



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

**TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN  
DEL TÍTULO DE PSICÓLOGA**

**PROPUESTA PRÁCTICA DEL EXAMEN COMPLEXIVO**

**TEMA: “LA INFLUENCIA DEL COMPROMISO INDIVIDUAL EN LA  
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL”**

**Autor:** AÑASCO CUENCA ANDREA ELIZABETH.

**Acompañante:** PS. IND. JOHANA VERONICA ESPINEL GUADALUPE,  
MGs.

**Milagro, 15 de septiembre del 2017**

**ECUADOR**

## DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabricio Guevara Viejó, PhD.

**RECTOR**

**Universidad Estatal de Milagro**

Presente.

Yo, **AÑASCO CUENCA ANDREA ELIZABETH** en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de la propuesta práctica de la alternativa de Titulación - Examen Complexivo, modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor de la propuesta practica realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Temática "**LA INFLUENCIA DEL COMPROMISO INDIVIDUAL EN LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL**" del Grupo de Investigación de la **PSI. IND. JOHANA VERONICA ESPINEL GUADALUPE, MGs** con **C.I 0913610945** de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social De Los Conocimientos, Creatividad E Innovación, concedemos a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo/autorizamos a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de esta propuesta practica en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, 15 de Septiembre del 2017



Firma de la Estudiante

Añasco Cuenca Andrea Elizabeth

CI: 0927737312

## APROBACIÓN DEL ACOMPAÑANTE DE LA PROPUESTA PRÁCTICA

Yo, **PS. IND. JOHANA ESPINEL GUADALUPE, MGs.** en mi calidad de acompañante de la propuesta práctica del Examen Complexivo, modalidad presencial, elaborado por la estudiante **AÑASCO CUENCA ANDREA ELIZABETH**; cuyo tema es: **“LA INFLUENCIA DEL COMPROMISO INDIVIDUAL EN LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL”**, que aporta a la Línea de Investigación **Análisis de redes sociales en psicología y educación**, a la obtención del Grado de **PSICÓLOGA**; considero que el mismo reúne los requisitos y méritos necesarios en el campo metodológico y epistemológico, para ser sometido a la evaluación por parte del tribunal calificador que se designe, por lo que lo **APRUEBO**, a fin de que el trabajo sea habilitado para continuar con el proceso de titulación de la alternativa de Examen Complexivo de la Universidad Estatal de Milagro.

En la ciudad de Milagro, 15 de Septiembre del 2017.



---

**PS. IND. JOHANA ESPINEL GUADALUPE, MGs.**  
**ACOMPAÑANTE**  
**CC. 0913610945**

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:  
Ps. Diana Aguilar, Ps. Washington Miranda, Ps. Jehava Espinel

Luego de realizar la revisión de la propuesta práctica del Examen Complexivo, previo a la obtención del título (o grado académico) de Psicólogo presentado por el (la) señor (a/ita) Andrés Ariasco

Con el título:

La influencia del compromiso individual en la comunicación Organizacional

Otorga al presente la propuesta práctica del Examen Complexivo, las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA	[95]
DEFENSA ORAL	[5]
TOTAL	[100]
EQUIVALENTE	[100]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) Aprobado

Fecha: 15 de Septiembre del 2017.

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos	Firma
Presidente	<u>Jehave Espinel G.</u>	<u>Jehave Espinel G.</u>
Vocal 1	<u>Diana Aguilar Rita</u>	<u>Diana Aguilar Rita</u>
Vocal 2	<u>Washington Miranda U.</u>	<u>Washington Miranda U.</u>

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo es dedicado a mis padres que me han dado lo más valioso: la educación y la vida. A mi familia que es mi contención, cuando siento que pierdo mi rumbo yo sé que ustedes están. Sin ustedes no soy nada, son mi guía,

Y a todas a esas personas que estimo y creen en mí, me ayudan a ser mejor persona y han sido incondicionales a lo largo de mi vida.

## **AGRADECIMIENTO**

A todos/as aquellos/as docentes que me han inspirado a lo largo de la carrera con su pasión y amor hacia ésta profesión. Pero en especial a la Ps. Johana Espinel, exalto su trabajo, su compromiso y dedicación, que han sido parte de mi formación integral.

