



**FACULTAD DE HUMANIDADES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE PSICOLOGÍA**

TESIS

**ENGAGEMENT Y COMUNICACIÓN
ORGANIZACIONAL EN EL PERSONAL DE UNA
EMPRESA PRIVADA DE POMALCA**

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

Autor(es):

**Bach. Ascurra Tuesta, Luis Enrique
Bach. Quispe Berrios, Yojaira Amilet**

Asesor:

Dr. Abanto Vélez, Walter Iván

Línea de investigación:

**Salud Ocupacional y Desarrollo de Competencias
Organizacionales**

Pimentel - Perú

2017

**ENGAGEMENT Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN EL PERSONAL DE
UNA EMPRESA PRIVADA DE POMALCA**

Aprobación de la Tesis

Dr. Abanto Vélez Walter Iván
Asesor metodólogo

Mg. Olazábal Boggio Roberto Dante
Presidente del jurado de tesis

Mg. Santiago Prado Arnold
Secretario del jurado de tesis

Mg. Prada Chapoñan Rony Edinson
Vocal del jurado de tesis

DEDICATORIA

A Dios por permitirnos llegar a este momento tan especial en nuestras vidas, por los triunfos y momentos difíciles que nos ha enseñado a valorarlo cada día más, a nuestros padres y hermanos por ser los pilares fundamentales en todo lo que somos; por su incondicional apoyo perfectamente mantenido a través del tiempo.

Los autores

AGREDECIMIENTO

La muestra de nuestro arduo trabajo se lo agradecemos primeramente a Dios, gracias a él se hizo todo esto posible.

Nuestra más sinceras consideraciones a nuestro asesor metodológico, por habernos brindado sus conocimientos y enseñanzas en todo este largo camino.

También agradecer a nuestro jurado evaluador por enfatizar con sus conocimientos y poder cauterizar los errores cometidos.

Así mismo, agradecer a las autoridades que brindaron su muestra de apoyo para la facilitación de nuestra población a investigar.

Sin duda alguna agradecer formidablemente a nuestras familias que permanecieron desde el inicio de este gran sueño.

ÍNDICE

RESUMEN	6
ABSTRACT	7
I. INTRODUCCIÓN	8
II. MATERIAL Y MÉTODOS	29
III. RESULTADOS	33
Tabla 01:	33
Resultados de la relación entre Engagement y Comunicación Organizacional	
Tabla 02:	33
Resultados de la relación que existe entre vigor de la variable Engagement y comunicación descendente de la variable Comunicación Organizacional	
Tabla 03:	34
Resultados de la relación que existe entre vigor de la variable Engagement y comunicación ascendente de la variable Comunicación Organizacional	
Tabla 04:	34
Resultados de la relación que existe entre vigor de la variable Engagement y comunicación horizontal de la variable Comunicación Organizacional	
Tabla 05:	35
Resultados de la relación que existe entre vigor de la variable Engagement y comunicación transversal de la variable Comunicación Organizacional	
Tabla 06:	35
Resultados de la relación que existe entre dedicación de la variable Engagement y comunicación descendente de la variable Comunicación Organizacional	
Tabla 07:	36
Resultados de la relación que existe entre dedicación de la variable Engagement y comunicación ascendente de la variable Comunicación Organizacional	
Tabla 08:	36
Resultados de la relación que existe entre dedicación de la variable Engagement y comunicación horizontal de la variable Comunicación Organizacional	
Tabla 09:	37
Resultados de la relación que existe entre dedicación de la variable Engagement y comunicación transversal de la variable Comunicación Organizacional	
Tabla 10:	37
Resultados de la relación que existe entre absorción de la variable Engagement y comunicación descendente de la variable Comunicación Organizacional	

Tabla 11:	38
Resultados de la relación que existe entre absorción de la variable Engagement y comunicación ascendente de la variable Comunicación Organizacional	
Tabla 12:	38
Resultados de la relación que existe entre absorción de la variable Engagement y comunicación horizontal de la variable Comunicación Organizacional	
Tabla 13:	39
Resultados de la relación que existe entre absorción de la variable Engagement y comunicación transversal de la variable Comunicación Organizacional	
IV. DISCUSIÓN	40
V. CONCLUSIONES	51
VI. REFERENCIAS	53
VII. ANEXOS	58
ANEXO 1	58
ANEXO 2	63

RESUMEN

La presente investigación corresponde al paradigma positivista, es por ello que se seguirá una metodología cuantitativa basada en el análisis numérico. Es de tipo descriptivo – correlacional, por lo cual presenta un diseño no experimental. El objetivo general busca determinar la relación entre engagement y comunicación organizacional en el personal de una empresa privada de Pomalca. El estudio, tiene como variables al Engagement y Comunicación Organizacional. La técnica que se utilizó fue la encuesta con los instrumentos Cuestionario de (Engagement) Implicación con el trabajo o compromiso con la organización (UWES) y Escala de Comunicación Organizacional (ECO), las cuales se aplicaron a una muestra de 150 trabajadores de la empresa privada de Pomalca. Asimismo, la investigación pretendió comprobar la hipótesis general, mediante la línea estadística de Gamma, del cual se obtuvo un coeficiente de correlación de (.245) y una significancia bilateral de (.004) a un nivel $p < .01$, que advierte inicialmente que la relación que existe entre engagement y comunicación organizacional en el personal de una empresa privada de Pomalca, es altamente significativa en ambas variables.

Palabras clave: Engagement, comunicación organizacional, trabajadores, empresa, compromiso.

ABSTRACT

The present investigation corresponds to the positivist paradigm, that is why we will follow a quantitative methodology based on numerical analysis. It is descriptive - correlational, so it has a non-experimental design. The general objective seeks to determine the relationship between engagement and organizational communication in the staff of a private company in Pomalca. The study has as variables the Engagement and Organizational Communication. The technique used was the survey with the instruments Questionnaire of (Engagement) Implication with work or commitment to the organization (UWES) and Scale of Organizational Communication (ECO), which were applied to a sample of 150 workers of the company private of Pomalca. Likewise, the research aimed to verify the general hypothesis, by means of the Gamma statistical line, from which a correlation coefficient of (.245) and a bilateral significance of (.004) was obtained at a level $p < .01$, which initially warns that the relationship between engagement and organizational communication in the staff of a private company in Pomalca is highly significant in both variables.

Key words: Engagement, organizational communication, workers, company, commitment.

I. INTRODUCCIÓN

Por mucho tiempo las organizaciones, han limitado a sus trabajadores, debido a sus inadecuados manejos estratégicos, provocando poco interés en ellos al realizar sus labores, ya que la comunicación no es de manera horizontal o al mismo nivel, dando como resultado que el colaborador no esté comprometido o implicado con la empresa. Por lo cual, hoy en día el principal problema que afrontan las empresas es la falta de compromiso laboral (engagement) por parte de los trabajadores, quienes al percibir un ambiente de trabajo hostil, son incapaces de realizar adecuadamente sus actividades durante la jornada laboral. Asimismo, las empresas tienden a no comunicarse con su personal, porque consideran que ocultar la información les da autoridad, frente a los demás (Castro, 2016).

Por lo cual, Cisneros (como se citó en Miranda y Pastor, 2015) menciona que los principales factores que perjudican una organización, son un mal clima laboral entre los empleadores, una mala comunicación en el lugar de trabajo, falta de apoyo entre empleadores por celos a nivel laboral, lo cual terminan generando enfrentamientos que afecta directamente a la empresa.

Según, un estudio realizado en España durante el 2015, reveló que los trabajadores manifiestan niveles bajos de engagement, lo que indica que, en todo este tiempo, no se han logrado avances significativos hacia el involucramiento del colaborador; por el contrario el disengagement está cobrando notoriedad en diversas empresas. Así mismo, se evidencia que para estar involucrado con la organización no solo es importante el clima o la remuneración, sino también la comunicación, ya que, al ser escuchados y comprendidos, se fomenta el bienestar emocional del empleado, lo que genera mejor comunicación empática en la empresa y mayor involucramiento laboral hacia su área de trabajo y la organización en general (Bobadilla, Callata & Caro, 2015).

En los últimos años el 80% de las organizaciones en España quiebran en los primeros cinco años, revelando una elevada mortalidad en las empresas. Por consiguiente, de acuerdo al Centro-CRECE, menciona que un 75% de las nuevas organizaciones deben finalizar sus operaciones luego de dos años de

permanecer en el mercado. Por lo cual, la investigación indica que al cumplir 10 años, solamente 10% de las organizaciones maduran, tienen éxito y crecen (Guzmán, 2015).

Si nos situamos en el Perú, el último estudio realizado por Deloitte Perú denominado “Tendencias Globales de Capital Humano 2015: Liderando en el nuevo mundo del trabajo”, reveló que el 87% de empresas peruanas consideran que la falta de compromiso laboral es su principal problema, por lo cual en muchos casos no disponen de un programa adecuado para medir el compromiso laboral en sus trabajadores. Asimismo, consideran que la comunicación es un elemento fundamental que toda empresa debe cultivar, sin embargo en muchos casos restan importancia a este tema, generando que la información se presente de manera horizontal (Gestión, 2016).

A nivel local, un estudio realizado en tres empresas de distribución de bebidas y alimentos en la ciudad de Chiclayo, reveló que la predominancia es el factor que mayormente se registra en un nivel promedio establecido por un 60%, seguido del nivel promedio bajo 19%, y en el nivel promedio alto y bajo se obtuvo un 8%) y por último un 6.2% de correspondiente al nivel alto de engagement (Cumpa, 2015).

No obstante Miranda & Pastor (2015) expresan que la comunicación es un elemento fundamental dentro de una empresa, ya que permite que se efectúen los objetivos y valores determinados por dicha organización. Mediante la comunicación se logra un mayor compromiso por parte de los empleadores y de esta manera se pueden solucionar los conflictos y necesidades que demanda la empresa.

Según Lawler; (como se citó en Lucia, Morales & Ariza, 2012), considera que el engagement, será calificado como un elemento que seguirá afectando el desarrollo de toda organización. Por lo cual, se debe establecer una vinculación psicológica positiva con el trabajo, para lograr que los empleados estén más comprometidos con las tareas laborales, siendo este un elemento esencial y fundamental en la salud y el bienestar en contextos laborales.

Finalmente, la empresa en estudio evidencia esta problemática, ya que algunos trabajadores de distintas áreas de la empresa, mencionan que se evidencia, limitada comunicación, minimización personal y profesional; así como malestar hacia sus superiores por no ofrecer información oportuna y retraso en la remuneración, por consiguiente limitadas relaciones interpersonales debido a que cada trabajador se ocupa de su área enfocándose solo en cumplir con lo que tiene que hacer, desmereciendo el trabajo en equipo y escaso compromiso en las tareas laborales y objetivos de la empresa, ya que se han registrado problemas con los superiores e incluso la inasistencia a sus labores.

Por lo planteado, es propicia la necesidad e importancia de desarrollar y ejecutar el estudio Engagement y Comunicación Organizacional en el personal de una empresa privada de Pomalca. Ante esto surge la siguiente interrogante:

¿Existe relación entre el Engagement y la Comunicación Organizacional en el personal de una empresa privada de Pomalca?

El estudio se justifica por lo siguiente:

El presente estudio servirá para conocer el engagement y la comunicación organizacional en el personal de una empresa privada de Pomalca en la región Lambayeque, donde se aprecia comunicación inadecuada, malestar hacia los jefes debido al retraso en la remuneración, así como no informar ante ciertas situaciones de contingencia, no obstante relaciones interpersonales inadecuadas, ya que el trabajador se enfoca en cumplir con lo que tiene que hacer, desmereciendo el trabajo en equipo y con frecuencia se observa escaso compromiso en las tareas laborales y objetivos de la empresa, así como inasistencias y tardanzas, por lo que resulta importante y necesario contribuir con el estudio de la problemática psicosocial de la empresa, con la finalidad de obtener una comprensión del fenómeno a investigar.

Por consiguiente, se justifica metodológicamente ya que se utilizará diversas técnicas entre ellas la observación directa e indirecta, así como la psicométrica, la cual se sustenta en la recolección de datos, debido a que las variables se medirán por medio de dos instrumentos psicométricos, siendo

estos el cuestionario de Engagement y el cuestionario de Comunicación Organizacional.

No obstante, la presente investigación se justifica teóricamente, debido a que la teoría de Engagement y Comunicación Organizacional, se someterá a comprobación a través de las hipótesis, otorgando valor empírico a los hallazgos y al mencionado estudio.

De manera práctica los hallazgos, serán relevantes para los directivos y en especial al área de recursos humanos de la empresa privada, debido a que les permitirá conocer los diversos problemas psicosociales de su organización, en específico la implicancia del engagement y la comunicación organizacional, con el propósito de implementar y potenciar programas o estrategias que fomenten el compromiso, la implicancia emocional positiva y la comunicación del trabajador hacia su centro de labores, y así poder disminuir la incidencia de este fenómeno basado en datos válidos y confiables, rescatando la conciencia de los altos mandos de los efectos que este problema implica, creando un ambiente apropiado para el desarrollo de los trabajadores que laboran en esta organización.

Finalmente, los hallazgos, contribuirán a ampliar la teoría como línea base para los profesionales de la salud mental inmersos en la psicología positiva y en el campo organizacional a seguir en la labor investigativa y promover estudios de corte aplicativo longitudinal con el fin de dar aporte a la ciencia y hacer uso del método científico.

