



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**LA SATISFACCIÓN DE LA COMUNICACIÓN Y SU
RELACIÓN CON EL COMPROMISO DE LOS
COLABORADORES DE UNA EMPRESA DE BIENESTAR
PSICOLÓGICO**

**PRESENTADA POR
JAKELINE MILAGROS MAURICIO SALAZAR
JORDAN JESÚS SANTAMARIA ALCANTARA**

**ASESOR
GUSTAVO RAPHAEL ESPIRITU ROJAS**

**TESIS
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**LIMA – PERÚ
2023**



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

TESIS

**LA SATISFACCIÓN DE LA COMUNICACIÓN Y SU RELACIÓN CON EL
COMPROMISO DE LOS COLABORADORES DE UNA EMPRESA DE
BIENESTAR PSICOLÓGICO**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN**

PRESENTADO POR:

**JAKELINE MILAGROS MAURICIO SALAZAR
JORDAN JESÚS SANTAMARIA ALCANTARA**

ASESOR:

MG. GUSTAVO RAPHAEL ESPIRITU ROJAS

LIMA, PERÚ

2023

Dedicatoria

A Dios por permitirnos darnos fuerzas, y salud para seguir con nuestros proyectos de vida y así cumplir nuestros objetivos profesionales y personales.

A nuestras familias, porque son la fuerza y motivación para seguir adelante.

A nuestros amigos más cercanos que siempre nos han apoyado para no darnos por vencidos.

A nosotros mismos, porque significa un logro en nuestros objetivos de proyecto de vida.

Agradecimientos

En primer lugar, agradecer a nuestro asesor de tesis Gustavo Espíritu por orientarnos en el proceso metodológico, quien antes de emprender esta investigación tuvo el tiempo y la paciencia de brindarnos la orientación necesaria.

Asimismo, agradecer a todos los asesores y profesores que nos ayudaron en el proceso de aprendizaje.

Agradecer, enormemente, al centro psicológico por permitirnos realizar la investigación en sus instalaciones y brindarnos acceso a la información necesaria.

Por último, a todos nuestros amigos que estuvieron apoyándonos y motivándonos constantemente para no rendirnos.

ÍNDICE

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTOS	3
INDICE DE TABLAS	6
FIGURAS	7
RESUMEN	8
ABSTRACT	9
INTRODUCCIÓN	12
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO.....	16
1.1 Antecedentes de la investigación.....	16
1.1.1 Antecedentes internacionales y nacionales	16
1.2 Bases teóricas.....	19
1.2.1 Marco teórico de la variable satisfacción de la comunicación	19
1.2.1.1 Teorías	19
1.2.1.2 Definiciones.....	20
1.2.2 Marco teórico de la variable compromiso.....	21
1.2.2.1 Teorías del compromiso personal (engagement).....	22
1.2.2.2 Definiciones del compromiso personal (engagement)	22
1.2.2.3 Teorías del compromiso organizacional (engagement)	22
1.2.2.4 Definiciones del compromiso organizacional (engagement).....	23
1.3 Definición de términos básicos.....	23
CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	26
2.1 Formulación de hipótesis principal y derivadas	26
2.1.1 Hipótesis general	26
2.1.2 Hipótesis específicas	26
2.2 Variables y definición operacional	27
2.2.1 Identificación de variables	27
2.2.2 Definición operacional	27
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	36
3.1 Diseño metodológico.....	36
3.1.1 Enfoque	36
3.1.2 Tipo	36
3.1.3 Alcance.....	37
3.1.4 Diseño	37

3.1.5 Unidad de investigación	37
3.2 Diseño muestral	37
3.2.1 Población.....	38
3.2.2 Criterios de inclusión de la población de estudio.....	38
3.2.3 Muestra	38
3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	39
3.3.1 Técnicas de recolección de datos	39
3.3.2 Instrumentos de recolección de datos	39
3.3.3 Confiabilidad del instrumento	40
3.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información	42
CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	43
4.1 Resultados de la investigación	43
4.1.1 Análisis de fiabilidad para la variable satisfacción de la comunicación y sus dimensiones	43
4.1.1 Análisis de fiabilidad para la variable compromiso y sus dimensiones	45
4.2 Resultado Descriptivos sociodemográficos	46
4.3 Descripción de la muestra	48
4.3.1 Satisfacción de la comunicación.....	48
4.3.2 Compromiso laboral.....	49
4.4 Análisis exploratorio.....	49
4.4.1 Prueba de normalidad	49
4.5 Análisis correlacional	51
4.5.1 Verificación de objetivos y/o contrastación de las hipótesis	51
4.5.1.1 Relación entre satisfacción con el clima y el compromiso	51
4.5.1.2 Relación con los superiores y subordinados y el compromiso.....	53
4.5.1.3 Relación entre calidad de los medios y compromiso	55
4.5.1.4 Relación entre satisfacción de la comunicación y compromiso	57
DISCUSIÓN DE RESULTADOS	60
CONCLUSIONES.....	64
RECOMENDACIONES	65
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	66
Anexo 1: Matriz de consistencia.....	73
Anexo 2: Matriz de operacionalización de variables	75
Anexo 3: Matriz de operacionalización de variables	77
Anexo 4: Encuesta de investigación.....	79

ÍNDICE DE TABLAS

	Página	
Tabla 1	Matriz de consistencia	30
Tabla 2	Matriz de operacionalización de variables 1	32
Tabla 3	Matriz de operacionalización de variables 2	34
Tabla 4	Prueba de fiabilidad variable 1- “satisfacción de la comunicación”	42
Tabla 5	Prueba de fiabilidad - dimensiones de la variable 1	42
Tabla 6	Prueba de fiabilidad variable 2 - “compromiso laboral”	42
Tabla 7	Prueba de fiabilidad - dimensiones de la variable 2	43
Tabla 8	Cuadro descriptivo sociodemográfico “Genero”	43
Tabla 9	Cuadro descriptivo sociodemográfico “Edad”	44
Tabla 10	Cuadro descriptivo sociodemográfico “Cargo laboral”	44
Tabla 11	Cuadro estadístico descriptivo-satisfacción de la comunicación	45
Tabla 12	Cuadro estadístico descriptivo-compromiso laboral	45
Tabla 13	Cuadro de prueba de normalidad	46
Tabla 14	Correlación entre clima de la comunicación y el compromiso	48
Tabla 15	Correlación entre relación con los supervisores y subordinados y el compromiso	50
Tabla 16	Correlación entre calidad de los medios y compromiso	52
Tabla 17	Correlación entre la satisfacción de la comunicación y el compromiso	53

ÍNDICE DE FIGURAS

	Página	
Figura 1	Formula de fiabilidad	41
Figura 2	Correlación entre clima de la comunicación y el compromiso	48
Figura 3	Correlación entre relación con los supervisores y subordinados y el compromiso	50
Figura 4	Correlación entre calidad de los medios y Compromiso	52
Figura 5	Correlación entre satisfacción de la comunicación y la comunicación informal	54

RESUMEN

La presente investigación pretende determinar la relación que existe entre la satisfacción de la comunicación y el compromiso de los colaboradores de una empresa de bienestar psicológico. El diseño utilizado fue de tipo descriptivo correlacional, pues se relacionaron dos variables (independiente y dependiente) con un enfoque cuantitativo. La muestra estuvo conformada por 46 colaboradores contratados bajo modalidad planilla y al destajo, quienes laboran en la Av. Benavides N°3030, Miraflores – Lima Metropolitana.

Para la recolección de datos se aplicó un cuestionario con categorías de respuesta valoradas con la escala de Likert formado por 36 ítems. 20 ítems fueron dirigidos a las dimensiones de la variable satisfacción de la comunicación y los otros 16 ítems para las dimensiones de la variable compromiso. Se encontró como resultados que existe correlación significativa directa fuerte entre las variables de satisfacción de la comunicación y compromiso, el coeficiente de Pearson brindó una correlación de 0.9908 con un nivel de significancia alta de 0,000. También, se encontró relación significativa entre las dimensiones de la satisfacción con la comunicación como los son: clima de la comunicación ($r=0.9955^{**}$, $p=0.000$), la relación con los superiores ($r=0.9955^{**}$, $p=0.000$), calidad de los medios de comunicación ($r=0.9697$, $p=0.000$), esto referente a la relación que existe con la variable compromiso laboral.

Palabras clave: satisfacción de la comunicación, compromiso.

Abstract

The present investigation aims to determine the relationship between communicative satisfaction and the commitment of employees of a psychological well-being company. The design used was of descriptive correlational type, since two variables were related (independent and dependent) with a quantitative approach. The sample consisted of 46 employees hired under the form payroll and piecework, which work in Av. Benavides No. 3030, Miraflores - Lima Metropolitan.

For data collection, a questionnaire was applied with response categories valued on a Likert scale, for 36 items. 20 items addressed the dimensions of the communication satisfaction variable, and the other 16 items addressed the dimensions of the commitment variable. It was found as results that there is a strong direct significant correlation between the variables of communicative satisfaction and commitment, the Pearson coefficient gave us a correlation of 0.9908 with a high level of significance of 0.000. Likewise, a significant relationship was found between the dimensions of satisfaction with communication, such as: communicative climate ($r=0.9955^{**}$, $p=0.000$), relationship with superiors and coworkers ($r=0.9955^{**}$, $p=0.000$), quality of the mean ($r=0.9697$, $p=0.000$), this refers to the relationship that exists with the commitment variable.

Keywords: communicative satisfaction, engagement.

NOMBRE DEL TRABAJO

Tesis - Mauricio y Santamaría - (Set - 2022).docx

RECuento DE PALABRAS

13517 Words

RECuento DE CARACTERES

80021 Characters

RECuento DE PÁGINAS

76 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

297.9KB

FECHA DE ENTREGA

Sep 26, 2022 1:13 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Sep 26, 2022 1:19 PM GMT-5

● 19% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base

- 17% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 13% Base de datos de trabajos entregados
- 3% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Bloques de texto excluidos manualmente
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)



OFICINA DE GRADOS Y TÍTULOS

CONSTANCIA DE EVALUACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO TURNITIN

FECHA	NOMBRE DEL DOCENTE	CORREO DEL DOCENTE
26/09/2022	MG. GUSTAVO ESPÍRITU ROJAS	GESPIRITUR@USMP.PE

NOMBRE DE LA TESIS
LA SATISFACCIÓN DE LA COMUNICACIÓN Y SU RELACIÓN CON EL COMPROMISO DE LOS COLABORADORES DE UNA EMPRESA DE BIENESTAR PSICOLOGICO.

NOMBRE DEL ASESORADO(A)	TELÉFONO Y CORREO	ESCUELA PROFESIONAL
• JAKELINE MILAGROS MAURICIO SALAZAR	974 222 260 jakeline_mauricio@usmp.pe Jakeline.mauricio1@gmail.com	Administración
• JORDAN JESUS SANTAMARIA ALCANTARA	987 181 718 jordan_santamaria@usmp.pe jordanstm92@gmail.com	Administración

RESULTADO:

19% (EXCLUYENDO CITAS Y BIBLIOGRAFÍA)

CONCLUSIÓN:

LA TESIS SE ENCUENTRA APTA PARA CONTINUAR CON EL SIGUIENTE TRÁMITE.

MG. GUSTAVO ESPÍRITU ROJAS.....

NOMBRE Y FIRMA DEL ASESOR

DNI: 10050532

JAKELINE MILAGROS MAURICIO SALAZAR.....

NOMBRE Y FIRMA DEL ASESORADO

DNI: 48424396

JORDAN JESUS SANTAMARIA ALCANTARA.....

NOMBRE Y FIRMA DEL ASESORADO

DNI: 47769259

REVISADO POR: MG. CARLOS ANTONIO ESCUDERO CIPRIANI

INTRODUCCIÓN

En los últimos años se ha podido demostrar mediante investigaciones que los aspectos intangibles tales como la satisfacción laboral, relaciones interpersonales, la comunicación y el compromiso de los colaboradores son fundamentales para el éxito de una organización (Yiu & Law, 2014). Hoy en día, damos cuenta que las organizaciones se preocupan por que el colaborador se sienta bien, ya que esto puede influenciar en una baja productividad y en el nivel de compromiso, lo cual afecta a las organizaciones, sobre todo a las MYPE. Las empresas con mayor rotación de personal son la pequeñas y medianas empresas (MYPE); y esto debido que al ser una organización más pequeñas se encuentra más centralizada, por ende, las percepciones de los colaboradores son más subjetivas e influenciables, así lo han demostrado diversos estudios (Peña, Díaz, & Carrillo, 2013).