No ha sido fácil llegar hasta aquí ha sido un largo camino, pero gracias a sus conocimientos y aportes invaluable que me servirán a lo largo de mi vida, además me han ayudado a cumplir mis expectativas, de siempre ir mejorando y ser una gran profesional.

## ÍNDICE GENERAL

DERECHOS DE AUTOR.....	2
APROBACIÓN DEL ACOMPAÑANTE DE LA PROPUESTA PRÁCTICA .....	3
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR .....	4
DEDICATORIA.....	5
AGRADECIMIENTO.....	6
RESUMEN .....	8
ABSTRACT .....	9
INTRODUCCIÓN.....	10
MARCO TEÓRICO .....	12
DESARROLLO.....	19
CONCLUSIONES.....	22
BIBLIOGRAFÍA.....	24

**TEMA:**  
**“LA INFLUENCIA DEL COMPROMISO INDIVIDUAL EN LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL”**

**RESUMEN**

El compromiso individual y la comunicación organizacional como dos procesos estratégicos están relacionados para el logro de las metas de la organización. El presente trabajo tiene como objetivo analizar la influencia del compromiso individual en la comunicación organizacional, se abordó diferentes definiciones, tipos y teorías a través de una investigación cualitativa no experimental. Mediante la revisión bibliográfica se evidenció la manera en que estos dos términos a pesar que abarcan diferentes aspectos están correlacionados significativamente. Dentro de los estudios citados se encuentran diferentes investigaciones y autores que aportan datos sobre las variables en estudio. Por su parte se abordó diferentes conceptos y las tres dimensiones del compromiso que fueron propuestas por los autores Meyer y Allen (1991): afectivo, normativo y de continuidad, además la manera que éstas se encuentran relacionadas. De acuerdo con diferentes autores, sostienen que el compromiso afectivo (CA), es el que toda organización debe trabajar y desarrollar en su empleado, esto muestra que la persona al sentirse en un estado de satisfacción, incrementará su motivación interna y hará sus mejores esfuerzos al logro de la tarea. Por otra parte se hace énfasis a que la comunicación dentro de las organizaciones sea formal, Redding (1972) quien mediante sus investigaciones nos aporta con diez premisas que toda organización debe seguir si se quiere conseguir una comunicación organizacional ideal, esto garantizará la eficiencia en que las personas reciban, transmitan y devuelvan el mensaje. En este trabajo se resume la importancia y el impacto que genera la comunicación sobre el desempeño del colaborador, además la manera de cómo puede influir y mejorar la cultura y clima organizacional.

Se concluye que por medio del compromiso y la comunicación organizacional se desarrolla vínculos psicológicos y emocionales con el colaborador lo que dependerá si se crea el sentido de pertinencia influyendo en su desempeño.

**PALABRAS CLAVE:** comunicación, organización, compromiso.



**TITTLE:**

“THE INFLUENCE OF INDIVIDUAL COMMITMENT IN ORGANIZATIONAL COMMUNICATION”

**ABSTRACT**

The individual commitment and the organizational communication as two strategic processes are related to the achievement of the goals of the organization. The present work aims to analyze the influence of individual commitment on organizational communication, different definitions, types and theories were approached through non - experimental qualitative research. The literature review has shown how these two terms have a different meaning. Among the studies cited are different researches and authors that provide data on the variables under study. On the other hand, different concepts and the three dimensions of the commitment were proposed by the authors Meyer and Allen (1991): affective, normative and continuity, in addition to the way in which they are found. According to the different authors, he maintains that affective commitment (AC) is the one that the whole company must work and develop in its employee, shows that the person in a state of satisfaction, increase their internal motivation and make their best efforts To the accomplishment of the task. On the other hand, it is emphasized that communication within formal marine organizations, Redding (1972) who through his research provides us with ten premises that the entire organization must follow if we want to achieve an ideal organizational communication, this will ensure efficiency in That people receive, transmit and return the message. This paper summarizes the importance and impact of communication on employee performance, as well as how it can influence and improve organizational culture and climate.

It is concluded that through the commitment and the organizational communication, psychological and emotional bonds are developed with the collaborator so that they will depend on themselves, creating a sense of belonging and influencing their performance.