En tanto la investigación tiene como objetivo general:

Determinar la relación entre engagement y comunicación organizacional en el personal de una empresa privada de Pomalca

Los objetivos específicos son:

Conocer la relación que existe entre “vigor” de la variable engagement y “comunicación descendente” de la variable comunicación organizacional en el personal de una empresa privada de Pomalca. Conocer la relación que existe entre “vigor” de la variable engagement y “comunicación ascendente” de la variable comunicación organizacional en el personal de una empresa privada

de Pomalca. Conocer la relación que existe entre “vigor” de la variable engagement y “comunicación horizontal” de la variable comunicación organizacional en el personal de una empresa privada de Pomalca. Conocer la relación que existe entre “vigor” de la variable engagement y “comunicación transversal” de la variable comunicación organizacional en el personal de una empresa privada de Pomalca. Conocer la relación que existe entre “dedicación” de la variable engagement y “comunicación descendente” de la variable comunicación organizacional en el personal de una empresa privada de Pomalca. Conocer la relación que existe entre “dedicación” de la variable engagement y “comunicación ascendente” de la variable comunicación organizacional en el personal de una empresa privada de Pomalca. Conocer la relación que existe entre “dedicación” de la variable engagement y “comunicación horizontal” de la variable comunicación organizacional en el personal de una empresa privada de Pomalca. Conocer la relación que existe entre “dedicación” de la variable engagement y “comunicación transversal” de la variable comunicación organizacional en el personal de una empresa privada de Pomalca. Conocer la relación que existe entre “absorción” de la variable engagement y “comunicación descendente” de la variable comunicación organizacional en el personal de una empresa privada de Pomalca. Conocer la relación que existe entre “absorción” de la variable engagement y “comunicación ascendente” de la variable comunicación organizacional en el personal de una empresa privada de Pomalca. Conocer la relación que existe entre “absorción” de la variable engagement y “comunicación horizontal” de la variable comunicación organizacional en el personal de una empresa privada de Pomalca. Conocer la relación que existe entre “absorción” de la variable engagement y “comunicación transversal” de la variable comunicación organizacional en el personal de una empresa privada de Pomalca.

En cuanto a los trabajos previos, se menciona lo siguiente:

Agostina (2016) realizó un análisis de la relación que existe entre el engagement percibido en los empleados según género, edad, antigüedad en la empresa y nivel de carrera. El estudio siguió una metodología cuantitativa de tipo correlacional, utilizando como técnica la encuesta con su instrumento

cuestionario aplicado a una muestra de 1.036 empleados activos de la empresa. Se concluyó en que se da una relación positiva entre engagement y antigüedad en la organización.

Palacios (2014) realizó un diagnóstico para determinar la importancia del “engagement” como causa de eficiencia y bienestar en los trabajadores. El estudio siguió una metodología cuantitativa de tipo exploratorio descriptivo-transversal. Se utilizó como instrumento una encuesta aplicada a 25 especialistas para medir la variable “engagement”. Se concluyó: Las compañías no están vinculados directamente con el término “engagement”, por lo cual un buen cometido puede ser muy beneficioso para una empresa, ya que puede generar diversos beneficios para su público objetivo.

Bravo (2013) analizó los niveles de engagement en las áreas administrativas de la empresa donde se aplicó el Cuestionario UWES. El estudio siguió una metodología cuantitativa de tipo descriptiva – correlacional, por lo cual utilizó como instrumento el cuestionario Utrecht Work Engagement Scale [UWES] aplicado a una muestra de 44 participantes, en ambos sexos. Finalmente concluye en que no existe una disconformidad reveladora entre el género de los encuestados. Por otro lado, la permanencia en la empresa es uno de los temas que puede afectar notoriamente a las personas y su rendimiento a nivel laboral. Es por ello; que a menor tiempo de permanencia en la empresa mayor es el compromiso laboral que ostentan y a mayor tiempo trabajando los niveles de engagement son menores.

García (2013) analizó la relación entre el engagement y la rotación de personal en una cadena de cafeterías. El estudio siguió una metodología cuantitativa de tipo descriptiva – correlacional, utilizando como técnica la encuesta con su instrumento cuestionario estandarizado de engagement UWES aplicado a una muestra de 69 personas. Se concluyó en que no existe concordancia entre el “engagement” y la rotación de personal en la empresa estudiada.

Gómez (2009) realizó un diagnóstico de la comunicación organizacional de Pedro Gómez y compañía que identifique y visibilice los usos y la movilidad de la información para su respectiva organización estratégica y toma de

decisiones. El estudio siguió una metodología cualitativa, sin embargo utilizó herramientas cuantitativas. Se hizo uso de tres instrumentos: entrevista semiestructurada; diario de campo y encuesta. Se concluye en que existe un nivel bajo en todos los componentes del clima laboral; por lo cual se pudo deducir que es el factor que se debe de optimizar dentro de la empresa. Por otro lado, se pudo comprobar que el problema radica en la comunicación organizacional, lo cual es demasiado baja y esto origina el deterioro de intervención de los colaboradores para trabajar en equipo: ya que esto conlleva a que se cree un ambiente poco hostil y a este se añade la poca comunicación, que trae como resultado cierta incompatibilidad en el ambiente de trabajo.

Sotelo (2016) determinó la relación del Engagement y el estrés laboral en los docentes universitarios. Con una metodología cuantitativa de tipo descriptivo – correlacional no experimental, utilizó como instrumento un cuestionario Engagement en el trabajo UWES aplicado a los docentes de la casa de estudios. Los resultados comprueban la existencia de una correlación negativa, de grado medio y altamente significativa entre engagement y estrés laboral y sus respectivos factores.

Bobadilla, Callata & Caro (2015) analizaron las relaciones directas e indirectas de la cultura organizacional y orientación cultural sobre el engagement. El estudio siguió una metodología cuantitativa de explicativo, no experimental transaccional. Utilizó como instrumento un cuestionario de encuesta a una muestra de 219 colaboradores. Se concluyó: Los resultados indican que existen dos tipos de cultura organizacional que anuncian el engagement laboral. Por otro lado, se demostró que la variable idioma es un factor relevante que se debe tener en cuenta. Asimismo, las culturas organizacionales, misión e involucramiento exponen de manera reveladora y positiva el engagement laboral de los colaboradores.

Pérez y Rivera (2015) estudiaron la relación entre el clima organizacional y la satisfacción laboral en los trabajadores del Instituto de Investigaciones de la Amazonía Peruana. Con una metodología cuantitativa de tipo descriptivo correlacional no experimental, utilizó como técnica la encuesta con su instrumento cuestionario de encuesta de 30 preguntas cerradas mediante escala de Likert a una muestra de 107 trabajadores. Se concluyó Los

resultados revelan que existe un nivel medio en relación al clima organizacional y la satisfacción laboral, desde la percepción de los trabajadores. Por otro lado, los trabajadores perciben fluidez y rapidez en los procesos dentro de la empresa. Indicando que se dan buenas relaciones entre los trabajadores, además se sienten seguros al trabajar en la empresa, ya que se les reconoce y se les brinda una remuneración adecuada.

Cumpa (2015) determinó las diferencias en el engagement entre los colaboradores de tres empresas de comercialización de bebidas y alimentos de la ciudad de Chiclayo. Se siguió una metodología cuantitativa de tipo descriptivo comparativo mediante un diseño no experimental, utilizando como instrumento un cuestionario aplicado a una muestra que estuvo compuesta por 65 participantes. Los resultados revelan que los trabajadores de las empresas analizadas se hallan en un nivel promedio. Se evidencia mayor predominancia en el nivel promedio con 60%, seguido del nivel promedio bajo 19%, y en el nivel promedio alto y bajo se obtuvo un 8%) y por último un 6.2% de correspondiente al nivel alto de engagement.

Miranda & Pastor (2015) determinaron la relación entre comunicación organizacional y el clima social en los trabajadores de una municipalidad del departamento de Lambayeque. El estudio siguió una metodología cuantitativa de tipo descriptivo – correlacional, los instrumentos utilizados fueron Escala de Comunicación Organizacional y the social climate scal aplicados a una muestra compuesta por 152 colaboradores de ambos sexos, pertenecientes a la municipalidad. Se concluyó en que existe una relación positiva altamente reveladora entre los niveles descendente, ascendente y horizontal con las áreas relaciones, autorrealización y estabilidad.

Las teorías más resaltantes son las siguientes:

La teoría de la Contingencia se remonta en los años 60, argumentando que la gestión contingencial en una organización es importante, puesto que permite identificar los problemas que se desarrollan dentro de dichos contextos, lo cual demanda la aplicación de disposiciones, que permitan acatar con eficacia las prácticas de gestión tomadas en relación al medio. Esto se traduce a que los escenarios desiguales demandan otras experiencias, examinando la

posibilidad de recurrir a otros recursos, de forma independiente o variada para sobrellevar diversas circunstancias (Félix, 2014).

El término contingencia se refiere a algo incierto o eventual, puesto que en las organizaciones se debe planificar cuando todavía no es necesario, para superar cualquier situación que pueda traer grandes pérdidas. Por lo cual, la teoría menciona claramente que es importante que toda empresa prepare un plan de contingencia que es un avance al momento de superar cualquier eventualidad; sin embargo, no exista una forma de organizar y administrar estrategias que sean aplicables a toda empresa, dependerá de las condiciones en que se encuentre, ya que de ello depende el desarrollo de sus actividades y el logro de sus objetivos (Mejia, 2009).

La teoría de la comunicación organizacional es esencial dentro de una organización. Mediante dicho proceso se logra que las personas puedan expresar y compartir la cultura de la empresa. La comunicación organizacional presenta dos funciones elementales: proporcionar la información necesaria acerca de su cultura a los miembros de la organización e integrarlos en la misma cultura. Asimismo, pretende vincular todos los otros aspectos y tiene la función de adecuar a los trabajadores a situaciones y problemas específicos, que se desarrollen dentro de la empresa (Félix, 2014).

Por otro lado, es importante destacar que el estudio de la comunicación organizacional se ubica en el campo de las ciencias sociales desde hace tres décadas. Esta teoría se centra en el diagnóstico de las variables que componen el proceso de comunicación en una empresa, con el objetivo de mejorar la relación entre sus miembros, lo cual se vea reflejado en los públicos externos, para mejorar la identidad y desempeño de las organizaciones (Rodríguez, 2005).

Ruiz de Alva (2013) manifiesta que la teoría relacionada al compromiso organizacional viene siendo estudiada debido al valor que representa para las organizaciones. Es por ello, que diversos autores han establecidos ciertos criterios relacionados a esta teoría, en donde centran su atención es dos factores importantes el compromiso y la motivación de los empleados. Por lo cual hacen referencia a que el compromiso es una decisión personal que

asume un trabajador, de acuerdo al trabajo que desempeña y a la motivación que tenga, lo cual implica potenciar la comunicación interna, para mejorar el nivel de compromiso en la organización.

Por otro lado, el tema del compromiso organizacional ha sido estudiado en países desarrollados, debido a que muchas organizaciones han optado por el trabajo temporal, lo cual en muchos casos genera un compromiso disminuido por los trabajadores, que no se sienten seguros en dicha compañía. Percibiendo pocas oportunidades y por ende un compromiso menor hacia la organización (Arias, Varela, Loli, & Quintana, 2003).

El engagement, es un término del que muchos hablan pero pocos entienden. Sin embargo el engagement puede ser conceptualizado como un estado psicológico positivo que se determina por altos niveles de energía, vigor, dedicación y entusiasmo por el trabajo. Esto permite que los empleados estén satisfechos dentro de la organización, lo cual se verá reflejado en el trato con el cliente (Salanova & Schaufeli, 2004).

El inicio de este término aún sigue en discusión, pero diversos estudios respaldan que su uso se remonta a finales de los años 90 por la empresa Gallup, que gozaba de gran éxito en aquellos años. Cabe mencionar, que en algunos casos los términos engagement del empleado y engagement en el trabajo se utilizan como sinónimos, sin embargo se opta por la última estar más definida. Actualmente la incorporación del engagement es importante para la elaboración y diseño de prácticas y políticas de RRHH (Berardi, 2015).

Las investigaciones relacionadas al engagement han ido en aumento, existiendo más de 65.000 artículos relacionados con esta variable, muchos de los hallazgos concluyen en que el uso del engagement tiene por objetivo lograr que los trabajadores se sientan más comprometidos en su labor, obteniendo como beneficio el aumento en la rentabilidad de la empresa, y la retención de los empleados (Cumpa, 2015).

“Otros estudios hallaron que el engagement está positivamente relacionado con los resultados organizacionales como el compromiso organizacional” (Carvajal, Delgado, & Vanegas, 2013, p, 5).

El engagement es importante debido al auge de la Psicología positiva, que centra su atención en las fortalezas del ser humano, dejando en segundo plano a sus debilidades y problemas que presente. Por lo cual, el estudio del engagement supone un recurso positivo necesario para que las empresas puedan lograr un desarrollo profesional óptimo. El engagement es un modo que evita el aumento del estrés en los trabajadores, puesto que el punto de partida para que una empresa logre prosperar es teniendo trabajadores motivados y psicológicamente sanos (Carrasco, De la Corte, & León, 2010).

