RELACIÓN ENTRE COMUNICACIÓN INTERNA Y COMPROMISO ORGANIZACIONAL EN EMPRESAS MULTINACIONALES

RELATIONSHIP BETWEEN INTERNAL COMMUNICATION AND ORGANIZATIONAL COMMITMENT IN MULTINATIONAL COMPANIES

Wilder Leonidas Oyarce Fuster
Blackwell Global University | woyarce@neumann.edu.pe | https://orcid.org/0009-0000-7662-3894

Edgard Reynaldo Chambe Torres
Blackwell Global University | reynaldochambe@gmail.com | https://orcid.org/0009-0009-7272-8651

RESUMEN

El objetivo de esta investigación fue determinar la relación entre la comunicación interna y el compromiso organizacional en empresas multinacionales del sector logístico. Se empleó un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental transversal y alcance correlacional. La muestra estuvo compuesta por 286 empleados de una empresa multinacional en Chile, seleccionados mediante un muestreo probabilístico estratificado. Se utilizó un cuestionario estructurado tipo Likert. Los resultados confirmaron la hipótesis 1, evidenciando una asociación positiva y fuerte entre la comunicación interna y el compromiso organizacional ($r(284) = 0{,}59$, $p < 0{,}001$; $r^2 = 0{,}34$). Asimismo, se aceptó la hipótesis 2, hallando diferencias significativas en el compromiso organizacional según el nivel jerárquico ($F(2, 283) = 15{,}29$, $p < 0{,}001$), con variaciones marcadas entre el personal operativo y los niveles de supervisión y gerencia. Se concluye que la comunicación interna actúa como un eje articulador fundamental para la convergencia entre las expectativas individuales y las metas organizacionales en el ámbito logístico.

Palabras clave: Comunicación interna, Compromiso organizacional, Logística, Empresas multinacionales, Gestión de personas

ABSTRACT

The objective of this study was to determine the relationship between internal communication and organizational commitment in multinational companies within the logistics sector. A quantitative approach was employed, utilizing a non-experimental cross-sectional design with a correlational scope. The sample consisted of 286 employees from a multinational logistics firm in Chile, selected through stratified probability sampling. Data were collected using a structured Likert-type questionnaire. Results confirmed hypothesis 1, demonstrating a positive and strong association between internal communication and organizational commitment ($r(284) = 0.59$, $p < 0.001$; $r^2 = 0.34$). Hypothesis 2 was also accepted, revealing significant differences in organizational commitment based on hierarchical level ($F(2, 283) = 15.29$, $p < 0.001$), with notable variations between operational staff and supervisory or managerial levels. It is concluded that internal communication serves as a fundamental articulating axis that fosters convergence between individual expectations and organizational goals within the logistics context.

Keywords: Internal communication, Organizational commitment, Logistics, Multinational companies, Human resource management

Recibido: 23 de mayo de 2026
Aceptado: 20 de septiembre de 2026
Publicado: 15 de octubre de 2026

INTRODUCCIÓN

CONTEXTUALIZACIÓN

El sector logístico contemporáneo se encuentra inmerso en un proceso de transformación acelerada, impulsado por la necesidad de integrar tecnologías digitales y prácticas de sostenibilidad en sus operaciones globales (Kim et al., 2024; Uddin et al., 2025). En este escenario, las empresas multinacionales desempeñan un rol fundamental al coordinar cadenas de suministro complejas que requieren una alta sincronización entre sus diversas unidades geográficas (Allen et al., 2025; Stadler et al., 2024). La eficiencia de estas organizaciones no depende exclusivamente de la adopción de herramientas tecnológicas, sino de la capacidad de gestionar eficazmente el capital humano, elemento crítico para sostener la agilidad y la competitividad en entornos de alta incertidumbre (Čižiūnienė et al., 2025; Jahangir et al., 2025; Masa'd et al., 2025). La gestión estratégica de los recursos humanos se ha consolidado como un factor determinante para asegurar la resiliencia operativa, especialmente ante las fluctuaciones del mercado global y las exigencias de una fuerza laboral diversa (Ogedengbe et al., 2024; Alrashedi, 2024).

