UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS
FACULTAD DE COMUNICACIONES
PROGRAMA ACADÉMICO DE COMUNICACIÓN E IMAGEN
EMPRESARIAL

Rituales corporativos y el compromiso laboral del colaborador *millennial*: Su relación en un banco peruano

TESIS

Para optar el título profesional de Licenciado en Comunicación e Imagen Empresarial

AUTOR(ES)

Chavez Luna, Luis Abdón (0000-0001-8227-1629)

Horna Cerna, Kevin Axel (0000-0002-1915-040X)

ASESOR

Mäckelmann Roedenbeck, Mathias (0000-0001-9710-281X)

Lima, 03 de diciembre de 2019

DEDICATORIA

A nuestros padres por ser el cimiento de nuestro crecimiento y nuestra educación, por enseñarnos valores invaluable para afrontar este largo, pero también corto camino de la vida.

AGRADECIMIENTOS

Agradecer indudablemente a Dios por brindarnos la oportunidad de recibarnos como jóvenes profesionales en este retador y divertido campo de las comunicaciones.

Finalmente, un inmenso “gracias” para todas las personas que se involucraron y formaron parte de este trabajo, quienes confiaron y nos permitieron culminar con éxito el desarrollo de esta investigación.

Resumen

El presente estudio buscó explorar la existencia de una posible relación entre la participación en rituales corporativos y el compromiso del colaborador millennial con una empresa. En este sentido, se desarrolló el caso de la empresa BCP, empresa representativa y líder en el mercado peruano con 130 años de trayectoria. De esta manera, la investigación se encuentra compuesta por los siguientes apartados: (1) introducción al tema; (2) marco teórico, que sirvió de estructura para el desarrollo del análisis; (3) diseño metodológico, realizado a través de encuestas; (4) conclusiones y recomendaciones, que fueron necesarias para brindar un aporte que sirva a otros investigadores. A manera de conclusión, se comprobó que, a pesar de tener una correlación positiva, no existe relación entre el compromiso laboral de un colaborador millennial y el número de rituales en que este participa. Teorizamos, para futuras investigaciones, que puede deberse a que existen muchos más factores externos que influyen en el compromiso laboral de un *millennial*.

Palabras clave: Rituales corporativos, *millennials*, compromiso laboral, cultura corporativa, comunicación interna.

Abstract

This paper seeks to analyze if there is a relationship between a strong employee engagement and how many corporate rituals does an employee participates in. In this study, we chose to research Banco de Crédito del Perú's (BCP) case. BCP is the largest Company in Perú and the most important bank in the country, we think this Company is a well recognized referent in the industry, and makes a very relevant subject for our research. This research contains an introduction, our framework, the analysis, research design, and conclusions and recommendations. In our research design, we contemplate surveys to a select sample of millennial employees. As a conclusion, we found that in spite of having a positive correlation, it's not strong enough to prove a relationship between a strong employee engagement and the number of rituals an employee participates in. We theorize this result could lead to study other variables that can influence employee engagement.

Keywords: Corporate rituals, *millennials*, employee engagement, corporate culture, internal communication.

Referencias bibliográficas

Almotawa, A. & Shaari, R. B. (2020). Validation of Employee Engagement Framework. *Advances in Intelligent Systems and Computing* Vol. 961. Skudai, Malaysia.

Andersson, R. (2019). Employees as ambassadors: Embracing new role expectations and coping with identity-tensions. Department of Strategic Communication, Lund University. Helsingborg, Sweden.

Andrade, H. (2005). Comunicación organizacional interna: proceso, disciplina y técnica. Netbiblio: España

AON Hewitt. (2015). Aon Hewitt's model of employee engagement. Research Brief.

Begazo, J. & Fernandez, W. (2015). Los Millenials peruanos: Características y proyecciones de vida. Universidad San Martín de Porres. Lima, Perú.

Chirinos, N. (2009). Características generacionales y valores: su impacto en lo laboral. *Observatorio Laboral Revista Venezolana*, vol. 2, núm. 4. Valencia, Venezuela.

Consultora Mandü (2019). Una introducción al Employee Engagement. Recuperado de <https://jumpshare.com/v/GCYuVbbPd2DWjMKX7uLp> [Consulta: 10 de abril de 2019].