Para Téllez y Torres (2012), el engagement se define como un estado de ánimo positivo concerniente con el trabajo y representado por el vigor, dedicación y absorción. El vigor son los altos grados de energía e interés de trabajar diariamente. La dedicación está relacionada al entusiasmo, inspiración y retos en el trabajo. La absorción hace referencia a la concentración y sentirse a gusto con lo que uno hace, sentir que pasa el tiempo sin darnos cuenta es una particularidad representativa de la absorción.

Por otro lado, Casuso (citado en Cumpa, 2015) afirma que el “engagement es el involucramiento del ego de los miembros de la organización hacia sus roles de trabajo”; indica que las personas se interponen y se pronuncian a sí mismas físicamente, cognitivamente, y emocionalmente durante el ejercicio de sus relaciones a nivel laboral” (p, 33).

Luego de haber detallado los conceptos de diversos autores sobre el engagement, es necesario analizar sus causas (García, 2013). Ante esto María Salanova y Wilmar en su investigación, determinan las posibles causas del engagement:

Recursos personales: las creencias personales sobre la eficacia a nivel laboral y la autoeficiencia puede ser causa y efecto del engagement.

Recursos laborales: este aspecto comprende los horarios de trabajo idóneos para los trabajadores, que les permita descansar y recuperarse después de la jornada laboral. Asimismo sentir en el trabajo un buen clima laboral, percibiendo el apoyo por parte de compañeros y jefes encargados.

Trabajo - familia: son las personas que perciben emociones positivas desde el trabajo hacia su casa o viceversa, tienen niveles altos de engagement.

Por otro lado, Sotelo (2016) manifiesta que el nivel de engagement esta ciertamente relacionado con la manera en que los empleadores se restablecen, después de un arduo día de trabajo. Por lo cual, aquellos trabajadores que se sienten restablecidos luego del estrés generado durante la jornada laboral, presenta niveles altos de engagement, a diferencia de aquellos que no se logran recuperar luego de un día de mucho trabajo. Por lo tanto, los niveles altos de engagement, le permiten a los trabajadores a tener ideas claras de trabajo y plantearse nuevas metas.

De acuerdo a Schaufeli et al (como se citó en Sotelo, 2016), se muestra tres dimensiones en el engagement:

El vigor se refiere a un nivel elevado de vitalidad y empeño en las personas por hacer bien las cosas en su trabajo. Se caracteriza por altos niveles de energía y persistencia mientras se trabaja.

La dedicación, está relacionada al entusiasmo, inspiración y nuevas metas en el trabajo. Se determina por un sentimiento de importancia y reto.

La absorción, se refiere a la satisfacción y concentración con la que el individuo realiza sus actividades, durante la jornada laboral. Por lo cual, el empleador puede realizar su trabajo con tanto entusiasmo que no percibe el tiempo transcurrido, advirtiendo grandiosos niveles de satisfacción personal.

Para medir el engagement se construyó un cuestionario denominado UWES (Utrecht Work Engagement Survey), el cual incluye las tres dimensiones de la variable: vigor, dedicación y absorción.

Vigor, mediante 6 ítem que miden los niveles de energía y resistencia en las personas mientras trabajan. Aquellos que puntúan alto son los que invierten demasiada energía durante sus labores, mientras que los que puntúan bajo invierten poca energía en sus actividades.

Dedicación, mediante 5 ítem se evalúa el nivel del significado que tiene el trabajo para las personas, su identificación, entusiasmo y la inspiración que tenga al realizar sus labores. Aquellos que puntúan alto son los que se identifican en gran medida con el trabajo, mientras que los que puntúan bajo no se identifican con su trabajo, al considerarlo como un lugar poco inspirador.

Absorción, mediante 6 ítem se mide los sentimientos de felicidad cuando se está en el trabajo, Aquellos que puntúan alto son los que disfrutan de lo que hacen, mientras que los que puntúan bajo no tienen problema para dejar de trabajar en cualquier momento, estando pendiente de lo que se presenta a su alrededor que de su propio trabajo (Salanova & Schaufeli, 2004).

Cumpa (2015) considera que los posibles factores que favorecen el engagement en las personas, son las experiencias positivas en el hogar, en su entorno con amigos, etc. A nivel laboral uno de los factores, es tener líderes que propicien entusiasmo en el personal, logrando que se sientan cómodos y con ganas de trabajar. Por otro lado, las diferentes condiciones que se presentan dentro del trabajo, tales como sus particularidades, la ayuda social, y las normas establecidas, influyen de manera positiva en la forma en que los empleadores asumen su compromiso con la empresa. Existe la creencia extendida en nuestra sociedad que las personas que se sienten bien en su trabajo son más productivas y rinden mejor.

Demerouti, Bekker, Jensen, & Schaufeli (Como se citó en García, 2013) manifiestan que las consecuencias del engagement están relacionadas a las actitudes que los empleados muestran hacia el trabajo y la empresa. Por lo cual, aquellos que estén motivados responden satisfactoriamente en el trabajo, a diferencia de aquellos que no se sienten enganchados, demuestran todo lo contrario al no sentirse comprometidos con la organización.

Para Salanova, Bresó, Grau & Llorens (Como se citó en García, 2013) el engagement se origina cuando los empleadores muestran conductas más entusiastas y se sienten motivados para aprender y asumir nuevos retos dentro de la empresa. Así mismo, los trabajadores que están comprometidos con su trabajo presentan un mejor estado de salud, a nivel físico y psicológico. Esto se traduce a que tienen la posibilidad de centrarse en sus obligaciones y brindar toda su energía al trabajo.

De igual manera, existen investigaciones que afirman que el Engagement da como resultado el aumento de los niveles de salud y los bajos niveles puede originar cuadros de depresión y tensión nerviosa en las personas (Berardi, 2015).

A nivel laboral el engagement, se relaciona con un estado psicológico positivo que poseen algunas personas, lo cual se caracteriza con el vigor, la dedicación y la absorción. Siendo esta variable un indicador para determinar la percepción que tiene cada individuo al estar concentrado y feliz laborando, al sentir que el tiempo se pasa volando (Carvajal, Delgado, & Vanegas, 2013).

Claire y Bohrt, (citados en Cumpa, 2015) señalan que la falta de engagement es una de las causas en la reducción de la eficacia en una empresa, debido a que las personas con altos niveles de engagement, podrían tener menos posibilidades de renunciar o de aceptar otras propuestas laborales, al sentirse cómodos y motivados laborando en una determinada organización. Asimismo ponen de manifiesto que cuando una persona se siente insatisfecho con algún evento presentado en la organización y su nivel de engagement es alto, existe la posibilidad de que lo considere como una situación pasajera y siente poder resolver, sin embargo si este mismo evento se registra en algún trabajador con niveles bajos de engagement, lo más probable es que comience la rotación de personal, en las diversas áreas.

Por otro lado, recientes investigaciones demuestran que los individuos que se sienten descontentos de la labor que realizan, pueden tener como procedencia las siguientes causas: reducción en sus beneficios, pocas capacitaciones y promociones dentro de la empresa, generando en los trabajadores una “generación nómada” cuya permanencia laboral es cada vez más incierta. Asimismo, para algunas empresas actualmente el empleador es considerado como un recurso de corto plazo, ya que se le suele contratar por un periodo, ya no se le contrata para toda la vida. Por lo cual muchas personas no le prestan atención debida a su trabajo, al sentir que puede buscar más adelante nuevas oportunidades (Bravo, 2013).

Es importante saber que un empleado engagement es un individuo lleno de energía, comprometido con las labores de su trabajo, respondiendo con eficacia en sus funciones. Se caracteriza por ser una persona con voluntad, motivación y comprometida con lo que hace. Por lo cual, se puede decir que es aquel sujeto que se siente feliz realizando su trabajo (Sotelo, 2016).

Por otro lado, Bravo (2013) propone establecer cuatro principios de creencias para desarrollar el engagement:

a. Los diversos casos ligados al éxito y superioridad fortifican la afirmación en relación a la actividad personal.

b. Los diversos casos de logros y fracasos en los demás, crea falsas creencias en el trabajador.

c. La impresión verbal, donde se persuade acerca de las capacidades del empleado, promueve la impresión de eficacia personal.

d. Fomentar el efecto de eficiencia, desata estados de activación afectiva, como energizantes y dinamizadores de su actividad cotidiana.

Para Berardi (2015) las organizaciones deben establecer los siguientes criterios para establecer el desarrollo del engagement dentro de la organización:

Lograr un lugar de trabajo saludable y convincente.

Desarrollar un ambiente social de trabajo que sea inspirador para las personas. Que las personas se sientan vitales y energéticas (que se sientan comprometidos con su trabajo).

Instaurar buenas relaciones con el entorno dentro de la organización.

Obtener productos y servicios saludables.

Es importante destacar que dentro de un plan estratégico de comunicación externa e interna el engagement ha comenzado a sonar con fuerza, ya que busca lograr una mayor conexión con el público objetivo.

Por lo cual, las organizaciones están empezando a considerar el engagement como un recurso fundamental para mejorar la comunicación, con mayor o menor éxito. Según datos del último estudio de Bienestar y Motivación de los empleados en Europa 2015 de Ipsos y Edenred, se pudo evidenciar que cuando el engagement es alto las personas se sienten más felices y productivos.

Por otro lado, el empresario y fundador de Virgin, Richard Branson manifiesta lo siguiente: “Los clientes no son lo primero. Los empleados son lo primero. Si cuidas de ellos, cuidarán a tus clientes”. Lo cual, cuando se lleva a la práctica difiere mucho de estas intenciones, ya que muchas empresas se preocupan por el público externo, sin considerar que la comunicación interna es la base para lograr grandes beneficios a nivel corporativo (Sara, 2016).

Sin embargo, el problema que actualmente afrontan las empresas es la falta de compromiso de sus trabajadores, quienes no se sienten identificados, ni motivados al realizar su trabajo, esto se puede revertir aplicando estrategias de comunicación dentro de la organización.

Por lo cual, conseguir que los trabajadores aumenten su interés por las actividades de la compañía, es una labor difícil que solo se puede mejorar mediante un engagement que sin duda implicará en el rendimiento de la empresa, ya que se creará un clima laboral más propicio. Lo primero es hacer sentir al empleado útil para la empresa. Lograr que un empleador defienda a su empresa y la recomiende es un bien extraordinario en nuestra sociedad, pero lamentablemente muy poco cultivado por las pymes (Coba, 2016).

Asimismo muchas empresas prohíben el uso de las plataformas sociales en sus empleados, sin embargo diversos estudios demuestran que son elementos claves para para desarrollar el engagement entre marca y trabajadores. La formación es otro punto relevante al momento de elaborar un plan de comunicación interna, porque la monotonía es algo en que el empleado no debe caer (Coba, 2016).

Un estudio revela que el término engagement está presente a nivel tecnológico, puesto que las marcas actualmente ya logran tres veces más engagement en Instagram de lo que consiguen en la red social Facebook.

Lo peculiar de este estudio es que Facebook a pesar de contar con más usuarios que Instagram, se ha logrado imponer obteniendo mejores registros de engagement para las marcas. No se ha calculado los resultados mediante números, diversas herramientas como la interacción y los “me gusta” fueron parte de los mecanismos que se empleó para determinar la medición (Puro Marketing, 2017).

Luego de establecer diversos puntos de vista en relación al engagement y su implicancia en diversos aspectos, no se puede dejar de lado la importancia de este término como un eje fundamental para la calidad de vida dentro de la empresa, que guarda relación con el clima organizacional y la satisfacción laboral.

El punto de partida es considerar la calidad de vida organizacional como una condición que debe ser observada y evaluada constantemente por las organizaciones. Esto comprende las diversas condiciones en las que se desarrollan los trabajadores dentro una empresa, lo cual afecta a nivel emocional en los individuos (Pérez Zapata, Peralta Montesinos, & Fernández Dávila, 2013).

El término comunicación proviene del latín “comunicatio” que tiene su raíz en el sustantivo “comunico”, cuya denotación es ‘formar parte’, o participar en algo común. Sin embargo, la palabra comunicación, como el verbo comunicar, tienen su origen en la palabra “comunis”, que tiene relación con el término en castellano “comunidad”. Por lo cual, se puede definir la comunicación como la relación entre dos a más individuos, que permite intercambiar significados, con el objetivo de comprender el mensaje que un emisor transmite a los receptores (Ackerman, Ernesto, & Paula., 2011).

Sí trasladamos este concepto a nivel organizacional, la comunicación cumple un rol fundamental en las relaciones interpersonales en una organización, por lo cual puede ser definida como una herramienta que utilizan las empresas, para transmitir la información y conocer a través de técnicas como las entrevistas y recorridos por las diversas áreas, el desempeño del personal (Alejo Hernández, 2012).

Por otro lado, es importante destacar que la comunicación es uno de los elementos esenciales en el ejercicio de las organizaciones sociales, se da gracias al intercambio de información entre sus miembros, en las diversas áreas que la conforman. Dentro de las empresas se oyen comentarios acerca de los problemas de comunicación, por lo cual se debe analizar qué hay detrás de todos estos problemas, para identificar las diversas barreras que se pueden convertir en amenazas para la organización, si no se les brinda una solución

inmediata. Muchas veces se presentan conflictos debido a la mala comunicación dentro de la empresa (Sayago, 2009).

