe entre la comunicación organizacional y la dedicación en los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas?</p> <p>c. ¿Cuál es el grado de relación que existe entre la comunicación organizacional y la absorción en los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL:</p> <p>Establecer el grado de relación entre la comunicación organizacional y el compromiso corporativo en los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas, 2023.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS:</p> <p>a. Determinar el grado de relación que existe entre la comunicación organizacional y el vigor en los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas.</p> <p>b. Determinar el grado de relación que existe entre la comunicación organizacional y la dedicación en los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas.</p> <p>c. Determinar el grado de relación que existe entre la comunicación</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL:</p> <p>La comunicación organizacional se relaciona significativamente con el compromiso corporativo en los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas, 2023.</p> <p>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS:</p> <p>a. Existe un grado de relación positiva entre la comunicación organizacional y el vigor en los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas.</p> <p>b. Existe un grado de relación positiva entre la comunicación organizacional y la dedicación en los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas.</p> <p>c. Existe un grado de relación positiva entre la comunicación organizacional y la absorción en los trabajadores administrativos de la Universidad</p>	<p>VARIABLE 1:</p> <p>Comunicación organizacional</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vínculo • Efectividad • Identidad <p>VARIABLE 2:</p> <p>Compromiso corporativo</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vigor • Dedicación • Adsorción

	organizacional y la absorción en los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas.	Nacional José María Arguedas, Andahuaylas.	
MÉTODO Y DISEÑO	POBLACIÓN Y MUESTRA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	
ENFOQUE: Cuantitativo MÉTODO: Hipotético - deductivo DISEÑO: No experimental - transversal TIPO DE INVESTIGACIÓN: Correlacional NIVEL DE INVESTIGACIÓN: Descriptivo	POBLACIÓN: 134 trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas MUESTRA: No probabilística La muestra comprenderá un total de 134 trabajadores.	TÉCNICAS: Encuesta	INSTRUMENTOS: Cuestionario TRATAMIENTO ESTADÍSTICO: SPSS V25.

Anexo 02: Matriz de operacionalización de variables

Título: Comunicación organizacional y su relación con el compromiso corporativo en los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas 2023.

VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
Variable 1: Comunicación organizacional	La comunicación organizacional interna es aquella que se establece con los miembros internos de la organización a fin de integrar, comprometer, conectar, alinear, conectar e implicar a los colaboradores a fin de que estos valoren lo que la organización hace por ellos y estos a su vez dirijan sus esfuerzos hacia el logro de los objetivos organizacionales y consecutivamente a su competitividad (Reyes, 2012).	Constituye un tipo de comunicación organizacional la cual está dirigida al público interno de la organización para direccionar los esfuerzos de sus colaboradores hacia el buen desempeño laboral que contribuya al logro de los objetivos y consecutivamente a la creación y consolidación de una identidad organizacional de sus colaboradores.	Vínculo	<ul style="list-style-type: none"> - Reciprocidad - Reconocimiento - Mutuo conocimiento - Calidad de vida
			Efectividad	<ul style="list-style-type: none"> - Visión - Estrategias/objetivos - Desempeño/logro - Administración
			Identidad	<ul style="list-style-type: none"> - Cultura - Marketing interno - Políticas de trabajo - Metas y objetivos
Variable 2: Compromiso corporativo	El compromiso corporativo es un estado mental positivo, satisfactorio y relacionado al trabajo, caracterizado por vigor, dedicación y absorción (Shauffelli & Bakker, 2003).	Se refiere al nivel de conexión y compromiso emocional que los empleados desarrollan con una organización en particular, incluyendo su misión, visión, valores y cultura, así como el profundo deseo de continuar formando parte de la misma.	Vigor	<ul style="list-style-type: none"> - Energía - Resistencia mental - Persistencia
			Dedicación	<ul style="list-style-type: none"> - Significado del trabajo - Entusiasmo
			Absorción	<ul style="list-style-type: none"> - Felicidad - Orgullo

Anexo 03: Matriz de instrumento de recojo de datos

Título: Comunicación organizacional y su relación con el compromiso corporativo en los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas 2023.

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	PESO %	N° DE ÍTEMS	PREGUNTAS	ESCALA VALORATIVA
Comunicación organizacional	Vínculo	- Reciprocidad	16%	4	1. La institución demuestra el interés en profundizar el vínculo afectivo de los colaboradores hacia la institución.	Nunca (1) Casi nunca (2) A veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5)
		- Reconocimiento			2. La institución reconoce la contribución que realizan sus trabajadores en beneficio de los logros institucionales.	
		- Mutuo conocimiento			3. La institución procura en satisfacer de manera oportuna las necesidades de información de los colaboradores para el óptimo desarrollo de sus funciones.	
		- Calidad de vida			4. La institución demuestra interés en mejorar la calidad de vida de sus colaboradores para fortalecer sus vínculos.	
	Efectividad	- Visión	16%	4	5. La institución procura informar la misión de manera constante a los colaboradores a fin de comprometerlos con el logro de los objetivos organizacionales.	
		- Estrategias			6. La institución brinda información acerca de las estrategias de la organización a fin de direccionar los esfuerzos al logro de los objetivos organizacionales.	
		- Desempeño			7. La institución brinda información acerca del desempeño de sus colaboradores a fin de mejorarlos.	
		- Administración			8. La institución se preocupa por la administración efectiva de la comunicación interna para contribuir al logro de los objetivos.	
	Identidad	- Cultura	16%	4	9. Comparto y me identifico con la cultura institucional.	
		- Marketing interno			10. La institución utiliza el marketing interno para fortalecer la identidad institucional de sus colaboradores.	
		- Políticas de trabajo			11. La institución comunica constantemente las políticas de trabajo a fin de vincular y relacionar a sus colaboradores con el cumplimiento de los objetivos institucionales.	
		- Metas y objetivos			12. La institución informa las metas y objetivos a fin de que los colaboradores se identifiquen con estas y direccionen sus esfuerzos a su cumplimiento.	
Compromiso corporativo	Vigor	- Energía	24%	6	13. Las actividades que realiza en su trabajo le llenan de energía	