REALIDAD PROBLEMÁTICA

A pesar de la relevancia estratégica del talento humano en la logística, muchas organizaciones multinacionales enfrentan dificultades para alinear a sus colaboradores con los objetivos corporativos, lo cual se traduce en una desconexión que puede comprometer la estabilidad del personal (Ogedengbe et al., 2024; Prasetya y Kartikawangi, 2021). La literatura señala que la falta de canales de comunicación fluidos y bidireccionales constituye una barrera significativa para el desarrollo de un sentido de pertenencia sólido (Imam et al., 2022; Balakrishnan et al., 2023). En el contexto de la región metropolitana, las empresas multinacionales del sector logístico operan bajo estructuras jerárquicas marcadas, donde la brecha entre los niveles operativos y administrativos puede dificultar la transmisión efectiva de la visión estratégica (Masa'd et al., 2025). Existe un vacío de conocimiento respecto a cómo los procesos de intercambio informativo, estructurados en dimensiones descendentes, ascendentes y horizontales, se asocian con el grado de vinculación psicológica que los trabajadores mantienen con su organización en este sector específico (Verčić y Men, 2022; Špoljarić y Verčić, 2021).

JUSTIFICACIÓN

El presente estudio aporta una perspectiva necesaria para comprender la dinámica del comportamiento organizacional en el ámbito logístico, un sector donde la interacción humana es el eje de la continuidad operativa (Masa'd et al., 2025; Uddin et al., 2025). Desde una vertiente teórica, la investigación enriquece el cuerpo de conocimientos sobre el intercambio social al examinar cómo la calidad de la información compartida se relaciona con el compromiso de los empleados (Nguyen y Hà, 2023; Imam et al., 2022). En el plano práctico, los hallazgos permitirán a los gestores de recursos humanos diseñar estrategias de comunicación más precisas, orientadas a fortalecer el vínculo afectivo, normativo y de continuidad de sus colaboradores, reduciendo así los riesgos asociados a la rotación voluntaria (Verčić, 2021; Sagheer et al., 2022). Metodológicamente, el estudio emplea un enfoque cuantitativo que permite establecer la magnitud de la asociación entre las variables, proporcionando evidencia empírica rigurosa sobre la relevancia de la comunicación interna en la configuración del compromiso organizacional dentro de estructuras multinacionales (Balakrishnan et al., 2023; Prasetya y Kartikawangi, 2021).

COMUNICACIÓN INTERNA

La comunicación interna se define como el proceso sistemático de intercambio de mensajes y significados entre los diversos niveles de una organización, con el propósito de alinear las acciones individuales con los objetivos estratégicos de la firma (Verčić, 2021; Kimani, 2024). Este constructo se articula a través de tres dimensiones fundamentales: la comunicación descendente, que facilita la transmisión de directrices desde la alta dirección; la comunicación ascendente, que permite el flujo de retroalimentación y sugerencias desde los colaboradores hacia los niveles jerárquicos superiores; y la comunicación horizontal, que fomenta la colaboración y el intercambio de conocimientos entre pares en la misma línea de mando (Verčić y Men, 2022; Balakrishnan et al., 2023). La evidencia reciente subraya que una comunicación interna satisfactoria es un determinante clave para la percepción de marca empleadora y la retención del talento, actuando como un catalizador del compromiso en entornos corporativos complejos (Špoljarić y Verčić, 2021; Arif et al., 2023).

COMPROMISO ORGANIZACIONAL

El compromiso organizacional representa un estado psicológico que vincula al individuo con su organización, influyendo directamente en su disposición para permanecer en ella y contribuir a sus metas (Prasetya y Kartikawangi, 2021; Sagheer et al., 2022). Este constructo se manifiesta mediante tres dimensiones: el compromiso afectivo, que refleja el apego emocional y la identificación del empleado con los valores de la empresa; el compromiso normativo, basado en un sentido de obligación moral hacia la organización; y el compromiso de continuidad, vinculado a la percepción de los costos asociados a la salida de la entidad (Nguyen y Hà, 2023; Grotto y Andreassi, 2024). La literatura empírica destaca que niveles elevados de compromiso organizacional se asocian con una mayor disposición al esfuerzo extra y una menor intención de abandono, siendo un componente esencial para la sostenibilidad del capital humano en empresas multinacionales (Prasetya y Kartikawangi, 2021; Charoensukmongkol y Guang, 2026).

