



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD

ESCUELA PROFESIONAL DE PSICOLOGÍA

TESIS

**Comunicación organizacional y engagement en
trabajadores de una empresa de construcción de Jaén –
2020**

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

Autor

Bach. Díaz Hernandez Pablo Elky

ORCID <https://orcid.org/0000-0001-9212-8260>

Asesor

Dr. Merino Hidalgo Richard Darwin

ORCID <https://orcid.org/0000-0001-9213-0475>

Línea de Investigación

Desarrollo humano, comunicación y ciencias jurídicas para
enfrentar los desafíos globales

Sublínea de Investigación

Bienestar y Desarrollo de habilidades para la vida

Pimentel – Perú 2024



Universidad
Señor de Sipán

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Quien(es) suscribe(n) la DECLARACIÓN JURADA, soy **egresado** del Programa de Estudios de **Psicología** de la Universidad Señor de Sipán, declaro bajo juramento que soy autor del trabajo titulado:

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y ENGAGEMENT EN TRABAJADORES DE UNA EMPRESA DE CONSTRUCCIÓN DE JAÉN – 2020

El texto de mi trabajo de investigación responde y respeta lo indicado en el Código de Ética de la Universidad Señor de Sipán, conforme a los principios y lineamientos detallados en dicho documento, en relación con las citas y referencias bibliográficas, respetando el derecho de propiedad intelectual, por lo cual informo que la investigación cumple con ser inédito, original y autentico.

En virtud de lo antes mencionado, firma:

Díaz Hernández Pablo Elky	DNI: 4075632	
---------------------------	--------------	---

Pimentel, 17 de Abril de 2024.

REPORTE DE SIMILITUD TURINITIN

NOMBRE DEL TRABAJO

**ULTIMA TESIS FINAL ELKY DIAz-parafra
seada-2.docx**

RECuento DE PALABRAS

11262 Words

RECuento DE CARACTERES

63269 Characters

RECuento DE PÁGINAS

46 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

109.2KB

FECHA DE ENTREGA

Sep 13, 2023 8:43 AM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Sep 13, 2023 8:44 AM GMT-5

● 23% de similitud general

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

- 18% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 18% Base de datos de trabajos entregados
- 2% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossr

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Coincidencia baja (menos de 8 palabras)
- Material citado

**COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y ENGAGEMENT EN TRABAJADORES
DE UNA EMPRESA DE CONSTRUCCIÓN DE JAÉN – 2020**

Aprobación del Jurado



Mg. Carmona Brenis Karina Paola
Presidente del Jurado



Dr. Castillo Hidalgo Efren Gabriel
Secretaria del Jurado



Dra. Morales Huamán Carla Giovanna
Vocal del Jurado

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y ENGAGEMENT EN TRABAJADORES DE UNA EMPRESA DE CONSTRUCCIÓN DE JAÉN – 2020

Resumen

El objetivo de esta investigación es determinar la relación entre comunicación organizacional y engagement en trabajadores de una empresa de construcción de Jaén, el problema de la investigación están dadas a conocer como estas variables influyen en el rendimiento de los trabajadores.

En el desarrollo de la investigación se identificó como objeto de estudio conocer la comunicación organizacional y el engagement. Se utilizó una metodología cuantitativa de tipo descriptivo – correlacional, por lo cual presenta un diseño correlacional no experimental. 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 la población que estuvo constituida por 81 personas de ambos sexos de la empresa de la ciudad de Jaén, que oscilan entre 20 y 34 años de edad dedicándose a diferentes áreas. Asimismo, la investigación pretendió comprobar la hipótesis general, los resultados demuestran que existe una correlación positiva significativa entre el Engagement y la comunicación Organizacional ($r=0,44$; $p<.01$) y el coeficiente de determinación ($r^2=20\%$) indica que la comunicación organizacional influye al engagement en un 20% por ende se acepta la hipótesis general de la investigación (HGI): Existe relación entre Comunicación organizacional y el Engagement en trabajadores de una empresa de construcción de Jaén. Quiere decir que a mayor Comunicación organizacional mayor será el Engagement.

Palabras clave: Comunicación Organizacional, Engagement, empresa, compromiso, comunicación.

Abstract

The objective of this research is to determine the relationship between organizational communication and engagement in workers of a construction company in Jaén, the problem of the research is to know how these variables influence the performance of workers.

In the development of the research, knowing organizational communication and engagement was identified as an object of study. A descriptive-correlational quantitative methodology was used, for which it presents a non-experimental correlational design. The technique used was the survey with the instruments Questionnaire of (Engagement) Involvement with work or commitment to the organization (UWES) and Organizational Communication Scale (ECO), which were applied to the population that consisted of 81 people of both sexes from the company in the city of Jaén, ranging between 20 and 34 years of age, dedicating themselves to different areas. Likewise, the research sought to verify the general hypothesis, the results show that there is a significant positive correlation between Engagement and Organizational communication ($r=0.44$; $p<.01$) and the coefficient of determination ($r^2=20\%$) indicates that organizational communication influences engagement by 20%, therefore the general research hypothesis (HGI) is accepted: There is a relationship between organizational communication and engagement in workers of a construction company in Jaén. It means that the greater the organizational Communication, the greater the Engagement.

Keywords: Organizational Communication, Engagement, company, commitment, communication.

I. INTRODUCCION

En el presente, en variadas instituciones se detectan distintos desafíos, como un desempeño deficiente en las labores designadas, una falta de energía durante el trabajo, la falta de motivación, actitudes negativas y descontento con los logros obtenidos. Esto genera un estado emocional inapropiado que impacta negativamente en el desarrollo efectivo de las capacidades sociales de los empleados.

Por otro lado, según Andrés (2018), cuando se experimentan emociones positivas en el ámbito laboral y profesional, se relacionan con una imagen positiva de uno mismo, generando confianza en el propio esfuerzo, así como un alto nivel de autonomía personal. Esto conduce a una mayor independencia y conciencia de realizar las tareas de manera adecuada, competencia profesional y satisfacción de las necesidades. Asimismo, se promueven relaciones positivas tanto internas como externas en la institución. No obstante, cuando se experimentan sentimientos desfavorables en el entorno empresarial, surgen sensaciones de inseguridad y temor al no lograr el éxito.

Los trabajadores comprometidos experimentan un sentido de conexión energética y efectiva con su entorno laboral. Ven su trabajo como desafiante, divertido y no como una carga estresante y exigente. El compromiso laboral implica una sensación de satisfacción en oposición al sentimiento de vacío que se experimenta con el síndrome de Burnout, que se caracteriza por emociones de pérdida. Los empleados comprometidos exhiben rasgos como la iniciativa, buscan y aceptan responsabilidades relacionadas con su campo laboral. Si algo les incomoda, expresan sus preocupaciones y proponen soluciones para mejorar la situación. En casos en los que no ven una salida para mejorar su situación, incluso ponen su puesto a disposición o renuncian de inmediato.

Jiménez (como se cita en Bravo, 2013) señala que el compromiso laboral se define como aquel estado favorable en el ámbito laboral que se distingue por la vitalidad, la dedicación y la inmersión, en contraposición al síndrome de Burnout (SB), se caracteriza por el cansancio, la apatía y la ineficacia laboral.