		- Resistencia mental			14. Las actividades que realiza en su trabajo lo hacen sentir fuerte y vigoroso	
		- Persistencia			15. Al ir al trabajo lo hace con optimismo	
	Dedicación	- Significado del trabajo	12%	3	16. Continúa trabajando durante largos periodos de tiempo	
		- Entusiasmo			17. Es persistente en su trabajo	
	Absorción	- Felicidad	16%	4	18. Ante situaciones adversas persiste realizando su trabajo	
		- Orgullo			19. Su trabajo está lleno de significado y propósito	
				20. Está entusiasmado con su trabajo		
				21. Su trabajo es inspirador		
				22. Es feliz cuando está concentrado en su trabajo		
				23. Está inmerso en su trabajo		
				24. Su trabajo le produce orgullo		
				25. Tiene un trabajo retador		

Anexo 04: Instrumento de recojo de datos

UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ MARÍA ARGUEDAS



FACULTAD CIENCIAS DE LA EMPRESA



ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CUESTIONARIO

ESTIMADO COLABORADOR (A):

El presente cuestionario es parte de una investigación denominada “Comunicación organizacional y su relación con el compromiso corporativo en los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas 2023”. Así mismo, se le agradece anticipadamente por su colaboración y recuerde que no existe respuestas correctas, ya que se basan en su opinión producto de su experiencia en su trabajo.

A continuación, responda las alternativas de respuesta según corresponda marcando cada alternativa de respuesta con una x según su opinión.

I. DATOS GENERALES

1.1. Género

- a) Femenino () b) Masculino ()

1.2. Edad

- a) Menos de 25 años. ()
b) De 25 a 35 años. ()
c) De 36 a 45 años. ()
d) De 46 años a más. ()

1.3. Antigüedad en el trabajo

- a) Menos de 2 años. ()
b) De 2 a 4 años. ()
c) Mas de 4 años. ()

Lea atentamente las siguientes preguntas y conteste de manera objetiva las preguntas indicadas, marcando con una X en el recuadro, según Ud. crea conveniente, teniendo en cuenta los siguientes indicadores:

	1	2	3	4	5
	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
N°	ÍTEMS				Escala

		Valorativa				
		1	2	3	4	5
VARIABLE 1: Comunicación organizacional						
Dimensión: Vínculo						
01	La institución demuestra el interés en profundizar el vínculo afectivo de los colaboradores hacia la institución.					
02	La institución reconoce la contribución que realizan sus trabajadores en beneficio de los logros institucionales.					
03	La institución procura en satisfacer de manera oportuna las necesidades de información de los colaboradores para crear un vínculo para el óptimo desarrollo de sus funciones.					
04	La institución demuestra compromiso para atraer, desarrollar y retener a profesionales competentes en alineación con los objetivos institucionales.					
Dimensión: Efectividad						
05	La institución procura informar la misión de manera constante a los colaboradores a fin de comprometerlos con el logro de los objetivos organizacionales.					
06	La institución brinda información acerca de las estrategias de la organización a fin de direccionar los esfuerzos al logro de los objetivos organizacionales.					
07	La institución brinda información acerca del desempeño de sus colaboradores a fin de mejorarlos.					
08	La institución se preocupa por la administración efectiva de la comunicación interna para contribuir al logro de los objetivos.					
Dimensión: Identidad						
09	Comparto y me identifico con la cultura institucional.					
10	La institución utiliza el marketing interno para fortalecer la identidad institucional de sus colaboradores.					
11	La institución comunica constantemente las políticas de trabajo a fin de vincular y relacionar a sus colaboradores con el cumplimiento de los objetivos institucionales.					
12	La institución informa las metas y objetivos a fin de que los colaboradores se identifiquen con estas y direccionen sus esfuerzos a su cumplimiento.					
VARIABLE II: Compromiso corporativo						
Dimensión: Vigor						
13	Las actividades que realiza en su trabajo le llenan de energía					
14	Las actividades que realiza en su trabajo lo hacen sentir fuerte y vigoroso					
15	Al ir al trabajo lo hace con optimismo					
16	Continúa trabajando durante largos periodos de tiempo					
17	Es persistente en su trabajo					
18	Ante situaciones adversas persiste realizando su trabajo					
Dimensión: Dedicación						
19	Su trabajo está lleno de significado y propósito					
20	Está entusiasmado con su trabajo					
21	Su trabajo es inspirador					
Dimensión: Absorción						
22	Es feliz cuando está concentrado en su trabajo					
23	Está inmerso en su trabajo					
24	Su trabajo le produce orgullo					
25	Tiene un trabajo retador					

Muchas gracias por su colaboración

Anexo 05: Ficha de validación por criterio de jueces o experto

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO

I. GENERALIDADES:

Nombres y Apellidos: Sandy Guillén Cuba

Grado Académico: Magíster

Fecha: **12-10-2023**

II. OBSERVACIONES:

FORMA:

Adecuado.