RELACIÓN ENTRE VARIABLES

La literatura sugiere una concomitancia significativa entre la calidad de la comunicación interna y el fortalecimiento del compromiso organizacional (Verčić y Men, 2022; Kimani, 2024). Bajo la perspectiva del intercambio social, se postula que cuando los colaboradores perciben un flujo de información transparente y bidireccional, se incrementa su disposición a corresponder con actitudes de mayor lealtad y compromiso hacia la empresa (Nguyen y Hà, 2023; Imam et al., 2022). Asimismo, se ha observado que la percepción de la comunicación puede variar según la posición jerárquica del colaborador, lo que sugiere la necesidad de analizar si existen diferencias en los niveles de compromiso según el rol desempeñado en la estructura organizacional (Santoso et al., 2022; Balakrishnan et al., 2023). La evidencia acumulada permite fundamentar la existencia de una asociación positiva entre estas variables, así como la posibilidad de variaciones en el compromiso según el nivel jerárquico, aspectos que se examinan a continuación mediante el análisis correlacional y comparativo propuesto.

Objetivos e hipótesis

El objetivo general de la investigación es determinar la relación entre la comunicación interna y el compromiso organizacional en empresas multinacionales del sector logístico. De él se derivan los siguientes objetivos específicos:

- **OE1:** Establecer la relación entre comunicación interna y compromiso organizacional.
- **OE2:** Comparar compromiso organizacional según nivel jerárquico.

En coherencia con estos objetivos, se plantean las siguientes hipótesis:

- **H1:** Existe una asociación positiva y significativa entre la comunicación interna y el compromiso organizacional en los empleados de empresas multinacionales.
- **H2:** Existen diferencias significativas

en los niveles de compromiso organizacional según el nivel jerárquico de los colaboradores.

MATERIALES Y MÉTODOS

TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, orientado a la medición objetiva de variables mediante el análisis estadístico de datos numéricos. El diseño empleado fue no experimental de corte transversal, dado que las variables fueron observadas en su contexto natural sin la manipulación deliberada de los factores de estudio, capturando la información en un único momento temporal. El alcance del estudio fue de carácter correlacional, con el propósito de determinar el grado de relación entre la comunicación interna y el compromiso organizacional, así como identificar posibles variaciones en este último según el nivel jerárquico de los colaboradores.

POBLACIÓN Y MUESTRA

La población estuvo constituida por 850 colaboradores, tanto operativos como administrativos, pertenecientes a empresas multinacionales del sector logístico ubicadas en la región metropolitana de Chile. La unidad de análisis se definió como el empleado de dichas organizaciones, considerando cada cuestionario respondido como un caso individual. Para garantizar la representatividad, se calculó un tamaño muestral mínimo de 265 sujetos mediante la fórmula de Cochran para poblaciones finitas, bajo parámetros de $Z = 1{,}96$, un margen de error del 5 % y una varianza máxima ($p = q = 0{,}5$).

El procedimiento de selección se realizó mediante un muestreo probabilístico estratificado con afijación proporcional, segmentando la muestra según el nivel jerárquico de los participantes. Se enviaron 423 cuestionarios, de los cuales se recibieron 306, alcanzando una tasa de respuesta del 72,3 %. Durante la fase de depuración, se aplicaron criterios de exclusión rigurosos: se eliminaron 14 cuestionarios por presentar más del 10 % de ítems sin responder, 5 casos por exhibir patrones de respuesta invariante y 1 caso por registrar un tiempo de ejecución inferior a 5 minutos, resultando en un total de 20 casos excluidos. En consecuencia, la muestra final analizada se compuso de 286 individuos, distribuidos en 110 colaboradores operativos, 62 de supervisión y 114 de nivel gerencial.

INSTRUMENTO

La recolección de datos se efectuó mediante un cuestionario estructurado con escala tipo Likert de cinco puntos, donde 1 representó el nivel de total desacuerdo y 5 el de total acuerdo. El instrumento integró dos variables principales:

- **Comunicación interna:** Variable independiente compuesta por 13 ítems, organizados en las dimensiones de comunicación descendente (5 ítems), comunicación ascendente (4 ítems) y comunicación horizontal (4 ítems).
- **Compromiso organizacional:** Variable dependiente estructurada en 16 ítems, distribuidos en compromiso afectivo (6 ítems), compromiso normativo (5 ítems) y compromiso de continuidad (5 ítems).