Salanova y Schaufeli (2013) describieron el engagement como un componente específico del proceso motivacional que ejerce una influencia positiva en el compromiso con la empresa, resultando en un rendimiento elevado y una mayor eficacia en la atención. Asimismo, Pacheco y Duran (citados en Bravo, 2013) mencionan que, además de la vigor, tenacidad y dedicación laboral son aspectos importantes del engagement, ya que los individuos continúan trabajando a pesar de los desafíos y obstáculos.

El engagement desempeña un papel fundamental en el proceso de incentivación y tiene un impacto importante en el compromiso dentro de la empresa, lo que se traduce en un mayor rendimiento y una mayor calidad en el servicio ofrecido. Los empleados con un compromiso elevado muestran una alta energía, una gran resistencia mental y una dedicación constante en sus labores. La autoconfianza y los recursos personales son requisitos esenciales para lograr un desempeño eficaz en el trabajo y un sólido compromiso. La relación entre las habilidades personales y rendimiento en el

trabajo da como resultado un beneficio mutuo, lo que significa que un alto grado de compromiso en las organizaciones contribuye a mejorar tanto el rendimiento de los trabajadores como el de la propia organización.

Robbins & Judge (2016) definen la comunicación organizacional como un proceso dinámico y continuo entre las personas de una comunidad social. Implica mantener una estructura de identificación dentro de las organizaciones. La importancia actual del capital humano en las organizaciones pone de relieve la necesidad de diseñar estrategias y métodos que propicien condiciones óptimas para los empleados.

En un estudio llevado a cabo por el Instituto Politécnico Nacional-Escuela Superior de Economía en 2018, se puso de relieve la relevancia de la comunicación corporativa en el contexto de la competitividad y la cohesión de las compañías en México. El estudio resalta que la comunicación organizacional se considera fundamental tanto para utilizar las tecnologías de la información y la comunicación con el fin de simplificar la comunicación entre los miembros tanto dentro como fuera de las organizaciones. Sin embargo, en México, la comunicación y vinculación entre empresas y universidades es escasa o deficiente.

Por consiguiente, la investigación se enfoca en conocer la relación entre la comunicación organizacional y el engagement en trabajadores de una empresa de construcción en Jaén.

1.1. Antecedentes de Estudio

1.1.1 Antecedentes Internacionales

Balarezo (2014) realizó un estudio sobre la asociación entre la comunicación interna en una empresa de construcción en Jaén y el progreso organizacional. El estudio tuvo como objetivo identificar el problema de fondo, sus causas y efectos, y proponer pautas para optimizar la comunicación en el seno de la organización. La muestra estuvo conformada por 30 colaboradores. Los resultados dieron a conocer las carencias en la comunicación interna de la organización estaban teniendo un impacto negativo en la armonización de las tareas en la organización. Asimismo, se observó que la comunicación interna en una empresa ejercía una influencia directa en la disminución de la productividad, el desarrollo de la empresa y las disposiciones de los trabajadores. También, se detectó que muchos trabajadores percibían que la comunicación interna rara vez contribuía a una coordinación efectiva dentro de la organización, lo que apuntaba a una deficiencia en esta área.

En su investigación titulada "Relación entre la Comunicación Organizacional y la satisfacción Laboral", Baiz & García (2006) analizan la relevancia de la comunicación organizacional en el crecimiento de una empresa en Venezuela. Para este estudio, se utilizaron 50 participantes, divididos en dos grupos de igual tamaño, compuestos por 25 empleados y 25 trabajadores operativos. Los resultados subrayan que la falta de una comunicación organizacional interna efectiva tenía un impacto negativo en la armonización de las tareas en la organización.

En el año 2017, Dacal llevó a cabo una investigación en una empresa dedicada al desarrollo de software ubicada en la Provincia de Córdoba, Argentina. El fin de esta investigación fue determinar la conexión entre el grupo de empleados como un activo laboral y el concepto de compromiso (engagement). La metodología utilizada fue productiva, correlacional y longitudinal, utilizando cuestionarios cerrados en escala de tipo Likert y estudios estadísticos. Sin embargo, los resultados obtenidos no mostraron evidencia de coincidencia entre las variables de estudio.

En su investigación denominada "Evaluación de la Comunicación Organizacional" en Colombia, Gómez (2009) presentó hallazgos que reflejan un nivel bajo en todos los aspectos del ambiente laboral, lo que se convierte en un punto crítico a mejorar dentro de la entidad. La problemática más significativa se observa en la comunicación horizontal, que se encuentra en niveles muy bajos y resulta en una falta de colaboración entre los empleados en el trabajo en equipo. Esto da lugar a un ambiente laboral poco propicio para la convivencia y, cuando se combina con la deficiente comunicación, puede generar un clima de hostilidad en el entorno de trabajo.

Gómez & Prowesk (2011) realizaron un estudio que se centró en una empresa de productos lácteos en Cali, Colombia, con el objetivo de analizar la relación entre la comunicación interna y la cultura organizacional en una empresa familiar. Se utilizó un enfoque descriptivo con un diseño transversal y se recopilaron datos en un solo momento utilizando el Cuestionario de Diagnóstico de la Cultura Organizacional de Cameron y Quinn (1999). Participaron en el estudio 66 empleados de distintas organizaciones.

Los resultados revelaron que la cultura organizacional se identificaba como una cultura de tipo "clan," enfocada hacia el interior de la empresa, lo cual es una característica común en las empresas familiares. Esta cultura tendía a generar deficiencias en la comunicación interna. Además, estas deficiencias también se manifestaban en la comunicación descendente, donde se utilizaban medios como circulares, folletos o la transmisión oral a través de los supervisores directos.

En Finlandia, Hakanen, Bakker y Schaufeli (2006) llevaron a cabo una investigación con un grupo representativo de profesores con el fin de examinar la relación entre los recursos laborales y el compromiso. Los hallazgos revelaron una asociación positiva entre los cinco recursos analizados y el compromiso, el cual a su vez estuvo vinculado con la dedicación de los profesores a la organización. Por otro lado, el síndrome de Burnout fue predicho por tres demandas laborales y un déficit en los cinco recursos laborales. Específicamente, el Burnout se manifestó como una respuesta a las demandas laborales que afectaban la salud de los profesores. Además, se encontró que el compromiso organizacional desempeñaba el papel de intermediario en la conexión entre los recursos laborales.

Lisbona Ana, Morales Francisco y Palací Francisco (2006) llevaron a cabo una investigación sobre "el engagement como resultado de la socialización organizacional". Su principal propósito fue verificar si los elementos de formación, comprensión y proyecciones a futuro se correlacionaban de manera positiva con el compromiso. Para llevar a cabo este estudio, utilizaron el instrumento de inventario social organizacional planteado por Taormina (1994), que fue adaptado y validado en el idioma español por Bravo, Gómez Jacinto y Montalbán (2004), y lo aplicaron como parte del análisis del engagement se obtuvo la traducción española de Salanova. Los hallazgos señalaron que los ámbitos de formación, comprensión y perspectivas futuras están positivamente correlacionados con el compromiso.

Schaufeli, Llorens, Piero y Grau (200) realizaron una investigación sobre la Work Engagement Scale y los cinco dominios de la socialización. Los resultados señalaron que hay una correlación positiva entre las tres facetas del compromiso y los cinco ámbitos de la socialización. Asimismo, se observaron relaciones positivas y estadísticamente significativas entre los cinco ámbitos de la

socialización, a excepción de las perspectivas de futuro. Además, no se identificaron diferencias significativas basadas en el género. Asimismo, se halló una relación directa entre las dimensiones del compromiso.