Teniendo en cuenta si la comunicación se efectúa dentro o fuera de la estructura jerárquica de la empresa, hablamos de dos tipos de comunicación: interna y externa.

Comunicación interna

Una empresa es considerada como un órgano de la sociedad, que tiene por objetivo fundamental obtener beneficios. Esto se logra gracias a la conexión de tres factores: la organización, la existencia en el mercado y la comunicación. Este último elemento es conocido por todo hombre de empresa como la comunicación interna, un término que nace ante la necesidad de brindar la información en todas las áreas de una empresa. Sin embargo, esto no se ha alcanzado, porque muchas veces quien pretende establecer la comunicación dentro de una empresa, no parte de una persuasión enraizada en que todos los individuos que la integran son iguales en derecho y en dignidad. La comunicación interna, es una herramienta que identifica a la empresa contemporánea (García, 2007).

Para King (2012) la comunicación interna, son las diversas acciones que realiza una determinada organización, con el objetivo de crear y mantener las relaciones entre los trabajadores, a través del buen uso de los diversos medios de comunicación que tiene la empresa. Por lo tanto la comunicación interna da lugar a:

Diseñar en un ambiente de amabilidad, y motivación para el personal en las actividades laborales; reconocer e identificar el desempeño de cada uno de los trabajadores; permite el intercambio de ideas dentro de la empresa; crear un buen ambiente de trabajo, evitando cualquier conflicto interno entre los empleadores.

En conclusión la comunicación interna recoge los diversos aspectos que se desarrollan en la organización, por lo cual se debe utilizar diversos medios de comunicación, para mantener informados, motivados e integrados a cada uno de los miembros de la organización (Sayago, 2009).

Tipos de Comunicación interna

Comunicación Formal

Este tipo de comunicación es aquella donde los mensajes dispuestos por los altos mandos, llegan de manera correcta en la organización. Esto se da mediante un organigrama, estableciendo los objetivos y metas por cumplir. Por lo cual, son mensajes que fluyen de manera descendente, ascendente u horizontal (Sayago, 2009).

Mantiene las buenas relaciones entre los jefes y empleadores en una organización, mediante un intercambio de información oportuna. Mediante este tipo de comunicación se mantiene la autoridad de los superiores. Sin embargo, se debe controlar a cada uno de los trabajadores, estableciendo metas, para luego realizar un control eficaz y exitoso (Hernández, 2015). La comunicación formal se divide en comunicación oral y escrita:

La comunicación oral es aquella comunicación que se establece, cuando se emplea la palabra hablada, para transmitir un determinado mensaje. Una de las ventajas es que permite recibir una respuesta de manera inmediata, sin embargo, se corre el riesgo de que se distorsione la información, ya que muchas veces el mensaje suele pasar por varias personas (Hernández, 2015).

La Comunicación escrita se caracteriza por tener un mensaje claro, correcto, por lo cual se puede estar seguro que la información va podrá ser entendida. Una de sus ventajas sería el gasto en papel, por los diversos documentos que se suelen utilizar (King, 2012). Entre los principales documentos que se suelen utilizar en una organización destacan:

Boletín interno; controla la información, a nivel interno y externo dentro de la empresa.

Memorándum; permite a los empleadores ser sancionados cada vez que realizan una labor no permitida dentro de la organización, esto a su vez le hará lo que debe realizar en la empresa.

Convocatorias. Es un medio mediante el cual, se informa a la sociedad de que existen vacantes para algún puesto laboral.

Encuesta; este instrumento permite medir en los empleadores su satisfacción y percepción, frente a las situaciones que se presentan dentro de la empresa.

La comunicación informal se refiere al tipo de comunicación que se da de manera no oficial. Se basa en chismes que luego se convierten en rumores, que se filtran por medio de los canales formales de comunicación, se da en cualquier organización y está libre de todas las formalidades organizativas. Este tipo de mensajes se dan desde un contexto ajeno a la empresa, se lleva a cabo en comidas, eventos sociales, fiestas, etc. En este caso no existe un canal definido de comunicación, se realiza por medio de gestos, expresiones, movimientos o muchas veces permaneciendo en silencio (Hernández, 2015).

Para King (2012) “La comunicación externa comprende todas las actividades realizadas por la organización, para mantener las buenas relaciones con el exterior, en la actualidad a este tipo de comunicación se le conoce como relaciones públicas”.

Cada organización puede comunicarse con sus públicos a través de muchos canales. Sin embargo, uno de los más económicos y, generalmente, eficaces por la cantidad de público a la que llegan sus mensajes, lo constituye el conjunto de los medios de comunicación. Es decir, la prensa, la radio, la televisión e Internet (Fernández, 2012, p, 107).

La comunicación externa de las empresas hace décadas que constituye una preocupación estratégica y una prioridad de primerísimo orden (publicidad, relaciones públicas, marketing) dado que relaciona a cada organización con el entorno, el cliente, la sociedad, la competencia, el mercado. (Gan, 2012,p, 3).

Es importante estar al tanto sobre los diversos asuntos en una empresa. Por lo tanto, toda empresa comprende la siguiente dirección:

1. Comunicación Descendente

Se utiliza para emitir mensajes desde la parte directiva hasta los trabajadores, tiene por finalidad brindar las instrucciones claras sobre el trabajo que se va a realizar. En este tipo de comunicación se desaprovecha el valor comunicativo con la que se da el mensaje (Sayago, 2009).

Los principales medios utilizados dentro de este tipo de comunicación son de forma oral: los discursos, reuniones de personal, medio telefónico. De manera escrita se manifiesta por medio de: memorándum, cartas, informes, manual de operaciones, folletos, reportes, etc. Sin embargo, la forma en la que llega esta información es lenta, generando algunas dificultades para la organización (King, 2012).

2. Comunicación Ascendente:

Se da cuando los trabajadores de una organización se comunican con los superiores, para estar al tanto de las condiciones en que se desarrolla la empresa, por lo general suele ser detallada y específica (Sayago, 2009).

Los medios más utilizados para la transmisión de la información de forma ascendente son: reuniones, entrevistas, encuestas presenciales o vía telefónica, libro de reclamaciones, sugerencias y quejas (King, 2012).

3. Comunicación Horizontal

“Se desarrolla entre personas del mismo nivel jerárquico. Tiene por objetivo lograr la integración y la coordinación de los empleadores en un mismo nivel” (Sayago, 2009).

4. Comunicación Trasversal

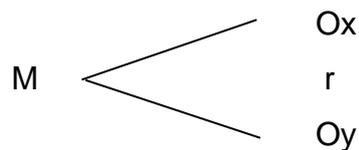
“Es la que cruza distintas funciones y niveles de una organización y es importante cuando los miembros de la misma no pueden comunicarse por medio de los demás canales de comunicación” (Sayago, 2009).

Por lo tanto, el engagement es considerado como un estado mental afectivo – cognitivo que está enfocado en un evento o situación en particular. Está caracterizado por vigor, dedicación y absorción. Es opuesto al burnout que hace referencia a un estado de agotamiento en el trabajo por una serie que se desencadenan durante la jornada laboral (Salanova & Schaufeli, 2004).

“La comunicación organizacional, es un proceso por el cual las actividades de una empresa se recogen y se coordinan para lograr los objetivos de la organización” (Ackerman, Ernesto, & Paula., 2011).

II. MATERIAL Y MÉTODOS

La presente investigación según su **Finalidad** es aplicada puesto que las variables a utilizar están basadas en teorías las cuales darán solución a una problemática. Por su **Naturaleza** es una investigación cuantitativa, porque “usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías” (Hernández, 2010). Por su **Alcance Temporal** es de tipo transversal ya que se aplicará una sola vez. La investigación presenta un diseño No experimental - **Descriptivo Correlacional** pues se investigará dos variables las cuales ambas son independientes, es decir ninguna dependerá de la otra (Hernández, 2010). El siguiente esquema es:



Dónde:

M: Es la muestra

Ox: Engagement

Oy: Comunicación Organizacional

R: Relación entre variables

La investigación tomó como población a los trabajadores de ambos sexos, pertenecientes a una empresa privada de Pomalca, quienes conformaron un total de 150 trabajadores. En la investigación titulada “**Engagement y Comunicación Organizacional en el personal de una empresa privada de Pomalca**”, según sus variables **Engagement** y **Comunicación Organizacional**, se distribuyen de la siguiente manera. **ENGAGEMENT: Según su naturaleza es Cuantitativa**, ya que los datos se procesaron de forma numérica, a nivel de categorías que medirán en este caso las dimensiones e indicadores. **Según su causalidad es Indiferenciada** debido a que una variable no depende de la otra. **Por su extensión temática es**

Genérica al tratarse de un estudio, que cuenta con un amplio marco teórico, que nos permitió discutir los principales hallazgos con la literatura encontrada. **Por su extensión poblacional es Estándar**, porque la problemática en estudio es de fácil acceso y puede ser aplicado sin ninguna restricción, a cualquier población. Por otro lado, la variable **COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL: Según su naturaleza es Cuantitativa**, ya que los datos se procesarán de forma numérica, a nivel de categorías que medirán en este caso las dimensiones e indicadores. **Según su causalidad es Indiferenciada** debido a que una variable no depende de la otra. **Por su extensión temática es Genérica** al tratarse de un estudio, que cuenta con un amplio marco teórico, que nos permitió discutir los principales hallazgos con la literatura encontrada. **Por su extensión poblacional es Estándar**, porque la problemática en estudio es de fácil acceso y puede ser aplicado sin ninguna restricción, a cualquier población.

Se realizó la operacionalización de variables:

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Cuestionario
Engagement	Vigor	Niveles de energía.	1,4,7 (3 ítems)	Cuestionario de Engagement (Implicación Emocional)
		Resistencia mental.	10 (1 ítems)	
		Esfuerzo en el trabajo.	13,16 (2 ítems)	
	Dedicación	Nivel de significado que tiene el trabajo.	2 (1 ítems)	
		Orgullo, entusiasmo e inspiración por la labor que cumple en el trabajo.	5,8,11 (3 ítems)	
		Reto percibido por el trabajo.	14 (5 ítems)	

		Sentir que el tiempo se pasa volando.	3,6, 17 (3 ítems)
	Absorción	Sentimiento de felicidad, concentración y situación placentera en el trabajo.	9,12,15 (6 ítems)

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento
Comunicación Organizacional	Comunicación Descendente	Normas Motivación Trabajo en equipo	1,2,3,4,5,6, 7,8,9, 10 (10 ítems)	Escala de Comunicación Organizacional.
	Comunicación Ascendente	Relaciones interpersonales	11,12,13,14,15,16,17,18,19 (9 ítems)	
	Comunicación Horizontal	Reglas y normas Empatía	20,21,22,23,24 (5 ítems)	
	Comunicación Transversal	Coordinación Organización	25,26,27,28 (4 ítems)	

Los métodos que empleamos en la presente investigación son: **Método Hipotético - Deductivo:** Debido a que la investigación abordó diversas hipótesis, permitió dar explicaciones de los datos y llegar a conclusiones. **Método de Análisis:** Este método consistió en analizar los principales hallazgos, con la información obtenida en el marco teórico. **Método de Medición:** Permitted relevar la posible relación entre las variables. Para ello se aplicó los procedimientos estadísticos correspondientes. La técnica que se utilizó es la encuesta, que según Huamán (2005) es la más utilizada en la

investigación de ciencias sociales, que consiste evaluar mediante cuestionarios los factores que deseamos encontrar en la población de acuerdo a nuestras dos variables, en tal forma serán un conjunto de preguntas ya formuladas referidas a estas mismas. En este caso se utilizó el Cuestionario de Engagement (Implicación Emocional) y la escala de Comunicación Organizacional. El cuestionario de Engagement, que consta de 17 ítems y se divide en tres dimensiones: vigor (VI), dedicación (DE); absorción (AB) (anexo nº1); La Escala de Comunicación Organizacional – ECO, que consta de 28 ítems y se divide en cuatro dimensiones los cuales son: comunicación descendente, comunicación ascendente, comunicación horizontal y comunicación transversal (anexo nº2).

III. RESULTADOS

Tabla 01:

Resultados de la relación entre Engagement y Comunicación Organizacional.

Engagement			
Comunicación Organizacional		Valor	Sig. aproximada
Ordinal por ordinal	Gamma	.245	.004
Total		150	

Nota. $p > .05$: No existe relación significativa
 $**p < .01$: Existe relación altamente significativa

En la tabla 1 se observa que en cuanto a la variable engagement y comunicación organizacional se obtuvo un coeficiente de correlación de (.245) y una significancia bilateral de (.004) a un nivel $p < .01$, lo que indica que existe relación altamente significativa en ambas variables.

Tabla 02:

Resultados de la relación que existe entre vigor de la variable Engagement y comunicación descendente de la variable Comunicación Organizacional.

Vigor			
Comunicación Descendente		Valor	Sig. aproximada
Ordinal por ordinal	Gamma	-.753	.034
Total		150	

Nota. $p > .05$: No existe relación significativa
 $*p < .05$: Existe relación significativa

En la tabla 2 se aprecia que en el vigor y la comunicación descendente se obtuvo un coeficiente de correlación de (-.753) y una significancia bilateral de (.034) a un nivel $p < .05$, lo que indica que existe relación inversa significativa en ambas variables.

Tabla 03:

Resultados de la relación que existe entre vigor de la variable Engagement y comunicación ascendente de la variable Comunicación Organizacional.