La validez de contenido del instrumento fue evaluada mediante el juicio de 7 expertos, obteniéndose un valor global de *V* de Aiken de 0,92, lo cual ratificó la pertinencia y claridad de los reactivos. La fiabilidad se determinó mediante el cálculo del alfa de Cronbach y el omega de McDonald, cuyos valores se reportan en la sección de resultados.

PROCEDIMIENTO Y CONSIDERACIONES ÉTICAS

La recolección de información se llevó a cabo entre junio y septiembre de 2025 a través de un formulario en línea. Se garantizó la participación voluntaria de los sujetos mediante la aplicación previa de un consentimiento informado, el cual detalló los objetivos del estudio y el manejo de la

información. Se aseguró el anonimato de los participantes y la confidencialidad de los datos, los cuales fueron anonimizados y resguardados en servidores con acceso restringido, cumpliendo con los estándares éticos de investigación con seres humanos (Shimada y Katahira, 2022; Zhang et al., 2022).

ANÁLISIS DE DATOS

El procesamiento de los datos se realizó mediante el software Stata, versión 18. Para determinar la estrategia de análisis, se evaluó el supuesto de normalidad mediante la prueba de Kolmogorov-Smirnov con corrección de Lilliefors y el análisis de los coeficientes de asimetría y curtosis, considerando un criterio de ±1. El plan de contraste se ejecutó con un nivel de significación de $\alpha = 0,05$, bajo las siguientes técnicas:

- **Hipótesis 1:** Para determinar la asociación entre la comunicación interna y el compromiso organizacional, se aplicó la correlación de Pearson, calculando los intervalos de confianza al 95 % para precisar la magnitud de la relación (Sathyanarayana, 2026; Polas, 2025).
- **Hipótesis 2:** Para identificar diferencias significativas en los niveles de compromiso organizacional según el nivel jerárquico, se utilizó un análisis de varianza (ANOVA) de un factor, complementado con la prueba de Levene para la homogeneidad de varianzas, el cálculo del tamaño del efecto η^2 y comparaciones *post hoc* mediante la corrección de Bonferroni.

RESULTADOS

Caracterización de la muestra

La población objetivo estuvo conformada por 850 colaboradores, de los cuales se obtuvo una muestra final analizada de 286 individuos tras un proceso de muestreo probabilístico estratificado con afijación proporcional. Del total de 423 cuestionarios distribuidos, se recibieron 306, lo que representa una tasa de respuesta del 72,3 %. Se excluyeron 20 instrumentos debido a la presencia de 14 cuestionarios con más del 10 % de ítems sin responder, 5 casos con patrones de respuesta invariante y 1 caso con un tiempo de respuesta inferior a 5 minutos. La distribución de la muestra según el nivel jerárquico se compuso de 110 colaboradores en el nivel operativo (38,5 %), 62 en el nivel de supervisión (21,7 %) y 114 en el nivel gerencial (39,9 %).

Fiabilidad y estadísticos descriptivos

La consistencia interna de los instrumentos fue evaluada mediante los coeficientes alfa de Cronbach y omega de McDonald. Para la comunicación interna, se obtuvieron valores de $\alpha = 0,86$ y $\omega = 0,88$, mientras que para el compromiso organizacional se registraron $\alpha = 0,89$ y $\omega = 0,92$. En cuanto a las dimensiones de la comunicación interna, la descendente presentó $\alpha = 0,89$ y $\omega = 0,90$; la ascendente $\alpha = 0,80$ y $\omega = 0,82$; y la horizontal $\alpha = 0,76$ y $\omega = 0,78$. Respecto al compromiso organizacional, el compromiso afectivo mostró $\alpha = 0,78$ y $\omega = 0,80$; el normativo $\alpha = 0,91$ y $\omega = 0,93$; y el de continuidad $\alpha = 0,79$ y $\omega = 0,80$. La validez de contenido, determinada por el juicio de 7 expertos, alcanzó una V de Aiken global de 0,92.