En 2012, Silva llevó a cabo una investigación de carácter descriptivo en la Universidad Mar de Plata de Argentina, centrándose en el compromiso y el agotamiento de los trabajadores voluntarios de investigaciones públicas en EBSCO Host. Se analizaron 104 documentos científicos sobre el tema utilizando el portal de bases de datos EBSCO Host. Los resultados indicaron un creciente interés por parte de quienes estudiaron este tema específico.

1.1.2 Antecedentes Nacionales

Celis (2001) llevó a cabo un estudio en la empresa agroindustrial San Jacinto SA, donde investigó la relación entre la política de recursos humanos de la empresa, la comunicación interna y el ambiente laboral. Los resultados pusieron de manifiesto carencias en la comunicación interna que afectaban la dinámica y el ambiente laboral. La investigación se centró en el análisis de los canales de comunicación interna de la empresa y en aspectos relacionados con la percepción del ambiente laboral.

Por otro lado, Loli (2006) realizó un estudio en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos para examinar el compromiso organizacional de los empleados de una universidad pública en Lima y su relación con factores demográficos. Los resultados reflejaron una inclinación positiva hacia el compromiso organizacional y encontraron correlaciones positivas y estadísticamente significativas entre la satisfacción general en el trabajo y diversas dimensiones del compromiso laboral, como el compromiso afectivo, la jerarquía en el puesto y el deseo de permanecer en la organización. Sin embargo, también se identificó una relación negativa y significativa entre la satisfacción general en el trabajo y el compromiso de garantía. Además, se observó una conexión positiva y significativa entre el compromiso con el trabajo y aspectos como el compromiso afectivo, la intención de permanecer en la organización y la jerarquía en el puesto.

Además, Rosell (2012) realizó una investigación sobre la satisfacción laboral y la implicación emocional de los empleados en una tienda minorista en Trujillo. Los resultados revelaron que cada uno de los aspectos relacionados con la implicación emocional mostraba un nivel medio, pero en general, se observaban niveles bajos en términos de vigor y absorción emocional, mientras que la dedicación al trabajo presentaba una tendencia más satisfactoria. Además, se identificó una relación significativa entre la satisfacción en el trabajo y la dedicación al compromiso, lo que significa que a mayor satisfacción con el entorno laboral, se correlacionaba con un mayor compromiso y dedicación hacia el trabajo.

Salazar (2014) realizó un estudio acerca de las propiedades psicométricas de la Escala Utrecht de compromiso en empleados del servicio público. La investigación se llevó a cabo con una muestra de 404 empleados y empleó un enfoque descriptivo junto con un muestreo no probabilístico por conveniencia. Los resultados demostraron que las características psicométricas del instrumento eran válidas y fiables, lo que sugiere que es posible medir el constructo del compromiso de manera eficaz en poblaciones similares. Estos hallazgos contribuyen al entendimiento de las propiedades psicométricas de la escala Utrecht de engagement.

Por otro lado, Sillipu (2017) emprendió una investigación para explorar la relación entre el compromiso y la satisfacción laboral entre agentes de empresas de seguridad y vigilancia privada en la ciudad de Piura. El estudio adoptó un enfoque descriptivo-correlacional y aplicó la Escala Utrecht de Engagement en el Trabajo (UWES17) a una muestra de 258 agentes. Los resultados revelaron que no existía una relación significativa entre el compromiso y la satisfacción laboral, ya que el coeficiente de correlación era de $-0,031$ y tenía un nivel de significancia de $0,460$. Además, no se encontraron conexiones significativas entre los factores relacionados con la tarea, las condiciones de trabajo, el reconocimiento personal y/o social, y los beneficios económicos con las dimensiones del compromiso (vigor, dedicación y absorción). En cuanto a los niveles de compromiso se obtuvo un 92%, mientras que en satisfacción laboral se obtuvo un nivel insatisfecho con el 42%.

1.2. Teorías relacionadas al tema

1.2.1 Engagement

El término "engagement" según Webster (1979, citado por Schaufeli y Enzmann, 2014) se refiere a la implicación o compromiso emocional de los empleados en su trabajo, aunque no hay un acuerdo unánime sobre su significado. El término se obtuvo por primera vez a finales de los noventa por la empresa Gallup, y aunque se utiliza indistintamente con "engagement en el trabajo", se prefiere esta última por ser más específica (Buckingham y Coffman, 1999). Actualmente, hay más de 65.000 artículos relacionados con el compromiso, y se ha encontrado que las instituciones que fomentan el compromiso experimentan una mayor productividad y retención de empleados. Los trabajadores con un alto nivel de compromiso muestran un mejor rendimiento y compromiso con su trabajo (Schaufeli, 1999).

Definiciones de Engagement

El término "engagement," según Kahn en 1990 (como se menciona en Casuso en 2016), hace alusión a la implicación activa de los colaboradores de una empresa en sus roles laborales, manifestándose física, cognitiva y emocionalmente mientras llevan a cabo sus tareas. También se

puede definir como un sentimiento de responsabilidad y dedicación hacia el trabajo, de tal manera que adquiere una importancia significativa para el individuo. El compromiso se caracteriza por un estado mental que se distingue por niveles altos de vigor, entusiasmo y dedicación hacia las responsabilidades laborales. Este concepto se considera un componente que contribuye a fortalecer la calidad de vida en las organizaciones y está estrechamente relacionado con la motivación de los empleados (Britt, 1999).

El compromiso en el trabajo, según Schaufeli y colaboradores (2002), se refiere a un estado mental positivo y comprende tres aspectos: vigor, dedicación y absorción. Vigor implica energía y disposición para enfrentar las tareas laborales, dedicación involucra entusiasmo y enfrentar desafíos, y absorción se refiere a la concentración y disfrute en la labor realizada.

Por otro lado, Maslach y Leiter (1997) conceptualizan el engagement utilizando diversas categorías, que incluyen la energía y la vitalidad, la implicación y el compromiso, así como la eficacia en el lugar de trabajo. El compromiso sigue siendo un concepto que fomenta la calidad de vida en las organizaciones y está estrechamente vinculado con la motivación de los colaboradores.

Salanova, Martínez y Llorens (2005) describen el compromiso laboral como un estado psicológico positivo asociado al trabajo, marcado por vitalidad y una dedicación completa en las tareas laborales. Este compromiso puede ser examinado desde dos perspectivas: la organizacional y la colectiva. Desde una perspectiva organizacional, está asociado de manera positiva con el rendimiento y la dedicación a la empresa, y de manera negativa con la rotación y la probabilidad de renunciar al trabajo. Desde una visión grupal, el compromiso se evidencia como un proceso psicosocial que emerge en los colectivos, fortaleciendo la aptitud para trabajar en equipo. En resumen, el compromiso organizacional es una noción que impulsa el bienestar y la calidad de vida en el entorno laboral y está relacionado con la motivación de los empleados.

Teorías explicativas del engagement

La noción de engagement en el ámbito laboral ha sido abordada desde dos enfoques. Según la primera perspectiva presentada por Maslach y Leiter (1997), el engagement y el burnout representan los extremos de un continuo de "bienestar laboral". El compromiso implica energía, dedicación y efectividad, en contraposición al agotamiento, cinismo y falta de eficacia del burnout. La segunda perspectiva analiza la relación entre el burnout y el compromiso en empleados de diferentes áreas. El compromiso se caracteriza por un estado psicológico positivo en el trabajo, caracterizado por vitalidad, dedicación total y completa inmersión en las tareas laborales.