Crespo, P. (2016). CI para el engagement. En *Revista Aptitus*. Lima, Perú. Recuperado de: http://servicios.noticiasperu.com/web_/GUI/GUIPrensa/index.php?idPauta=4178501&bool=1 [Consulta: 20 de abril de 2019]

Costa, J. (2010). El DirCom hoy. Dirección y gestión de la comunicación en la nueva economía. 3a ed. CPC Editor. Trilla México.

Cuervo, M. (2011). Relaciones públicas, nuevos paradigmas ¿Más dudas que certezas. Recuperado de :http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-35232011000100009 [Consulta: 06 de abril de 2019].

Dae-Young, K. & Sangwon, P (2020). Rethinking Millennials: how are they shaping the tourism industry?. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 25:1.

Deal, T. E. & Kennedy, A. A. (1982). Corporate cultures. Reading, MA: Addison Wesley.

Del Pulgar, L. (1999). Comunicación de empresa en entornos turbulentos. Madrid, España.

Dill, K. (2016, Setiembre) 7 cosas que debes saber sobre la Generación Z. Forbes. Recuperado de <http://www.forbes.com.mx/7-cosas-que-debes-saber-sobre-la-generacion-z/>)

Dihn, Luan Nguyen (2020). Determinants of employee engagement mediated by work-life balance and work stress. Management Science Letters 10. Vietnam.

Edelberg, G. (2011). La Generación Y en el mundo del trabajo. Recuperado de <http://www.incae.edu/ES/blog/2011/06/13/la-generacion-y-en-el-mundo-del-trabajo/>

Endovitskaya, E.O.(2020). Development of Corporate Culture Stimulating Innovation and Creative Capacity of Staff. Lecture Notes in Networks and Systems Vol. 73. Voronezh, Russia

Evans, J. & Mathur, A. (2005). The value of online surveys. Zarb School of Business, Hofstra University. New York, USA.

Formanchuk, A. (2012). Comunicación interna 2.0: Un desafío Cultural. Buenos Aires, Argentina

Galmez, María (2010) Organización de Eventos como herramienta de comunicación de Marketing modelo integrado y experiencial (Tesis Doctoral en Comunicaciones). Madrid. Universidad de Málaga

Garrido, F. (2008). Comunicación de la estrategia. La efectividad está en la dirección. Barcelona, España.

Gong, J., Liu, Y., Zhang, X. & Zhou, Y. (2019) Integration of talent training and corporate culture in the field of space environment simulation. ACM International Conference Proceeding Series. Beijing, China.

González, Z. & Puig, J. (2003). Los Ritos y rituales en la cultura corporativa de Wal Mart Supercenter: estudio de caso para la medición de la cultura corporativa a través de los ritos y rituales observados en Wal Mart Supercenter no. 2346 en México. Universitat Autònoma de Barcelona. España.

Hauw,S & de Voz,A.(2010). Millennials: Recuperado de <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAS9505.p df>

Hodge, B. J., Anthony, W. P., & Gales, L. M. (1998). Teoría de la organización: Un enfoque estratégico. Pearson Prentice Hall. New Jersey, United States.

Hormazabal, F. (2012). Retención y Desarrollo del capital humano: Desafíos estratégicos. PwC: Chile.

Islam, G. & Zyphur, M. (2009). Rituals in Organizations: A Review and Expansion of Current Theory. *Group & Organization Management*, 34(1), 114–139.

Kaliappan, P & Kavitha, F. (2019) The critical role of the leader or supervisor in building employee trust. *International Journal of Recent Technology and Engineering* Vol. 8. Chennai, India.

Karsh, B. & Templin, C. (2013) *Manager 3.0: A Millennial's Guide to Rewriting the Rules of Management* [Version Kindle]. IOD: 4246212/5699818. Obtenido de Amazon.com

Koschmann, M & McDonald, J (2015). *Organizational Rituals, Communication, and the Question of Agency*. Management Communication Quarterly. Colorado, USA.

Lessem, R. (1992). *Gestión de la cultura corporativa*. Ediciones Díaz de Santos. Madrid, España.

Madigan, M., Norton, J., & Testa, I. (1999). *The quest for work life balance*. Rogers Media. Toronto, Canada.