**KEYWORDS:** Communication, organization, commitment.

## INTRODUCCIÓN

El compromiso individual y la comunicación organizacional como dos procesos estratégicos están relacionados para el logro de las metas de la organización. De acuerdo a las exigencias del mundo modernizado para las organizaciones es una ventaja establecer y desarrollar en sus colaboradores una mayor identificación basado en el compromiso individual. De esta manera con esta estrategia el colaborador tendrá un mayor sentido de pertenencia hacia la organización y por ende constituye un mejor rendimiento. (Arciniéga & González , 2012)

Partiendo de que la comunicación es trascendental y que toda interacción se basa en ella. (Fernández & Useche, 2015). Es indudable que en el mundo moderno la comunicación esté inherente en cualquier relación social y cuando hablamos de organizaciones sea cual sea su naturaleza, dimensión y finalidad, dentro de ella tiene participantes que interactúan, y a la vez expectativas que satisfacer. (Muscalu, Todericiu , & Fraticiu , 2013). En efecto a medida que avanza el tiempo los procesos de la comunicación organizacional evolucionan, así como también la manera de administrar, atraer, retener y desarrollar al talento humano. (Félix, 2014).

No obstante es un hecho, que no todas las organizaciones lleven completamente una efectiva comunicación, debido a que las personas que están al frente de ella están más conscientes de las “metas por cumplir”, por lo general aunque en ciertas organizaciones tengan sus propios sistemas de comunicación éstas no son vistas como un punto estratégico para la toma de decisiones de las personas que están al mando. (Muscalu et al., 2013).

Al mismo tiempo van surgiendo nuevos enfoques y técnicas que responden a la necesidad de implementar modelos de comunicación dentro de la organización con el fin de

establecer un “vínculo psicológico” con el colaborador y que éste se sienta en un estado de satisfacción generando un compromiso hacia la misma. (Paladines, González, & Yaguache, 2013).

Dentro de una organización en la comunicación interna es importante que la información entre todos los niveles y sistemas sea emitida, receptada y entendida. Pero cuando ésta es deficiente puede generar problemas y confusión entre los colaboradores. Para esto es necesario que los gerentes o las personas que están al frente estén preparados para enfrentar sus efectos. En definitiva los responsables en la forma en que fluya el proceso de la comunicación interna entre los colaboradores son los gestores de las organizaciones. (Babatunde, 2015).

En contexto nacional el fenómeno de la comunicación organizacional y la relación con el compromiso individual son temáticas que no han sido abordadas con la respectiva importancia, pues cuenta con pocos estudios que brinden información y datos específicos, acerca de su relevancia y cómo ambas variables influyen significativamente entre sí, sin embargo en Ecuador organizaciones y/o empresas multinacionales se han preocupado por integrar programas y planes de CO, mediante la creación de puestos dedicados a esta función. (Espinosa, Cevallos, Sadi, & Ancín, 2017).

Ante lo expuesto anteriormente, este trabajo tiene como objetivo analizar la influencia del compromiso individual en la comunicación organizacional, se abordará diferentes conceptos, definiciones, tipos y teorías mediante una revisión bibliográfica.

## MARCO TEÓRICO

Los modelos de gestionar y administrar al talento humano en la actualidad demandan un cambio de perspectiva donde se busca aumentar la eficacia del empleado hacia sus tareas, mediante una gestión más flexible bajo un entorno de confianza, aportando en el sujeto competencias, sentido de pertinencia y compromiso mejorando así su capacidad en el trabajo. (Álvarez, Mijares, & Zambrano, 2013)

Es un hecho que situación actual de organizaciones surja la necesidad de que sus miembros se sientan comprometidos y lo relevante que resulte se verá reflejado en su desenvolvimiento y el logro de la tarea. (Chiang, Gómez, & Wackerling, 2016). El compromiso para ciertos autores es una actitud que tiene el miembro hacia la organización, específicamente conductas relacionadas hacia el trabajo, la satisfacción, su motivación y desempeño. (Eslami & Gharakhani, 2012).

Los continuos cambios que ocurren dentro de las organizaciones, nuevos modelos surgen y que exigen que los gestores de las organizaciones ofrezcan a sus miembros condiciones adecuadas encaminados hacia un bienestar psicológico y laboral. Para confirmar este constructo dentro de las teorías más relevantes que se desarrolló al principio y finales de los años 90 del XX tenemos a los autores Meyer y Allen, quienes con sus investigaciones aportaron con un modelo multidimensional donde explican los tres tipos de compromisos: afectivo, de continuidad y normativo, que se relacionan y funcionan bajo diferentes antecedentes. (Arciniéga & González, 2012).