Por lo tanto, niveles bajos de agotamiento y cinismo, junto con un alto nivel de eficacia profesional medido a través del MBI (Maslach, Jackson y Leiter, 1996), indicarían un estado de engagement. Schaufeli y Bakker sugieren que el burnout y el engagement pueden coexistir de manera independiente, a pesar de ser conceptos opuestos.

Los autores indican una restricción en el enfoque anterior, que reside en la obligación de realizar una evaluación tanto el engagement como el burnout con un solo instrumento, como el MBI. Argumentan que esta aproximación ha sido objeto de dos críticas principales.

En primer lugar, critican la imposibilidad de que el engagement y el burnout mantengan una relación negativa perfecta, ya que un empleado que no está quemado no necesariamente está completamente comprometido con su trabajo, y viceversa. Además, Plantean dudas sobre la viabilidad de examinar la relación entre estos dos conceptos utilizando un solo instrumento de evaluación. Para abordar estas limitaciones, los autores crean la Escala de Compromiso Laboral (WES, por sus siglas en inglés), un instrumento que evalúa el engagement de manera independiente al burnout. El WES mide el compromiso en función de tres dimensiones: vitalidad, dedicación total y completa inmersión en el trabajo. Las dos primeras facetas muestran una correlación inversa con las dimensiones del burnout, es decir, el agotamiento y el cinismo, en tanto que la tercera faceta guarda una relación positiva con la eficacia profesional.

El compromiso laboral se define como un estado psicológico positivo asociado al trabajo, que se distingue por la presencia de energía, una dedicación significativa y completa inmersión en las tareas laborales, según Schaufeli y Bakker (2003). Además, Salanova (2009) señala que el engagement es un estado cognitivo y emocional duradero en el tiempo, no limitado a un objeto o situación específicos. Aunque existe controversia en torno a estas interpretaciones, un número creciente de investigadores están empezando a ver el burnout y el engagement como conceptos teóricamente diferentes que pueden ser analizados de manera independiente.

En cuanto a las causas del engagement, la investigación científica ha identificado diversos factores, como recursos laborales y personales, la capacidad de recuperarse después del esfuerzo y la influencia emocional fuera del trabajo.

El compromiso en el trabajo se relaciona positivamente con factores motivacionales como el apoyo social, retroalimentación, autonomía, diversidad de tareas y oportunidades de formación. Estudios indican que a mayor disponibilidad de recursos en el trabajo, aumenta la probabilidad de tener empleados comprometidos. En resumen, esto resalta el poder motivacional de los recursos laborales, tal como lo propuso la teoría de las características del puesto de (Hackman y Oldham, 1980).

Además, Sonnetang (2003) demostró que el entorno laboral tiene un efecto positivo en el nivel de compromiso, permitiendo a los empleados recuperarse de las exigencias físicas, mentales y emocionales del trabajo diario. Aquellos que se recuperan adecuadamente del estrés laboral del día anterior muestran niveles más altos de compromiso al día siguiente, a diferencia de aquellos que no logran hacerlo. Estos altos niveles de compromiso motivan a los empleados a tomar nuevas iniciativas y establecer metas frescas en su trabajo. En resumen, el compromiso es un estado psicológico positivo asociado al trabajo, influenciado por factores laborales y personales, la capacidad de recuperación y las influencias emocionales fuera del entorno laboral.

En investigaciones previas, se ha comprobado que los empleados que experimentan emociones positivas tanto en su trabajo como en su vida familiar presentan niveles más elevados de compromiso laboral, en contraste con aquellos que no experimentan estas emociones positivas en ambos entornos. Esto sugiere que la armonía entre la jornada laboral y vida familiar está relacionada con el compromiso laboral.

Este fenómeno se conoce como "spill over" de emociones, donde las emociones positivas se transmiten entre distintos entornos estimulantes. Además, se ha notado que los niveles de energía y compromiso laboral de una pareja tienen un impacto en los niveles de energía y compromiso de la otra pareja, lo que sugiere que el compromiso laboral puede propagarse entre ellos. Este proceso de contagio emocional se refiere a cómo las expresiones emocionales de otras personas pueden influir en nuestras propias emociones a través de gestos faciales, vocalizaciones, posturas y al compromiso laboral, y este compromiso puede ser compartido entre ellos debido al contagio emocional. En resumen, estos hallazgos destacan la importancia del equilibrio entre la vida laboral y familia, así como movimientos. En resumen, la conexión entre emociones positivas en el trabajo y la vida familiar está vinculada a la influencia mutua del engagement entre las parejas.

Dimensiones del engagement

Según Schaufeli et al. (2002), el engagement se caracteriza por tres dimensiones clave:

Vigor: Implica tener altos niveles de energía en el trabajo, una firme determinación para esforzarse en las tareas laborales, persistencia incluso frente a desafíos, y una disposición positiva para invertir esfuerzo en el trabajo.

Dedicación: Se manifiesta a través de sentir un alto significado en el trabajo, entusiasmo, inspiración, orgullo y desafío en las tareas laborales realizadas.

Absorción: Esta dimensión se refiere a estar completamente centrado en el trabajo, sentir que el tiempo pasa rápidamente debido a la inmersión en las tareas y tener dificultades para desconectar debido a la satisfacción y la concentración intensa en la labor.

Estas dimensiones van más allá de la mera eficacia y sugieren que los trabajadores comprometidos se sienten totalmente absorbidos por sus responsabilidades laborales, experimentando una alta satisfacción personal.

En cuanto a los factores que promueven el engagement, Schaufeli y Salanova (2007) sugieren que incluyen los recursos laborales y las experiencias positivas en el ámbito familiar. Además, destacan el papel del contagio emocional y la motivación tanto a nivel individual como grupal. Esto implica que varios factores, incluido el liderazgo, influyen en el engagement.

Según Wefald (citado en Silva, 2013), la teoría de las características del trabajo plantea que la diversidad de habilidades, la identificación con las tareas, la relevancia de estas, la autonomía y el feedback son factores que promueven un estado emocional positivo en el entorno laboral. Esta teoría también indica que la presencia de estos factores se vincula con la satisfacción en el trabajo, la motivación y la disminución de la ausencia y la rotación de empleados.

Además, de acuerdo con Hobfoll (1989) y su teoría de la conservación de recursos, las personas se sienten impulsadas por la búsqueda y preservación de recursos laborales, así como por el interés en incrementarlos. En resumen, diversos factores, como recursos laborales, experiencias familiares positivas y motivación, influyen en el engagement laboral, y estas teorías subrayan la importancia de mantener y aumentar los recursos en el trabajo para promover el compromiso y la satisfacción laboral.

Las potenciales ramificaciones del compromiso laboral, tal como indica Wefald (citado en Schaufeli y Salanova, 2007), abarcan actitudes favorables hacia el trabajo y la entidad, como la satisfacción laboral, la dedicación y el sentido de pertenencia a la organización. Además, las personas con alto engagement tienden a mostrar mayor iniciativa, comportamiento proactivo y una creciente motivación en el trabajo. El engagement también puede actuar como mediador en la relación entre los recursos laborales y estas conductas organizativas positivas. Wefald destaca que estas son cualidades que las empresas buscan y fomentan en sus trabajadores, y las personas con engagement tienden a permanecer en sus puestos de trabajo durante más tiempo.