Vigor			
Comunicación Ascendente		Valor	Sig. aproximada
Ordinal por ordinal	Gamma	.149	.050
Total		150	

Nota. $p > .05$: No existe relación significativa
 $*p < .05$: Existe relación significativa

En la tabla 3 se observa que en cuanto al vigor y la comunicación ascendente se obtuvo un coeficiente de correlación de (.149) y una significancia bilateral de (.050) a un nivel $p < .05$, lo que indica que existe relación significativa en ambas variables.

Tabla 04:

Resultados de la relación que existe entre vigor de la variable Engagement y comunicación horizontal de la variable Comunicación Organizacional.

Vigor			
Comunicación Horizontal		Valor	Sig. aproximada
Ordinal por ordinal	Gamma	-.709	.036
Total		150	

Nota. $p > .05$: No existe relación significativa
 $*p < .05$: Existe relación significativa

En la tabla 4 se observa que en cuanto al vigor y la comunicación horizontal se obtuvo un coeficiente de correlación de (-.709) y una significancia bilateral de (.036) a un nivel $p < .05$, lo que indica que existe relación inversa significativa en ambas variables.

Tabla 05:

Resultados de la relación que existe entre vigor de la variable Engagement y comunicación trasversal de la variable Comunicación Organizacional.

Vigor		
	Valor	Sig.
Comunicación Transversal		aproximada
Ordinal por Gamma	-.497	.010
ordinal		
Total	150	

Nota. $p > .05$: No existe relación significativa
 $**p < .01$: Existe relación altamente significativa

En lo referente a la tabla 5 concerniente al vigor y a la comunicación trasversal se logró un coeficiente de correlación de (-.497) y una significancia bilateral de (.010) a un nivel $p < .01$, lo que indica que existe relación inversa altamente significativa en ambas variables.

Tabla 06:

Resultados de la relación que existe entre dedicación de la variable Engagement y comunicación descendente de la variable Comunicación Organizacional.

Dedicación		
	Valor	Sig.
Comunicación Descendente		aproximada
Gamma	.338	.009
Total	150	

Nota. $p > .05$: No existe relación significativa
 $**p < .01$: Existe relación altamente significativa

En la tabla 6 se observa que, en cuanto a la dedicación y la comunicación descendente se aprecia un coeficiente de correlación de (.338) y una significancia bilateral de (.009) a un nivel $p < .01$, lo que indica que existe relación altamente significativa en ambas variables.

Tabla 07:

Resultados de la relación que existe entre dedicación de la variable Engagement y comunicación ascendente de la variable Comunicación Organizacional.

Dedicación			
		Valor	Sig.
Comunicación Ascendente			aproximada
Ordinal por ordinal	Gamma	.466	.041
Total		150	

Nota. $p > .05$: No existe relación significativa
* $p < .05$: Existe relación significativa

En la tabla 7 se observa en cuanto a la dedicación y la comunicación ascendente se obtuvo un coeficiente de correlación de (.466) y una significancia bilateral de (.041) a un nivel $p < .05$, lo que indica que existe relación significativa en ambas variables.

Tabla 08:

Resultados de la relación que existe entre dedicación de la variable Engagement y comunicación horizontal de la variable Comunicación Organizacional.

Dedicación			
		Valor	Sig. aproximada
Comunicación Horizontal			
Ordinal por ordinal	Gamma	-.210	.025
Total		150	

Nota. $p > .05$: No existe relación significativa
* $p < .05$: Existe relación significativa

En la tabla 8 en cuanto a la dedicación y la comunicación horizontal se obtuvo un coeficiente de correlación de (-.210) y una significancia bilateral de (.025) a un nivel $p < .05$, lo que indica que existe relación inversa significativa en ambas variables.

Tabla 09:

Resultados de la relación que existe entre dedicación de la variable Engagement y comunicación trasversal de la variable Comunicación Organizacional.

Dedicación		
	Valor	Sig.
Comunicación Transversal		aproximada
Ordinal por Gamma	.791	.045
ordinal		
Total	150	

Nota. $p > .05$: No existe relación significativa
 $*p < .05$: Existe relación significativa

En la tabla 9 referido a la dedicación y la comunicación trasversal se obtuvo un coeficiente de correlación de (.791) y una significancia bilateral de (.045) a un nivel $p < .05$, lo que indica que existe relación significativa en ambas variables.

Tabla 10:

Resultados de la relación que existe entre absorción de la variable Engagement y comunicación descendente de la variable Comunicación Organizacional.

Absorción		
	Valor	Sig.
Comunicación Descendente		aproximada
Ordinal por Gamma	-.512	.015
ordinal		
Total	150	

Nota. $p > .05$: No existe relación significativa
 $*p < .05$: Existe relación significativa

En la tabla 10 en la absorción y la comunicación descendente se obtuvo un coeficiente de correlación de (-.512) y una significancia bilateral de (.015) a un nivel $p < .05$, lo que indica que existe relación inversa significativa en ambas variables.

Tabla 11:

Resultados de la relación que existe entre absorción de la variable Engagement y comunicación ascendente de la variable Comunicación Organizacional.

Absorción		
	Valor	Sig.
Comunicación Ascendente		aproximada
Ordinal por ordinal	Gamma .272	.033
Total	150	

Nota. $p > .05$: No existe relación significativa
 $*p < .05$: Existe relación significativa

En la tabla 11 en cuanto a la absorción y la comunicación ascendente se obtuvo un coeficiente de correlación de (.272) y una significancia bilateral de (.033) a un nivel $p < .05$, lo que indica que existe relación significativa en ambas variables.

Tabla 12:

Resultados de la relación que existe entre absorción de la variable Engagement y comunicación horizontal de la variable Comunicación Organizacional.

Absorción		
	Valor	Sig.
Comunicación Horizontal		aproximada
Ordinal por ordinal	Gamma .791	.003
Total	150	

Nota. $p > .05$: No existe relación significativa
 $**p < .01$: Existe relación altamente significativa

En la tabla 12 en lo referente a la absorción y la comunicación horizontal se obtuvo un coeficiente de correlación de (.791) y una significancia bilateral de (.003) a un nivel $p > .01$, lo que indica que existe una relación altamente significativa en ambas variables.

Tabla 13:

Resultados de la relación que existe entre absorción de la variable Engagement y comunicación transversal de la variable Comunicación Organizacional.

Absorción		
	Valor	Sig. aproximada
Comunicación Transversal		
Ordinal por ordinal	Gamma .832	.013
Total	150	

Nota. $p > .05$: No existe relación significativa
 $*p < .05$: Existe relación significativa

Finalmente en la tabla 13 en lo concerniente a la absorción y la comunicación transversal, se obtuvo un coeficiente de correlación de (.832) y una significancia bilateral de (.013) a un nivel $p < .05$, lo que indica que existe relación significativa en ambas variables.

IV. DISCUSIÓN

Frente al objetivo que busca determinar la relación entre engagement y comunicación organizacional en el personal de una empresa privada de Pomalca, se obtuvo un coeficiente de correlación de (.245) y una significancia bilateral de (.004) a un nivel $p < .01$, a través de la prueba de Gamma. Lo que nos da a entender que existe una relación altamente significativa entre ambas variables. Esto quiere decir que un buen estado de ánimo positivo concerniente con el trabajo y representado por el vigor, dedicación y absorción, tienden a relacionarse con el bienestar del colaborador, es decir podrá tener una mejor comunicación dentro de la empresa, generando un buen clima laboral. Frente a lo mencionado se rechaza la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis de estudio donde refiere que existe relación entre engagement y comunicación organizacional en el personal de una empresa privada de Pomalca. Estos resultados son corroborados por Alejo (2012) quien menciona que la comunicación cumple un rol fundamental en las relaciones interpersonales en una organización, por lo cual puede ser definida como una herramienta que utilizan las empresas, para transmitir la información y conocer a través de técnicas como las entrevistas y recorridos por las diversas áreas, el desempeño del personal. Así también Téllez y Torres (2012) mencionan que el engagement se define como un estado de ánimo positivo concerniente con el trabajo y representado por el vigor, dedicación y absorción. En tal sentido, bajo lo referido anteriormente y al analizar los resultados, confirmamos que mientras mejor estado de ánimo tenga el trabajador, mejor será la comunicación dentro de la organización.

Frente al objetivo planteado que tiene como fin conocer la relación que existe entre vigor de la variable engagement y comunicación descendente de la variable comunicación organizacional en el personal de una empresa privada de Pomalca, se pudo encontrar que en el vigor y la comunicación descendente se obtuvo un coeficiente de correlación de (-.753) y una significancia bilateral de (.034) a un nivel $p < .05$, a través de la prueba de Gamma. Lo que indica que existe relación inversa significativa en ambas variables. Esto quiere decir que los altos niveles de energía en las cosas que realiza el trabajador (vigor), tienden a relacionarse con una buena comunicación, es decir tendrá menos

dificultades al momento de entender las instrucciones claras y específicas sobre el trabajo que se va a realizar (comunicación descendente). Frente a lo mencionado se rechaza la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis de estudio donde refiere que existe relación entre vigor de la variable engagement y comunicación descendente de la variable comunicación organizacional en el personal de una empresa privada de Pomalca. Estos resultados son corroborados Schaufeli et al (como se citó en Sotelo, 2016), quienes mencionan que el vigor se refiere a un nivel elevado de vitalidad y empeño en las personas por hacer bien las cosas en su trabajo. Se caracteriza por altos niveles de energía y persistencia mientras se trabaja. Así también Sayago (2009) menciona que la comunicación descendente se utiliza para emitir mensajes desde la parte directiva hasta los trabajadores, tiene por finalidad brindar las instrucciones claras sobre el trabajo que se va a realizar. En este tipo de comunicación se desaprovecha el valor comunicativo con la que se da el mensaje. En tal sentido, bajo lo referido anteriormente y al analizar los resultados, confirmamos que mientras mayor nivel de energía demuestre el trabajador de una empresa privada en Pomalca, en las cosas que realiza (vigor), tendrá menos dificultades para comprender correctamente las instrucciones de su jefe sobre las actividades propias de su trabajo, por lo cual mejor será su desempeño dentro de la empresa.

Frente al objetivo planteado que tiene como fin conocer la relación que existe entre vigor de la variable engagement y comunicación ascendente de la variable comunicación organizacional en el personal de una empresa privada de Pomalca. En el vigor y la comunicación ascendente se obtuvo un coeficiente de correlación de (.149) y una significancia bilateral de (.050) a un nivel $p < .05$, a través de la prueba de Gamma. Lo que nos da a entender que existe relación significativa entre ambas variables. Esto quiere decir que los altos niveles de energía en las cosas que realiza el trabajador (vigor), tienden a relacionarse con una buena comunicación, es decir podrá tener una mejor predisposición de informar a sus superiores cualquier situación relacionada a su trabajo, realizando adecuadamente su labor (comunicación ascendente). Frente a lo mencionado se rechaza la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis de estudio donde refiere que existe relación entre vigor de la variable engagement y comunicación ascendente de la variable comunicación organizacional en el

personal de una empresa privada de Pomalca. Estos resultados son corroborados por Schaufeli et al (como se citó en Sotelo, 2016), quienes mencionan que el vigor se refiere a un nivel elevado de vitalidad y empeño en las personas por hacer bien las cosas en su trabajo. Se caracteriza por altos niveles de energía y persistencia mientras se trabaja. Así también Sayago (2009) menciona que la comunicación ascendente se utiliza cuando los trabajadores de una organización se comunican con los superiores, para estar al tanto de las condiciones en que se desarrolla la empresa, por lo general suele ser detallada y específica. En tal sentido, bajo lo referido anteriormente y al analizar los resultados, confirmamos que mientras mayor nivel de energía demuestre en las cosas que realiza el trabajador de una empresa privada en Pomalca (vigor), informará adecuadamente a su jefe sobre las actividades propias de su trabajo, por lo cual mejor será su desempeño dentro de la empresa.

Frente al objetivo planteado que tiene como fin conocer la relación que existe entre vigor de la variable engagement y comunicación horizontal de la variable comunicación organizacional en el personal de una empresa privada de Pomalca. En el vigor y la comunicación horizontal, se obtuvo un coeficiente de correlación de (-.709) y una significancia bilateral de (.036) a un nivel $p < .05$, a través de la prueba de Gamma. Lo que nos da a entender que existe una relación inversa significativa entre ambas variables. Esto quiere que los altos niveles de energía en las cosas que realiza el trabajador (vigor), tienden a relacionarse con una buena comunicación, es decir tendrá menos dificultades al momento de compartir información con sus compañeros del mismo jerárquico, evitando generar desconfianza y rivalidad (comunicación horizontal). Frente a lo mencionado se rechaza la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis de estudio donde refiere que existe relación entre vigor de la variable engagement y comunicación horizontal de la variable comunicación organizacional en el personal de una empresa privada de Pomalca. Estos resultados son corroborados por Schaufeli et al (como se citó en Sotelo, 2016), quienes mencionan que el vigor se refiere a un nivel elevado de vitalidad y empeño en las personas por hacer bien las cosas en su trabajo. Se caracteriza por altos niveles de energía y persistencia mientras se trabaja. Así también Sayago (2009) menciona que la comunicación horizontal se desarrolla entre

personas del mismo nivel jerárquico. Tiene por objetivo lograr la integración y la coordinación de los empleadores en un mismo nivel. En tal sentido, bajo lo referido anteriormente y al analizar los resultados, confirmamos que mientras mayor nivel de energía demuestre el trabajador de una empresa privada en Pomalca, en las cosas que realiza (vigor), tendrá menos dificultades al momento de compartir información con sus compañeros, por lo cual mejor será su desempeño dentro de la empresa.