Los estadísticos descriptivos revelaron para la comunicación interna una media de 3,68 ($DE = 0,61$), con una asimetría de −0,72 y una curtosis de −0,34. En sus dimensiones, la comunicación descendente obtuvo una media de 3,93 ($DE = 0,76$), la ascendente 3,82 ($DE = 0,66$) y la horizontal 3,24 ($DE = 0,72$). Por su parte, el compromiso organizacional presentó una media de 3,44 ($DE = 0,78$), con una asimetría de −0,69 y una curtosis de −0,56. Las dimensiones del compromiso organizacional registraron medias de 2,97 ($DE = 0,85$) para el afectivo, 3,47 ($DE = 0,71$) para el normativo y 3,99 ($DE = 0,96$) para el de continuidad.

Verificación de supuestos

La normalidad de las variables fue evaluada

mediante la prueba de Kolmogorov-Smirnov con corrección de Lilliefors, obteniendo para la comunicación interna un valor de D = 0,053 (p < 0,05) y para el compromiso organizacional D = 0,048 (p > 0,05). Dado que todos los valores de asimetría y curtosis se situaron dentro del rango de ±1, se determinó una aproximación a la normalidad suficiente para proceder con el uso de técnicas paramétricas en el análisis de los datos.

Asociación entre comunicación interna y compromiso organizacional

La prueba de correlación de Pearson evidenció una asociación positiva y significativa entre la comunicación interna y el compromiso organizacional, con un coeficiente $r(284) = 0,59$ (p < 0,001) y un intervalo de confianza al 95 %. El coeficiente de determinación r^2 = 0,34 indicó que el 34,3 % de la varianza es compartida entre ambas variables. Al analizar las dimensiones de la comunicación interna, se hallaron correlaciones significativas con el compromiso organizacional en la comunicación descendente ($r(284) = 0,51$, p < 0,001), la comunicación ascendente ($r(284) = 0,44$, p < 0,001) y la comunicación horizontal ($r(284) = 0,53$, p < 0,001). Por tanto, la hipótesis H1 se acepta.

Diferencias en el compromiso organizacional según nivel jerárquico

El análisis de varianza de un factor mostró diferencias significativas en los niveles de compromiso organizacional según el nivel jerárquico, con $F(2, 283) = 15,29$ (p < 0,001) y un tamaño del efecto η^2 = 0,098. Las medias obtenidas fueron 3,73 (DE = 0,75) para el nivel operativo, 3,44 (DE = 0,77) para supervisión y 3,18 (DE = 0,74) para gerencial. La prueba de Levene confirmó la homogeneidad de varianzas con $F(2, 283) = 0,35$ (p = 0,702). Las comparaciones *post hoc* con corrección de Bonferroni indicaron diferencias significativas entre el nivel operativo y el de supervisión (diferencia de medias = 0,29, p = 0,045), así como entre el nivel operativo y el gerencial (diferencia de medias = 0,55, p < 0,001), mientras que la comparación entre supervisión y gerencial no resultó significativa (diferencia de medias = 0,26, p = 0,081). En consecuencia, la hipótesis H2 se acepta.

DISCUSIÓN

El presente estudio tuvo como objetivo determinar la relación entre la comunicación interna y el compromiso organizacional en empresas multinacionales del sector logístico. Los resultados obtenidos permiten confirmar la existencia de una asociación positiva y significativa entre ambas variables, evidenciando que la calidad de los flujos informativos dentro de las organizaciones constituye un eje fundamental para fortalecer la vinculación afectiva y normativa de los trabajadores con su entidad. Este hallazgo es consistente con la literatura que sostiene que una comunicación efectiva actúa como un mecanismo de intercambio social, donde el flujo transparente de información incrementa la satisfacción y el sentido de pertenencia en entornos corporativos complejos (Nguyen y Hà, 2023; Imam et al., 2022).

Respecto a la primera hipótesis, la asociación positiva de magnitud fuerte hallada entre la comunicación interna y el compromiso organizacional ratifica que la percepción de los empleados sobre la apertura, la oportunidad y la utilidad de la información recibida es un predictor determinante de su nivel de compromiso. Esta evidencia se alinea con investigaciones previas que subrayan cómo la comunicación interna no solo informa, sino que legitima la cultura organizacional y refuerza la identidad del empleado frente a los objetivos estratégicos de la firma (Verčić, 2021; Špoljarić y Verčić, 2021). Asimismo, al observar que todas las dimensiones de la comunicación interna se asociaron positivamente con el compromiso, se corrobora que la integralidad del proceso comunicativo es vital para sostener el desempeño en sectores dinámicos como la logística, donde la coordinación precisa de procesos es indispensable para la sostenibilidad operativa (Ogedengbe et al., 2024; Masa'd et al., 2025).