Los beneficios del engagement en los empleados, según Schaufeli y Bakker (2004), incluyen experimentar emociones positivas como alegría y entusiasmo, lo que facilita la adquisición de nuevas habilidades y la ampliación de los recursos personales para ser más eficientes en sus tareas.

Además, los trabajadores altamente comprometidos experimentan una salud física y mental más positiva, lo que les permite centrarse en sus tareas laborales y canalizar toda su energía hacia el trabajo. Además, este compromiso impulsa a los empleados a buscar y crear sus propios recursos en el ámbito laboral, lo que les facilita la consecución de metas y objetivos profesionales. Por último, los empleados con un alto grado de compromiso transmiten esta dedicación a sus colegas, lo que a su vez mejora de manera indirecta el desempeño del equipo.

En el contexto de según Clure y Bohrt (citados en Bravo, 2013), indican que la ausencia de compromiso puede reducir el rendimiento de las compañías. Esto se debe a que aquellos individuos con niveles bajos de compromiso tienen una mayor tendencia a dejar sus puestos o buscar empleo en otro lugar, lo que puede generar gastos y costos asociados con la rotación de personal. El compromiso laboral elevado se refleja en una menor necesidad de supervisión, ya que los empleados interiorizan la importancia de cumplir con los objetivos corporativos. Además, los niveles de compromiso pueden servir como indicadores del desempeño laboral, dado que los empleados comprometidos se alinean fácilmente con los objetivos y valores de la empresa, lo cual contribuye a mejoras duraderas en el entorno laboral. En resumen, el compromiso laboral conlleva múltiples ventajas tanto para los empleados como para las organizaciones, como actitudes positivas, mejoras en la salud y un mayor rendimiento en el trabajo. Por otro lado, la falta de compromiso puede estar asociada con factores como la reducción de beneficios, la falta de capacitación y la escasez de oportunidades de ascenso, lo que puede resultar en un compromiso débil hacia la empresa (según América Económica, 2012, citado en Bravo, 2013).

Según la revista digital América Económica (2012), el compromiso laboral se basa en una relación de reciprocidad entre el empleado y la empresa. La actitud de los empleadores hacia los trabajadores ha evolucionado, ya que ahora se los considera recursos de corto plazo en lugar de activos fijos de la empresa. Esto significa que los empleados ya no esperan trabajar para la misma empresa toda su vida y buscan nuevas oportunidades cuando sienten que no pueden crecer más en su empleo actual. La revista subraya la importancia de factores externos, como el interés del empleador en el bienestar y desarrollo del trabajador, así como la transparencia en los procesos internos de la organización, para fomentar el compromiso laboral.

En lo que respecta al fomento del compromiso en la organización, Raigosa y Marín (2010, citados en Bravo, 2013) presentan cuatro fuentes de creencias que influyen en la dedicación de los trabajadores. Estas fuentes comprenden la vivencia personal de éxito y competencia, que fortalece la confianza en la propia habilidad; la observación de los triunfos y desafíos de otros, que eleva la confianza en las propias capacidades al presenciar ejemplos de éxito; la persuasión verbal, que convence a los empleados de sus habilidades y fomenta su sentido de eficacia personal. En

resumen, el compromiso laboral se basa en una relación de reciprocidad entre el empleado y la empresa, y el desarrollo del engagement en la organización se apoya en la experiencia personal, la observación de otros y la persuasión verbal para fortalecer la creencia en las propias capacidades de los empleados; y el estímulo de la sensación de competencia desencadena estados emocionales activadores, como un aumento en la energía y vitalidad en su rutina diaria. Es fundamental resaltar el papel desempeñado por la organización y por los facilitadores, incluyendo los supervisores directos, en la cultivación de estas creencias en los empleados. El rol que desempeñan estos facilitadores conlleva una percepción positiva para los trabajadores, ya que indica acciones que promueven niveles elevados de energía, dedicación y concentración (Raigosa y Marín, 2010, citados en Bravo, 2013).

Origen de la comunicación organizacional:

En los años 60, Redding y Sanborn (1964) definieron la comunicación organizacional como el flujo de información en una empresa, abarcando mensajes laborales, iniciativas de motivación y programas de retroalimentación entre líderes y empleados. Katz y Kahn (1966) propusieron una tipología que sugiere analizar las funciones de la comunicación en dos niveles: a nivel organizativo general se pueden estudiar cuatro funciones principales: producción, mantenimiento, adaptación y dirección. A nivel más específico se analizan las funciones de comunicación en relaciones individuales, como la interacción entre superiores y subordinados. Estas funciones específicas incluyen instrucciones para tareas laborales, justificaciones de actividades, procedimientos organizativos e información ideológica para fomentar un sentido de propósito (Fernández, 2002). En esa época, la comunicación organizacional se convirtió en un tema de gran importancia dentro de las organizaciones, considerándose el proceso social más significativo (Fernández, 2002).

Thayer (1968) definió la comunicación organizacional como el flujo de información que facilita los procesos de comunicación e intercomunicación en la organización. En 1973, se fundó la Asociación Mexicana de Comunicaciones Internas A.C. (AMCI), la cual en 1986 modificó su nombre a Asociación Mexicana de Comunicación Organizacional A.C. (AMCO) con el fin de abarcar el estudio de la comunicación tanto interna como externa y la comunicación integral. La AMCO se enfoca en la investigación de la comunicación en las organizaciones y proporciona herramientas para mejorar su efectividad (Llano, 1996; León, 2006). La comunicación organizacional se convirtió en una disciplina esencial para las organizaciones en los años 80, ya que les ayudó a adaptarse a los cambios de la globalización.

Definición de comunicación organizacional:

Zúñiga (2008) enfatiza que para fomentar relaciones humanas productivas, los líderes deben exhibir una actitud positiva, promover una comunicación clara y honesta, fomentar la participación

y crear una atmósfera de confianza. Según Sayago (2008), las interacciones entre los miembros de una organización se construyen a través de la comunicación organizacional, involucrando asignación de roles, delegación de responsabilidades, construcción de compromisos y sentido de pertenencia a la organización. La comunicación organizacional es un proceso continuo en el que participan todos los empleados y es crucial para los directivos, ya que las funciones de planificación, organización y control sólo se materializan a través de la comunicación organizacional (Llano, 1996; León, 2006). En resumen, la comunicación organizacional es pieza clave para la eficacia de las relaciones y el funcionamiento de las organizaciones.

La comunicación organizacional juega un papel crucial en las operaciones administrativas y desempeña un papel esencial en la identificación, evaluación y formación de los líderes. Asimismo, tiene un impacto significativo en la efectividad del liderazgo y en la instauración de un ambiente que promueva la motivación. Además, la comunicación organizacional asegura que los eventos y el desempeño estén alineados con los planes establecidos. Sin embargo, medir su retorno de inversión es complicado, ya que sus resultados no se traducen fácilmente en cifras de ventas (Gámez, 2007).

La comunicación organizacional se puede entender de tres maneras diferentes Fernández (2006) y Andrade (2005): como un fenómeno que abarca todos los mensajes intercambiados entre los colaboradores de una empresa y sus públicos, como un método que define cómo se presenta esta comunicación, y como un conjunto de estrategias y acciones que promueven la circulación de información con el fin de alcanzar las metas de la organización.