A partir de ello surge una búsqueda constante por colaboradores talentosos y comprometidos, lo cual pasa a ser un verdadero reto cuando no tienen idea de cómo retener al talento dentro de las organizaciones y que deben tener en cuenta. Un estudio aplicado al sector educativo – psicológico desarrollado por la comunidad laboral trabajando. Com (2010), demostró que 1 de cada 4 psicólogos valora el ambiente laboral por encima de cualquier otro aspecto en el trabajo, según ello, determino que los colaboradores felices son más productivos y son más creativos.

Por otro lado, la comunicación también juega un rol muy importante en las organizaciones, ya que, permite su buen desarrollo y funcionamiento, el cual brinda un ambiente más integrador, comprometido y con un gran nivel competitivo. El inconveniente, surge cuando estas organizaciones no destinan de manera correcta sus

recursos para las actividades comunicativas, lo que fomenta que se creen grupos de interés formales e informales. Las grandes empresas utilizan la comunicación como una herramienta estratégica de gestión que les ayuda a reforzar su cultura y mejorar su organización. Mientras que, en las pequeñas y medianas empresas (MYPE), la comunicación se encuentra comúnmente centrado en el área de Recursos Humanos con el fin de anunciar y/o difundir los acontecimientos que ocurren en la organización, sin ninguna mirada estratégica a futuro. Mediante una encuesta de la consultora Vox Populi 2017 a directores MYPE de centros psicológicos del Perú, se identificó que el 50.88% de encuestados considera que el nivel de calidad de la comunicación en las organizaciones es regular, 30.4% la considera buena y, el 18.72%, mala.

Mediante esta investigación se pretende analizar la relación entre la satisfacción de la comunicación y su relación con el compromiso de los empleados de una empresa de bienestar psicológico, a fin de identificar el impacto que este tenga. Por lo tanto, una buena comunicación construye y contribuye a una mayor satisfacción laboral y compromiso de los colaboradores. No obstante, basta una acción para que esto cambie y genere una crisis laboral en la organización, ya que en la actualidad nos relacionamos con todo tipo de personas de diferentes personalidades, como también de caracteres.

Asimismo, se debe tener en cuenta que entre las características de las organizaciones existen grupos formales e informales como lo menciona Almenara et al. (2015), pues sostienen, que los grupos formales son creados de manera consciente por las organizaciones, con el fin de lograr los objetivos empresariales, mientras que los grupos informales no tienen roles definidos, es decir, se crearon por las relaciones interpersonales que mantienen en la organización. Ante esto surgen una problemática

constante: ¿Cuál es la relación que existe entre la satisfacción de la comunicación y el compromiso laboral de los colaboradores de una empresa de bienestar psicológico?, ¿Cuál es la relación entre clima de comunicación y el compromiso laboral de los colaboradores de una empresa de bienestar psicológico?, ¿Cuál es La relación con los supervisores y subordinados y el compromiso laboral de los colaboradores de una empresa de bienestar psicológico? y ¿Cuál es la relación entre calidad de los medios y el compromiso laboral de los colaboradores de una empresa de bienestar psicológico?. Por este motivo, surge la necesidad de conocer como la satisfacción con la comunicación pueden influir en el compromiso de los colaboradores; para que, en base a ello, las organizaciones puedan generar estrategias de mejora en sus procesos.

La presente investigación pretender determinar la relación que existe entre la satisfacción de la comunicación y el compromiso de los colaboradores de una empresa de bienestar psicológico.

El estudio realizado está estructurado en IV capítulos, donde se expone y explica el sentido de la investigación. A continuación, se detalla el contenido.

En el capítulo I, se fundamenta el marco teórico, basado en antecedentes de entorno nacional e internacional, asimismo, bases teóricas para ordenar la estructura del presente estudio.

En el capítulo II, se presenta las hipótesis y variables del estudio; de igual modo, la matriz de coherencia y matriz de operacionalización de variables donde se determina las dimensiones de la presente investigación.

En el capítulo III, se describe la metodología de la investigación, donde se presenta el diseño, población y muestra, además, se explica la fiabilidad y confiabilidad del

instrumento a utilizar, como también se exponen las técnicas de análisis y el procedimiento a desarrollar.

En el capítulo IV, se presentan los resultados obtenidos a raíz del instrumento utilizado, asimismo, se realiza la discusión de los resultados obtenidos según los objetivos planteados, con el fin de dar respuesta a cada planteamiento.

Para finalizar se exponen las conclusiones y recomendaciones del estudio en función a los resultados y discusión realizada en el capítulo IV. Además, se añaden las referencias bibliográficas de donde se obtuvo la información y los anexos correspondientes.

CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes de la investigación

La satisfacción de la comunicación y el compromiso laboral se dan con mayor frecuencia, en la actualidad, esto debido a la influencia de la globalización en las organizaciones. Por ello, se hizo una revisión bibliográfica y consultas pertinentes del contexto nacional e internacional. Sin embargo, es importante precisar, que, de las revisiones bibliográficas realizadas para las variables en mención, estas tienen mayor presencia a nivel internacional, puesto que al realizar la búsqueda nacional no se logró encontrar estudios y/o investigaciones.

1.1.1 Antecedentes internacionales y nacionales:

Hwa, Hee, Jin (2012) realizaron una investigación, donde entre una de sus principales hipótesis se planteó que existe relación positiva entre la satisfacción de la comunicación organizacional y el compromiso de las enfermeras del hospital de Corea; la investigación tuvo un enfoque cuantitativo de alcance correlacional; pero también se aplicaron las siguientes pruebas: regresión múltiple, prueba T y ANOVA. La investigación estuvo dirigida a 647 enfermeras que trabajan en 24 hospitales de Corea. El instrumento aplicado para determinar la relación positiva entre la satisfacción de la comunicación organizacional y el compromiso fue un cuestionario con un total de 47 ítems, donde 24 ítems fueron sobre satisfacción de la comunicación (alfa de Cronbach 0.89), 15 ítems para el compromiso (Alfa de Cronbach 0.91) y 8 ítems sociodemográficos, todos en escala Likert de cinco puntos. Entre sus principales resultados se observó que existe una relación positiva y significativa entre la satisfacción de la comunicación y el compromiso del empleado ($r = 0.655$; $p=0,00$), además, se observó que las dimensiones de la variable

satisfacción de la comunicación también tienen relación positiva y significancia alta (clima de comunicación $r=0.606$; $p=0.00$; medios de comunicación $r= 0.523$; $p=0.000$)

Ai Zhen (2013), realizó un estudio, donde entre una de sus principales hipótesis se planteó que existe una relación significativa entre la satisfacción de la comunicación y el compromiso organizacional; la investigación tuvo un enfoque cuantitativo de alcance correlacional explicativo y regresión múltiple, y estuvo dirigido 210 colaboradores de la industria minorista de ropa (canales de distribución) a tiempo completo en Klang Valley.

Para el cuestionario de la medición la variable satisfacción de la comunicación se utilizaron 40 ítems (alfa de Cronbach 0.918), mientras que para medir el compromiso se empleó 15 ítems (alfa de Cronbach 0.918), ambos en escala de Likert de 5 puntos. Entre sus principales resultados se observó que existe una relación significativa entre la satisfacción comunicativa y el compromiso organizacional ($r= 0.849$, $p<.01$); seguidamente, se observó que las dimensiones de la variable satisfacción de la comunicación también tienen relación positiva y significancia alta (clima de comunicación, $r=0.640$; relación con los superiores, $r=0,683$ y calidad de medios, $r=0.721$)

Shyqyri (2015) indica en su investigación, donde entre una de sus hipótesis principales se planteó el análisis de correlación entre satisfacción de la comunicación y compromiso organizacional; en esta investigación el enfoque planteado fue cuantitativo de alcance correlacional, explicativo; donde se aplicó un análisis de regresión lineal y un análisis factorial. La muestra estuvo compuesta por 163 colaboradores del Garanti Bank, de los cuales 140 fueron de la central y 23 de la sucursal. Para la medición de la satisfacción

de la comunicación se utilizaron 38 ítems, mientras que para el cuestionario utilizado para medir el compromiso del empleado se emplearon 18 ítems, ambos en escala de Likert de 5 puntos. Como resultado se observó que existe una relación positiva y significativa entre la satisfacción de la comunicación y el compromiso. ($r=0,575$; $p=0,000$).

Ammari, Al Kurdi, Alshurideh, et al. (2017), probaron en su estudio que existe relación estadísticamente significativa entre la satisfacción de la comunicación y el compromiso organizacional. El estudio planteó un enfoque cuantitativo de alcance correlacional, explicativo de regresión múltiple, dicho estudio fue dirigido a 107 colaboradores de Yahoo!, Oficina de Maktoob en Amman/Jordania, se encuestaron al total de los colaboradores. El instrumento utilizado fue el cuestionario el cual estuvo dividido en preguntas cuantitativas y cualitativas (genero, edad, sexo, cargo, etc). Entre los principales resultados de la investigación encontramos que existe una relación positiva fuerte y directa entre la satisfacción de la comunicación y el compromiso organizacional ($r=0,759$; $p=0,00$); además, se pudo observar que las dimensiones de la variable satisfacción de la comunicación también tienen relación positiva y significancia alta (clima de comunicación, $r=0.727$; relación con los superiores, $r=0.591$ y calidad de medios, $r=0.668$)

Pongton y Suntrayuth (2019) realizaron un estudio, donde entre una de sus principales hipótesis se planteó que existe un impacto positivo entre la satisfacción de la comunicación sobre el compromiso del empleado; el estudio tuvo un enfoque cuantitativo de alcance correlacional y explicativo, y estuvo dirigido a 400 empleados, entre profesores y personal, que trabajan en instituciones de educación superior en Tailandia.

Para la medición de la satisfacción de la comunicación se utilizó un cuestionario con 30 ítems, mientras que para la medición del compromiso del empleado se empleó un cuestionario con 9 ítems, ambos en escala de Likert de cinco puntos; entre sus principales resultados se observó que existe una relación positiva y significativa entre la satisfacción de la comunicación y el compromiso del empleado ($r = 0.305$, $p < 0.01$).

Gómez (2021), realizó una investigación, donde entre una de sus objetivos principales planteó la relación que existe entre la satisfacción con la comunicación en el *work engagement* a nivel unidimensional, dicha investigación tuvo un enfoque cuantitativo correlacional, el cual fue aplicado a 80 colaboradores que trabajan en empresas socio-ambientales. Para la medición de la satisfacción con comunicación utilizó un cuestionario con 40 ítems, empleando 20 ítem para cada variable con escala Likert de 7 puntos. Como resultado de uno de sus principales resultados se observó que existe una relación positiva, directa e intensidad fuerte ($r=0.68$, $p<0.01$).

1.2 Bases teóricas

1.2.1 Marco teórico de la variable satisfacción de la comunicación

La satisfacción de la comunicación se origina cuando un individuo o sujeto participa activamente del proceso de comunicación en la organización.

1.2.1.1 Teorías

Downs y Hazen (1977) describieron a la comunicación de la satisfacción con ocho factores distintos. Estos tienen que ver con la satisfacción, con información de comunicación, relaciones, canales y clima. Los ocho factores son el clima de comunicación, la relación con los superiores y subordinados, la integración

organizacional, calidad de los medios de comunicación, comunicación horizontal e informal, perspectiva organizacional, relación con los subordinados y retroalimentación personal.

Downs (1988) afirmó que este es un aspecto de la comunicación, es decir, la transmisión a través de una organización y la satisfacción de la comunicación se puede medir evaluando el entorno y la salud de la organización. La satisfacción de la comunicación ocurre cuando se cumplen las expectativas y ambiciones positivas sobre la interacción social. Algunos lo describen como disfrutar y cumplir con las expectativas a través de la participación, la interacción y el conocimiento de la comunicación continua. La satisfacción de la comunicación puede reflejar relaciones de alta calidad y conducir a la satisfacción de la relación, intimidad y el mantenimiento de la relación. Es el vínculo entre la competencia comunicativa y la satisfacción con las relaciones cercanas así lo definió Punyanunt-Cater (2008).

Pongton y Suntrayuth (2019), señalan que la satisfacción de la comunicación ha recibido mucha atención, porque mejorar la satisfacción de la comunicación puede aumentar la satisfacción, el compromiso y la productividad de los empleados. Muchos investigadores han estudiado el papel fundamental de la satisfacción de la comunicación para cosechar los beneficios del crecimiento organizacional.

1.2.1.2 Definiciones

Se define como la satisfacción del individuo con varios aspectos de la comunicación dentro de una organización. Además, es una respuesta emocional centrada en eventos sociales. No obstante, la satisfacción de la comunicación es la satisfacción personal que proviene de comunicarse con éxito con otra persona. (Thayer, 1969).