Frente al objetivo planteado que tiene como fin conocer la relación que existe entre vigor de la variable engagement y comunicación transversal de la variable comunicación organizacional en el personal de una empresa privada de Pomalca. En el vigor y la comunicación transversal, se obtuvo un coeficiente de correlación de (-.497) y una significancia bilateral de (.010) a un nivel $p < .01$, a través de la prueba de Gamma. Lo que nos da a entender que existe una relación inversa altamente significativa entre ambas variables. Esto quiere decir que los altos niveles de energía en las cosas que realiza el trabajador (vigor), tienden a relacionarse con una buena comunicación, es decir tendrá menos dificultades al momento de comunicarse con sujetos pertenecientes a distintos departamentos (comunicación transversal). Frente a lo mencionado se rechaza la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis de estudio donde refiere que existe relación entre vigor de la variable engagement y comunicación transversal de la variable comunicación organizacional en el personal de una empresa privada de Pomalca. Estos resultados son corroborados por Schaufeli et al (como se citó en Sotelo, 2016), quienes mencionan que el vigor se refiere a un nivel elevado de vitalidad y empeño en las personas por hacer bien las cosas en su trabajo. Se caracteriza por altos niveles de energía y persistencia mientras se trabaja. Así también Sayago (2009) menciona que la comunicación transversal es la que cruza distintas funciones y niveles de una organización y es importante cuando los miembros de la misma no pueden comunicarse por medio de los demás canales de comunicación. En tal sentido, bajo lo referido anteriormente y al analizar los resultados, confirmamos que mientras mayor nivel de energía demuestre el trabajador de una empresa privada en Pomalca en las cosas que realiza (vigor), tendrá menos dificultades al momento de comunicarse con sujetos pertenecientes a distintos departamentos, por lo cual mejor será su desempeño dentro de la empresa.

Frente al objetivo planteado que tiene como fin conocer la relación que existe entre dedicación de la variable engagement y comunicación descendente de la variable comunicación organizacional en el personal de una empresa privada de Pomalca. En la dedicación y la comunicación descendente, se obtuvo un coeficiente de correlación de (.338) y una significancia bilateral de (.009) a un nivel $p < .01$, a través de la prueba de Gamma. Lo que nos da a entender que existe una relación altamente significativa entre ambas variables. Esto quiere decir que los altos niveles de entusiasmo, inspiración y nuevas metas en el trabajo que realiza (dedicación), tienden a relacionarse con el bienestar del colaborador, es decir tendrá una mejor comunicación dentro de la empresa, generando un buen clima laboral (comunicación descendente). Frente a lo mencionado se rechaza la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis de estudio donde refiere que existe relación entre dedicación de la variable engagement y comunicación descendente de la variable comunicación organizacional en el personal de una empresa privada de Pomalca. Estos resultados son corroborados por Schaufeli et al (como se citó en Sotelo, 2016), quienes mencionan que la dedicación está relacionada al entusiasmo, inspiración y nuevas metas en el trabajo. Se determina por un sentimiento de importancia y reto. Así también Sayago (2009) menciona que la comunicación descendente se utiliza para emitir mensajes desde la parte directiva hasta los trabajadores, tiene por finalidad brindar las instrucciones claras sobre el trabajo que se va a realizar. En este tipo de comunicación se desaprovecha el valor comunicativo con la que se da el mensaje. En tal sentido, bajo lo referido anteriormente y al analizar los resultados, confirmamos que mientras mayores niveles de entusiasmo, inspiración demuestre el trabajador de una empresa privada en Pomalca, en las actividades que realiza (dedicación), comprenderá correctamente las instrucciones de su jefe sobre las actividades propias de su trabajo, por lo cual mejor será su desempeño dentro de la empresa.

Frente al objetivo planteado que tiene como fin conocer la relación que existe entre dedicación de la variable engagement y comunicación ascendente de la variable comunicación organizacional en el personal de una empresa privada de Pomalca. En la dedicación y la comunicación ascendente, se obtuvo un coeficiente de correlación de (.466) y una significancia bilateral de (.041) a un nivel $p < .05$, a través de la prueba de Gamma. Lo que nos da a entender que

existe una relación significativa entre ambas variables. Esto quiere decir que altos niveles de entusiasmo, inspiración y nuevas metas en el trabajo que realiza (dedicación), tienden a relacionarse con el bienestar del colaborador, es decir tendrá una mejor predisposición de informar a sus superiores cualquier situación relacionada a su trabajo (comunicación ascendente). Frente a lo mencionado se rechaza la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis de estudio donde refiere que existe relación entre dedicación de la variable engagement y comunicación ascendente de la variable comunicación organizacional en el personal de una empresa privada de Pomalca. Estos resultados son corroborados por Schaufeli et al (como se citó en Sotelo, 2016), quienes mencionan que la dedicación está relacionada al entusiasmo, inspiración y nuevas metas en el trabajo. Así también Sayago (2009) menciona que la comunicación ascendente se utiliza cuando los trabajadores de una organización se comunican con los superiores, para estar al tanto de las condiciones en que se desarrolla la empresa, por lo general suele ser detallada y específica. En tal sentido, bajo lo referido anteriormente y al analizar los resultados, confirmamos que mientras mayores niveles de entusiasmo, inspiración demuestre el trabajador de una empresa privada en Pomalca en las actividades que realiza (dedicación), podrá informar a su jefe sobre las actividades propias de su trabajo, por lo cual mejor será su desempeño dentro de la empresa.

Frente al objetivo planteado que tiene como fin conocer la relación que existe entre dedicación de la variable engagement y comunicación horizontal de la variable comunicación organizacional en el personal de una empresa privada de Pomalca. Entre la dedicación y la comunicación horizontal, se obtuvo un coeficiente de correlación de (-.210) y una significancia bilateral de (.025) a un nivel $p < .05$, a través de la prueba de Gamma. Lo que nos da a entender que existe una relación inversa significativa entre ambas variables. Esto quiere que altos niveles de entusiasmo, inspiración y nuevas metas en el trabajo que realiza (dedicación), tienden a relacionarse con el bienestar del colaborador, es decir tendrá menos dificultades al momento de compartir información con sus compañeros del mismo jerárquico, evitando generar desconfianza y rivalidad (comunicación horizontal). Frente a lo mencionado se rechaza la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis de estudio donde refiere que

existe relación entre dedicación de la variable engagement y comunicación horizontal de la variable comunicación organizacional en el personal de una empresa privada de Pomalca. Estos resultados son corroborados por Schaufeli et al (como se citó en Sotelo, 2016), quienes mencionan que la dedicación está relacionada al entusiasmo, inspiración y nuevas metas en el trabajo. Así también Sayago (2009) menciona que la comunicación horizontal se desarrolla entre personas del mismo nivel jerárquico. Tiene por objetivo lograr la integración y la coordinación de los empleadores en un mismo nivel. En tal sentido, bajo lo referido anteriormente y al analizar los resultados, confirmamos que mientras mayores niveles de entusiasmo, inspiración demuestre el trabajador de una empresa privada en Pomalca en las actividades que realiza (dedicación), tendrá menos dificultades al momento de compartir información con sus compañeros, por lo cual mejor será su desempeño dentro de la empresa.

Frente al objetivo planteado que tiene como fin conocer la relación que existe entre dedicación de la variable engagement y comunicación transversal de la variable comunicación organizacional en el personal de una empresa privada de Pomalca. En la dedicación y la comunicación transversal, se obtuvo un coeficiente de correlación de (.791) y una significancia bilateral de (.045) a un nivel $p < .05$, a través de la prueba de Gamma. Lo que indica que existe relación significativa en ambas variables. Esto quiere decir que altos niveles de entusiasmo, inspiración y nuevas metas en el trabajo que realiza (dedicación), tienden a relacionarse con el bienestar del colaborador, es decir tendrá una mejor predisposición al momento de comunicarse con sujetos pertenecientes a distintos departamentos (comunicación transversal). Frente a lo mencionado se rechaza la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis de estudio donde refiere que existe relación entre dedicación de la variable engagement y comunicación transversal de la variable comunicación organizacional en el personal de una empresa privada de Pomalca. Estos resultados son corroborados por Schaufeli et al (como se citó en Sotelo, 2016), quienes mencionan que la dedicación está relacionada al entusiasmo, inspiración y nuevas metas en el trabajo. Así también Sayago (2009) menciona que la comunicación transversal es la que cruza distintas funciones y niveles de una organización y es importante cuando los miembros de la misma no pueden comunicarse por medio de los demás

canales de comunicación. En tal sentido, bajo lo referido anteriormente y al analizar los resultados, confirmamos que mientras mayores niveles de entusiasmo, inspiración demuestre el trabajador de una empresa privada en Pomalca en las actividades que realiza (dedicación), se podrán comunicar de una manera asertiva con sujetos pertenecientes a distintos departamentos, por lo cual mejor será su desempeño dentro de la empresa.

Frente al objetivo planteado que tiene como fin conocer la relación que existe entre absorción de la variable engagement y comunicación descendente de la variable comunicación organizacional en el personal de una empresa privada de Pomalca. En la absorción y comunicación descendente, se obtuvo un coeficiente de correlación de (-.512) y una significancia bilateral de (.015) a un nivel $p < .05$, a través de la prueba de Gamma. Lo que nos da a entender que existe una relación inversa significativa entre ambas variables. Esto quiere decir que los altos niveles de satisfacción y concentración en las cosas que realiza (absorción), tienden a relacionarse con el bienestar del colaborador, es decir tendrá menos dificultades al momento de entender las instrucciones claras y específicas sobre el trabajo que se va a realizar (comunicación descendente). Frente a lo mencionado se rechaza la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis de investigación donde refiere que existe relación entre absorción de la variable engagement y comunicación descendente de la variable comunicación organizacional en el personal de una empresa privada de Pomalca. Estos resultados son corroborados por Schaufeli et al (como se citó en Sotelo, 2016), quienes mencionan que la absorción se refiere a la satisfacción y concentración con la que el individuo realiza sus actividades, durante la jornada laboral. Por lo cual, el empleador puede realizar su trabajo con tanto entusiasmo que no percibe el tiempo transcurrido, advirtiendo grandiosos niveles de satisfacción personal. Así también Sayago (2009) menciona que la comunicación descendente se utiliza para emitir mensajes desde la parte directiva hasta los trabajadores, tiene por finalidad brindar las instrucciones claras sobre el trabajo que se va a realizar. En este tipo de comunicación se desaprovecha el valor comunicativo con la que se da el mensaje. En tal sentido, bajo lo referido anteriormente y al analizar los resultados, confirmamos que mientras mejor nivel de satisfacción y concentración en las cosas que realiza el trabajador de una empresa privada

en Pomalca (absorción), tendrá menos dificultades para comprender correctamente las instrucciones de su jefe sobre las actividades propias de su trabajo, por lo cual mejor será su desempeño dentro de la empresa.

Frente al objetivo planteado que tiene como fin conocer la relación que existe entre absorción de la variable engagement y comunicación ascendente de la variable comunicación organizacional en el personal de una empresa privada de Pomalca. En la absorción y comunicación ascendente, se obtuvo un coeficiente de correlación de (.272) y una significancia bilateral de (.033) a un nivel $p < .05$, a través de la prueba de Gamma. Lo que indica que existe relación significativa en ambas variables. Esto quiere decir que los altos niveles de satisfacción y concentración en las cosas que realiza (absorción), tienden a relacionarse con una buena comunicación, es decir tendrá mayor predisposición al momento de informar a sus superiores cualquier situación relacionada a su trabajo (comunicación ascendente). Frente a lo mencionado se rechaza la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis de estudio donde refiere que existe relación entre absorción de la variable engagement y comunicación ascendente de la variable comunicación organizacional en el personal de una empresa privada de Pomalca. Estos resultados son corroborados por Schaufeli et al (como se citó en Sotelo, 2016), quienes mencionan que la absorción se refiere a la satisfacción y concentración con la que el individuo realiza sus actividades, durante la jornada laboral. Por lo cual, el empleador puede realizar su trabajo con tanto entusiasmo que no percibe el tiempo transcurrido, advirtiendo grandiosos niveles de satisfacción personal. Así también Sayago (2009) menciona que la comunicación ascendente se utiliza cuando los trabajadores de una organización se comunican con los superiores, para estar al tanto de las condiciones en que se desarrolla la empresa, por lo general suele ser detallada y específica. En tal sentido, bajo lo referido anteriormente y al analizar los resultados, confirmamos que mientras mejor nivel de satisfacción y concentración en las cosas que realiza el trabajador de una empresa privada en Pomalca (absorción), podrán informar a su jefe sobre las actividades propias de su trabajo, por lo cual mejor será su desempeño dentro de la empresa.