El compromiso organizacional se entiende como un aspecto psicológico, basado en la relación, las expectativas y pensamientos que tiene una persona hacia la organización. La correlación que se establece entre estos dos elementos, es el efecto que esa persona demuestre si permanecer dentro de ella o abandonarla. (Meyer & Allen, 1991).

Meyer y Allen (1991) refieren en su teoría que el compromiso es un constructo dividido en tres aspectos: a) compromiso afectivo CA, mediante éste explica que el sujeto establece vínculos emocionales hacia la organización y demuestra que quiere ser parte de la organización y hasta que nivel se involucra el sujeto con la empresa, b) compromiso de continuidad CC, a través de éste el sujeto desarrolla la necesidad de permanecer en la empresa, y por último tenemos al c) compromiso normativo, que es el deber, el sentimiento casi de obligatoriedad del sujeto de quedarse en la organización. (Espinosa et al., 2017).

Es necesario profundizar en cada uno de los componentes del compromiso propuestos en la teoría de Meyer y Allen. Las investigaciones de ellos afirma que hay tres tipos de compromisos en primera instancia tenemos el afectivo CA, que se entiende por un apego emocional del colaborador hacia la organización creando en él mismo motivación, un esfuerzo extra y el deseo de querer estar ahí, como resultado de la gestión y satisfacción de las expectativas y necesidades del colaborador por parte de la organización. (Chiang et al., 2016).

A lo anterior, para crear compromiso en un colaborador, existe un factor importante que se correlaciona y es la socialización, lo cual refuerza positivamente en el compromiso afectivo. Debido a que los sujetos desarrollan lazos afectivos con sus compañeros de trabajo,

al sentirse cohesionados crean un valor de lealtad hacia la organización y por ende mejora su eficacia hacia el logro de la tarea. (Calderón, Laca, Pando, & Pedroza, 2015).

Como segundo componente está el compromiso de continuidad CC, está fundamentada en la necesidad (aspectos psicosociales y biológicos) propias del sujeto, en ésta dimensión la persona analiza las posibilidades de permanecer o abandonar su puesto en la organización. Como efecto el colaborador evalúa las condiciones y posibilidades es decir, lo que le ofrece la organización, originando una reciprocidad, la cual si aumenta el sujeto decidirá quedarse, pero si ésta disminuye el sujeto optará por un cambio buscando así, satisfacer sus necesidades. (Arboleda, 2016).

El efecto que surge del compromiso de continuidad, si éste predomina en el sujeto puede resultar negativo y como consecuencia origina estrés y un estado de limitación. Sin embargo, no solo tiene consecuencias negativas para el colaborador sino también para la organización. Por un lado surge un análisis y debate de cuál sería el costo o beneficio del sujeto si decide quedarse o permanecer en la empresa, pero cuando siente que no tiene más opción o alternativas que quedarse, llega a sentirse sin escapatoria, presionado, ansioso y retenido por ende su nivel desempeño y esfuerzo al logro de la tarea baja. (Geneviciute & Endriulatiene, 2014).

Y el tercer componente, es el compromiso normativo CN (aspecto moral), está fundamentado por el deber es casi un sentimiento de obligatoriedad más que afectivo, el sujeto siente la responsabilidad de permanecer en la organización. Creando en el sujeto una sensación de perdurar dentro de ella, porque cree estar haciendo lo correcto. En ésta dimensión el CN surge por una retribución es decir si el sujeto recibe, incrementará su

motivación interna y como efecto se genera más bien una dependencia lo que limita al colaborador y optar por cumplir con sus responsabilidades. (San Martín, 2013).

En definitiva las tres dimensiones del compromiso correlacionadas entre sí, influyen en la organización y el sujeto; pues si en el colaborador predomina el compromiso afectivo, tendremos a un sujeto más motivado de permanecer y hacer su mejor esfuerzo al logro de la tarea, mientras que las personas que se sientan un compromiso de continuidad, refleja la necesidad de quedarse, y por último si las personas con compromiso normativo, tengan más la presión y la responsabilidad de quedarse. (Chiang et al., 2016).