La satisfacción de la comunicación organizacional se define como el nivel general de satisfacción que subordina la experiencia con el entorno de comunicación general de una organización (Redding, 1978). Es decir, que este concepto incluye comunicación y retroalimentación entre gerentes y subordinados, comunicación vertical y horizontal, información relacionada con el trabajo y comunicación entre diferentes departamentos.

Según Crino y White (1981), la satisfacción de la comunicación era definida como la satisfacción del individuo con el patrón de comunicación dentro de una organización. Esto incluye obtener una cantidad suficiente de información general relevante para su organización, como políticas, desempeño, misión y visión de la empresa y condiciones de trabajo. Esto también se aplica a la calidad de la comunicación entre los empleados y sus superiores y subordinados. Es decir, que mientras la comunicación se dé continuamente entre los mismos canales, el sujeto o individuo creará un vínculo positivo con la organización.

Ammari, Al Kurdi, Alshurideh, et al. (2017) define a la satisfacción de la comunicación como el éxito que depende principalmente del método, proceso y técnica de la comunicación, la cual es crucial para el compromiso organizacional entre los empleados.

1.2.2 Marco teórico de la variable compromiso

El compromiso como tal tiene dos tipos de definiciones, los cuales son: el compromiso personal (engagement) y el compromiso organizacional (commitment). Las diferencias serán explicadas en las teorías y definiciones a continuación.

1.2.2.1 Teorías del compromiso personal (engagement)

Schaufeli, et al. (2006) describió que el compromiso está orientado a sentirse positivo, satisfecho y muy comprometido con el trabajo, lo que se manifiesta en aspectos de energía, dedicación y pasión.

1.2.2.2 Definiciones del compromiso personal (engagement)

Kahn (1990) define el compromiso en los empleados como la autoexploración de los miembros de la organización para sus roles laborales, mediante el cual las personas se usan y se expresan física, cognitiva y emocionalmente mientras desempeñan el rol.

Truss (2005) define el compromiso en los empleados como “pasión por el trabajo”, un estado psicológico que se considera que incluye las tres dimensiones del compromiso discutidas por Kahn.

Según Schaufeli et al. (2006), el engagement se define como un sentimiento positivo, de satisfacción y altamente relacionado con el trabajo, que se manifiesta en aspectos de energía, dedicación y pasión.

1.2.2.3 Teorías del compromiso organizacional (Commitment)

Según Schultz y Schultz (1998), el compromiso organizacional se refiere al grado de identificación o conexión psicológica con la organización en la que trabaja el empleado.

El compromiso organizacional es un método comprobado que se utiliza para reducir la rotación de empleados, aumentar la productividad, mantener la competencia y garantizar el crecimiento y la supervivencia organizacional (Jose & Mampilly, 2012; Raza et al., 2017).

1.2.2.4 Definiciones del compromiso organizacional (Commitment)

El compromiso organizacional se define como el vínculo psicológico que los empleados sienten con la organización para la que trabajan (Schultz & Schultz, 1998).

Muchinsky (2006) definió el compromiso organizacional como la lealtad del empleado hacia el empleador. También definió la participación de los empleados como el grado en que los empleados están completamente dedicados a su trabajo y la fuerza de su compromiso con el trabajo y la organización.

Shuck y Wollard (2009) también definen el compromiso organizacional como una situación laboral creciente en la que las percepciones, emociones y comportamientos de los empleados se dirigen hacia los resultados organizacionales deseados.

1.3 Definición de términos básicos

Comunicación: La comunicación surge dentro de la organización y consta de los mensajes transmitidos dentro de ella (Tessi, 2011).

Satisfacción de la comunicación: Redding, (1978) lo define como el nivel de satisfacción que siente un empleado en su entorno de comunicación general dentro de una organización en su conjunto.

Clima de la comunicación: Downs y Hazen, (1977) se refiere a la comunicación a nivel organizacional e individual, ya sea que la comunicación dentro de la empresa sea inspiradora o motivadora, y que facilite la identificación de los empleados. Por otro lado, también incluye evaluar si las actitudes del individuo hacia la comunicación son sólidas dentro de la organización.

Relación con los superiores y subordinados: Clampitt y Downs, (1987) se centran en la comunicación ascendente y descendente la cual mide la apertura, la escucha y la confianza percibida del gerente y colaboradores. Esto incluye la reacción de los subordinados a la comunicación descendente y la medida en que los subordinados inician la comunicación ascendente. Hay tres aspectos centrales en este aspecto: la tolerancia a las ideas del jefe, la atención del jefe y la voluntad del jefe de brindar asesoramiento sobre las soluciones.

Calidad de los medios de comunicación: Clampitt y Downs, (1987) definió que siempre que las reuniones estén bien organizadas, las instrucciones descritas serán concisas y precisas; en la medida que la comunicación sea puntual y concreta. Es decir, a pesar de los diversos canales de comunicación dentro de la empresa, las reuniones están bien organizadas con un registro adecuado y se dan instrucciones concisas y precisas, donde el boletín detalla los eventos de la empresa.

Compromiso: Wiener, (1982:418) dice que el compromiso es visto como un proceso motivacional normativo, claramente diferente de los enfoques pragmáticos instrumentales para explicar el comportamiento laboral.

Compromiso organizacional: Vance, (2006) indica que el compromiso organizacional es una condición en la cual los empleados están satisfechos, entusiasmados y se sienten muy relacionados con su trabajo.

Compromiso afectivo: Meyer y Allen (1997) expresan que el compromiso afectivo se basa en la experiencia laboral los empleados y la forma cómo encuentran satisfacción y comodidad. Esto será muy exitoso no solo para desarrollar su compromiso afectivo sino también para su percepción de la autoestima.

Compromiso normativo: Meyer y Allen (1997) establecen que los trabajadores se sienten obligados a permanecer en su puesto.

Compromiso continuidad: Meyer y Allen (1997) perciben al compromiso continuidad como el mecanismo para reducir la rotación de empleados, y es necesario considerar otras consecuencias de un mayor compromiso de los empleados. Esto incluye el deseo de trabajar para alcanzar los logros y metas de la empresa. La empresa y su bienestar social.

CAPÍTULO II. HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1 Formulación de hipótesis principales y derivadas

El objetivo fundamental de la investigación es evaluar las hipótesis generales y específicas, para que, con ello, se puedan responder y precisar las interrogantes que se presentan en la investigación.

2.1.1 Hipótesis general:

De acuerdo con la revisión de los antecedentes presentados en antecedentes se determina la siguiente hipótesis general.

La satisfacción de la comunicación se relaciona directamente con el compromiso laboral de los colaboradores en una empresa de bienestar psicológico.

2.1.2 Hipótesis específicas:

Se plantea hipótesis específicas a raíz de las dimensiones de la variable satisfacción de la comunicación, con el fin de conocer la relación que existe con la variable del compromiso.

Clima de la comunicación se relacionan directamente con el compromiso laboral de los colaboradores en una empresa de bienestar psicológico.

Relación con los superiores se relaciona directamente con el compromiso laboral de los colaboradores en una empresa de bienestar psicológico.

Calidad de los medios se relaciona directamente con el compromiso laboral de los colaboradores en una empresa de bienestar psicológico.

2.2 Variables y definición operacional

Las variables son propiedades que pueden fluctuar y cuyos cambios se pueden medir u observar (Hernández et al., 2006).

2.2.1 Identificación de variables

Variable 1:

Satisfacción con la comunicación: Satisfacción general con las prácticas de comunicación dentro de la organización. Esto incluye obtener una cantidad suficiente de información general relevante para su organización, como políticas, desempeño, misión y visión de la empresa y condiciones de trabajo. Esto también se aplica a la calidad de la comunicación entre los empleados y sus superiores y subordinados. (Crino y White, 1981)

Variable 2:

Compromiso laboral: sentirse positivo, satisfecho y muy comprometido con el trabajo, lo que se manifiesta en aspectos de energía, dedicación y pasión (Schaufeli, et al., 2006). Además, se define como la lealtad del empleado hacia el empleador, la participación de los empleados como el grado en que los empleados están completamente dedicados a su trabajo y la fuerza de su compromiso con el trabajo y la organización. (Muchinsky, 2006)

2.2.2 Definición operacional

Satisfacción de la comunicación: Para esta variable se asumen tres dimensiones más del clima de comunicación: Esto refleja la comunicación a nivel organizacional e

individual. Por un lado, hay factores como el grado en que la comunicación dentro de la organización motiva e inspira a los empleados para lograr sus objetivos organizacionales y el grado en que mejoran su identidad con la organización. Además, también incluye evaluar si las actitudes de las personas hacia la comunicación son sólidas dentro de la organización (Downs y Hazen, 1977)

Relación con los superiores y subordinados: Se refiere a la comunicación de ascendente y descendente, la cual mide la apertura, la escucha y la confianza percibida del gerente. Hay tres aspectos centrales en este aspecto: la tolerancia a las ideas del jefe, la atención del jefe y la voluntad del jefe de brindar asesoramiento sobre las soluciones (Clampitt y Downs, 1987).

Calidad de los medios de comunicación: Se refiere a la utilidad y claridad de la información transmitida a través de varios canales. A pesar de los diversos canales de comunicación dentro de la empresa, las reuniones están bien organizadas con un registro adecuado y se dan instrucciones concisas y claras, pero el boletín detalla los eventos de la empresa (Clampitt y Downs, 1987).

Para medir vamos a desarrollar una serie de preguntas cerradas con escala Likert, la cual fue procesada por métodos estadísticos para analizar los resultados obtenidos de la empresa de estudio.

Compromiso: Esta variable asume tres dimensiones:

Compromiso afectivo: se basa en la experiencia laboral que los colaboradores consideran satisfactoria y reconfortante lo que generaría gran éxito, no solo por el

crecimiento de su compromiso emocional sino también por su sentido de autoestima (Meyer y Allen, 1997).

Compromiso normativo: Se establece claramente que los trabajadores se sienten obligados a permanecer en su puesto (Meyer y Allen, 1997).

Compromiso continuidad: un mecanismo para reducir la rotación de empleados, y es necesario considerar otras consecuencias de un mayor compromiso de los empleados. Esto incluye el deseo y decisión de trabajar para cumplir con la visión y misión de la empresa y alcanzar el bienestar social propio (Meyer y Allen, 1997).

Para esta variable también se aplicará la técnica de encuesta, mediante el desarrollo del cuestionario de preguntas cerradas con escala Likert, la cual del mismo modo que la variable clima labora será procesada por métodos estadísticos para contrastar los resultados obtenidos mediante la observación.

Tabla 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título de la investigación:		Satisfacción de la comunicación y su relación con el compromiso de los colaboradores de una empresa de bienestar psicológico.			
Línea de investigación		Informalidad			
Autor(es):		Mauricio Salazar, Jakeline Milagros Santamaria Alcántara, Jordan			
PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general			
¿Cuál es la relación que existe entre la satisfacción de la comunicación y el compromiso laboral de los colaboradores de una empresa de bienestar psicológico?	Determinar la relación entre la satisfacción de la comunicación y el compromiso laboral de los colaboradores de una empresa de bienestar psicológico	La satisfacción de la comunicación se relaciona directamente con el compromiso laboral de los colaboradores de una empresa de bienestar psicológico	Variable 1: Satisfacción con la comunicación	-Clima de comunicación -La relación con los supervisores y subordinados -Calidad de los medios de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> • Enfoque: Cuantitativo • Alcance: Correlacional descriptiva • Tipo: Aplicada. • Diseño: No experimental transversal • Unidad de investigación: Colaboradores de una empresa de bienestar psicológico ubicada en la Av. Benavides 3030 - Miraflores
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas	Variable 2: Compromiso laboral	-Compromiso afectivo -Compromiso normativo. -Compromiso continuidad	
¿Cuál es la relación entre clima de comunicación y el compromiso laboral de los	Determinar la relación entre el clima de comunicación y el compromiso laboral de los	El clima de comunicación se relaciona directamente con el compromiso	Clima de comunicación	Habilidades para comunicarse Comunicación efectiva Comunicación asertiva	Colocar tu instrumento como fuente de información primaria

colaboradores de una empresa de bienestar psicológico?	colaboradores de una empresa de bienestar psicológico.	laboral de los colaboradores de una empresa de bienestar psicológico.	Compromiso laboral		
¿Cuál es La relación con los supervisores y subordinados y el compromiso laboral de los colaboradores de una empresa de bienestar psicológico?	Determinar la relación entre la relación con los supervisores y subordinados y el compromiso laboral de los colaboradores de una empresa de bienestar psicológico	La relación con los supervisores y subordinados se relaciona directamente con el compromiso laboral de los colaboradores de una empresa de bienestar psicológico	La relación con los supervisores y subordinados	Comunicación ascendente Comunicación descendente	
			Compromiso laboral		
¿Cuál es la relación entre calidad de los medios y el compromiso laboral de los colaboradores de una empresa de bienestar psicológico?	Determinar la relación entre calidad de los medios y el compromiso laboral de los colaboradores de una empresa de bienestar psicológico	La calidad de los medios relaciona directamente el compromiso laboral de los colaboradores de una empresa de bienestar psicológico.	Calidad de los medios de comunicación	Comunicación informal Comunicación formal	
			Compromiso laboral		