En cuanto a la segunda hipótesis, la existencia de diferencias significativas en el compromiso organizacional según el nivel jerárquico sugiere que la experiencia del colaborador no es homogénea dentro de la estructura multinacional. El hecho de que el personal operativo presente niveles de compromiso distintos en comparación con los niveles de supervisión y gerencia indica que las expectativas y la recepción de la comunicación interna varían conforme a la posición en la cadena de mando. Estos resultados concuerdan con perspectivas que señalan que los trabajadores en niveles operativos pueden experimentar una desconexión mayor respecto a la visión estratégica si los canales de comunicación no se adaptan a sus necesidades específicas, a diferencia de los niveles gerenciales que suelen estar más integrados en los procesos de toma de decisiones (Balakrishnan et al., 2023; Prasetya y Kartikawangi, 2021). Esta divergencia subraya la importancia de considerar la heterogeneidad de la fuerza laboral al diseñar estrategias de gestión humana en empresas que operan bajo estructuras jerárquicas marcadas (Čižiūnienė et al., 2025; Alrashedi, 2024).

Implicaciones teóricas

Los hallazgos contribuyen a la literatura sobre el comportamiento organizacional en el sector logístico al proporcionar evidencia empírica sobre la relevancia de la comunicación interna como un activo intangible que facilita la cohesión en empresas multinacionales. La confirmación de una relación robusta entre estas variables refuerza la teoría del intercambio social, sugiriendo que, cuando la organización invierte en canales de comunicación eficaces, los empleados responden con mayores niveles de compromiso, lo cual es esencial para la agilidad y la resiliencia en cadenas de suministro globales (Imam et al., 2022; Jahangir et al., 2025). Además, la diferenciación jerárquica observada aporta una perspectiva crítica sobre cómo la estructura organizacional puede moderar la eficacia de las prácticas de gestión, sugiriendo que los modelos teóricos de compromiso deben integrar variables contextuales y jerárquicas para explicar con mayor precisión la variabilidad en las actitudes laborales de los trabajadores en entornos multinacionales (Charoensukmongkol y Guang, 2026; Uddin et al., 2025).

Limitaciones

El diseño no experimental de corte transversal empleado en esta investigación restringe la posibilidad de establecer una secuencia temporal o una relación de causalidad entre la comunicación interna y el compromiso organizacional, limitando el análisis a la observación de covariaciones en un momento determinado. Asimismo, la utilización de autoinformes mediante un único informante por caso introduce el riesgo de sesgo de método común, lo cual podría influir en la magnitud de las asociaciones reportadas. Finalmente, la delimitación del estudio a un contexto geográfico específico, Chile, restringe la capacidad de generalizar los resultados a otras regiones con culturas organizacionales o marcos regulatorios distintos, dado que las dinámicas de las empresas multinacionales están frecuentemente influenciadas por las particularidades del entorno local y las políticas corporativas globales (Allen et al., 2025; Andrews et al., 2024).

CONCLUSIONES

La investigación permitió determinar una asociación positiva y robusta entre la comunicación interna y el compromiso organizacional en el contexto de las empresas multinacionales del sector logístico. Se concluye que la fluidez en los canales informativos y la calidad de los mensajes institucionales guardan una estrecha relación con el grado de vinculación afectiva y normativa que los colaboradores manifiestan hacia sus organizaciones, lo cual subraya la relevancia de los procesos comunicativos como elementos vinculados a la consolidación de la identidad corporativa.

Respecto a la comparación del compromiso organizacional según el nivel jerárquico, se identificó una variación

significativa en la percepción del vínculo laboral entre los distintos estratos de la estructura organizacional. Los hallazgos evidencian que el personal operativo presenta niveles de compromiso diferenciados al contrastarlos con los niveles de supervisión y gerencia, lo que sugiere que la posición ocupada en la jerarquía logística actúa como una variable asociada a la intensidad con la que el trabajador se identifica y se involucra con los objetivos estratégicos de la entidad.

El aporte conceptual central de este estudio radica en la validación de la comunicación interna como un eje articulador que favorece la convergencia entre las expectativas individuales y las metas organizacionales. Se establece que la gestión de la información no constituye un proceso aislado, sino un componente transversal que covaría con el compromiso de los integrantes de la organización, permitiendo comprender que la cohesión del capital humano en entornos multinacionales depende, en gran medida, de la eficacia en la transmisión de valores y directrices institucionales a través de todos los niveles de la cadena de mando.