ESTRUCTURA: (Referido a la coherencia, dimensión, indicadores e ítems)

Adecuado

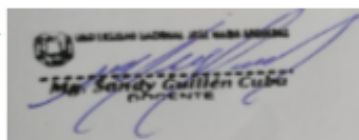
CONTENIDO: (Referido a la presentación de los reactivos, al grupo muestral)

Adecuado.

III. VALIDACIÓN:

Luego de evaluado el instrumento **Procede X** **No Procede** para su aplicación.

Procede para su aplicación



Sello y Firma del Evaluador
DNI: 46602276

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO

I. GENERALIDADES (Datos del Experto)

Nombres y Apellidos: Posa Nélida Ascue Ruiz

Grado Académico: Mag. en Gestión Pública

Fecha:/...../.....

II. OBSERVACIONES:

FORMA (Referido a cumplimiento de normas y reglas de redacción)

Mejore su redacción y los términos sean claros y precisos.

ESTRUCTURA (Referido a la coherencia, dimensión, indicadores e ítems)

Busque más autores para considerar los indicadores

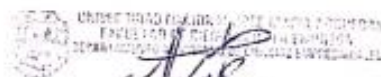
CONTENIDO (Referido a la presentación de los reactivos, al grupo muestral)

los reactivos presentados considere solo 1 tema no combine con otros

III. VALIDACIÓN:

Luego de observado el instrumento **Procede** **no Procede** para su aplicación

decente las observaciones



Mag. Nélida Ascue Ruiz

DNI: 44346273

Sello y Firma del Evaluador

DNI: 44346273

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO

I. GENERALIDADES:

Nombres y Apellidos:JUAN CIELO RAMIREZ CAJAMARCA.....

Grado Académico:DOCTOR.....

Fecha: . **12-10-2023**

II. OBSERVACIONES:

FORMA:

.....
.....

ESTRUCTURA: (Referido a la coherencia, dimensión, indicadores e ítems)

...mejorar las preguntas a fin de que concuerde con las escalas planteadas.....

...se sugiere equidad de preguntas en las dimensiones.....

.....

CONTENIDO: (Referido a la presentación de los reactivos, al grupo muestral)

...mejorar reactivos.....

.....

III. VALIDACIÓN:

Luego de evaluado el instrumento **Procede X** para su aplicación considerando las sugerencias.....



UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSE MARIA ARGUEDAS
Lic. Adm. Juan Cielo Ramírez Cajamarca
DOCENTE CPAE

.....
Sello y Firma del Evaluador
DNI: 09598927.....

Anexo 06: Evidencias del Informe de Practicas Pre Profesionales

INFORME DE PRACTICAS PRE PROFESIONALES EJECUTADO EN LA SEDE ADMINISTRATIVA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ MARÍA ARGUEDAS PERIODO 2019.



Distribución de materiales de almacén	Para poder entregar materiales de oficina desde almacén a las áreas usuarias, esto se puede dar a través de un cuaderno de cargo en caso de urgencia y posterior regularización con Pedido de bienes.
Entrega de vales de combustible	La Oficina de Almacén también es responsable de emitir vales de combustible para el respectivo funcionamiento de los vehículos de la institución. Este vale es sustentado por el usuario y presentado por el chofer designado para ser autorizado mediante Memorándum de la Dirección General de Administración.
Orden de Compra y Servicio	Este documento es emitido por el Jefe de Adquisiciones previo estudio de mercado, otorgamiento de la buena Pro y reserva de Certificación de Crédito Presupuestario. Cumpliendo estos actos previos, el responsable de Adquisiciones verifica, certifica y compromete la solicitud a través del SIGA con enlace al SIAF en un proceso cuidadoso. Después de generada la Orden de compra o servicio, el responsable procede a notificar al proveedor el plazo de entrega del bien o prestación del servicio solicitado.

2.5. DIFICULTADES ENCONTRADAS

Las dificultades encontradas fueron las siguientes.

- Desinformación en la elaboración de los Pedidos de Bienes o Servicios.
- Desinformación de presentación de documentos según las formalidades establecidas en el TUPA de la universidad.
- Demora en la autorización de documentos.
- Diferencia entre lo aprendido en la universidad y el entorno laboral real.
- Procesos de contratación amplios y rigurosos.

2.6. LOGROS ALCANZADOS

Los logros alcanzados fueron los siguientes.

- Se conoció como funciona el proceso logístico dentro de una institución pública.
- Aspectos sobre la Ley de contrataciones del estado y sus modalidades.