La comunicación y organización son términos que abarcan diferentes aspectos pero que se relacionan significativamente, debido a que esta relación surge de una serie de acciones puntuales y a su vez concibe teorías y modelos. (Puertas, Cadme, & Álvarez, 2015).

El estudio de la comunicación organizacional como disciplina surge en Norte América específicamente en Estados Unidos en el siglo XX, alrededor de los años 1930 pero fue hasta 1970 que empieza a ser abordada con más importancia desde un punto de vista de las ciencias sociales. Es un hecho que desde las últimas décadas la comunicación en las organizaciones ha ido evolucionando y empieza a ser incluida dentro de ellas sin importar su objeto de actividad o dimensión mediante planes y programas, a la vez se consolida como protagonista del desarrollo organizacional además de ser un entorno para establecer relaciones interpersonales e interaccionar dentro de ella. (Palacios, 2015).

Entre los aportes más destacados del siglo XX está el de Charles Redding, quien por sus destacadas investigaciones en Comunicación organizacional es considerado como uno de

los pioneros de ésta disciplina. Sus investigaciones estuvieron basadas en demostrar que los procesos de comunicación pueden influir y mejorar el clima organizacional. (Palacios, 2015).

Para Redding (1972) refiere que la comunicación es un proceso vital y protagonista dentro del clima organizacional, debido a que el flujo de información dentro de la organización es más eficiente si el mensaje llega por diferente canales y medios, además defiende que ésta influye en la cultura, y cuan efectiva sea se verá reflejada en el éxito o fracaso de cualquier organización. (Verma, 2013).

La comunicación como parte importante de nuestra vidas, en las organizaciones ésta representa un eje vital y dinámico. Por lo tanto toda organización debe apuntar hacia un clima de comunicación efectiva, mediante diez premisas entre ellas se destaca: a) la importancia del mensaje, b) no siempre se comunica los significado, c) la eficiencia de la recepción, emisión y el entendimiento del mensaje, d) la devolución del mensaje hacia otra persona e) el papel de la comunicación verbal y no verbal, f) la escucha empática y abierta, g) las barreras que se puede presentar durante el proceso de comunicación, entre otras. (Redding, 1972).

Los aportes que nos deja en sus investigaciones Redding concluye en su libro, que las bases construir un clima ideal de comunicación dentro de toda organización deben estar dimensionadas hacia aspectos como: el apoyo, cordialidad, el compromiso, la toma de decisiones, la escucha activa- abierta y sinceridad. (Verma, 2013).

A medida que pasa el tiempo los procesos de comunicación organizacional evolucionan y junto con ella las organizaciones van surgiendo nuevas necesidades. A



diferencia de décadas atrás que la principal misión o filosofía de las empresas y organizaciones se basaba más en la producción, hoy en día vemos a organizaciones que prioriza la gestión y administración del talento humano. (Félix, 2014). Es un hecho que en la actualidad va avanzando la comunicación dentro de las organizaciones, aparte de ser una herramienta de transmitir y receptor información se apunta más a que ésta se un medio para fomentar y aportar al bienestar psíquico de las personas. (Muñiz & Álvarez, 2013).

De acuerdo con Muscalu, Todericiu , & Fraticiu (2013), refiere que la comunicación organizacional es un proceso por el cual los colaboradores tienen una imagen de la organización, lo que puede ayudar a que éste cree una identidad. Por su parte Fernández y Useche (2015), concibe a la comunicación organizacional como una herramienta de gestión donde el cliente interno es decir el colaborador además de conocer sus funciones y la filosofía de la organización, ésta sea un medio para crear en él una identidad y que se sientan parte de la empresa. Específicamente la comunicación organizacional es una disciplina que estudia la emisión, los diferentes canales, la recepción del mensaje así como también la información de retorno o retroalimentación ya sea dentro o fuera de la organización. (Valle, 2015).

Dentro de la comunicación organizacional se presenta diferentes procesos, por lo que la forma de transmitir el mensaje puede ir hacia diferente direcciones. Es necesario saber distinguir cuál es el tipo de comunicación y los canales que se utilizan. Asimismo cuando se habla de comunicación dentro de las organizaciones, se dice que el mensaje que se transmite sea de una manera formal. (De Castro, 2014).