Frente al objetivo planteado que tiene como fin conocer la relación que existe entre absorción de la variable engagement y comunicación horizontal de la variable comunicación organizacional en el personal de una empresa privada de Pomalca. Entre la absorción y la comunicación horizontal, se obtuvo coeficiente de correlación de (.791) y una significancia bilateral de (.003) a un nivel $p > .01$, a través de la prueba de Gamma. Lo que indica que existe relación altamente significativa entre ambas variables. Esto quiere decir que los altos niveles de satisfacción y concentración en las cosas que realiza (absorción), tienden a relacionarse con una buena comunicación, es decir tendrá menos dificultades al momento de compartir información con sus compañeros del mismo jerárquico, evitando generar desconfianza y rivalidad (comunicación horizontal). Frente a lo mencionado se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de estudio, donde refiere que existe relación entre absorción de la variable engagement y comunicación horizontal de la variable comunicación organizacional en el personal de una empresa privada de Pomalca. Estos resultados son corroborados por Schaufeli et al (como se citó en Sotelo, 2016), quienes mencionan que la dedicación está relacionada al entusiasmo, inspiración y nuevas metas en el trabajo. Así también Sayago (2009) menciona que la comunicación horizontal se desarrolla entre personas del mismo nivel jerárquico. Tiene por objetivo lograr la integración y la coordinación de los empleadores en un mismo nivel. En tal sentido, bajo lo referido anteriormente y al analizar los resultados, confirmamos que mientras mejor nivel de satisfacción y concentración en las cosas que realiza el trabajador de una empresa privada en Pomalca (absorción), tendrá menos dificultades al momento de compartir información con sus compañeros, por lo cual mejor será su desempeño dentro de la empresa.

Frente al objetivo planteado que tiene como fin conocer la relación que existe entre absorción de la variable engagement y comunicación trasversal de la variable comunicación organizacional en el personal de una empresa privada de Pomalca. En la absorción y comunicación trasversal, se obtuvo un coeficiente de correlación de (.832) y una significancia bilateral de (.013) a un nivel $p < .05$, a través de la prueba de Gamma. Lo que indica que existe relación significativa en ambas variables. Esto quiere decir que los altos niveles de satisfacción y concentración en las cosas que realiza (absorción), tienden a

relacionarse con una buena comunicación, es decir podrán comunicarse de forma asertiva con sujetos pertenecientes a distintos departamentos (comunicación transversal). Frente a lo mencionado se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de estudio, donde refiere que existe relación entre absorción de la variable engagement y comunicación trasversal de la variable comunicación organizacional en el personal de una empresa privada de Pomalca. Estos resultados son corroborados por Schaufeli et al (como se citó en Sotelo, 2016), quienes mencionan que la dedicación está relacionada al entusiasmo, inspiración y nuevas metas en el trabajo. Así también Sayago (2009) menciona que la comunicación trasversal es la que cruza distintas funciones y niveles de una organización y es importante cuando los miembros de la misma no pueden comunicarse por medio de los demás canales de comunicación. En tal sentido, bajo lo referido anteriormente y al analizar los resultados, confirmamos que mientras mejor nivel de satisfacción y concentración en las cosas que realiza el trabajador de una empresa privada en Pomalca (absorción), tendrá una mejor disposición al momento de comunicarse con sujetos pertenecientes a distintos departamentos, por lo cual mejor será su desempeño dentro de la empresa.

V. CONCLUSIONES

En cuanto a la variable engagement y comunicación organizacional se obtuvo un coeficiente de correlación de (.245) y una significancia bilateral de (.004) a un nivel $p < .01$, lo que indica que existe relación altamente significativa en ambas variables.

Existe relación inversa significativa entre “vigor” de la variable engagement y “comunicación descendente” de la variable comunicación organizacional en el personal de la empresa privada de Pomalca.

Existe relación significativa entre “vigor” de la variable engagement y “comunicación ascendente” de la variable comunicación organizacional en el personal de la empresa privada de Pomalca.

Existe relación inversa significativa entre “vigor” de la variable engagement y “comunicación horizontal” de la variable comunicación organizacional en el personal de la empresa privada de Pomalca.

Existe relación inversa altamente significativa entre “vigor” de la variable engagement y “comunicación transversal” de la variable comunicación organizacional en el personal de la empresa privada de Pomalca.

Existe relación altamente significativa entre “dedicación” de la variable engagement y “comunicación descendente” de la variable comunicación organizacional en el personal de la empresa privada de Pomalca.

Existe relación significativa entre “dedicación” de la variable engagement y “comunicación ascendente” de la variable comunicación organizacional en el personal de la empresa privada de Pomalca.

Existe relación inversa significativa entre “dedicación” de la variable engagement y “comunicación horizontal” de la variable comunicación organizacional en el personal de la empresa privada de Pomalca.

Existe relación significativa entre “dedicación” de la variable engagement y “comunicación transversal” de la variable comunicación organizacional en el personal de la empresa privada de Pomalca.

Existe relación inversa significativa entre “absorción” de la variable engagement y “comunicación descendente” de la variable comunicación organizacional en el personal de la empresa privada de Pomalca.

Existe relación significativa entre “absorción” de la variable engagement y “comunicación ascendente” de la variable comunicación organizacional en el personal de la empresa privada de Pomalca.

Existe relación altamente significativa entre “absorción” de la variable engagement y “comunicación horizontal” de la variable comunicación organizacional en el personal de una empresa privada de Pomalca.

Existe relación significativa entre “absorción” de la variable engagement y “comunicación trasversal” de la variable comunicación organizacional en el personal de una empresa privada de Pomalca.

VI. REFERENCIAS

- Ackerman, S., Ernesto, S., & Paula., M. (2011). *Introducción a la comunicación*. Buenos Aires: AR: Ediciones del Aula Taller.
- Agostina Zanenga, L. (2016). *Engagement organizacional, análisis desde una perspectiva de la Psicología Organizacional Positiva*. (Tesis de pregrado). Buenos Aires: Universidad de Palermo.
- Alejo Hernández, T. d. (Enero de 2012). *¿Qué es la Comunicación Organizacional?* Obtenido de <http://es.slideshare.net/TessieAlejo/qu-es-la-comunicacin-organizacional>
- Arias Galicia, F., Varela Sosa, D., Loli Pineda, A., & Quintana Otiniano, M. (2003). El compromiso organizacional y su relación con algunos factores demográficos y psicológicos. *Revista de Investigación en Psicología*, 6(2), 13-25.
- Berardi, A. (2015). *Motivación laboral y engagement*. Argentina: Universidad Fasta. Obtenido de http://redi.ufasta.edu.ar:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/882/2015_CP_006.pdf?sequence=1
- Bobadilla Yzaguirre, M., Callata Nosiglia, C., & Caro Rojas, A. (2015). *"Engagement laboral y cultura organizacional: El rol de la orientación cultural en una empresa global"*. (Tesis de maestría). Lima: Universidad del Pacífico.
- Bravo Mantilla, E. A. (2013). *El compromiso laboral (Engagement) en las áreas administrativas de un medio de comunicación escrito de la ciudad de Quito - Ecuador*. (Tesis de pregrado). Ecuador: Universidad de las Américas.
- Brennan, J., Palermo, P., & Tagliapietra, A. (2012). Engagement, relación con nivel de estudios y trayectoria laboral. *Revista de Psicología*, 3(2), 36 - 42. Obtenido de <http://revistadepsicologiagepu.es.tl/ENGAGEMENT,-RELACI%D3N-CON-NIVEL-DE-ESTUDIOS-Y-TRAYECTORIA-LABORAL.htm>

- Carrasco González, A. M., De la Corte de la Corte, C., & León Rubio, J. M. (2010). Engagement; un recurso para optimizar la salud psicosocial en las organizaciones y prevenir el burnout y estrés laboral. *Revista digital de salud y seguridad en el trabajo*(1), 1-22. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3685157>
- Carvajal, J. C., Delgado Abella, L. E., & Vanegas García, M. e. (2013). *Psicología organizacional*. Bogotá: CO: Ecoe Ediciones.
- Castro, A. (2016). *La Comunicación Organizacional: Técnicas y estrategias*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Coba, R. (2016). *El 'engagement', un elemento clave en la comunicación interna*. Obtenido de <http://www.cateconomica.com/Articulo/El-engagement-un-elemento-clave-en-la-comunicacion-interna>
- Cornejo, M., & Salas, N. (2011). Rigor y calidad metodológicos: Un reto a la investigación. *Psicoperspectivas*, 12-34. Obtenido de <http://www.scielo.cl/pdf/psicop/v10n2/art02.pdf>
- Cumpa Romero, M. D. (2015). *Engagement en Colaboradores de tres empresas de comercialización de bebidas y alimentos de la ciudad de Chiclayo*. (Tesis de pregrado). Lambayeque: Universidad Señor de Sipán.
- Félix Mateus, 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*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Fernández López, S. (2012). *Cómo gestionar la comunicación: en organizaciones públicas y no lucrativas*. Madrid: ES: Narcea Ediciones.
- Gan, F. T. (2012). *Comunicación interna*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- García Gonzáles, C. d. (2013). *Estudio de la relación entre el engagement y la rotación de personal en una cadena de cafeterías, ubicadas en la ciudad de Xalapa - Enríquez, Veracruz, México, en el periodo octubre de 2012 - marzo de 2013*. (Tesis de maestría). Xalapa: Universidad Veracruzana.

- García Jiménez, J. (2007). *La comunicación interna*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Gestión. (21 de Noviembre de 2016). *El 87% de empresas considera que la falta de compromiso laboral es su principal problema*. Obtenido de <http://gestion.pe/empleo-management/87-empresas-considera-que-falta-compromiso-laboral-su-principal-problema-2149055>
- Gómez Quintero, J. (2009). *Diagnóstico de Comunicación Organizacional de Pedro Gómez y Cia*. (Tesis de pregrado). Bogotá: Pontificia Universidad de Javeriana.
- Gubbins, A. M. (02 de Marzo de 2010). *El impacto del clima laboral sobre la empresa*. Obtenido de <http://www.infocapitalhumano.pe/recursos-humanos/informes/el-impacto-del-clima-laboral-sobre-la-empresa/>
- Guzmán Guzmán, J. E., & Montero Varillas, A. M. (2015). *Implicancia emocional entre el personal administrativo de una universidad pública y privada de la ciudad de Chiclayo*. (Tesis de pregrado). Lambayeque: Universidad Señor de Sipán.
- Hernández Rojas, S. (19 de Noviembre de 2015). *Comunicación formal e informal en las organizaciones*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/comunicacion-formal-e-informal-en-las-organizaciones/>
- Hernández Sampieri, R. (2010). *Metodología de investigación*. México: MC Graw Hill.
- Huamán, H. (2005). *Manual de técnicas de investigación. Conceptos y aplicaciones*. Lima: IPLADEES S.A.C.
- King Núñez, K. I. (29 de Marzo de 2012). *Comunicación organizacional: tipos, flujos, barreras y auditoría*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/comunicacion-organizacional-tipos-flujos-barreras-y-auditoria/>
- Lucia, A., Morales, A., & Ariza, J. (2012). *La implicación emocional en el puesto de trabajo: Un estudio empírico*. España: Universidad de Córdoba.

- Mejia Obando, R. (2009). *Teoría de la contingencia empresarial*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/teoria-contingencia-empresarial/>
- Miranda Cubas, F. H., & Pastor Nanfuñay, P. d. (2015). *Comunicación Organizacional y Clima Social en los Trabajadores de una Municipalidad del Departamento de Lambayeque*. (Tesis de pregrado). Lambayeque: Universidad Señor de Sipán.
- Morone, G. (s.f). *Métodos y técnicas de la investigación científica*. Obtenido de http://biblioteca.ucv.cl/site/servicios/documentos/metodologias_investigacion.pdf
- Palacios Rodríguez, J. (2014). *Diagnóstico sobre la valoración del “engagement” como factor de eficiencia y bienestar en los empleadores*. (Tesis de maestría). Monterrey: Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Pérez Tenazoa, N. O., & Rivera Cardozo, P. (2015). *Clima organizacional y satisfacción laboral en los trabajadores del Instituto de investigaciones de la Amazonia Peruana, periodo 2013*. (Tesis de maestría). Iquitos: Universidad Nacional de la Amazonía Peruana.
- Pérez Zapata, D., Peralta Montesinos, J., & Fernández Dávila, P. (2013). *Influencia de variables organizacionales en la calidad de vida laboral de funcionarios del sector público de salud en el extremo norte de Chile*. Árica: Universidad de Tarapacá. Obtenido de <file:///C:/Users/User/Downloads/4178-33844-1-PB.pdf>
- Puro Marketing. (01 de Junio de 2017). *Las marcas ya logran tres veces más engagement en Instagram del que consiguen en Facebook*. Obtenido de <http://www.puromarketing.com/16/28863/marcas-logran-tres-veces-mas-engagement-instagram-consiguen-facebook.html>
- Rodríguez Guerra, I. (17 de Febrero de 2005). *Teorías de la comunicación organizacional*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/teorias-comunicacion-organizacional/>
- Ruiz de Alba Robledo, J. L. (2013). El compromiso organizacional: Un valor personal y empresarial en el marketing interno. *Revista de Estudios Empresariales*(1), 67-86.