AS8

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH	AI	AJ	AK	AL		
46	1	2	3	3	3	3	3	2	4	2	4	3	4	2	2	4	3	3	3	3	3	1	5	5	1	3	3	3				12	12	11	35	19	11	10	40	
47	2	2	3	3	3	3	3	3	5	3	4	4	2	2	2	2	3	3	3	3	3	4	2	3	1	2	4	4				12	15	10	37	17	9	11	37	
48	1	2	3	3	2	3	2	2	1	2	3	3	3	1	2	2	4	5	3	3	3	1	2	2	4	3	5	1				10	8	9	27	20	5	13	38	
49	2	2	1	3	4	3	1	5	5	5	4	4	4	3	3	3	4	2	2	2	3	2	3	3	4	1	4	3				11	19	14	44	16	8	12	36	
50	2	2	1	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	2	4	4	4	3	3	3	2	3	3	4	3	4	3				15	14	13	42	21	8	14	43	
51	1	4	3	3	2	3	2	1	4	2	3	5	4	2	2	4	4	3	3	3	2	2	2	4	4	3	3	3				10	10	13	33	19	8	13	40	
52	1	2	2	2	3	2	4	3	5	3	3	4	4	3	2	4	5	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3				11	14	13	38	21	6	10	37	
53	2	2	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	2	2	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	2	4	2				11	13	10	34	18	9	12	39	
54	1	2	2	1	3	3	3	2	3	3	4	4	3	3	2	3	3	3	2	3	3	1	3	3	1	2	4	2				10	12	12	34	17	7	9	33	
55	2	2	3	1	2	2	2	2	5	4	4	2	1	1	1	2	2	2	3	2	2	1	2	1	1	1	5	2				7	15	5	27	13	4	9	26	
56	1	2	1	3	2	3	2	1	4	2	3	5	4	2	2	4	4	3	3	3	2	2	2	4	4	3	3	3				10	10	13	33	19	8	13	40	
57	2	3	1	2	3	2	4	3	5	3	3	4	4	3	2	4	5	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3				11	14	13	38	21	6	10	37	
58	1	1	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	2	2	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	2	4	2				11	13	10	34	18	9	12	39	
59	2	2	1	1	3	3	3	2	3	3	4	4	3	3	2	3	3	3	2	3	3	1	3	3	1	2	4	2				10	12	12	34	17	7	9	33	
60	1	2	1	1	2	2	2	2	5	4	4	2	1	1	1	2	2	2	3	2	2	1	2	1	1	1	5	2				7	15	5	27	13	4	9	26	
61	1	2	2	3	4	3	1	5	5	5	4	4	4	3	3	3	4	2	2	2	3	2	3	3	4	1	4	3				11	19	14	44	16	8	12	36	
62	1	2	1	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	2	4	4	4	3	3	3	2	3	3	4	3	4	3				15	14	13	42	21	8	14	43	
63	1	3	3	3	2	3	2	1	4	2	3	5	4	2	2	4	4	3	3	3	2	2	2	2	4	4	3	3	3				10	10	13	33	19	8	13	40
64	2	2	2	2	3	2	4	3	5	3	3	4	4	3	2	4	5	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3				11	14	13	38	21	6	10	37	
65	1	2	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	2	2	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	2	4	2				11	13	10	34	18	9	12	39	
66	2	2	3	1	3	3	3	2	3	3	4	4	3	3	2	3	3	3	2	3	3	1	3	3	1	2	4	2				10	12	12	34	17	7	9	33	
67	1	2	3	1	2	2	2	2	5	4	4	2	1	1	1	2	2	2	3	2	2	1	2	1	1	1	5	2				7	15	5	27	13	4	9	26	
68	2	2	1	1	3	2	3	2	4	2	2	4	3	1	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	1	3	1				9	10	10	29	14	9	7	30	
69	2	2	1	1	1	2	1	2	4	2	2	4	3	1	2	3	2	2	2	2	2	1	3	3	2	1	5	1				5	10	10	25	13	7	9	29	
70	1	4	3	3	4	3	1	5	5	5	4	4	4	3	3	3	4	2	2	2	3	2	3	3	4	1	4	3				11	19	14	44	16	8	12	36	
71	1	2	2	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	2	4	4	4	3	3	3	2	3	3	4	3	4	3				15	14	13	42	21	8	14	43	
72	2	2	3	3	2	3	2	1	4	2	3	5	4	2	2	4	4	3	3	3	2	2	2	4	4	3	3	3				10	10	13	33	19	8	13	40	
73	1	2	2	2	3	2	4	3	5	3	3	4	4	3	2	4	5	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3				11	14	13	38	21	6	10	37	
74	2	2	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	2	2	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	2	4	2				11	13	10	34	18	9	12	39	
75	1	2	1	1	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3	4	2	2	3	1	3	3	3	1	2	4	2				10	12	12	34	17	7	9	33	
76	2	3	1	3	4	3	1	5	5	5	4	4	4	3	3	3	4	2	2	2	3	2	3	3	4	1	4	3				11	19	14	44	16	8	12	36	
77	1	1	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	2	4	4	4	3	3	3	2	3	3	4	3	4	3				15	14	13	42	21	8	14	43	
78	2	2	1	3	2	3	2	1	4	2	3	5	4	2	2	4	4	3	3	3	2	2	2	4	4	3	3	3				10	10	13	33	19	8	13	40	
79	1	2	1	2	3	2	4	3	5	3	3	4	4	3	2	4	5	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3				11	14	13	38	21	6	10	37	
80	1	2	2	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	2	2	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	2	4	2				11	13	10	34	18	9	12	39	
81	1	2	1	1	3	3	3	2	3	3	4	4	3	3	2	3	3	3	2	3	3	1	3	3	1	2	4	2				10	12	12	34	17	7	9	33	
82	1	3	3	1	2	2	2	2	5	4	4	2	1	1	1	2	2	2	3	2	2	1	2	1	1	1	5	2				7	15	5	27	13	4	9	26	
83	2	2	2	2	3	1	2	1	4	4	4	3	2	3	2	3	4	4	2	2	3	3	4	4	3	1	5	2				8	13	10	31	18	11	11	40	
84	1	2	3	1	3	2	3	2	4	2	2	4	3	1	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	1	3	1				9	10	10	29	14	9	7	30	
85	2	2	3	1	1	2	1	2	4	2	2	4	3	1	2	3	2	2	2	2	2	1	3	3	2	1	5	1				5	10	10	25	13	7	9	29	
86	1	2	3	3	4	3	1	5	5	5	4	4	4	3	3	3	4	2	2	2	3	2	3	3	4	1	4	3				11	19	14	44	16	8	12	36	
87	2	2	1	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	2	4	4	4	3	3	3	2	3	3	4	3	4	3				15	14	13	42	21	8	14	43	
88	2	2	1	3	2	3	2	1	4	2	3	5	4	2	2	4	4	3	3	3	2	2	2	2	4	4	3	3				10	10	13	33	19	8	13	40	
89	1	4	3	2	3	2	4	3	5	3	3	4	4	3	2	4	5	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3				11	14	13	38	21	6	10	37	
90	1	2	2	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	2	2	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	2	4	2				11	13	10	34	18	9	12	39	
91	2	2	3	1	3	3	3	2	3	3	4	4	3	3	2	3	3	3	2	3	3	1	3	3	1	2	4	2				10	12	12	34	17	7	9	33	
92	1	2	2	3	4	3	1	5	5	5	4	4	4	3	3	3	4	2	2	2	3	2	3	3	4	1	4	3				11	19	14	44	16	8	12	36	
93	2	2	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	2	4	4	4	3	3	3	2	3	3	4	3	4	3				15	14	13	42	21	8	14	43	
94	1	2	1	3	2	3	2	1	4	2	3	5	4	2	2	4	4	3	3	3	2	2																		