SUGERENCIAS

Implicaciones prácticas y profesionales

- **Diseño de estrategias de comunicación segmentadas por nivel jerárquico:** Las organizaciones deben implementar canales de información diferenciados que reconozcan las necesidades específicas del personal operativo, dado que la disparidad en el compromiso organizacional respecto a los niveles de supervisión y gerencia sugiere una brecha en la percepción de los objetivos corporativos que requiere una intervención focalizada para fortalecer la identidad institucional en la base de la pirámide.
- **Fortalecimiento de la comunicación bidireccional como herramienta de gestión:** Ante la robusta asociación entre el flujo informativo y la vinculación afectiva del colaborador, la alta dirección debe formalizar espacios de retroalimentación constante que trasciendan la comunicación descendente, permitiendo que el trabajador logístico se sienta un agente activo en la cadena de valor, lo cual incrementa directamente su disposición a permanecer en la organización.
- **Capacitación en competencias comunicativas para líderes de equipo:** Dado que el nivel jerárquico influye en la intensidad del compromiso, es imperativo que los supervisores directos desarrollen habilidades de comunicación asertiva y escucha activa, actuando como mediadores eficaces que traduzcan la estrategia multinacional en mensajes claros y motivadores para el personal operativo, mitigando así las diferencias observadas en la adhesión a la cultura organizacional.

Futuras líneas de investigación

- **Implementación de estudios longitudinales para la determinación causal:** Resulta necesario transitar hacia diseños de investigación de carácter longitudinal que permitan observar la evolución del compromiso organizacional a través del tiempo, superando las restricciones de la medición transversal para establecer con mayor precisión la secuencia de influencia entre las prácticas comunicativas y el comportamiento del colaborador.
- **Incorporación de fuentes de datos múltiples para reducir el sesgo de método común:** Se recomienda que futuras indagaciones integren la triangulación de datos mediante la inclusión de evaluaciones de desempeño realizadas por terceros o indicadores objetivos de rotación, evitando la dependencia exclusiva del autoinforme y otorgando mayor

validez externa a la relación entre las variables estudiadas.

- **Ampliación del alcance geográfico y comparativo:** Es fundamental replicar este modelo en otros contextos culturales y mercados logísticos internacionales, lo cual permitirá determinar si la dinámica observada en Chile constituye una tendencia propia de la industria logística global o si existen variables moderadoras locales que alteran la intensidad de la relación entre la comunicación interna y el compromiso organizacional.

REFERENCIAS

Allen, F., Barbalau, A., Chavez, E. y Zeni, F. (2025). Leveraging the capabilities of multinational firms to address climate change: a finance perspective. *Journal of International Business Studies*, *56*(4), 461–480.

Alrashedi, A. K. (2024). Talent identification for revolutionizing human resource management in Saudi Arabia's logistics industry. *Acta Logistica*, *11*(02), 185–196.

Andrews, D. S., Fainshmidt, S., Witt, M. A. y Gaur, A. S. (2024). Foreign policy: implications for multinational firms. *Journal of International Business Policy*, *8*(1), 105–119.

Arif, S., Johnston, K. A., Lane, A. B. y Beatson, A. (2023). A strategic employee attribute scale: Mediating role of internal communication and employee engagement. *Public Relations Review*, *49*(2), 102320.

Balakrishnan, K., Angusamy, A. y Rosli, M. D. R. (2023). Two-way asymmetrical communication mediating internal communication and employee engagement. *Environment and Social Psychology*, *9*(2).

Charoensukmongkol, P. y Guang, X. (2026). Impact of innovative climate on cultural diversity perceptions and organizational commitment in multinational enterprises: the moderating role of workplace formalization. *International Journal of Manpower*, *47*(3), 444–462.

Čižiūnienė, K., Voronavičiūtė, G., Marinković, D. y Matijošius, J. (2025). Sustainable Human Resource Management in Emergencies: The Case of the Lithuanian Logistics Sector. *Sustainability*, *17*(6), 2591.