Es importante que la comunicación sea formal lo que propone De Castro (2014), ya que esto indica una eficiencia en el proceso. Éste tipo de comunicación apunta hacia diferentes direcciones: a) La comunicación de forma ascendente, en ésta se refiere a la

comunicación entre los mandos medios hacia lo más alto. la relevancia de esto es mantenerlos informados de lo que sucede en los otros subsistemas; b) la comunicación descendente, está basada de los altos/ medios mandos hacia los colaboradores, si éste tipo de comunicación predomina en las organizaciones puede ocasionar problemas, ya que las personas se sentirán que no son escuchadas; c) comunicación en dirección horizontal ésta se da de personas en la misma posición y para que ésta fluya es necesario que exista un buen clima basados en la cooperación e integración; y por último tenemos a la d) comunicación diagonal, es la que se da entre las personas de un sistema a otra, es decir que específicamente no siempre se va a seguir un orden. (De Castro, 2014)

## DESARROLLO

En el marco de desarrollo organizacional, existen elementos que con el pasar del tiempo se amplían o se ven en la necesidad de evolucionar para adaptarse al mercado, la constante aparición de nuevos mercados, modelos tanto de negociación, organización, producción, selección de personal, generan en las organizaciones un incremento en sus formas de planes corporativos para atraer más recursos, lograr ser competitivos y demostrar la calidad de su trabajo para los principales clientes, estos elementos que estimulan a las organizaciones no siempre son de carácter industrial, (compra de nuevas maquinarias, materia prima), en la actualidad el fortalecimiento de técnicas de carácter cualitativo son un referente en los mercados del siglo XXI. (Paladines et al., 2013).

Los gestores de la organización poco a poco van dejando los modelos anteriores de administración, son los llamados a crear nuevos modelos de negociación de identificar y prevenir problemas que afecten a la empresa, de ahí el interés de científicos de investigar factores que influyen en el aumento o disminución de la productividad de una organización. En los últimos años se han identificado variables que ayudan a disipar dudas sobre qué es lo que motiva a un trabajador y cuáles son las necesidades que lo impulsan a ser eficiente en su labor. El compromiso organizacional es un referente a la hora de visibilizar la responsabilidad del empleado para con la organización, de este apartado se desprende la teoría de Meyer y Allen (1991) sobre las tres dimensiones del compromiso. (Chiang et al., 2016).

Acerca de las tres dimensiones que son: compromiso afectivo, de continuidad y normativo en donde se tiene a la persona como un ente biopsicosocial, el compromiso se enmarcan como un componente psicológico- emocional de un empleado hacia su

organización, dentro del análisis de esta investigación se consideró brindar un aporte sobre estos componentes que trabajan de forma paralela con las necesidades de los empleados, el compromiso organizacional se genera desde una coyuntura empleado empleador, de ahí la génesis de cómo estos componentes influyen de modo relevante en la eficiencia y productividad de un empleado. (Arciniéga & González , 2012).

El compromiso organizacional es un aspecto psicológico que puede ser exployada a diferentes aspectos sociales, permitiendo su profundización para el desarrollo de nuevas técnicas que ayuden a mejorar el clima organizacional, la importancia de esta para con el continuo flujo de crecimiento de las organizaciones en el área administrativa, nos genera un abanico de alternativas de desarrollo en la productividad y empoderamiento de los empleados, de una internalización y reconocimiento de los objetivos de la organización, los estudios muestran que la población dentro de las empresas crea estos vínculos dependiendo no solo de su nivel cultural si no de como la organización les permita desarrollar habilidades para mejorar en su trabajo. (Chiang et al., 2016).

Sin embargo durante la revisión bibliográfica se encontró aportes de investigadores que de manera experimental han ido comprobando la funcionalidad de cada uno de los componentes del compromiso organizacional, llegando a conclusiones de que el constante reforzamiento de los mismos podía llegar a condicionar a un empleado generando en el estresores que repercutirán en su funcionalidad y desarrollo integral deshumanizando la calidad de su ejercicio laboral, lo que en ciertos aspectos sería un predictor de un ligero deterioro en el clima organizacional a futuro, este estudio definió aspectos relacionados a las carga emocional que el mismo colaborador podría ejercer en su labor, generando en el emociones, como la frustración e irritabilidad, lo que podría incluso ser un factor responsable

de la deserción laboral , este estudio llama a la profundización que ayude a la comprobación de estas hipótesis pero en un campo organizacional local, siendo los resultados beneficiosos para el desarrollo de nuevas técnicas. (Geneviciute & Endriulatiene, 2014).