Mahmood, T.M.A.T., Al Mamun, A., Bin Ahmad, G., Ibrahim, M.D. (2019) Predicting enterprenurial intentions and pre-start-up behaviour among Asnaf millennials. *Sustainability* Vol. 11. Malaysia.

Maison, P. (2013). *Trabajo en la postmodernidad*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=TZ9fAAAAQBAJ&pg=PT57&lpg=PT57&d>

Mazzei, A., Butera, A., & Quaratino, L. (2019). Employee communication for engaging workplaces. *Journal of Business Strategy*, 40(6). Milan, Italy.

Menech, C., Cordero, A., & Gómez, T. (2016). *Medición del compromiso laboral y su impacto en los resultados de la empresa*. Universidad de Chile: Chile.

Mendez, C. (2006). *Transformación cultural en las organizaciones. Un modelo para la gestión del cambio*. Editorial Limusa & Editorial Universidad del Rosario. Bogotá, Colombia.

Meyer, J. & Allen, N. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human resource management review*, 1(1), 61-89.

Microsot (s.f.) Microsoft Forms. Recuperado de <https://forms.office.com/> [Consulta: 16 de noviembre del 2019].

Molinari, P. (2013). Para los jóvenes, los mejores equipos [Mensaje en un blog]. Recuperado de <http://www.pmolinari.com/para-los-jovenes-los-mejores-equipos/> [Consulta: 13 julio de 2019].

Molinari, P. (2014). *Turbulencia Generacional*. Buenos Aires, Argentina.

Mullins, L. J. (2007). *Management and organisational behaviour*. Pearson education. London, England.

Muñiz, R. (2014) *Marketing en el siglo XXI*. Recuperado de <http://www.marketing-xxi.com/la-comunicacion-interna-119.htm>

Nikolova, I. Schaufeli, W. & Notelaers, G. (2019). Engaging leader - Engaged employees? A cross-lagged study on employee engagement. *European Management Journal* 37. Heerlen, Netherlands.

Nguyen, T.T.T., Nguyen T.T.H. & Pham, T.T.H (2020). The effect of Corporate entrepreneurship, organizational culture on supply chain management and business performance in chemical industry. *Uncertain Supply Chain Management* Vol. 8. Vietnam.

Osipovskaya, E. & Miakotnikova, S. (2019) Using Gamification in Teaching Public Relations Students. *Advances in Intelligent Systems and Computing*. Moscow, Russia.

Penagos, T. & Rubio, E. (2015). Millennials y Millennials peruanos: Realidad, expectativas y proyecciones. Lima: ER Ronald – Human Resources Boutique.

Popkova, E.G (2020). Perspective model of activation of economic growth in modern Russia. *Stud. Syst. Decis. Control* 135. Moscow, Russia.

Raines, C. (2003). *Connecting generations: The sourcebook for a new workplace*. Thomson Crisp Learning. New York, USA.

Ritter, M. (2008). *Cultura organizacional. La crujia*. Buenos Aires, Argentina.

Saló, N. (2005). *Aprender a comunicarse en las organizaciones*. Grupo Planeta (GBS). Madrid, España

Scheinsohn, D. (2011) *Comunicación estratégica*. Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Palermo, Argentina.

Silvers, J. (2004) *Professional Event Coordination*.

Smith, A. & Stewart, B. (2011). *Organizational Rituals: Features, Functions and Mechanisms*. *International Journal of Management Reviews*. London, England.

Statistics How T (s.f.) Statistics for the rest of us. Recuperado de <https://www.statisticshowto.datasciencecentral.com/probability-and-statistics/correlation-coefficient-formula/>

Sueldo, M & Streimikiene, D (2016). Organizational rituals as tools of organizational culture creation and transformation: A communicative approach. Transformations in Business & Economics. Kaunas, Lithuania.

Urbiola, A. & Vásquez, W. (2009). *La comunicación ritual como mecanismo de socialización en las organizaciones: identidad y regulación*. Instituto Tecnológico de Costa Rica: Costa Rica.

Veliz, F. (2011). *Comunicar: construyendo diálogos estratégicos en 360° para organizaciones del nuevo siglo*.

Zemke, R., Raines, C. & Filipczak, R (2000). Generations at work: Managing the clash of Veterans, Boomers, Xers, and Nexters in your workplace. New York, NY: AMACOM