Hernández (2009) indica que esta comunicación desempeña un papel crucial en la integración, superación y logro de objetivos dentro de la organización sin interferir directamente en las funciones de otros departamentos. Su influencia se extiende a áreas como la motivación de los empleados y la prevención de conflictos internos relacionados con la información.

Por otro lado, según Brandolini, Gonzales y Hopkins (2009) las organizaciones están constantemente comunicando, ya sea mediante la emisión de mensajes o el silencio. Los procesos comunicacionales mantienen a las organizaciones como redes de relaciones en las que participan diversos actores. Se distinguen dos tipos principales de comunicación en una organización: externa e interna.

Chiavenato (2005) define la comunicación organizacional como un sistema de colaboración en el cual las personas colaboran de manera lógica y deliberada para alcanzar metas compartidas. Por su parte, Giraudier (2004) destaca que la calidad del entorno social en una organización está

fuertemente influenciada por la actitud y el nivel de comunicación entre los directivos y el personal. Esto se debe a que la satisfacción de los empleados y su conexión con la empresa están directamente relacionadas con la interacción que tienen con los líderes. Esta relación debe basarse en una comunicación efectiva, confianza mutua y reconocimiento al colaborador.

La comunicación organizacional, según Fernández (1999), comprende todos los mensajes intercambiados entre los miembros de una organización y entre esta y su entorno. Implica el uso de diversas técnicas y actividades para facilitar la circulación de información entre los miembros y con el entorno. Es un componente vital para el funcionamiento de cualquier organización, sin importar su tamaño, ya que la existencia de una organización depende de una comunicación efectiva. Su objetivo primordial es influir en las opiniones, actitudes y comportamientos tanto de los miembros internos como de los públicos externos de la organización. En resumen, la comunicación organizacional es esencial para fomentar la cooperación, establecer un ambiente social propicio y contribuir al éxito de cualquier organización. Existen varios tipos de comunicación en una organización:

Comunicación Descendente: Este tipo de comunicación se origina en los niveles jerárquicamente superiores de la organización y se dirige hacia los niveles inferiores. Fernández (1999) identifica cinco formas de esta comunicación: la entrega de instrucciones de trabajo, la explicación razonada de tareas, la provisión de información sobre procedimientos y prácticas organizacionales, la retroalimentación sobre la ejecución del trabajo y la transmisión de mensajes de carácter ideológico asociados con la misión de la organización.

Comunicación Ascendente: Refiere a la comunicación que surge desde los niveles más bajos de la organización y se dirige hacia los niveles superiores. Esto puede manifestarse a través de mecanismos como buzones de sugerencias, reuniones grupales y procesos para presentar quejas.

Comunicación Horizontal: Esta forma de comunicación tiene lugar entre distintas funciones o departamentos dentro de la organización y resulta crucial para coordinar y conectar los diversos aspectos del trabajo en la empresa.

Comunicación Diagonal: Ocurre cuando la comunicación atraviesa diferentes funciones y niveles de la organización. Es especialmente relevante cuando los miembros de la organización no pueden comunicarse eficazmente a través de otros canales.

En cuanto a la naturaleza de la comunicación:

Comunicación Interna: Sayago (2009) define la comunicación interna como las acciones llevadas a cabo dentro de la organización para fomentar relaciones positivas entre sus miembros y para proporcionar comunicación, cohesión y motivación con el fin de alcanzar los objetivos establecidos. Este tipo de comunicación está dirigido al personal interno de la organización.

Comunicación Externa: Consiste en el conjunto de mensajes que una organización emite hacia sus diversos públicos externos. Estos mensajes tienen la finalidad de mantener o mejorar las relaciones con estos públicos, proyectar una imagen favorable y promover productos y servicios. Los públicos externos pueden incluir accionistas, proveedores, clientes, distribuidores, autoridades gubernamentales, medios de comunicación y otros.

Clasificación de la comunicación interna

En una empresa, podemos identificar dos grandes categorías de comunicación: formal e informal. La comunicación formal se refiere a asuntos laborales y es planificada, sistemática y estructurada por la empresa. Utiliza canales oficialmente establecidos y generalmente se expresa por escrito. Este tipo de comunicación suele ser más lenta debido a la necesidad de seguir las normas y los plazos institucionales.

Por otro lado, la comunicación informal se centra en temas laborales que no se transmiten a través de los canales formales. En su lugar, utiliza canales no oficiales, como conversaciones entre colegas, encuentros en lugares informales como pasillos, baños, cafeterías o ascensores, entre otros.

Es crucial señalar que la comunicación informal no debe ser confundida con el canal informal. Por ejemplo, un desayuno de trabajo organizado por un líder de la empresa sigue siendo una forma de comunicación formal, incluso si se lleva a cabo en un ambiente más relajado. Las organizaciones de éxito reconocen la importancia de la comunicación y la información, ya que reconocen su contribución fundamental para mejorar el ambiente comunicativo y el entorno laboral.

1.3. Formulación del Problema

¿Existe relación entre La Comunicación Organizacional y Engagement en trabajadores de una empresa de construcción?

1.4. Justificación e Importancia del estudio

Hoy en día, hay una creciente preocupación por mejorar las condiciones de trabajo, con el objetivo de que las personas puedan desempeñar sus labores de manera eficaz y sentirse satisfechas. Esto, a su vez, contribuye a que las personas se adapten mejor a las demandas laborales, lo que ha llevado a la aparición de nuevas áreas laborales y profesiones para satisfacer las necesidades. Esta investigación será beneficiosa tanto para estudiantes como para investigadores, ya que servirá como referencia para futuros estudios.

El estudio en cuestión permitirá la planificación de acciones que promuevan el bienestar psicológico de los empleados en las organizaciones. Esto incluye fomentar la proactividad, la iniciativa personal y la asunción de responsabilidades para el desarrollo personal orientado hacia la excelencia. El comportamiento organizacional enfrenta desafíos y oportunidades, y es crucial que los trabajadores se identifiquen con sus organizaciones para facilitar su crecimiento personal y profesional. Esto, a su vez, contribuye a la productividad y el éxito de la empresa en su conjunto. Los hallazgos de la investigación proporcionarán a los gerentes de diversas organizaciones información valiosa sobre la variable en estudio.

La motivación detrás del análisis del engagement surge de la necesidad de comprender mejor esta variable, que a menudo no se reconoce ni se valora lo suficiente en las organizaciones, a pesar de su impacto positivo en ellas. La investigación será particularmente útil para la organización al ayudar a evaluar el nivel de comunicación organizacional y engagement entre sus colaboradores. Esta información servirá como base para iniciar procesos de mejora centrados en los trabajadores y el servicio que proporciona la organización.

1.5. Hipótesis

Hipótesis General

Existe relación entre comunicación organizacional y engagement en trabajadores de una empresa de construcción de Jaén.

Hipótesis Específicas

Existe relación entre las dimensiones de comunicación organizacional y las dimensiones de engagement de una empresa de construcción de Jaén.

1.6. Objetivos

1.6.1 Objetivo General

Determinar la relación entre comunicación organizacional y engagement en trabajadores de una empresa de construcción de Jaén.

1.6.2 Objetivos Específicos

Conocer los niveles de la comunicación organizacional de una empresa de construcción de Jaén.

Conocer las dimensiones de engagement en trabajadores de una empresa de construcción de Jaén.