Tabla 2: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Operacionalización de la variable 1

Variable: Satisfacción de la comunicación		
Definición conceptual: Nivel de satisfacción que siente el colaborador con la comunicación general dentro de la empresa en conjunto.		
Instrumento: Cuestionario de escala estandarizada		Técnica: Encuesta
Dimensiones	Indicadores	Ítems del instrumento
Clima de comunicación	Habilidades para comunicarse	Grado en que la comunicación horizontal con otros miembros de la organización es precisa y fluida.
		Grado en que las personas de mi organización tienen gran habilidad como comunicadores
	Comunicación efectiva	Grado en que las publicaciones y/o comunicaciones de la organización son interesantes y útiles.
		Grado en que recibo a tiempo información sobre políticas y metas departamentales.
		Grado en que recibo a tiempo la información necesaria para realizar mi trabajo.
	Comunicación asertiva	Grado en que la comunicación de la organización hace que me identifique con ella o me sienta parte vital de ella.
		Grado en que la comunicación de la organización motiva y estimula el entusiasmo por cumplir sus objetivos
		Grado en que obtengo reconocimiento a mi esfuerzo
	La relación con los supervisores y subordinados	Comunicación ascendente
Grado en que mi superior me escucha y me presta atención.		
Grado en que mi supervisor ofrece orientación para resolver problemas relacionados con el trabajo.		
Grado en que mis supervisores están abiertos a ideas		
Medida en la que la cantidad de supervisión que se me ha dado es correcta.		

	Comunicación descendente	Grado de confianza de mi supervisor en mí.
		Grado en que mis subordinados responden a la comunicación directiva descendente.
		Grado en que los colaboradores se sienten responsables de iniciar una comunicación ascendente precisa.
		Grado en que los colaboradores son receptivos a evaluación, sugerencias y críticas
Calidad de los medios de comunicación	Comunicación informal	Grado en que las actitudes hacia la comunicación en la organización son saludables
		Grado en que las actitudes hacia la comunicación en la organización son básicamente sanas
		Grado en que la comunicación informal es activa y precisa
	Comunicación formal	Grado en que las directivas e informes escritos son claros y concisos.
		Grado en que la cantidad de comunicación en la organización es correcta
		Grado en que nuestras reuniones están bien organizadas
		Grado en que las prácticas de comunicación se adaptan a las emergencias

Tabla 3: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Operacionalización de la variable 2

Variable: Compromiso laboral		
Definición conceptual: Los empleados están satisfechos, entusiasmados y se sienten muy relacionados con su trabajo, como un proceso motivacional normativo explicar el comportamiento laboral.		
Instrumento: Cuestionario de escala estandarizada		Técnica: Encuesta
Dimensiones	Indicadores	Ítems del instrumento
Compromiso afectivo	Identidad organizacional	Estoy dispuesto a esforzarme mucho más de lo que se espera normalmente de mí para ayudar a que esta organización tenga éxito.
		Esta organización realmente inspira lo mejor de mí en la forma de desempeño laboral.
		Estaría muy feliz de pasar el resto de mi carrera en esta organización.
	Apego emocional	Estoy muy contento de haber elegido esta organización para trabajar en lugar de otras que estaba considerando en el momento en que me uní
		Realmente siento que los problemas de esta organización son los míos.
		Me sentiría culpable si dejara mi organización ahora.
Compromiso normativo.	Lealtad	Esta organización merece mi lealtad.
		Siento muy poca lealtad hacia esta organización (r)
		Aceptaría casi cualquier tipo de asignación de trabajo para seguir trabajando para esta organización

	Permanencia organizacional	Sería muy difícil para mí dejar mi organización en este momento, incluso si quisiera
		Siento que tengo muy pocos motivos para dejar esta organización.
		En este momento, permanecer en mi organización es una cuestión tanto de necesidad como de deseo.
		Si no hubiera puesto ya tanto de mí mismo en esta organización. Podría considerar trabajar en otro lugar
Compromiso continuidad	Sentido de pertenencia	Estoy orgulloso de decirles a otros que soy parte de esta organización.
		No dejaría mi organización en este momento porque tengo un sentido de obligación con las personas en ella
		No siento un fuerte sentido de "pertenencia" a mi organización. (r)
		No me siento "emocionalmente unido" a esta organización. (r)

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

3.1 Diseño metodológico

3.1.1 Enfoque

Cuantitativo:

Se utilizó métodos cuantitativos, como el uso del cuestionario que pasó por un proceso de tabulación, que permitió conocer la relación existente entre las variables satisfacción con la comunicación y el compromiso de los colaboradores de una empresa de bienestar psicológico. La investigación cuantitativa debe ser justa y objetiva. Los fenómenos observados y calculados no deben ser corregidos por el investigador en ninguna circunstancia. Unrau, Grinnell y Williams (2005) citado de (Hernández et al.,2006)

3.1.2 Tipo

Aplicada:

Según Carrasco (2013) es aquel que no tiene finalidad de aplicación inmediata, ya que únicamente pretende ampliar y profundizar el flujo de conocimiento científico existente sobre la realidad. El propósito del estudio fue la teoría científica, lo cual buscó analizar y mejorar el contenido. Es así que, la satisfacción con la comunicación, mediante la elaboración, la ejecución y el análisis de los instrumentos que se aplicaron para la percepción del nivel del compromiso de los colaboradores.

3.1.3 Alcance

El diseño utilizado en el estudio fue una descripción de correlación, el mismo que ayudó a determinar la relación entre dos variables y la medida en que la variación que ocurre en un factor corresponde a la variación en el otro factor, según Gill (2013), los estudios descriptivos consisten en explicar ciertos aspectos de un grupo de individuos cuya respuesta son datos continuos graficados con una media simple del nivel medio. Por un lado, la correlación se utiliza para estudiar y medir la asociación entre dos o más variables. Asimismo, el propósito de la correlación es conocer la relación entre dos o más variables en un contexto particular y explica claramente cuántas pueden relacionarse (Fernández y Baptista, 2014)

3.1.4 Diseño

No experimental:

El diseño de la investigación, es el diseño no experimental de tipo transversal, porque se realizó sin operar premeditadamente las variables, es decir, se observó el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto (Hernández et. al., 2010)

3.1.5 Unidad de investigación

La unidad de investigación fueron los colaboradores que pertenecen la empresa de bienestar psicológico.

3.2 Diseño muestral

Según la investigación realizada por Ammari, Al Kurdi, Alshurideh, et al., (2017) en la cual cita a MN, Saunders, et (2011) explicaron que la elección del método de muestreo y el tamaño de la muestra depende de la capacidad de recolección de respuestas a las

principales preguntas de investigación y datos que conducen a la solución del problema. También depende de la disponibilidad de recursos.

3.2.1 Población

Para Hernández, Fernández y Baptista (2010) la población es un conjunto de todos los casos que coinciden con un conjunto de especificaciones. Bajo esta definición el presente trabajo de investigación tuvo como población a todos los colaboradores de la empresa de bienestar psicólogos ubicada en la Av. Benavides 3030 en el distrito de Miraflores, el cual, estuvo conformada por 46 personas, de los cuales 6 son varones y 40 son mujeres.

3.2.2 Criterios de inclusión de la población de estudio.

Todos los colaboradores que se encontraban laborando más de 6 meses, tanto de género masculino como femenino.

3.2.3 Muestra

Según Arias (2006) manifestó que la muestra es aquella parte de la población seleccionada para obtener efectivamente información para el desarrollo del estudio y sobre la cual se realizarán mediciones y observaciones de las variables estudiadas. Por ello, se aplicó a todos los miembros de la organización; ya que, al ser una MYPE, su muestra total es de 46 colaboradores, y para obtener un resultado más consistente se determinó utilizar la muestra poblacional.

3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.3.1 Técnicas de recolección de datos:

Encuesta

Se aplicó esta técnica para realizar preguntas que estén enfocados con el objetivo de la presente investigación. Con el fin, de conocer sus opiniones y tener noción de algunos hechos que se puedan haber dado en la organización (Encarnación, 2004) afirmó, que la encuesta es un método de recolección de datos sobre hechos objetivos, conocimientos, etc. a partir de la interacción entre el encuestador y el encuestado.

3.3.2 Instrumentos de recolección de datos:

Cuestionario

Esta es la herramienta más utilizada en las encuestas sociales cuando muchas personas están estudiando. Porque permite respuestas directas a través de una serie de preguntas dadas. Las preguntas estandarizadas se preparan y se predicen de antemano (Carrasco, 2005). Este instrumento fue reestructurado de manera efectiva para medir la satisfacción de la comunicación y la relación con el compromiso de los colaboradores tomando como base las encuestas estandarizadas de Downs & Hazen, 1977 y CW Downs, (1990) para la variable satisfacción de la comunicación y Mowday, Steers y Porter (1979) para la variable compromiso. El cuestionario tuvo un conjunto de preguntas que estuvieron redactadas en función de los objetivos de la investigación para una mejor tabulación y procesamiento de datos. La escala de medida ordinal corresponde a una escala de Likert con frecuencia de cinco valores.

Bajo ese concepto las preguntas correspondientes a la variable satisfacción con la comunicación estuvieron compuesta por 3 de las 8 dimensiones que se encuentran en el cuestionario estandarizado de Downs & Hazen, 1977 y CW Downs, (1990): clima de comunicación (P1, P2, P3, P4, P5, P6, P7), relación con los superiores y subordinados (P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14), y la calidad de los medios (P15, P16, P17, P18, P19, P20).

Asimismo, las preguntas correspondientes a la variable compromiso estuvieron compuesto por otras 3 dimensiones: compromiso afectivo (P21, P22, P23, P24, P25, P26), compromiso normativo (P27, P28, P29, P30, P31, P32), y compromiso continuidad (P33, P34, P35, P36). Por otro lado, cabe precisar que el cuestionario reestructurado paso por una validación de experto, quienes evaluaron dicho instrumento en su versión original inglés y traducida al español. Los expertos, acotaron que, al ser una herramienta estandarizada, es un instrumento fiable, sin embargo, se hizo una muestra con la población.

Siguiendo con las sugerencias de los expertos se aplicó el instrumento a una muestra de la población de estudio y se replantearon preguntas que no eran entendibles para los colaboradores y se eliminaron preguntas que no eran significativas.

3.3.3 Confiabilidad del instrumento

Según Hernández et al., (2010), la confiabilidad de una herramienta de medición es tal que la herramienta produce resultados consistentes y congruente. Se realizó un cuestionario de 36 ítems donde se consideraron preguntas para cada variable y dimensión. El instrumento diseñado fue sometido para analizar las normas de expertos

con el fin de comprobar su coherencia interna, claridad y coherencia lógica para que puedan ser aplicadas a la investigación.

Figura 1

Formula de fiabilidad

Confiabilidad de la variable Satisfacción con la comunicación
Mediante el coeficiente alfa de Cronbach

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum s^2}{ST^2} \right]$$

Donde,

k = El número de ítems

$\sum s^2$ = Sumatoria de varianzas de los ítems.

sT^2 = Varianza de la suma de los ítems.

α = Coeficiente de alfa de Cronbach

Argumedo A., (2021) en su investigación para obtener el grado de magister menciona a George & Mallery (2003) quién valora una escala de los coeficientes del α :

- $\alpha > 0.9$ (excelente)
- $\alpha > 0.8$ (bueno)
- $\alpha > 0.7$ (aceptable)
- $\alpha > 0.6$ (cuestionable)
- $\alpha > 0.5$ (pobre)
- $\alpha < 0.5$ (inaceptable)

Mediante la encuesta elaborada se realizó una prueba de fiabilidad en SPSS, lo que dio un coeficiente mayor a 0.909, se consideran altamente confiables; por consiguiente, el instrumento es excelente.