AS8

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH	AI	AJ	AK	AL			
96	1	1	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	2	2	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	2	4	2			11	13	10	34	18	9	12	39		
97	2	2	1	1	3	3	3	2	3	3	4	4	3	3	2	3	3	3	2	3	3	1	3	3	1	2	4	2			10	12	12	34	17	7	9	33			
98	1	1	3	3	4	4	4	4	2	4	4	4	3	2	4	4	4	3	3	3	2	3	3	4	3	4	3			15	14	13	42	21	8	14	43				
99	2	2	1	3	2	3	2	1	4	2	3	5	4	2	2	4	4	3	3	3	2	2	2	4	4	3	3	3			10	10	13	33	19	8	13	40			
100	1	2	1	2	3	2	4	3	5	3	3	4	4	3	2	4	5	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3			11	14	13	38	21	6	10	37			
101	1	2	2	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	2	2	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	2	4	2			11	13	10	34	18	9	12	39		
102	1	2	1	1	3	3	3	2	3	3	4	4	3	3	2	3	3	3	2	3	3	1	3	3	1	2	4	2			10	12	12	34	17	7	9	33			
103	1	3	3	1	2	2	2	2	5	4	4	2	1	1	1	2	2	2	3	2	2	1	2	1	1	1	5	2			7	15	5	27	13	4	9	26			
104	2	2	2	2	3	1	2	1	4	4	4	3	2	3	2	3	4	4	2	2	3	3	4	4	3	1	5	2			8	13	10	31	18	11	11	40			
105	1	2	3	1	3	2	3	2	4	2	2	4	3	1	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	1	3	1			9	10	10	29	14	9	7	30			
106	2	2	3	1	1	2	1	2	4	2	2	4	3	1	2	3	2	2	2	2	2	1	3	3	2	1	5	1			5	10	10	25	13	7	9	29			
107	1	2	3	3	4	3	1	5	5	5	4	4	4	3	3	3	4	2	2	2	3	2	3	3	4	1	4	3			11	19	14	44	16	8	12	36			
108	2	2	1	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	2	4	4	4	3	3	3	2	3	3	4	3	4	3			15	14	13	42	21	8	14	43			
109	2	2	1	3	2	3	2	1	4	2	3	5	4	2	2	4	4	3	3	3	2	2	2	4	4	3	3	3			10	10	13	33	19	8	13	40			
110	1	4	3	2	3	2	4	3	5	3	3	4	4	3	2	4	5	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3			11	14	13	38	21	6	10	37			
111	1	2	2	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	2	2	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	2	4	2			11	13	10	34	18	9	12	39			
112	2	2	3	1	3	3	3	2	3	3	4	4	3	3	2	3	3	3	2	3	3	1	3	3	1	2	4	2			10	12	12	34	17	7	9	33			
113	1	2	2	3	4	3	1	5	5	5	4	4	4	3	3	3	4	2	2	2	3	2	3	3	4	1	4	3			11	19	14	44	16	8	12	36			
114	2	2	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	2	4	4	4	3	3	3	2	3	3	4	3	4	3			15	14	13	42	21	8	14	43			
115	1	2	1	3	2	3	2	1	4	2	3	5	4	2	2	4	4	3	3	3	2	2	2	4	4	3	3	3			10	10	13	33	19	8	13	40			
116	2	3	1	2	3	2	4	3	5	3	3	4	4	3	2	4	5	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3			11	14	13	38	21	6	10	37			
117	1	1	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	2	2	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	2	4	2			11	13	10	34	18	9	12	39			
118	2	2	1	1	3	3	3	2	3	3	4	4	3	3	2	3	3	3	2	3	3	1	3	3	1	2	4	2			10	12	12	34	17	7	9	33			
119	1	1	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	2	4	4	4	3	3	3	2	3	3	4	3	4	3			15	14	13	42	21	8	14	43			
120	2	2	1	3	2	3	2	1	4	2	3	5	4	2	2	4	4	3	3	3	2	2	2	4	4	3	3	3			10	10	13	33	19	8	13	40			
121	1	2	1	2	3	2	4	3	5	3	3	4	4	3	2	4	5	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3			11	14	13	38	21	6	10	37			
122	1	2	2	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	2	2	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	2	4	2			11	13	10	34	18	9	12	39			
123	1	2	1	1	3	3	3	2	3	3	4	4	3	3	2	3	3	3	2	3	3	1	3	3	1	2	4	2			10	12	12	34	17	7	9	33			
124	1	3	3	1	2	2	2	2	5	4	4	2	1	1	1	2	2	2	3	2	2	1	2	1	1	1	5	2			7	15	5	27	13	4	9	26			
125	2	2	2	2	3	1	2	1	4	4	4	3	2	3	2	3	4	4	2	2	3	3	4	4	3	1	5	2			8	13	10	31	18	11	11	40			
126	1	2	3	1	3	2	3	2	4	2	2	4	3	1	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	1	3	1			9	10	10	29	14	9	7	30			
127	2	2	3	1	1	2	1	2	4	2	2	4	3	1	2	3	2	2	2	2	2	1	3	3	2	1	5	1			5	10	10	25	13	7	9	29			
128	1	2	3	3	4	3	1	5	5	5	4	4	4	3	3	3	4	2	2	2	3	2	3	3	4	1	4	3			11	19	14	44	16	8	12	36			
129	2	2	1	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	2	4	4	4	3	3	3	2	3	3	4	3	4	3			15	14	13	42	21	8	14	43			
130	2	2	1	3	2	3	2	1	4	2	3	5	4	2	2	4	4	3	3	3	2	2	2	4	4	3	3	3			10	10	13	33	19	8	13	40			
131	1	4	3	2	3	2	4	3	5	3	3	4	4	3	2	4	5	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3			11	14	13	38	21	6	10	37			
132	1	2	2	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	2	2	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	2	4	2			11	13	10	34	18	9	12	39			
133	2	2	3	1	3	3	3	2	3	3	4	4	3	3	2	3	3	3	2	3	3	1	3	3	1	2	4	2			10	12	12	34	17	7	9	33			
134	1	2	2	3	4	3	1	5	5	5	4	4	4	3	3	3	4	2	2	2	3	2	3	3	4	1	4	3			11	19	14	44	16	8	12	36			
135	2	2	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	2	4	4	4	3	3	3	2	3	3	4	3	4	3			15	14	13	42	21	8	14	43			
136	1	2	1	3	2	3	2	1	4	2	3	5	4	2	2	4	4	3	3	3	2	2	2	4	4	3	3	3			10	10	13	33	19	8	13	40			
137	2	3	1	2	3	2	4	3	5	3	3	4	4	3	2	4	5	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3			11	14	13	38	21	6	10	37			
138																																									
139																																									
140																																									
141																																									
142																																									
143																																									
144																																									
145																																									
146																																									