Determinar la relación entre las dimensiones de comunicación organizacional y las dimensiones de engagement de una empresa de construcción de Jaén.

II. MATERIAL Y MÉTODO

2.1. Tipo y Diseño de Investigación

El estudio realizado se enmarca en una investigación cuantitativa no experimental, lo que significa que no se manipularon deliberadamente las variables independientes, ya que estas se desarrollaron naturalmente. Este enfoque de investigación implica observar los fenómenos en su entorno real y luego analizarlos posteriormente (Hernández et al., 2014):

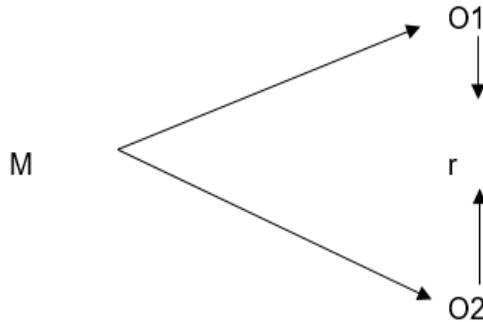


Figura 1: Diseño de la investigación

Dónde:

M : Trabajadores de la empresa de Jaen.

r : la correlación entre las variables.

O1 : Observacionales: Comunicación organizacional

O2 : Observacionales: Engagement

2.2. Población y muestra

La población estuvo conformada por 81 trabajadores de las diferentes áreas de la empresa, de la ciudad de Jaén, cuyas edades oscilaron entre 20 y 34 años. De esta manera, debido a la naturaleza de la población y al contexto que se presentaba, se optó por trabajar con la totalidad, debido a que poseen características en común (Hernández et al., 2010).

Criterios de inclusión

Personas trabajadoras de ambos sexos.

Colaboradores de la empresa con contrato vigente.

Personas que cuyas edades oscilan entre 20 y 34 años.

Criterios de exclusión

Personas mayores de 34 años y menores de 20 años.

Ex trabajadores de la empresa.

2.3. Variables, Operacionalización

2.3.1 Variables

2.3.1.1 Comunicación Organizacional

La comunicación organizacional implica el intercambio total de mensajes que tiene lugar entre los miembros de una organización y entre la empresa y su entorno.

2.3.1.2 Engagement

El compromiso, según la definición de Schaufeli y sus colaboradores (2002), se refiere a un estado psicológico positivo asociado al trabajo y se distingue por tres componentes: vigor, dedicación y absorción. Vigor se caracteriza por una alta energía y una disposición para esforzarse en las tareas laborales. Dedicación implica sentir entusiasmo y estar inspirado en el trabajo. Por último, absorción se relaciona con la concentración y la sensación de perder la noción del tiempo mientras se trabaja. El Cuestionario de Engagement UWES de Hallberg Ulrika E. y Schaufeli Wilmar (1999) evalúa el engagement mediante estas tres dimensiones.

2.3.2 Operacionalización

Variable	Dimensiones	Indicadores	Instrumentos
Engagement	1. Vigor	Esta dimensión se caracteriza por niveles elevados de vigor y activación mental en el trabajo, junto con un sentimiento de entusiasmo, orgullo e inspiración en las tareas laborales, como señalan (Schaufeli y Bakker, 2004).	Cuestionario de engagement UWES de Hallberg Ulrika E., Schaufeli Wilmar (1999).
	2. Dedicación	Estaca por generar una sensación de importancia y desafío, según la misma fuente (Schaufeli y Bakker, 2004).	
	3. Absorción	Se distingue por una intensa concentración que hace que el tiempo pase velozmente y se torne complicado desconectarse de las obligaciones laborales, como mencionan Salanova y Schaufeli (citado en Prieto, 2012).	
Comunicación Organizacional	Comunicación Descendente	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10 (10 Ítems)	Escala de Comunicación Organizacional (eco) Fernández (1999)
	Comunicación Ascendente	11,12,13,14,15,16,17,18,19 (9 ítems)	
	Comunicación Horizontal	20,21,22,23,24 (5 Ítems)	
	Comunicación Diagonal	25,26,27,28 (4 ítems)	

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.1 Métodos y Técnicas

Se empleó un enfoque cuantitativo en el estudio, el cual se centra en la recopilación y examen de datos con el fin de validar hipótesis y identificar tendencias de comportamiento en una población, mediante el uso de mediciones numéricas y análisis estadísticos. Para obtener la información necesaria, se aplicó el método de encuestas, que consiste en una serie de preguntas estandarizadas destinadas a obtener un mejor entendimiento de un problema específico. Además, se utilizó una

técnica psicométrica, ya que el instrumento utilizado en la investigación constituye una medida objetiva y tipificada de una muestra de comportamiento.

2.4.2 Instrumentos

Se aplicó el cuestionario como instrumento de recolección de datos:

Escala de Engagement

En la investigación se empleó la Escala de Engagement en el Trabajo de Utrecht (UWES), adaptada para Perú por Pedro Segundo Jaramillo Arica en 2011, basada en la adaptación original realizada por Wilmar Schaufeli y Arndold Bakker en 1990. Este cuestionario consta de 17 preguntas con respuestas valoradas de 0 a 4 en una escala tipo Lickert.

La UWES se estructura en tres secciones que evalúan las dimensiones de vigor, dedicación y absorción en el trabajo. El vigor mide la energía y la resistencia mental en el trabajo, con 5 ítems. La dedicación se relaciona con el significado atribuido al trabajo, el entusiasmo y el orgullo en él, con 6 ítems. La absorción refleja la concentración en el trabajo y la dificultad para desconectar debido al disfrute, con 6 ítems. La suma de estas tres dimensiones proporciona un puntaje total y tres puntajes parciales para cada subescala.

El objetivo del cuestionario es evaluar el nivel de engagement en el trabajo, y su validación psicométrica demostró una alta confiabilidad, con un alfa de Cronbach de 0,94. El cuestionario es autoadministrado y puede aplicarse individualmente o en grupo, con un tiempo de respuesta de 5 a 10 minutos por persona. Los puntajes obtenidos se clasifican en cinco categorías: muy bajo, bajo, promedio, alto y muy alto, según la puntuación total.

Tabla 2

Valores del Cuestionario de UWES

	CUESTIONARIO DE UWES			
	% TOTAL	VIGOR	DEDICACION	ABSORCION
MUY BAJO	< 5	<=2,50	<=1,40	<=1,20
BAJO	5-24	2,6-3,51	1,41-2,99	1,21-2,5
MEDIO	25-74	3,52-4,99	3-4,99	2,6-4,1
ALTO	75-95	5-5,99	4,6-5,5	4,2/5,1
MUY ALTO	>95	>=6	>=5,6	>=5,2

Escala de Comunicación Organizacional

El instrumento utilizado en la investigación fue la Escala de Comunicación Organizacional (ECO), desarrollada por Fernandez Collao en 2009. Esta escala consta de 28 preguntas y se puede administrar tanto de manera individual como en grupo, con un tiempo aproximado de 30 minutos por participante. La ECO se centra en evaluar la percepción global y específica de la comunicación organizacional en una organización, incluyendo la comunicación descendente, ascendente, horizontal y transversal. Utiliza una escala Likert para recopilar las respuestas.