3.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

Para la investigación se procesó la información mediante herramientas de cálculo como SPSS, Excel (macros para tabulación y/o codificación). Durante el desarrollo de la investigación analizamos las pruebas del análisis de fiabilidad de cada variable y sus dimensiones, los análisis descriptivos sociodemográficos (genero, rango de edad y cargo), y análisis descriptivos como desviación estándar, mínimo y máximo de cada variables y dimensiones. Para finalizar se realizó un análisis exploratorio de prueba normalidad y análisis cuantitativo correlacional Pearson.

3.5 Aspectos éticos

Los datos obtenidos se realizarán bajo total confidencialidad, esto partiendo de la confianza que se nos ha depositado. La presente investigación se dio con el propósito de recabar datos reales para que, según el resultado obtenido, la empresa pueda aplicar técnicas de mejoras continuas y/o reestructuraciones internas.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS

4.1 Resultados de la investigación

En este capítulo se presentan los resultados del estudio, a partir de la aplicación de la encuesta a una muestra de 46 colaboradores del centro psicológico ubicado en Av. Benavides 3030 - Miraflores. La tabulación, verificación y procesamiento se realizó mediante el software SPSS Statistics 25 y el programa de cálculo Excel.

Las variables que se utilizaron conforme al estudio son: variables satisfacción de la comunicación, la cual posee tres dimensiones de estudios (clima de comunicación, la relación con los supervisores y subordinados y la calidad de los medios de comunicación), de donde se desprenden tres objetivos e hipótesis específicas, las cuales se pretende conocer el tipo de relación que tienen con la variable del compromiso.

Para este estudio se obtuvo pruebas de análisis de fiabilidad, sociodemográficos, descriptivo, y normalidad, así como también se midieron las correlaciones mediante pruebas del coeficiente de Ro Pearson.

4.1.1. Análisis de fiabilidad para la variable satisfacción de la comunicación y sus dimensiones

En la tabla 4 se puede apreciar los resultados obtenidos para la variable satisfacción de la comunicación. En la cual se visualiza una confiabilidad de 0.909, lo cual es considerado como excelente (George & Mallery, 2003).

Tabla 4

Prueba de fiabilidad variable 1- “satisfacción de la comunicación”.

Variable	Alfa de Cronbach	N de elementos
<i>Satisfacción de la comunicación</i>	0.909	20

Fuente: Reporte de la plantilla Excel-Elaboración propia.

Asimismo, se visualiza en la tabla 5 que para las dimensiones clima de la comunicación, relación con los supervisores y subordinados y calidad de los medios de comunicación se obtuvieron resultados de confiabilidad entre 0.656 a 0.717, lo cual es considerado como aceptable (George & Mallery, 2003).

Tabla 5

Prueba de fiabilidad para las dimensiones de la variable 1

Dimensiones	Alfa de Cronbach	N de elementos
<i>Clima de la comunicación</i>	0.717	8
<i>Relación con los supervisores y subordinados</i>	0.717	7
<i>Calidad de los medios de comunicación</i>	0.656	6

4.1.2. Análisis de fiabilidad para la variable compromiso laboral y sus dimensiones

Para la variable compromiso laboral también se visualiza el resultado obtenido en la tabla 6, el cual arrojó un resultado de 0.891, esto indica que la confiabilidad es buena (George & Mallery, 2003).

Tabla 6

Prueba de fiabilidad variable 2 - "compromiso laboral"

Variable	Alfa Cronbach	N° de elementos
<i>Compromiso laboral</i>	0.891	16

Fuente: Reporte de la plantilla Excel-Elaboración propia.

Además, para las dimensiones del compromiso laboral conformadas por el compromiso afectivo, normativo y de continuidad se obtuvieron resultados de confiabilidad entre 0.656 a 0.739, lo cual es considerado como aceptable (George & Mallery, 2003).

Tabla 7

Prueba de fiabilidad para las dimensiones de la variable 2

Dimensiones	Alfa de Cronbach	N de elementos
<i>Afectivo</i>	0.701	6
<i>Normativo</i>	0.656	6
<i>Continuidad</i>	0.739	4

4.2 Resultados descriptivos sociodemográficos

Según los datos obtenidos, luego de la tabulación correspondiente de los aspectos sociodemográficos y organizacionales, se aplicaron tablas dinámicas y se obtuvo como resultado que el 86.96% de los colaboradores son mujeres, con una población de 40 personas, mientras que el 13.04% son varones, con una población de 6 personas.

Tabla 8

Cuadro descriptivo sociodemográfico "Género"

Género	Cantidad	Porcentaje %
Femenino	40	86.96%
Masculino	6	13.04%
Total general	46	100.00%

Fuente: Reporte de la plantilla Excel-Elaboración propia.

En relación a la edad, se designó 4 grupos de diferentes rangos (26 a 30 años; 31 a 40 años; 41 a 50 años y de 51 a más), mediante el cual se ha obtenido como resultado que el grupo con mayor población en la empresa corresponde al rango de 31 a 40 años de edad con un porcentaje de 46.71%, seguido por el rango de edad 26 a 30 años con 40.59%. Por otro lado, los grupos de rango de edad 41 a 50 años y 51 a más conforman el 12.7% de la población.

Tabla 9:

Cuadro descriptivo sociodemográfico de la variable edad

Rango de edad	Cantidad	Porcentaje %
26 a 30	21	40.59
31 a 40	21	46.71
41 a 50	3	9.07
51 a más	1	3.63

Fuente: Reporte de la plantilla Excel-Elaboración propia.

Para el aspecto demográfico relacionado con cargo laboral, se visualiza que está compuesto por dos grupos (administrativos y psicólogos). En la tabla se visualiza que el mayor grupo de población es el conformado por los psicólogos con un 84.78% y 39 personas. Mientras que el grupo correspondiente al administrativo es de 15.22% conformado por 7 personas.

Tabla 10

Cuadro descriptivo sociodemográfico de la variable cargo laboral

Cargo Laboral	Cantidad	Porcentaje %
Administrativo	7	15.22
Psicólogos	39	84.78

Fuente: Reporte de la plantilla Excel-Elaboración propia.

4.3 Descripción de la muestra

4.3.1 Satisfacción de la comunicación

Para la variable satisfacción de la comunicación, se obtuvo un puntaje mínimo de 1.85 y un máximo de 4.000, con un valor de la media de 2.845 y una desviación estándar de 0.449.

Tabla 11: Cuadro estadístico descriptivo-satisfacción de la comunicación

Variable / Dimensión	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Est.
V1: SATISFACCIÓN DE LA COMUNICACIÓN	1.85	4.000	2.845	0.449
<i>D1: Clima de la comunicación</i>	<i>1.8571</i>	<i>4.000</i>	<i>2.8509</i>	<i>0.4487</i>
<i>D2: Relación con los supervisores y subordinados</i>	<i>1.8571</i>	<i>4.000</i>	<i>2.8509</i>	<i>0.4487</i>
<i>D3: Calidad de los medios de comunicación</i>	<i>1.8333</i>	<i>4.000</i>	<i>2.8297</i>	<i>0.4547</i>

Fuente: Reporte de la plantilla Excel-Elaboración propia

Además, en la tabla 11 se puede visualizar que las dimensiones con mayor valoración son las de clima de la comunicación y relación con los supervisores y subordinados ambas con una media de 2.8509 y desviación estándar 0.4487. No obstante, la dimensión calidad de los medios de comunicación tiene una valoración de la media de 2.8297 y desviación estándar de 0.4547.

4.3.2 Compromiso laboral

Para la variable compromiso laboral, en la escala decimal se obtuvo un puntaje mínimo de 1.875 y un máximo de 4.000, con un valor de la media de 2.851 y una desviación estándar de 0.447.

Tabla 12

Cuadro estadístico descriptivo-compromiso laboral

Variable / Dimensión	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Est.
V2: COMPROMISO LABORAL	1.875	4.000	2.851	0.447
D1: Afectivo	1.8333	4.167	2.8297	0.4493
D2: Normativo	1.8333	4.000	2.8297	0.4547
D3: Continuidad	2.0000	4.250	2.9130	0.5302

Fuente: Reporte de la plantilla Excel-Elaboración propia.

Asimismo, en la tabla 12 se puede visualizar que las dimensiones con mayor valoración es el compromiso de continuidad con una media de 2.9130 y desviación estándar 0.5302. La dimensión compromiso normativo y el compromiso afectivo cuenta con una media de 2.8297, mientras que la y desviación estándar obtenida es de 0.4547 y 0.4493 respectivamente.

4.4 Análisis exploratorio

4.4.1 Prueba de normalidad

Si $N < 50$ entonces utilizamos Shapiro – Wilk.

H0: La distribución de los datos de la variable es normal.

H1: La distribución de los datos de la variable no es normal.

Regla de decisión.

Si valor $p > 0.05$, se acepta la Hipótesis Nula (H_0)

Si valor $p \leq 0.05$, se rechaza la Hipótesis Nula (H_0). por lo que se acepta H_1

Tabla 13

Cuadro de prueba de normalidad

Var/Dim	Estadístico	Sig.
V1: SATISFACCIÓN DE LA COMUNICACIÓN	0.9654	0.336
<i>D1: Clima de la comunicación</i>	0.9605	0.243
<i>D2: Relación con los supervisores y subordinados</i>	0.9605	0.243
<i>D3: Calidad de los medios de comunicación</i>	0.9605	0.244
V2: COMPROMISO LABORAL	0.9648	0.324
<i>D1: Afectivo</i>	0.9570	0.177
<i>D2: Normativo</i>	0.9605	0.244
<i>D3: Continuidad</i>	0.9484	0.070

Fuente: Reporte de la plantilla Excel-Elaboración propia.

La muestra es de 46 encuestados por lo que utilizaremos la prueba de Shapiro-Wilk, ya que ésta se aplica cuando el número de encuestados es menor que 50.

Para la variable satisfacción de la comunicación podemos visualizar según la prueba de normalidad que se logra obtener un p valor mayor a 0.05, (Sig. 0.532 > 0.05 Sig.), en consecuencia, se rechaza la hipótesis alterna (H_1), es decir, el tipo de distribución es normal. Lo mismo sucede con las dimensiones clima de la comunicación y relación con los superiores y subordinados, ya que ambas tienen una Sig 0.243 y la dimensión calidad de los medios de comunicación obtuvo una Sig. 0.244.

Asimismo, para la variable compromiso laboral se obtuvo un p valor, mayor a 0.05, (Sig. 0.324>0.05 Sig.), por tal motivo, también se rechaza la hipótesis alterna (H1), ya que el tipo de distribución es normal. Las dimensiones también obtuvieron p valor mayor al 0.05, en primer lugar, está la dimensión compromiso normativo con una Sig. 0.244, seguido por el compromiso afectivo con una Sig. 0.177, por último, el compromiso continuo con una Sig 0.070.

4.5 Análisis correlacional

4.5.1. Verificación de objetivos y/o contrastación de las hipótesis

4.5.1.1. *Relación entre satisfacción con el clima y el compromiso*

Objetivo específico 1:

Determinar la relación entre el clima de comunicación y compromiso laboral de los colaboradores de una empresa de bienestar psicológico.

Hipótesis específica 1:

Hipótesis nula (H0): No existe relación significativa entre el clima de comunicación y el compromiso laboral.

Hipótesis alterna (H1): existe relación significativa entre el clima de comunicación y el compromiso laboral.

Tabla 14

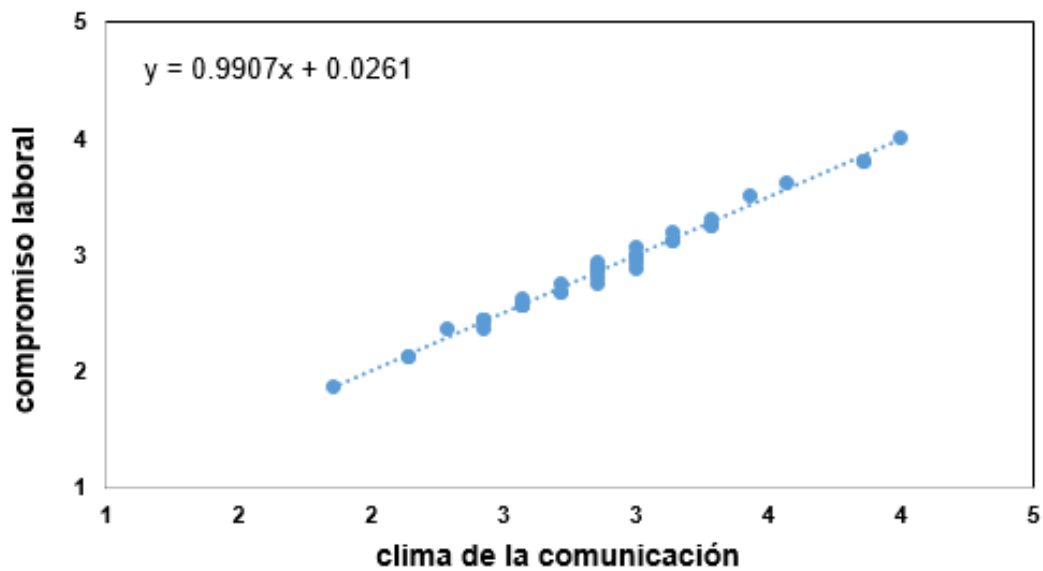
Correlación entre clima de la comunicación y el compromiso

		Correlación D1 - V2	
		Clima de la comunicación	Compromiso laboral
Clima de la comunicación	r de Pearson	1.0000	0.9955**
	Sig.(bilateral)		0.000
Compromiso laboral	r de Pearson	0.9955**	
	Sig.(bilateral)	0.000	

Fuente: Reporte de la plantilla Excel-Elaboración propia.