Anexo 08: Plan de mejora

UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ MARÍA ARGUEDAS

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA

Escuela Profesional de Administración de Empresas



**PLAN DE FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN
ORGANIZACIONAL Y LA CONTRIBUCIÓN DEL
COMPROMISO CORPORATIVO.**

Andahuaylas, Perú

2024

INTRODUCCIÓN

La Universidad Nacional José María Arguedas, creada mediante Ley N° 28372, representa para la provincia de Andahuaylas, su primera casa superior de estudios que brinda oportunidad a los ciudadanos de esta parte del Perú, de formarse en los programas de estudio de pregrado y posgrado que otorga.

En el mundo actual y dinámico entorno a las universidades, es imprescindible la existencia de la comunicación organizacional y el compromiso corporativo, los mismos que tienen un rol fundamental para materializar el éxito académico, la cohesión institucional y por ende la excelencia educativa. Por tanto, se hace importante cultivar un ambiente colaborativo, transparente y motivador.

La universidad es una institución dedicada a la educación, la investigación y el servicio a la comunidad, la misma que enfrenta a una serie de desafíos y oportunidades que requieren una comunicación efectiva y un compromiso sólido por parte de todos los miembros de la comunidad universitaria. Es por ello que los docentes, estudiantes y el personal administrativo desempeña un papel vital en el cumplimiento de nuestra misión institucional.

Este plan se concibe como una hoja de ruta estratégica para fortalecer la eficacia de la comunicación organizacional y fomentar un mayor compromiso corporativo dentro de la comunidad universitaria. Al fortalecer los lazos de confianza, colaboración y sentido de pertenencia, se potenciará el rendimiento académico y la satisfacción de todos los implicados.

I. OBJETIVO

1.1. Objetivo general

Fortalecer la comunicación organizacional y el compromiso corporativo en los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas.

1.2. Objetivos específicos

- a) Mejorar la identidad de los trabajadores administrativos a través de nuevas políticas de trabajo de mediano y largo plazo dirigidas a impulsar la dedicación y entusiasmo.