- Salanova Soria, M., & Schaufeli, W. B. (2004). El engagement de los empleados: Un reto emergente para la dirección de los recursos humanos. *Estudios financieros*(261), 109-138. Obtenido de <http://www.wilmarschaufeli.nl/publications/Schaufeli/221.pdf>
- Sara, N. (2016). *Así se impulsa el 'engagement' en comunicación interna*. Obtenido de <https://nataliasara.com/2016/01/18/asi-se-impulsa-el-engagement-en-comunicacion-interna/>
- Sayago, L. (2009). *Investigación en comunicación organizacional*. Córdoba: AR: El Cid Editor .
- Sotelo Sanchez, M. L. (2016). *Engagement y estrés laboral en docentes de la escuela de Psicología de la Universidad Privada Antenor Orrego*. (Tesis de maestría). Trujillo: Universidad Privada Antenor Orrego.
- Téllez Rodríguez, A. Y., & Torres Armas, Y. L. (2012). *Desempeño académico, Burnout y Engagement en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Médicas de la UNAN – León, en el primer semestre del año 2012*. (Tesis de pregrado). León: Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua.

VII. ANEXOS

ANEXO 1

CUESTIONARIO ENGAGEMENT (UWES)

Cargo: _____

Edad: _____

Género: (M) (F)

Tiempo de servicio: _____

INSTRUCCIONES:

Los siguientes enunciados se refieren a sentimientos de las personas en el trabajo. Por favor, lea cuidadosamente cada reactivo y decida si se ha entendido de esta forma. Si nunca se ha sentido así conteste con una x debajo de 0 (cero), y en caso contrario marque con un x indicando cuantas veces se ha sentido así, teniendo en cuenta el número que aparece en la siguiente escala de respuesta (1 al 6). Sus respuestas deben hacerlo en el protocolo de respuestas (al final del cuestionario).

- | | |
|---|---|
| 1= Casi nunca o pocas veces al año | 2= Algunas veces o una vez al mes. |
| 3= Regularmente o pocas veces a la semana | 4= Bastantes veces o una vez por semana |
| 5= Casi siempre o todas las semanas | 6= Siempre o todos los días |

1. En mi trabajo me siento lleno de energía (VI1).....
2. Mi tiempo tiene sentido y propósito (DE1).....
3. El tiempo “vuelva” cuando estoy trabajando (AB1).....
4. Soy fuerte y vigoroso en mi trabajo (VI2).....
5. Estoy entusiasmado con mi trabajo (DE2).....
6. Cuando estoy trabajando olvido todo lo que pasa alrededor de mi (AB2).....
7. Cuando me levanto por las mañanas tengo ganas de ir a trabajar (VL13).....
8. Mi trabajo me inspira (DE3).....

9. Soy feliz cuando estoy absorto en mi trabajo
(AB3).....
10. Puedo continuar trabajando durante largos periodos de tiempo
(VI14).....
11. Estoy orgulloso del trabajo que hago
(DE4).....
12. Estoy inmerso en mi trabajo
(AB4).....
13. Soy muy persistente en mi trabajo
(VI15).....
14. Mi trabajo es retador
(DE5).....
15. Me “dejo llevar” por mi trabajo
(AB5).....
16. Incluso cuando las cosas no van bien, continuo trabajando
(VI6).....
17. Me es difícil “desconectar” del trabajo
(AB6).....

PROTOCOLO DE RESPUESTAS

N°	0	1	2	3	4	5	6	0	1	2	3	4	5	6	0	1	2	3	4	5	6		
1.	○	○	○	○	○	○	○	2.	○	○	○	○	○	○	3.	○	○	○	○	○	○		
4.	○	○	○	○	○	○	○	5.	○	○	○	○	○	○	6.	○	○	○	○	○	○		
7.	○	○	○	○	○	○	○	8.	○	○	○	○	○	○	9.	○	○	○	○	○	○		
10.	○	○	○	○	○	○	○	11.	○	○	○	○	○	○	12.	○	○	○	○	○	○		
13.	○	○	○	○	○	○	○	14.	○	○	○	○	○	○	15.	○	○	○	○	○	○		
16.	○	○	○	○	○	○	○							17.	○	○	○	○	○	○			
PD=								PD=								PD=							
								ESCALA TOTAL=															

Ficha Técnica

Nombre del instrumento: Cuestionario de (Engagement) Implicación con el trabajo o compromiso con la organización (UWES).

Autores: Hallberg Ulrika E., Schaufeli Wilmar.

Filiación: Investigadores, del departamento de psicología de la universidad de Estocolmo.

Origen: Suiza y el Instituto de Investigación de Utrecht, Pays-Bas,

Año de publicación: 1999;

Adaptación española: Salanova en el año 2000.

Estandarización para Trujillo- Perú: Edmundo Arévalo Luna y Mariella Rosell Aguilar.

Validado para Chiclayo – Perú: Roosmery Mío Cajo y Francia Luna Victoria Ramírez.

Administración: Puede ser individual o colectiva.

Tiempo de duración: En un periodo de 10 a 15 minutos

Ámbito de aplicación: en organizaciones y trabajadores.

Descripción del instrumento: El cuestionario está diseñado para medir el compromiso o involucramiento en el trabajo, está disponible en 10 idiomas alemán, español, finlandés, francés, griego, holandés, Ingles, noruego, portugués y sueco y existe una base de datos internacional que incluye a 25.000 empleados de trece países diferentes que realizaron el cuestionario. Además se ha elaborado una versión corta de nueve ítems, tres ítems de cada una de las tres escalas que también supera los criterios de calidad psicométrica. Se dispone también de una versión de engagement para estudiantes universitarios en España, Portugal y Holanda.

VALIDEZ ITEMS TEST PERSON – ESCALA GENERAL

ITEMS	1	2	3	4	5	6	7	8	9
PUNTAJE	0.79	0.85	0.81	0.79	0.83	0.69	0.40	0.83	0.66
ITEMS	10	11	12	13	14	15	16	17	
PUNTAJE	0.77	0.82	0.81	0.84	0.79	0.78	0.71	0.53	

Como se puede observar en la validez ítems test utilizado a través de la fórmula de Pearson los resultados arrojaron un puntaje entre 0.40 y 0.84, siendo mayor a 0.21 lo que confirma la validez.

VALIDEZ ITEMS TEST PERSON – DIMENSIÓN VIGOR

ITEMS	1	4	7	10	13	16
PUNTAJE	0.80	0.82	0.50	0.65	0.86	0.76

Como se puede observar en la validez ítems test en la dimensión de VIGOR utilizado a través de la fórmula de Pearson los resultados arrojaron un puntaje entre 0.50 y 0.86, siendo mayor a 0.21 lo que confirma la validez.

VALIDEZ ITEMS TEST PERSON – DIMENSIÓN DEDICACIÓN

ITEMS	2	5	8	11	14
PUNTAJE	0.91	0.90	0.82	0.87	0.86

Como se puede observar en la validez ítems test de la dimensión DEDICACIÓN utilizado a través de la fórmula de Pearson los resultados arrojaron un puntaje entre 0.86 y 0.91, siendo mayor a 0.21 lo que confirma la validez.

VALIDEZ ITEMS TEST PERSON – DIMENSIÓN ABSORCIÓN

ITEMS	3	6	9	12	15	17
PUNTAJE	0.81	0.76	0.70	0.79	0.83	0.69

Como se puede observar en la validez ítems test de la dimensión ABSORCIÓN utilizado a través de la fórmula de Pearson los resultados arrojaron un puntaje entre 0.69 y 0.83, siendo mayor a 0.21 lo que confirma la validez.

CONFIABILIDAD SPEARMAN BROWN

SPEARMAN 0.96

BROWN

Como se puede observar en la confiabilidad por el método de mitades partidas donde el total se divide en dos partes y se comparan los resultados (Pearson y Spearman - Brown) arrojaron un puntaje de .96, siendo este mayor a .81 (.96 > .81) lo que confirma la confiabilidad del instrumento.

ANEXO 2

Escala de Comunicación Organizacional

Edad: _____ Fecha: / /

Sexo: M F Cargo que desempeña: _____

Instrucciones: A continuación encontrara proposiciones sobre aspectos relacionados con la comunicación del área de trabajo. Cada una tiene tres opiniones para responder de acuerdo a lo que describa mejor. Lea cuidadosamente cada proposición y marque con un aspa(X) solo una alternativa, la que mejor refleje su punto de vista al respecto. Conteste todas las proposiciones. No hay repuestas malas ni buenas.

	Siempre	A veces	Nunca
Comunicación Descendente			
Mi jefe me ha explicado claramente las funciones de mi puesto y mis límites de responsabilidades.			
La dirección manifiesta sus objetivos de tal forma que se crea un sentido común de misión e identidad entre sus miembros.			
Mi jefe usualmente utiliza los medios de comunicación como: reuniones, correo electrónico, teléfono, circulares, etc.			
El jefe se preocupa por mantener un buen trabajo en equipo.			
El jefe me informa cuando hay cambios en las prioridades de mi trabajo.			
El jefe se preocupa por lograr un clima de apertura y confianza al interior del equipo.			
Mi jefe reconoce cuando hago bien mi labor.			
Regularmente se ejercita la retroalimentación y cómo tú trabajas respecto de las expectativas			
Tu jefe te incita regularmente a que hables u expreses tus puntos de vista de una manera franca			
Existe retroalimentación regular, por parte de la jefatura, centrada más bien en el desempeño de tu trabajo.			
Comunicación Ascendente			
Usualmente en la organización cuando hay una ceremonia se realizan reuniones con los jefes.			
Mantengo una buena comunicación con mi jefe.			
Tengo conocimiento sobre el uso de herramientas tecnológicas que permiten la comunicación fluida dentro de mi área de trabajo.			
Se reconoce la cooperación y el trabajo de equipo en tu unidad.			
Me parece que la forma de comunicación través de mail es efectiva.			
La institución cuenta con un buzón de sugerencias para los trabajadores.			
Cuando resuelvo alguna duda lo comunico a mis superiores.			
La comunicación entre las personas que laboran en la institución se da como un hecho natural por estar inmersos en una organización.		63	
En mi área de trabajo y/o institución tengo dificultades para que llegue la información a tiempo.			

Comunicación Horizontal			
En la organización donde usted trabaja se han establecido procedimientos o mecanismos para la comunicación entre personas del mismo nivel de puesto.			
En la institución compartimos funciones entre los trabajadores de la misma área de trabajo.			
El área de contabilidad apoya al área administrativa.			
Cree que en otras áreas de trabajo existen los rumores.			
Existe una buena comunicación entre otras áreas de trabajo.			
Comunicación Oblicua o transversal			
En el área de trabajo compartimos la información y coordinamos las actividades con otras áreas de trabajo.			
Es fácil contactarse con los demás trabajadores que hacen parte de su departamento de trabajo.			
La información que se emite a otras áreas es organizada.			
Existe una buena coordinación para el procesamiento de la información para otras áreas de trabajo.			

Para calificar el instrumento se debe verificar:

Siempre : 3 puntos

A veces : 2 puntos

Nunca : 1 punto

FICHA TÉCNICA

Nombre de la prueba: Escala de Comunicación Organizacional

Nombre Abreviado: ECO

Autor: Ana Isabel Abad Mundaca - Piura

Año: 2009

Validado para Chiclayo: Miranda Cubas & Pastor Nanfuñay - 2015

Campo de aplicación: Organizacional.

Administración: Individual o colectiva

Nº de ítems: 28

Duración: 30 min. Aproximadamente.

Significación: Nivel de percepción global y específica con relación a la comunicación Descendente, Comunicación Ascendente, comunicación Horizontal, Comunicación Trasversal

Tipo de respuestas: Escala Likert.

Materiales: Lápiz

Borrador

Escala de Comunicación Organizacional

Manual de la escala

Objetivo de la Escala: Medir la percepción del trabajador frente a la comunicación Organizacional que desempeña la organización.

Validez

La validación se realizó a través de criterio de expertos, los cuales se consultó a tres psicólogos para la revisión de los ítems de la escala de percepción en la comunicación organizacional. Siendo su veredicto final que la escala mide el constructo planteado.

La validez nos permite medir si la prueba mide lo que debe medir, es así que podemos definir hasta donde la prueba es capaz de lograr las metas planteadas. El método utilizado para hallar la validez fue el del Ítem-Test el cual consiste en correlacionar cada ítem con el puntaje total.

Coefficientes de validez en las áreas de Comunicación Organizacional con el método ítem-test

C. Descendente		C. Ascendente		C. Horizontal		C. Transversal	
Ítems	r	Ítems	R	Ítems	R	Ítems	r
1	0.4578	11	0.4097	20	0.4638	25	0.6418
2	0.6013	12	0.4473	21	0.4052	26	0.4359
3	0.5893	13	0.4398	22	0.4242	27	0.6187
4	0.4813	14	0.3931	23	0.4979	28	0.4859
5	0.3882	15	0.4453	24	0.5872		
6	0.5106	16	0.6192				
7	0.3882	17	0.7293				
8	0.5363	18	0.6763				
9	0.4170	19	0.6402				
10	0.6578						

Confiabilidad

	Comunicación Descendente	Comunicación Ascendente	Comunicación Horizontal	Comunicación Transversal
Media	18.45	19.12	9.56	6.54
Des. Est.	4.32	3.45	2.54	1.25
Pearson	0.76	0.57	0.65	0.73
Sp. Brown	0.86	0.72	0.78	0.84

Tabla Valores de pearson y sp. Brown de la escala general

Media	62.23
Des. Est.	3.45
Pearson	0.80
Sp. Brown	0,89