Figura 2

Correlación entre clima de la comunicación y el compromiso



Fuente: Reporte de la plantilla Excel-elaboración propia.

Con respecto a la primera hipótesis específica, se puede visualizar en la tabla 14, que el coeficiente de Pearson brinda una correlación de 0.9955**, con lo que se afirma que existe una correlación directa y fuerte, con tendencia positiva entre el clima de la comunicación y el compromiso laboral.

Asimismo, la significancia es 0.000, es así, que el p valor es menor que la significancia de 0.05, entonces, se afirma que existe relación significativa entre el clima de la comunicación y el compromiso laboral. (Además, el nivel de significancia es de 0,000, por lo que se rechaza la hipótesis nula, es decir, los datos evidencian que existe una relación significativa entre el clima de la comunicación y el compromiso laboral.)

4.5.1.2. Relación con los superiores y subordinados y el compromiso

Objetivo específico 2:

Determinar la relación entre la relación con los supervisores y subordinados y el compromiso laboral de los colaboradores de una empresa de bienestar psicológico.

Hipótesis específica 2:

Hipótesis nula (H0): No existe relación significativa entre la relación con los supervisores y subordinados y el compromiso laboral.

Hipótesis alterna (H1): existe relación significativa entre la relación con los supervisores y subordinados y el compromiso laboral.

Tabla 15

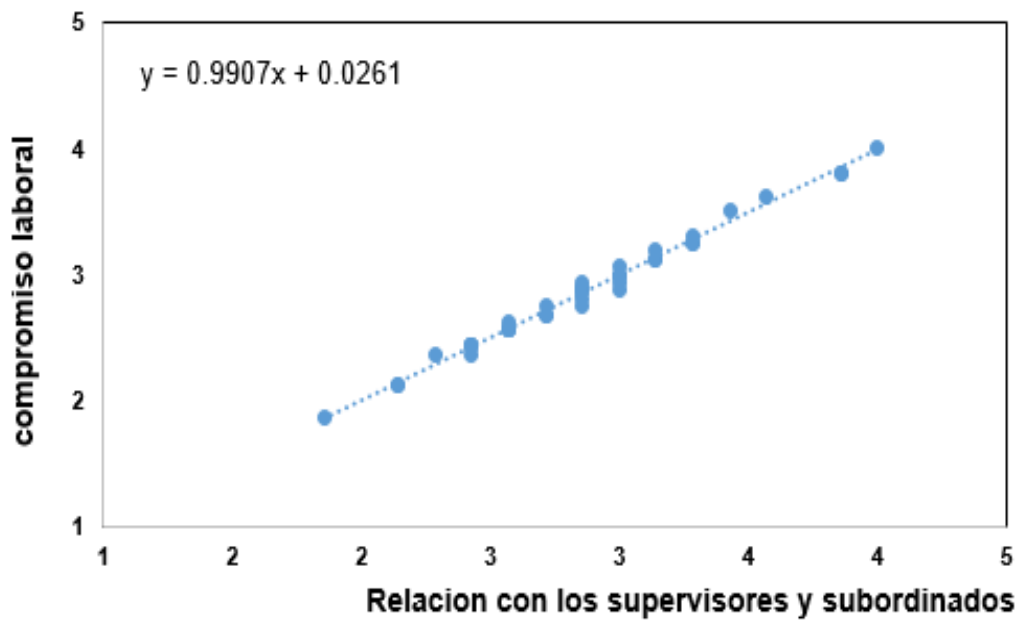
Correlación entre relación con los supervisores y subordinados y el compromiso

Correlación D2 - V2			
		Relación con los supervisores y subordinados	Compromiso laboral
Relación con los supervisores y subordinados	<i>r</i> de Pearson	1.0000	0.9955**
	<i>Sig.</i> (bilateral)		0.000
Compromiso laboral	<i>r</i> de Pearson	0.9955**	
	<i>Sig.</i> (bilateral)	0.000	

Fuente: Reporte de la plantilla Excel-Elaboración propia.

Figura 3

Correlación entre relación con los supervisores y subordinados y el compromiso.



Fuente: Reporte de la plantilla Excel-elaboración propia.

Con respecto a la segunda hipótesis específica planteada, se puede visualizar en la tabla 15, que el coeficiente de Pearson brinda una correlación de 0.9955**, con lo que se puede afirmar que existe una correlación directa fuerte entre la relación con los supervisores y subordinados y el compromiso laboral.

Cabe recalcar que en hipótesis específica 1 el coeficiente de correlación obtuvo el mismo resultado, por lo que confirma una correlación positiva alta.

El nivel de significancia es de 0.000, es decir, que el p valor es menor que la significancia de 0.05, en este caso también se rechaza la hipótesis nula, es decir, se afirma que existe relación significativa entre la relación con los supervisores y subordinados y el compromiso laboral.

c. Relación entre calidad de los medios y compromiso

Objetivo específico 3:

Determinar la relación entre calidad de los medios de comunicación y el compromiso laboral de los colaboradores de una empresa de bienestar psicológico.

Hipótesis específica 3:

Hipótesis nula (H0): No existe relación significativa entre la calidad de los medios de comunicación y el compromiso laboral.

Hipótesis alterna (H1): existe relación significativa entre la calidad de los medios y el compromiso laboral.

Tabla 16

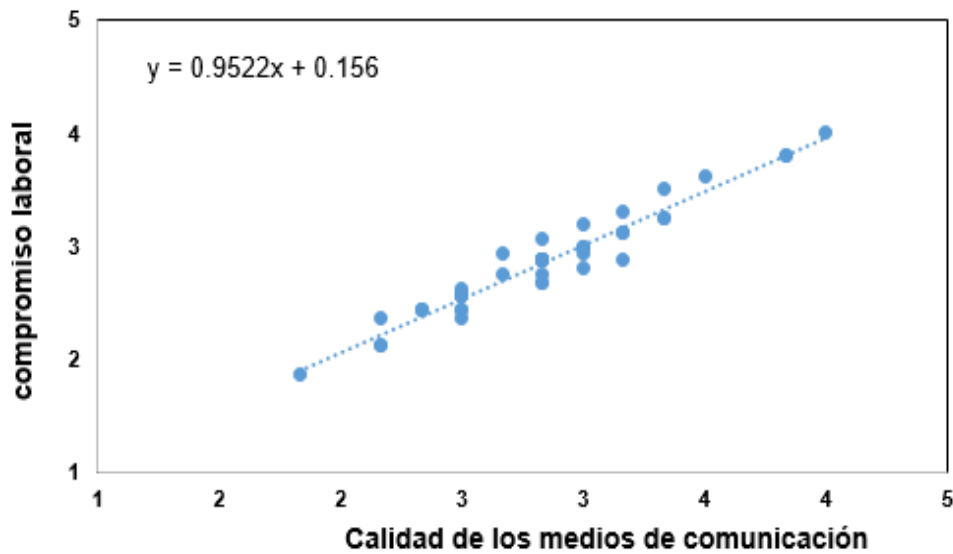
Correlación entre calidad de los medios y compromiso

		Correlación D3 - V2	
		Calidad de los medios de comunicación	Compromiso laboral
Calidad de los medios de comunicación	Coeficiente de Correlación	1.0000	0.9697**
	Sig.(bilateral)		0.000
Compromiso laboral	Coeficiente de Correlación	0.9697**	
	Sig.(bilateral)	0.000	

Fuente: Reporte de la plantilla Excel-Elaboración propia.

Figura 4

Correlación entre calidad de los medios y compromiso.



Fuente: Reporte de la plantilla Excel-elaboración propia.

Con respecto a la tercera hipótesis específica planteada, se puede visualizar en la tabla 16, que el coeficiente de Pearson nos brinda una correlación de 0.9697, por lo que se puede afirmar que existe una correlación directa fuerte con tendencia positiva para la dimensión calidad de los medios de comunicación y el compromiso laboral.

El nivel de significancia para esta prueba de hipótesis es de 0.000, es decir, que el p valor es menor que la significancia de 0.05, aquí también se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, en ese sentido, se afirma que existe relación significativa entre la calidad de los medios y el compromiso laboral.

4.5.1.4. Relación entre satisfacción de la comunicación y el compromiso

Objetivo general:

Determinar la relación entre la satisfacción de la comunicación y el compromiso laboral de los colaboradores de una empresa de bienestar psicológico.

Hipótesis general:

Hipótesis nula (H0): No existe relación significativa entre la satisfacción de la comunicación y el compromiso laboral.

Hipótesis alterna (H1): existe relación significativa entre la satisfacción de la comunicación y el compromiso laboral.

Tabla 17

Correlación entre la satisfacción de la comunicación y el compromiso.

		Correlación V1 - V2	
		Satisfacción de la comunicación	Compromiso laboral
Satisfacción de la comunicación	Coeficiente de Correlación	1.0000	0.9908**
	Sig.(bilateral)		0.000
Compromiso laboral	Coeficiente de Correlación	0.9908**	
	Sig.(bilateral)	0.000	

Fuente: Reporte de la plantilla Excel-Elaboración propia.

Figura 5

Correlación entre satisfacción de la comunicación y la comunicación informal



Fuente: Reporte de la plantilla Excel-elaboración propia.

La hipótesis general referida a la existencia de la relación entre la satisfacción de la comunicación y el compromiso laboral, muestra que el coeficiente de Pearson brinda una correlación de 0.9908 con lo que se puede afirmar que existe una correlación directa y fuerte con tendencia positiva entre ambas variables.

El nivel de significancia para hipótesis general también arrojó 0.000, con lo que se demuestra que el p valor es menor que la significancia de 0.05, por ello se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, afirmando así que relación entre la satisfacción de la comunicación y el compromiso laboral es significativa alta.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Para el análisis de confiabilidad de la variable satisfacción de la comunicación se aplicó la encuesta estandarizada de Downs & Hazen, 1977 y CW Downs, 1990 donde se recomienda un Alpha de Cronbach de 0.94, lo cual está en el rango de la investigación, ya que se obtuvo 0.909, lo que significa que el instrumento es excelente (George & Mallery 2003).

En relación al análisis de confiabilidad de la variable compromiso laboral también se aplicó la encuesta estandarizada de Mowday, Steers y Porter (1979) estos autores recomiendan en sus investigaciones que el Alpha de Cronbach debe ser 0.76, para La investigación se obtuvo el Alpha de Cronbach de 0.891, lo que significa que el instrumento es bueno (George & Mallery 2003).

Para la presente investigación la Hipótesis específica 1, se demostró que existe relación directa y fuerte, entre la dimensión el clima de la comunicación y la variable el compromiso laboral de los colaboradores de la empresa de bienestar psicológico con un resultado $r=0.9955$; $p=0.000$. Ammari, Al Kurdi, Alshurideh, et al. (2017), demostró en su investigación a los colaboradores de Yahoo!, que existe relación significativa entre la dimensión clima de la comunicación y la variable del compromiso organizacional con un $r=0.727$; $p=0,00$; también Ai Zhen (2013), en su estudio realizado a colaboradores de la industria minorista de ropa a tiempo completo en Klang Valley demostró que existe una relación positiva y significativa entre la dimensión clima de la comunicación y la variable compromiso laboral con un $r=0.640$; $p=0.01$. Hwa, Hee, Jin (2012), afirmo en su investigación a las enfermeras del hospital de Corea que existe una relación positiva y

significativa entre la dimensión clima de la comunicación y la variable compromiso laboral $r= 0.606$; $p=0.000$.