- b) Fomentar el vínculo, la reciprocidad y mutuo conocimiento en el personal a través de programas de bienestar, para lograr fortalecer sus niveles de energía y resistencia mental frente a cualquier situación.
- c) Facilitar la efectividad de la comunicación organizacional en todos los niveles y áreas de la universidad a través de canales prácticos y efectivos, que permitan al colaborador desempeñarse en armonía con sus funciones y su entorno.

II. ESTRATEGIAS DE MEJORA

- Implementación de plataformas virtuales mancomunada para la comunicación organizacional, la mismas que contengan el directorio institucional actualizado, intranet y las redes sociales internas como (WhatsApp y Facebook).
- Creación de un comité de comunicación organizacional y compromiso corporativo, integrado por representantes de diferentes áreas administrativas de la UNAJMA.
- Establecimiento de reuniones periódicas entre los jefes de las diferentes áreas administrativas.
- Promoción de eventos y actividades que fomenten la integración y trabajo en equipo, por ejemplo, jornadas de convivencia, actividades deportivas y eventos culturales.

III. ACCIONES A REALIZAR

- Crear un plan de comunicación organizacional que incluya la definición de roles y responsabilidades, los canales de comunicación a utilizar, y los procedimientos para la difusión de información.
- Realizar sesiones de formación en habilidades de comunicación organizacional efectiva y trabajo en equipo para el personal administrativo y docente.
- Establecer un calendario de reuniones regulares entre la alta dirección y los representantes estudiantiles para discutir temas relevantes y compartir actualizaciones sobre la gestión universitaria.
- Organizar eventos de integración y celebración, como almuerzos o cenas, para reconocer y valorar el trabajo y la contribución de los miembros de la comunidad universitaria.

IV. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN

La implementación debe realizarse en el periodo de 12 meses, dividiendo las acciones en etapas mensuales para garantizar un seguimiento adecuado y una evaluación continua de los resultados. En tanto, el Comité de Comunicación Organizacional y Compromiso Corporativo, será responsable de supervisar la ejecución del plan y

realizar ajustes según sea necesario, con la finalidad de mejorar el compromiso corporativo en cada uno de los administrativos.

V. PLAN DE SEGUIMIENTO E INDICADORES

5.1. Comunicación Organizacional

a) Vínculo:

- **Reciprocidad:** Medir trimestralmente cómo la institución demuestra interés en fortalecer el vínculo afectivo entre los colaboradores. Esto se puede evaluar revisando las iniciativas y programas destinados a crear un entorno de apoyo y cuidado mutuo. Será necesario ajustar las actividades según la respuesta de los empleados para asegurar que se mantenga un vínculo fuerte.
- **Reconocimiento:** Cada mes, evaluar cuántas veces se reconocen públicamente los logros y contribuciones de los empleados. Asegurarse de que se reconozcan adecuadamente las contribuciones individuales y en equipo, ajustando el programa de premios y reconocimiento si es necesario para que sea justo y motivador.
- **Mutuo conocimiento:** Después de cada evento o actividad de comunicación, verificar la eficacia en satisfacer las necesidades de información de los empleados. Ajustar la frecuencia y el tipo de información proporcionada según el feedback recibido para mejorar el desarrollo de las funciones.
- **Calidad de vida:** Realizar encuestas de satisfacción cada seis meses para conocer cómo la institución está mejorando la calidad de vida de los empleados. Usa los resultados para hacer mejoras en las condiciones laborales y los beneficios ofrecidos.

b) Efectividad:

- **Visión:** Medir anualmente cuán bien informados están los empleados sobre la misión de la institución. Esto se puede hacer a través de encuestas que evalúe el nivel de comprensión y compromiso con la misión. Reforzar la comunicación sobre la misión si es necesario.

- **Estrategias:** Revisar anualmente cómo se comunican las estrategias organizacionales a los empleados. Asegurarse de que los esfuerzos estén bien dirigidos hacia los objetivos organizacionales, ajustando la forma en que se comparten las estrategias según el feedback recibido.
- **Desempeño:** Revisar trimestralmente cómo se informa a los empleados sobre su desempeño. Utilizar los resultados para ajustar las evaluaciones y retroalimentación, asegurando que la información proporcionada sea útil para la mejora continua.
- **Administración:** Evaluar anualmente la efectividad de la administración de la comunicación interna. Asegurar de que la comunicación fluya bien dentro de la organización y que esté contribuyendo al logro de los objetivos. Ajustar los procesos según el feedback para mejorar la eficiencia.

c) Identidad:

- **Cultura:** Anualmente, se debe medir el grado en que los empleados se identifican y comparten la cultura institucional. La institución debe utilizar encuestas para evaluar esta alineación y realizar actividades para reforzar la cultura si es necesario.
- **Marketing interno:** Después de cada campaña de marketing interno, se debe evaluar su éxito en fortalecer la identidad de la institución entre los empleados. La institución debe ajustar las campañas en función del feedback recibido para hacerlas más efectivas.
- **Políticas de trabajo:** Anualmente, se debe revisar la eficacia de la comunicación de las políticas de trabajo. La institución debe asegurarse de que los empleados comprendan y se alineen con las políticas para lograr los objetivos institucionales.
- **Metas y objetivos:** Trimestralmente, se debe medir cómo se comunican las metas y objetivos a los empleados. La institución debe asegurarse de que los empleados estén bien informados y motivados para alcanzarlos, ajustando la comunicación según sea necesario.