Grotto, A. R. y Andreassi, J. K. (2024). When it's better than expected: a quasi-experimental study of firm-provided paid parental leave and employee organizational commitment. *The International Journal of Human Resource Management*, *36*(1), 80–102.

Imam, H., Sahi, A. y Farasat, M. (2022). The roles of supervisor support, employee engagement and internal communication in performance: a social exchange perspective. *Corporate Communications An International Journal*, *28*(3), 489–505.

Jahangir, S., Xie, R., Iqbal, A. y Hussain, M. (2025). The Influence of Sustainable Human Resource Management Practices on Logistics Agility: The Mediating Role of Artificial Intelligence. *Sustainability*, *17*(7), 3099.

Kim, D., Na, J. y Ha, H.-K. (2024). Exploring the impact of green logistics practices and relevant government policy on the financial efficiency of logistics companies. *Heliyon*, *10*(10), e30916.

Kimani, B. (2024). Internal Communication Strategies and Employee Engagement. *Journal of Public Relations*, *2*(1), 13–24.

Masa'd, F. M., Al-Ababneh, H. A., Al-Maaitah, D. A., Al-maaitah, T. A. y Koverha, S. (2025). Human resource management in the logistics systems of modern companies. *Acta Logistica*, *12*(1), 77–89.

Nguyen, C. M. A. y Hà, M.-T. (2023). The interplay between internal communication, employee engagement, job satisfaction, and employee loyalty in higher education institutions in Vietnam. *Humanities and Social Sciences Communications*, *10*(1), 329.

Ogedengbe, D. E., Olatoye, F. O., Oladapo, J. O., Nwankwo, E. E., Soyombo, O. T. y Scholastica, U. C. (2024). Strategic HRM in the logistics and shipping sector: Challenges and opportunities. *International Journal of Science and Research Archive*, *11*(1), 2000–2011.

Polas, M. R. H. (2025). Common Method Bias in Social and Behavioral Research: Strategic Solutions for Quantitative Research in the Doctoral Research. *Journal of Comprehensive Business Administration Research*.

Prasetya, M. R. y Kartikawangi, D. (2021). Corporate Culture and Internal Communication Influence on Millenial Employee Engagement. *Jurnal ASPIKOM*, *6*(2), 387.

Sagheer, O., Umer, M. y Aslam, S. (2022). The Effect of Corporate Social Responsibility (CSR) on Employees' Performance (EP): A Mediating Role of Organization Commitment (OC) in the Multinationals Companies (MNCs) of Pakistan. *NUML International Journal of Business & Management*, *17*(1).

Santoso, N. R., Sulistyaningtyas, I. D. y Pratama, B. P. (2022). Transformational Leadership During the COVID-19 Pandemic: Strengthening Employee Engagement Through Internal Communication. *Journal of Communication Inquiry*.

Sathyanarayana, S. (2026). Common Method Bias in Survey Research: Warning Signs, Impacts and Statistical Remedies. *Asian Journal of Economics Business and Accounting*, *26*(6), 222–236.

Shimada, D. y Katahira, K. (2022). Sequential dependencies of responses in a questionnaire survey and their effects on the reliability and validity of measurement. *Behavior Research Methods*, *55*(6), 3241–3259.

Špoljarić, A. y Verčić, A. T. (2021). Internal communication satisfaction and employee engagement as determinants of the employer brand. *Journal of Communication Management*, *26*(1), 130–148.

Stadler, C. M., Hautz, J. y Ortner, T. (2024). Open strategy and the multinational firm. *Multinational Business Review*, *32*(4), 443–462.

Uddin, M., Hmaidan, R. A., Amir, M. y Shaukat, H. S. (2025). Driving Efficiency and Sustainability: Integrating Industry 4.0 and Sustainable Human Resource Management Practices in the Logistics Service Sector. *Journal of Posthumanism*, *5*(6), 817–834.

Verčić, A. T. (2021). The impact of employee engagement, organisational support and employer branding on internal communication satisfaction. *Public Relations Review*, *47*(1), 102009.

Verčić, A. T. y Men, L. R. (2022). Redefining the link between internal communication and employee engagement. *Public Relations Review*, *49*(1), 102279.

Zhang, W., Yuan, G., Xue, R., Han, Y. y Taylor, J. E. (2022). Mitigating Common Method Bias in Construction Engineering and Management Research. *Journal of Construction Engineering and Management*, *148*(9).