Con respecto a la hipótesis específica 2, se determinó que relación entre la relación colaboradores de la empresa de bienestar psicológico, ya que se obtuvo como resultado un $r=0.9955$; $p=0.000$ concluyendo que la relación entre la dimensión y variable es significativa, fuerte y alta con tendencia positiva. Para Ai Zhen (2013), en su estudio correlacional realizado a colaboradores de la industria minorista de ropa a tiempo completo en Klang Valley demostró que existe una relación positiva y significativa entre la dimensión relación con los superiores y la variable compromiso laboral con un $r=0.683$; $p=0.01$. Asimismo, Ammari, Al Kurdi, Alshurideh, et al. (2017), concluyo en su investigación a los colaboradores de Yahoo!, Oficina de Maktoob en Amman/Jordania que existe relación significativa entre la dimensión relación con los superiores y la variable del compromiso organizacional con un $r=0.591$; $p=0,00$.

En relación a la hipótesis específica 3, se comprobó que existe relación entre la calidad de los medios de comunicación y el compromiso laboral de los colaboradores de la empresa de bienestar psicológico obteniendo un $r=0.9697$; $p=0.000$ concluyendo que existe una correlación directa fuerte con tendencia positiva y una significancia alta entre la dimensión y la variable. Hwa, Hee, Jin (2012), afirmo en su investigación a las enfermeras del hospital de Corea que existe una relación positiva y significativa entre la dimensión calidad medios de comunicación y la variable compromiso laboral $r= 0.523$; $p=0.000$. Lo mismo demostró Ai Zhen (2013), en su estudio correlacional realizado a colaboradores de la industria minorista de ropa a tiempo completo en Klang Valley

afirmando que existe una relación positiva y significativa entre la dimensión calidad de los medios y la variable compromiso laboral con un $r=0.721$; $p=0.01$.

Por último, para la hipótesis general, se concluyó que existe relación entre la variable satisfacción de la comunicación y compromiso laboral de los colaboradores de la empresa de bienestar psicológico, mediante el análisis correlacional Pearson donde se obtuvo un $r=0.9908$; $p=0.000$ lo que demostró que existe relación entre ambas variables directa y fuerte, con tendencia positiva y una significancia alta. Esto concuerda con estudios e investigaciones anteriores indicadas en los antecedentes.

Según la investigación realizada a los colaboradores de Yahoo! de Ammari, Al Kurdi, Alshurideh, et al. (2017) demostraron que existe relación significativa entre la satisfacción de la comunicación y el compromiso organizacional con un $r=0.759$; $p=0.00$. Del mismo modo, Pongton y Suntrayuth (2019) en su estudio aplicado a profesores y personal de las instituciones de educación superior en Tailandia concluyó que existe un impacto positivo entre la satisfacción de la comunicación sobre el compromiso del empleado con un $r = 0.305$; $p < 0.01$.

En la misma línea Hwa, Hee, Jin (2012) en su investigación realizada a enfermeras del hospital de Corea determinó que existe una relación positiva y significativa entre la satisfacción de la comunicación y el compromiso del empleado ($r = 0.655$; $p=0.000$). También Shyqyri (2015) demostró en su estudio realizado a colaboradores del Garanti Bank que existe relación positiva y significativa entre la satisfacción de la comunicación y el compromiso con un $r=0.575$; $p=0.000$. Asimismo, Gómez (2021), demostró en su investigación realizada a un grupo de 80 colaboradores de empresas socio-ambientales

que existe relación positiva, directa e intensa entre la satisfacción con la comunicación en el work engagement a nivel unidimensional, ($r=0.68$, $p<0.01$).

CONCLUSIONES

La presente investigación, deja en muestra claramente que de los aportes recopilados en el marco teórico se comprobó que las variables satisfacción de la comunicación y compromiso son herramientas poco estudiadas y trabajadas como parte de un estudio a nivel nacional, puesto que no se ha encontrado muchas investigaciones. En ese sentido, si se conociera más acerca de las ventajas y beneficios de estas variables brindan, se podría tener un mejor panorama de cómo implementarlas para el éxito de las organizaciones.

Según los datos obtenidos, respecto a las hipótesis generales se ha demostrado que las variables estudiadas; satisfacción de la comunicación y el compromiso, y sus dimensiones están relacionadas entre sí estadísticamente, con significancias bastante fuertes y directas de una forma positiva, lo que demuestra cuantitativamente la importancia de los aspectos subjetivos para los colaboradores dentro de una organización.

También se puede inferir que, si los supervisores y subordinados se comunican y se entienden al mismo nivel jerárquico, se garantiza el compromiso, de los colaboradores a fin de mejorar la productividad y cumplir con objetivos organizaciones.

Por último, el clima de la comunicación y la calidad de los medios, son importantes para que la comunicación sea más fluida, efectiva y eficaz entre los miembros de una organización, asimismo, genera un buen ambiente y calidad para el desarrollo de sus funciones, a fin de evitar rotaciones del personal y que estos contribuyan a cumplir a corto y largo plazo, misión y visión de la organización.

RECOMENDACIONES

Según los datos obtenidos se recomienda para futuras investigaciones, que se evalúe ampliar la línea de investigación en todo el sector del rubro bienestar psicológico, considerando la variable cultura organizacional y tomando en cuenta la influencia y/o impacto que tendrían las variables.

Recomendamos trabajar con una propuesta de valor innovadora que no sólo atraiga e involucre el interés de los colaboradores, sino que los fidelice y retenga. De acuerdo con las fuentes de información estudiadas en la presente investigación los colaboradores valoran la satisfacción de la comunicación, el clima de la comunicación, la relación con los supervisores y subordinados y la calidad de los medios de comunicación. Esto ayudará a alinear la gestión del capital humano y las principales fuentes del compromiso laboral; logrando así cumplir con las expectativas entre ambas partes.

También debemos tener en cuenta que, según las fuentes bibliográficas de investigación la satisfacción de la comunicación es una variable importante de administrar porque impulsa a los colaboradores a superar limitaciones, aumentando, exponencialmente, el compromiso de los colaboradores. En este sentido, se reforzaría la sensación de crecimiento en la organización y alcance de los objetivos bajo una línea de carrera estratégicamente alineada a las metas de la organización, motivando a los colaboradores.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- Abdulwahab, S. (2016). The relationship between job satisfaction, job performance and employee engagement: An explorative study. *Business Management and Economics*, 4(1), 1-8. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.15739/IBME.16.001>
- Abraham, S. (2012). Development of Employee Engagement Programme on the basis of Employee Satisfaction. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/256187156_Development_of_Employee_Engagement_Programme_on_the_basis_of_Employee_Satisfaction
- Ai Zhen, Y. (2013). The Impact of Communication Satisfaction and Emotional Exhaustion on Organizational Commitment. Recuperado de: <http://eprints.utar.edu.my/821/1/MBA-2013-10UKM07424-1.pdf>
- Alrefai, Y., Ibrahim, H, y Ali Alsheikh, G. (2021). Examining ISA Engagement Scale as Mediating Between Role Organizational Communication Satisfaction and Performance in Jordanian Hospitals. Recuperado de: <http://psychologyandeducation.net/pae/index.php/pae/article/view/4292>
- Ammari, G., Al Kurdi, B., Alshurideh, M., Obeidat, B. Abu Hussien, A. y Alrowwad, A. (2017). Investigating the Impact of Communication Satisfaction on Organizational Commitment: A Practical Approach to Increase Employees' Loyalty. Recuperado de: <https://www.ccsenet.org/journal/index.php/ijms/article/view/50168>
- Argumedo A, (2021). Relación entre la satisfacción laboral y el compromiso organizacional en el personal operario del área de costura de una empresa textil de confecciones ubicada en lima, Perú. Recuperado de: <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/8381>

- Arias, Fidas (2006). El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica. (5º. ed.). Recuperado de: <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf-1.pdf>
- Aroné, E. (2019), Compromiso organizacional en trabajadores de la empresa privada CAIMM S.R.L. del sector aeronáutico en el distrito de Santiago de Surco. Recuperado de: <https://1library.co/document/zp02pe4q-compromiso-organizacional-trabajadores-empresa-privada-aeronautico-distrito-santiago.html>
- Carrasco, D. S (2015). Metodología de la investigación científica. Lima: Editorial San Marcos
- Clampitt, P. G., & Downs, C. W. (1987). Communication satisfaction: A review of the literature. Recuperado de: http://imetacomm.com/wpcontent/themes/Structure%20Premium%20White/organic_structure_white/downloads/Metcomm_FactorAnalytical.pdf
- Cogollo, P. y Viado, M. (2020). Structural Equation Model on Organization Communication Satisfaction of Hotel Employees in Region XII. Recuperado de: <https://www.theijbmt.com/archive/0932/1841505476.pdf>
- Downs, C. W., & Hazen, M. D. (1977). A factor analytic study of communication satisfaction. Recuperado de: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/002194367701400306>
- Engin, E. y Akgöz, B. (2013). The Effect of Communication Satisfaction on Organizational Commitment. Recuperado de: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/13620430910933565/full/ht>

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación (5ª ed.). Recuperado de:

<https://www.icmujeres.gob.mx/wpcontent/uploads/2020/05/Sampieri.Met.Inv.pdf>

Hernández, R; Fernández, C. & Baptista, P (2014) Metodología de la Investigación. Sexta edición. Recuperado de:

<https://www.uca.ac.cr/wpcontent/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Hwa, K. Hee, H. y Jin, K. (2012). Relationship Between Organizational Communication Satisfaction and Organizational Commitment among Hospital Nurses.

Recuperado de:

https://www.researchgate.net/publication/275478835_Relationship_Between_Organizational_Communication_Satisfaction_and_Organizational_Commitment_among_Hospital_Nurses

Jose, G., & Mampilly, S. R. (2012). Satisfaction with HR Practices and Employee Engagement: A Social Exchange Perspective. Journal of Economics and Behavioural Studies, 4, 423-430.

<https://www.researchgate.net/publication/235790288>

Kahn, W. A. (1990). Psychological Conditions of Personal Engagement and Disengagement at Work. Academy of Management Journal, 33, 692-724.

<https://doi.org/10.5465/256287>

Lartey, F. (2021) Impact of Career Planning, Employee Autonomy, and Manager Recognition on Employee Engagement. Academy of Management Journal.

Recuperado de:

<https://scirp.org/reference/referencespapers.aspx?referenceid=2971054>

- Meyer, J.P. y Allen, N.J. (1991). La teoría e investigación del compromiso organizacional. Recuperado de:
<https://es.scribd.com/document/386520249/Meyer-Allen-1991>
- Meyer, J.P. y Allen, N.J. (1991). Tres componentes, Conceptualización del compromiso organizacional. *Human Resource Management Review*, 1, 61-98
- Mueller & Lee, (2002). Leader-Member Exchange and Organizational Communication Satisfaction in Multiple Contexts. Recuperado de: [https:// doi.org/10.1177/002194360203900204](https://doi.org/10.1177/002194360203900204)
- Muchinsky, P. (2006). *Psychology Applied to Work* (8 ed.). Recuperado de:
<https://vdoc.pub/documents/psychology-applied-to-work-60m7vhd1pq00>
- Pongton, P y Suntrayuth, S (2019). Communication satisfaction, employee engagement, job satisfaction, and job performance in higher education institutions. Recuperado de:
<http://www.assumptionjournal.au.edu/index.php/abacjournal/article/view/4204>
- Redding, W. C. (1978). Communication within the organization: An interpretative review of theory and research. Recuperado de: <https://instituteforpr.org/communications-within-organization-interpretive-review-theory-research/>
- Shyqyri, F. (2015). The Impact of Communication Satisfaction and Demographic Variables on Employee Engagement. Recuperado de:
<https://www.scirp.org/journal/jssm/>
- Schaufeli, W., Salanova, M., González-Romá, V., & Bakker, A. (2002). The measurement of burnout and engagement: A confirmatory factor analytic. Recuperado de: <https://link.springer.com/article/10.1023/A:1015630930326>