5.2. Compromiso Corporativo

a) Vigor:

- **Energía:** Mensualmente, se debe evaluar cómo las actividades laborales energizan a los empleados. La institución debe usar encuestas para medir cómo las tareas diarias afectan el nivel de energía y ajustar las actividades para mantener la motivación alta.
- **Resistencia mental:** Semestralmente, se debe medir cómo las actividades laborales afectan la resistencia mental de los empleados. La institución debe realizar encuestas para evaluar si se sienten optimistas y fuertes al realizar su trabajo, proporcionando apoyo adicional si es necesario.
- **Persistencia:** Anualmente, se debe revisar cómo los empleados continúan trabajando a pesar de las dificultades. La institución debe evaluar la capacidad de los empleados para persistir durante largos períodos y ajustar el apoyo ofrecido para fomentar una mayor persistencia.

b) Dedicación:

- **Significado del trabajo:** Anualmente, se debe medir cuánto significado y propósito sienten los empleados en su trabajo. La institución debe usar encuestas para evaluar esta percepción y ajustar los roles y tareas para alinearlas mejor con los valores y objetivos personales.
- **Entusiasmo:** Semestralmente, se debe medir el entusiasmo de los empleados por su trabajo. La institución debe usar encuestas para determinar si el trabajo es inspirador y motivador, introduciendo iniciativas para aumentar el entusiasmo si es bajo.

c) Absorción:

- **Felicidad:** Anualmente, se debe revisar el nivel de felicidad de los empleados mientras están concentrados en su trabajo. La institución debe usar encuestas para medir cómo se sienten durante su trabajo y ajustar las condiciones laborales para mejorar la felicidad.
- **Orgullo:** Anualmente, se debe evaluar cuánto orgullo sienten los empleados por su trabajo. La institución debe medir si el trabajo es retador y

satisfactorio, promoviendo más logros y éxitos para aumentar el orgullo entre los empleados.

Es esencial revisar regularmente cada indicador para identificar las áreas que necesiten mejoras, sobre todo para las dimensiones más desatendidas como la Dedicación y el Vigor. La retroalimentación continua permitirá ajustar las estrategias basadas en los resultados obtenidos. Mantener a todos los empleados informados sobre el progreso y los ajustes realizados es crucial para asegurar el compromiso y la alineación con los objetivos. La institución debe adaptar el plan de seguimiento según los datos recopilados para asegurar una mejora constante en la comunicación organizacional y el compromiso corporativo de los administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas.



**FORMATO DE AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO
INSTITUCIONAL DIGITAL (RIDUNAJMA)**

1. DATOS DEL AUTOR

Nombres y Apellidos: Dan Nilo Tello Aparco

DNI / Carnet de Extranjería: 70662801

Pasaporte N°:

Correo institucional: 1101220142@unajma.edu.pe

Teléfono / Celular: 967117026

Correo electrónico: dateap11@gmail.com

2. GRADO, TÍTULO O ESPECIALIZACIÓN (Marque con una X)

Bachiller	Título profesional	Magister	Doctor	Segunda Especialidad
	X			

3. TIPO DE PUBLICACIÓN (Marque con una X)

Tesis	Trabajo académico	Trabajo de investigación	Trabajo de Suficiencia profesional
X			

Título: COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y SU RELACIÓN CON EL COMPROMISO CORPORATIVO EN LOS TRABAJADORES ADMINISTRATIVOS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ MARÍA ARGUEDAS, ANDAHUAYLAS, 2023.

Asesor: Dr. Joaquín Machaca Rejas

Año: 2024

Unidad Académica: Escuela Profesional de Administración de Empresas



Firma
DNI:70662801



9001:2015



21001:2018

LICENCIAS

Licencia Estándar

Bajo los siguientes términos, autorizo el depósito de mi trabajo de investigación en el Repositorio Institucional Digital de la UNAJMA

Con la autorización de depósito de mi trabajo de investigación, otorgo a la Universidad Nacional José María Arguedas, una Licencia No Exclusiva para reproducir, distribuir, comunicar al público, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público mi trabajo de investigación (incluido el resumen), en formato físico o digital, en cualquier medio, conocido o por conmemorarse, a través de los diversos servicios provistos por la Universidad, creados o por crearse, tales como el Repositorio Institucional Digital de la UNAJMA, Colección de Tesis, entre otros, en el Perú y en el extranjero, por el tiempo y veces que considere necesarias, y libre de remuneraciones.

En virtud de dicha Licencia, la Universidad Nacional José María Arguedas, podrá reproducir mi trabajo de investigación en cualquier tipo de soporte y en más de un ejemplar, sin modificar su contenido, solo con los propósitos de seguridad, respaldo y preservación.

Declaro que el trabajo de investigación es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, o coautoría con titularidad compartida, y me encuentro facultado a conceder la presente licencia y, asimismo, garantizo que dicho trabajo de investigación es original y no infringe derechos de autor de terceras personas.

La Universidad Nacional José María Arguedas consignará el nombre del/los autor/es del trabajo de investigación, y no les hará ninguna modificación más de la permitida en la presente licencia.

Autorizo el depósito (marque con una X)

(X) SI autorizo que se deposite inmediatamente

() NO autorizo

Fecha: 05/12/2024


.....
Firma
DNI: 70662801