Existen diversas maneras de estimular este compromiso desde un aspecto individual, de ahí parte la comunicación organizacional como un elemento que aporta al aumento del compromiso fortaleciendo el valor de lealtad de la persona, pero ésta comunicación como herramienta no actúa de forma aislada, al ser un sistema, se somete al deterioro y puede presentar barreras por lo que es importante no dejar a un lado su correcta funcionalidad, basado en el origen de un entendimiento fluido y una acertada interpretación que mejora aspectos relacionados con la coordinación y organización de las empresas, la comunicación organizacional debe poseer ciertas estructuras que ayuden a generar cambios propositivos. (Espinosa et al., 2017).

Durante el desarrollo de este análisis se pudo evidenciar que los estudios en este campo de las comunicaciones organizacionales no actúan dentro de las mismas como un ente aislado, sino también como un elemento dentro de los aspectos de una cultura organizacional, llegando a ser un referente de calidad institucional que no es solo visibilizado de modo interno sino también externo, es por eso que debe que los gestores procuren y aporten al bienestar psicológico y laboral, de esa manera para no disminuir la eficiencia, permitiendo a los principales actores descubrir nuevas formas de fortalecer el aspecto comunicacional como un eje de proporciones significativas para el continuo desarrollo de habilidades organizacionales y personales. (Espinosa et al., 2017).

## CONCLUSIONES

Para concluir se evidenció que mediante la comunicación organizacional como una herramienta, es tan necesaria para crear compromiso en el empleado, pues es relevante que las personas sepan lo que está ocurriendo a su alrededor, a más de transmitir su filosofía y el deber, se debe aprovechar y conseguir que el colaborador se sienta identificado con la organización. Además que se trabaje más por desarrollar un compromiso afectivo en donde el sujeto se sienta satisfecho y que sus expectativas se vean cumplidas y vayan alineadas con la misión y visión de la empresa. Asimismo coincido con lo ante expuesto con los autores Espinosa et al., (2017) que es un hecho la relación que existe entre el compromiso y la comunicación organizacional, está dado por los canales y medios que se transmite los mensajes con el fin de que el sujeto participe en la toma de decisiones, de que sus mensajes puedan ser transmitidos a los diferentes sistemas de la empresa. (Espinosa et al., 2017).

Respecto a la comunicación luego de haber analizado los diferentes puntos de vista, resulta tan importante e influyente, si el proceso dentro de la organización se lleva a cabo de una manera eficaz como lo explica Calderón et al., 2015. Esto contribuirá a que la persona establezca lazos emocionales hacia la organización y sienta cohesión con otras personas o grupos. La comunicación desde un solo enfoque no sólo está encaminada a transmitir, información o fortalecer el compromiso, sino a que la persona se sienta parte de la empresa y que se sienta escuchado. (Muñiz J. A., 2013).

Por su parte mediante la revisión bibliográfica se evidenció que la organización siendo un ambiente donde el colaborador de manera simultánea establece relaciones e interactúa con los demás, si ésta positiva y significativa repercute de forma reforzadora en la

persona como lo afirma Chiang et al. (2016), la organización deber ser un espacio adecuado, que proporcione condiciones laborales sanas mediante estímulos que refuercen en la persona su compromiso y lealtad hacia organización. Para esto es necesario que gestores reduzcan su inseguridad, brindándoles apoyo, una comunicación participativa y un sentido de pertinencias. (Calderón et al., 2015).

Respeto a las tres dimensiones del compromiso propuestas por Meyer y Allen (1991), es un hecho que a las organizaciones les resulta una ventaja desarrollar en la persona el compromiso afectivo, debido a que ésta al estar fundamentada con el establecimiento de vínculos emocionales de la organización hacia el sujeto, éste al percibir una buena imagen de la organización se siente identificado a través de ella, por lo que aumenta su motivación, lealtad y el deseo de querer permanecer dentro de la organización. Además que el colaborador se esfuerce por hacer lo mejor contribuyendo hacia el logro de la tarea. (Chiang et al., 2016).

## BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez, T., Mijares, B., & Zambrano, E. (2013). Sentido de compromiso en la atención al cliente interno de la gerencia de servicios logísticos PDVSA Occidente. *TELOS*, 15(1), 13-31.
- Arboleda, A. (2016). El compromiso de continuidad y el vínculo del consumidor con la organización. *Cuadernos de Administración*, 29(53), 181-202.
- Arciniéga, L., & González, L. (2012). Explorando los flancos de la lealtad: análisis de la estructura y significado de la dimensión normativa del compromiso individual. *Revista de Psicología Social*, 27(3), 273-285.
- Babatunde, O. (2015). Importance of Effective Communication in Public Organisations. *Issues in Social Science*, 3(2), 78-89.
- Calderón, J., Laca, F., Pando, M., & Pedroza, F. (2015). Relación de la socialización organizacional y el compromiso organizacional en trabajadores. *Psicogente*, 18(34), 267-277.
- Chiang, M., Gómez, N., & Wackerling, L. (2016). Compromiso Organizacional del Funcionario Municipal Rural. *Ciencia y Trabajo*, 18(56), 134-138.
- De Castro, A. (2014). *Comunicación Organizacional: Técnicas y estrategias*. (ECOFE, Ed.) Barranquilla: Universidad del Norte.
- Eslami, J., & Gharakhani, D. (2012). Organizational Commitment and Job Satisfaction. *ARPN Journal of Science and Technology*, 2(2), 85-91.
- Espinosa, N., Cevallos, M., Sadi, G., & Ancín, I. (2017). La relación entre la satisfacción con la comunicación interna y el compromiso organizacional: el caso de una universidad ecuatoriana. *AUSTRAL COMUNICACIÓN*, 06(1), 133-160.
- Félix, A. (2014). La comunicación en las teorías de las organizaciones. El cruzar del siglo XX y la revolución de las nuevas tecnologías. Una visión histórica. *Historia y Comunicación Social*, 19(Extra), 195-210.
- Fernández, L., & Useche, M. (2015). Identidad y alteridad en la comunicación organizacional. *Quórum Académico*, 12(1), 60-77.
- Geneviciute, G., & Endriulatiene, E. (2014). Employees' Organizational Commitment: Its Negative Aspects For. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 140, 558-564.
- Meyer, J., & Allen, N. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review*, 1(1), 61-89.
- Muñiz, J. A. (2013). Comunicación Positiva: La Comunicación Organizacional al Servicio de la Felicidad. *Vivat Academia*(124), 90-109.



- Muñiz, J., & Álvarez, A. (2013). Comunicación Positiva: La Comunicación Organizacional al Servicio de la Felicidad. *Vivat Academia*, 15(124), 90-109.
- Muscalu, E., Todericiu, R., & Fraticiu, L. (2013). Efficient Organizational Communication - A Key to success. *Studies in Business and Economics*, 8(2), 74-78.
- Palacios, J. (2015). Historia y avances en la investigación en comunicación. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 5(10), 25-46.
- Paladines, F., González, K., & Yaguache, J. (2013). La comunicación integral, un factor determinante en la gestión de la empresa ecuatoriana. *Signo y pensamiento*, XXXII(63), 110-128.
- Puertas, R., Cadme, E., & Álvarez, A. (2015). Gestión estratégica de la comunicación digital en la empresa ecuatoriana. Perspectiva comparada con la realidad Europea. 5(9), 5-26.
- Redding, C. (1972). *Communication within the organization: An interpretative review of theory and reseach*. New York: Industrial Communication Council, Inc.
- San Martín, S. (2013). La confianza, la satisfacción, las normas relacionales,. *Contaduría y Administración*, 58(2), 11-38.
- Valle, M. (2015). Organizational Communication Research in Antioquia – Colombia. *Revista Luciérnaga*, 7(13), 66-76.
- Verma, P. (2013). Relationship between Organisational CommunicationFlow and Communication Climate. *International Journal of Pharmaceutical Sciences and Business Management*, 1(1), 63-71.