- Shuck, B., Twyford, D., Reio, T. G., & Shuck, A. (2014). Human Resource Development Practices and Employee Engagement: Examining the Connection with Employee Turnover Intentions. *Human Resource Development Quarterly*, 25, 239-270.
Recuperado de: <https://doi.org/10.1002/hrdq.21190>
- Tessi, M. (2011). Viajero Ejecutivo. *BCD travel*, v(11), 18. Recuperado de:
http://manueltessi.com/sitio/wp-content/uploads/2013/02/Revista_BCD_Entrevista_en_M%C3%A9xico_ViajeroEjecutivo_11.pdf
- Truss, K., Soane, E., Edwards, E., Wisdom, K., Croll, A., & Burnett, J. (2006). Working life: employee attitudes and engagement 2006. Recuperado de:
<https://eprints.kingston.ac.uk/id/eprint/3064/>
- Thayer, L. (1969). *Communication and Communication Systems*. Recuperado de:
<https://doi.org/10.1177/002194366800500405>
- Vance, R. J. (2006). Statistical control of halo error in performance ratings. Recuperado de: <https://www.semanticscholar.org/paper/Statistical-control-of-halo-error-in-performance-Landy-Vance/df35ce6b10ebf683a36887534607b39ab626ea4d>
- Varona, F. (1996). Relationship between Communication Satisfaction and Organizational Commitment in Three Guatemalan Organizations. Recuperado de: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/002194369603300203>
- Vivaldi, J. y Toni, N. (2020). The effect of job satisfaction, organizational communication, work environment, and work motivation on the church's employee performance. Recuperado de:
https://www.researchgate.net/publication/346829930_The_effect_of_job_satisfac

[tion_organizational_communication_work_environment_and_work_motivation_o
n_the_church's_employee_performance](#)

Wiener, Y. (1982). Commitment in Organizations: A Normative View. *Academy of Management*, 7(3), 418-428. <https://doi.org/10.2307/257334>

Yuni, J. y Urbano, C. (2006). Recursos metodológicos para la preparación de proyectos de investigación. Recuperado de: <https://ies6043-sal.infed.edu.ar/sitio/upload/YUNI-URBANO-2006-Tecnicas-para-investigar.pdf>

Anexo 1: Matriz de consistencia

Título de la investigación:		Satisfacción de la comunicación y su relación con el compromiso de los colaboradores de una empresa de bienestar psicológico.			
Línea de investigación		Informalidad			
Autor(es):		Mauricio Salazar, Jakeline Milagros Santamaria Alcántara, Jordan			
PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS			
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
¿Cuál es la relación que existe entre la satisfacción de la comunicación y el compromiso laboral de los colaboradores de una empresa de bienestar psicológico?	Determinar la relación entre la satisfacción de la comunicación y el compromiso laboral de los colaboradores de una empresa de bienestar psicológico	La satisfacción de la comunicación se relaciona directamente con el compromiso laboral de los colaboradores de una empresa de bienestar psicológico	Variable 1: Satisfacción con la comunicación Variable 2: Compromiso laboral	-Clima de comunicación -La relación con los supervisores y subordinados -Calidad de los medios de comunicación -Compromiso afectivo -Compromiso normativo. -Compromiso continuidad	<ul style="list-style-type: none"> • Enfoque: Cuantitativo • Alcance: Correlacional descriptiva • Tipo: Aplicada. • Diseño: No experimental transversal • Unidad de investigación: Colaboradores de una empresa de bienestar psicológico ubicada en la Av. Benavides 3030 - Miraflores
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas		Indicadores	Fuente de Información
¿Cuál es la relación entre clima de comunicación y el compromiso laboral de los	Determinar la relación entre el clima de comunicación y el compromiso laboral de los	El clima de comunicación se relaciona directamente con el compromiso	Clima de comunicación	Habilidades para comunicarse Comunicación efectiva Comunicación asertiva	Colocar tu instrumento como fuente de información primaria

colaboradores de una empresa de bienestar psicológico?	colaboradores de una empresa de bienestar psicológico.	laboral de los colaboradores de una empresa de bienestar psicológico.	Compromiso laboral		
¿Cuál es La relación con los supervisores y subordinados y el compromiso laboral de los colaboradores de una empresa de bienestar psicológico?	Determinar la relación entre la relación con los supervisores y subordinados y el compromiso laboral de los colaboradores de una empresa de bienestar psicológico	La relación con los supervisores y subordinados se relaciona directamente con el compromiso laboral de los colaboradores de una empresa de bienestar psicológico	La relación con los supervisores y subordinados	Comunicación ascendente Comunicación descendente	
			Compromiso laboral		
¿Cuál es la relación entre calidad de los medios y el compromiso laboral de los colaboradores de una empresa de bienestar psicológico?	Determinar la relación entre calidad de los medios y el compromiso laboral de los colaboradores de una empresa de bienestar psicológico	La calidad de los medios relaciona directamente el compromiso laboral de los colaboradores de una empresa de bienestar psicológico.	Calidad de los medios de comunicación	Comunicación informal Comunicación formal	
			Compromiso laboral		

Anexo 2: Matriz de operacionalización de variables

Operacionalización de la variable 1

Variable: Satisfacción de la comunicación		
Definición conceptual: (según conceptos derivados de las teorías sobre el asunto)		
Instrumento: Cuestionario de escala estandarizada		Técnica: Entrevista
Dimensiones (depende de la naturaleza de la variable)	Indicadores (Definición Operacional)	Ítems del instrumento
Clima de comunicación	Habilidades para comunicarse	Grado en que la comunicación horizontal con otros miembros de la organización es precisa y fluida.
		Grado en que las personas de mi organización tienen gran habilidad como comunicadores
	Comunicación efectiva	Grado en que las publicaciones y/o comunicaciones de la organización son interesantes y útiles.
		Grado en que recibo a tiempo información sobre políticas y metas departamentales.
		Grado en que recibo a tiempo la información necesaria para realizar mi trabajo.
	Comunicación asertiva	Grado en que la comunicación de la organización hace que me identifique con ella o me sienta parte vital de ella.
		Grado en que la comunicación de la organización motiva y estimula el entusiasmo por cumplir sus objetivos
		Grado en que obtengo reconocimiento a mi esfuerzo
	La relación con los supervisores y subordinados	Comunicación ascendente
Grado en que mi superior me escucha y me presta atención.		
Grado en que mi supervisor ofrece orientación para resolver problemas relacionados con el trabajo.		
Grado en que mis supervisores están abiertos a ideas		

		Medida en la que la cantidad de supervisión que se me ha dado es correcta.
	Comunicación descendente	Grado de confianza de mi supervisor en mí.
		Grado en que mis subordinados responden a la comunicación directiva descendente.
		Grado en que los colaboradores se sienten responsables de iniciar una comunicación ascendente precisa.
		Grado en que los colaboradores son receptivos a evaluación, sugerencias y críticas
Calidad de los medios de comunicación	Comunicación informal	Grado en que las actitudes hacia la comunicación en la organización son saludables
		Grado en que las actitudes hacia la comunicación en la organización son básicamente sanas
		Grado en que la comunicación informal es activa y precisa
	Comunicación formal	Grado en que las directivas e informes escritos son claros y concisos.
		Grado en que la cantidad de comunicación en la organización es correcta
		Grado en que nuestras reuniones están bien organizadas
		Grado en que las prácticas de comunicación se adaptan a las emergencias

Anexo 3: Matriz de operacionalización de variables

Operacionalización de la variable 2

Variable: Compromiso laboral		
Definición conceptual: (según conceptos derivados de las teorías sobre el asunto)		
Instrumento: Cuestionario de escala estandarizada		Técnica: Entrevista
Dimensiones (depende de la naturaleza de la variable)	Indicadores (Definición Operacional)	Ítems del instrumento
Compromiso afectivo	Identidad organizacional	Estoy dispuesto a esforzarme mucho más de lo que normalmente se espera para ayudar a que esta organización tenga éxito.
		Esta organización realmente inspira lo mejor de mí en la forma de desempeño laboral.
		Estaría muy feliz de pasar el resto de mi carrera en esta organización.
	Apego emocional	Estoy muy contento de haber elegido esta organización para trabajar en lugar de otras que estaba considerando en el momento en que me uní
		Realmente siento que los problemas de esta organización son los míos.
		Me sentiría culpable si dejara mi organización ahora.
	Esta organización merece mi lealtad.	
Compromiso normativo.	Lealtad	Siento muy poca lealtad hacia esta organización (r)
		Aceptaría casi cualquier tipo de asignación de trabajo para seguir trabajando para esta organización

	Permanencia organizacional	Sería muy difícil para mí dejar mi organización en este momento, incluso si quisiera
		Siento que tengo muy pocos motivos para dejar esta organización.
		En este momento, permanecer en mi organización es una cuestión tanto de necesidad como de deseo.
		Si no hubiera puesto ya tanto de mí mismo en esta organización. Podría considerar trabajar en otro lugar
Compromiso continuidad	Sentido de pertenencia	Estoy orgulloso de decirles a otros que soy parte de esta organización.
		No dejaría mi organización en este momento porque tengo un sentido de obligación con las personas en ella
		No siento un fuerte sentido de "pertenencia" a mi organización. (r)
		No me siento "emocionalmente unido" a esta organización. (r)

Anexo 4: Encuesta de investigación

“La satisfacción de la comunicación y su relación con el compromiso de los colaboradores de una empresa de bienestar psicológico”

Mucho gusto, agradeceré pueda rellenar esta encuesta de investigación siguiendo las instrucciones respectivas.

Edad:

Cargo y/o puesto:

Sexo: Masculino

Femenino

Instrucciones:

- a. Leer detenidamente las preguntas.
- b. Conteste anotando en la casilla la relevancia que procede, con el número que usted considere. Señalando su nivel desacuerdo o de acuerdo a cada una de las siguientes aseveraciones.

Muy desacuerdo	Desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Muy de acuerdo
1	2	3	5	5

LA SATISFACCIÓN DE LA COMUNICACIÓN	Muy desacuerdo	Desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Muy de acuerdo
	1	2	3	4	5
1. Grado en que las personas de mi organización tienen gran habilidad como comunicadores					
2. Grado en que la comunicación de la organización hace que me identifique con ella o me sienta parte vital de ella.					
3. Grado en que la comunicación de la organización motiva y estimula el entusiasmo por cumplir sus objetivos					
4. Grado en que las publicaciones y/o comunicaciones de la organización son interesantes y útiles					

5. Grado en que recibo a tiempo la información necesaria para realizar mi trabajo					
6. Grado en que la comunicación horizontal con otros miembros de la organización es precisa y fluida					
7. Grado en que obtengo reconocimiento a mi esfuerzo					
8. Grado en que recibo a tiempo información sobre políticas y metas departamentales.					
9. Grado en que mis superiores conocen y entienden los problemas que enfrentan los subordinados					
10. Grado en que mi superior me escucha y me presta atención					
11. Grado en que mi supervisor ofrece orientación para resolver problemas relacionados con el trabajo					
12. Grado de confianza de mi supervisor en mí					
13. Grado en que mis supervisores están abiertos a ideas					
14. Medida en la que la cantidad de supervisión que se me ha dado es correcta					
15. Grado en que mis subordinados responden a la comunicación directiva descendente					
16. Grado en que los colaboradores se sienten responsables de iniciar una comunicación ascendente precisa					
17. Grado en que los colaboradores son receptivos a evaluación, sugerencias y críticas					
18. Grado en que las directivas e informes escritos son claros y concisos					

19. Grado en que las actitudes hacia la comunicación en la organización son básicamente sanas					
20. Grado en que la cantidad de comunicación en la organización es correcta					
21. Grado en que nuestras reuniones están bien organizadas					
22. Grado en que las prácticas de comunicación se adaptan a las emergencias					
23. Grado en que las actitudes hacia la comunicación en la organización son saludables					
24. Grado en que la comunicación informal es activa y precisa					

COMPROMISO	Muy	Desacuerdo	Neutral	De	Muy de
	desacuerdo			acuerdo	acuerdo
	1	2	3	4	5

1. Estoy dispuesto a esforzarme mucho más de lo que normalmente se espera para ayudar a que esta organización tenga éxito.					
2. Esta organización realmente inspira lo mejor de mí en la forma de desempeño laboral					
3. Estoy muy contento de haber elegido esta organización para trabajar en lugar de otras que estaba considerando en el momento en que me uní.					
4. Estaría muy feliz de pasar el resto de mi carrera en esta organización					
5. Realmente siento que los problemas de esta organización son los míos.					

6. Me sentiría culpable si dejara mi organización ahora.					
7. Siento muy poca lealtad hacia esta organización*					
8. Aceptaría casi cualquier tipo de asignación de trabajo para seguir trabajando para esta organización					
9. En este momento, permanecer en mi organización es una cuestión tanto de necesidad como de deseo					
10. Sería muy difícil para mí dejar mi organización en este momento, incluso si quisiera					
11. Siento que tengo muy pocos motivos para dejar esta organización.					
12. Si no hubiera puesto ya tanto de mí mismo en esta organización. Podría considerar trabajar en otro lugar					
13. No dejaría mi organización en este momento porque tengo un sentido de obligación con las personas en ella					
14. Estoy orgulloso de decirles a otros que soy parte de esta organización.					
15. No siento un fuerte sentido de "pertenencia" a mi organización. *					
16. No me siento "emocionalmente unido" a esta organización. *					