Para llevar a cabo la encuesta, se requieren herramientas básicas como lápiz y borrador. El propósito principal de esta escala es medir cómo perciben los empleados la comunicación en la organización en la que trabajan. Para validar la escala, se utilizaron dos enfoques: el criterio de expertos, en el que tres psicólogos revisaron los ítems de la escala para evaluar si medían el constructo deseado, y el método Ítem-Test, que implicó correlacionar cada pregunta con el puntaje total para determinar su validez. Cabe mencionar que el párrafo no contiene información sobre la fuente de los resultados de la investigación o los participantes involucrados.

Coeficientes 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

2.5. Procedimientos de análisis de datos

Los datos obtenidos de los cuestionarios fueron ingresados en una matriz de base de datos en Microsoft Excel 2013 y posteriormente exportados al programa SPSS Statistics 22.0 para el análisis estadístico. Se utilizaron medidas de tendencia como la media y medidas de dispersión como mínimo,

máximo y desviación estándar, así como frecuencias absolutas simples y porcentuales. Para contrastar la hipótesis a estudiar, el tipo de datos, el nivel de medición de las variables y el grupo de estudio, se aplicó la prueba no paramétrica coeficiente de asociación Pearson, que se utiliza para conocer la relación entre dos variables medidas en un nivel de medición ordinal.

Además, se realizó el contraste de la hipótesis nula de normalidad de las puntuaciones, frente a la hipótesis alternativa de no normalidad, y se utilizó el estadístico de normalidad Kolmogorov-Smirnov para sustentar estadísticamente el análisis de la correlación de Spearman.

2.6. Criterios Éticos

Se elaboró un documento para solicitar el consentimiento de la empresa para la aplicación de los instrumentos de la investigación, el cual debía ser firmado por el director de la empresa. Además, se adjuntó a los cuestionarios un documento de Consentimiento Informado para los participantes. Se explicaron las instrucciones de cada instrumento a los participantes del estudio.

2.7. Criterios de rigor científico

La información presentada en el documento fue validada en cuanto a su credibilidad, siguiendo los criterios establecidos por Lincoln y Guba (1985). Los criterios de rigor científico de la investigación se basaron en lo expuesto por Céspedes (2011), quien señaló que la objetividad, confiabilidad y validez de los instrumentos utilizados son fundamentales para garantizar el rigor científico de la investigación.

Credibilidad

La credibilidad se refiere al grado en que los resultados de una investigación reflejan una imagen clara y representativa de la realidad o situación estudiada. En otras palabras, se trata de la medida en que los resultados son verdaderos para las personas que han experimentado o estado en contacto con el fenómeno investigado. Para garantizar la credibilidad de una investigación, es importante que los instrumentos utilizados sean objetivos, confiables y válidos.

III. RESULTADOS

3.1. Resultados en Tablas y Figuras

Tabla 1: Relación entre la comunicación Organizacional con Engagement en trabajadores de una empresa de construcción de Jaén.

Correlación entre la Comunicación Organizacional y el Engagement.

VARIABLES	ENGAGEMENT		
	R	r ²	p
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	0,44	20%	0.000**

Nota: r: Correlación de Pearson.

r²: Coeficiente de Determinación

p: *p<.05, una cola. **p<.01, dos colas

Los resultados muestran que hay una fuerte relación positiva entre el compromiso de los empleados y la comunicación dentro de la organización, con un coeficiente de correlación de 0.44 y un nivel de significancia estadísticamente relevante (p<.01). Además, el coeficiente de determinación (r²) revela que la comunicación organizacional tiene un impacto del 20%, dando a conocer que mientras mayor sea la comunicación organizacional mayor será el Engagement. por lo cual se acepta la hipótesis general de la investigación.

Tabla 02: NIVEL GENERAL DE ENGAGEMENT

Niveles Generales de Engagement

NIVEL	N	%
MUY BAJO	0	0
BAJO	24	29
MEDIO	57	71
ALTO	0	0
MUY ALTO	0	0
TOTAL	81	100

Nota: Elaboración Propia

Fuente: Datos de encuesta aplicada a los 81 colaboradores de la empresa de Jaén

La tabla 2 muestra que la mayoría de los empleados en la empresa de Jaén tienen un nivel medio de compromiso afectivo cognitivo, representando el 71% de la muestra. Además, se observa un nivel bajo de compromiso en el 29% de los colaboradores. No se encontraron niveles muy bajos, altos o muy altos de compromiso en esta población.

Tabla 03: NIVELES DE ENGAGEMENT

Tabla 3: Niveles de Vigor, Dedicación y Absorción, como componentes del Engagement.

Niveles	Vigor		Dedicación		Absorción	
	N	%	N	%	N	%
Muy Bajo	0	0	0	0	0	0
Bajo	24	29	0	0	25	30
Medio	57	71	81	100	50	70
Alto	0	0	0	0	0	0
Muy Alto	0	0	0	0	0	0
Total	81	100	81	100	81	100

Nota: Elaboración Propia

La tabla 3 muestra los niveles de los tres componentes del Engagement en los colaboradores de la empresa de Jaén. Se observa que tienen un nivel medio en general, con un nivel bajo en vigor y absorción, lo que significa que tienen una energía mental y concentración relativamente limitadas en el trabajo. En lo que respecta a la dedicación, se observa que existe un nivel de compromiso laboral moderado, lo que indica un grado de entusiasmo o inspiración moderados hacia el trabajo. Sin embargo, no se identifican niveles de dedicación "muy bajos", ni tampoco niveles "altos" o "muy altos" en ninguno de los aspectos evaluados.

Tabla 04: Niveles de la comunicación organizacional en los trabajadores de una empresa de Jaén.

Comunicación Organizacional		
	N	Porcentaje
Medio	50	62
Alto	31	38
Total	81	100

Nota. Total de participantes = 81
 62% logro un nivel medio
 38% se ubica en un nivel alto

La tabla 04 presenta los niveles de comunicación organizacional entre los trabajadores. Enfatiza que un 38% de los empleados exhiben un nivel de comunicación alto, lo que indica una interacción efectiva y eficaz entre los colaboradores, lo que probablemente influye positivamente en la productividad organizacional. Por otro lado, se observa que el 62% posee un nivel medio de habilidades comunicativas, lo que significa que algo más de la mitad de los trabajadores emplean la comunicación de manera adecuada. En resumen, la mayoría de los empleados demuestran una comunicación eficaz, lo cual puede estar correlacionado con un desempeño positivo en la empresa.

Tabla 05: Determinar la relación entre la comunicación descendente y la escala de Vigort

	Valor	Sig. Aproximada
Ordinal por Ordinal	Gamma	,309
N de casos válidos	81	,001

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

En la Tabla 5, se evidencia una relación positiva significativa, pero débil, entre el área descendente y la escala de Vigor, con un coeficiente de correlación de 0.309 ($p < 0.01$).

Tabla 06: Determinar la relación entre el indicador comunicación descendente y Dedicación

	Valor	Sig. Aproximada
Ordinal por ordinal	Gamma ,338	,000
N de casos válidos	81	

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

****** $p < .01$: Existe relación altamente significativa

En la Tabla 6, se observa una relación positiva igualmente significativa, pero también débil, entre el área descendente y la escala de Absorción, con un coeficiente de correlación de 0.338 ($p < 0.01$).

Tabla 07, Determinar la relación entre el indicador comunicación descendente y Absorción

		Valor	Sig. aproximada
Ordinal por Ordinal	Gamma	,582	,000
N de casos válidos		81	

En la Tabla 7, se muestra que existe una relación positiva significativa, aunque débil, entre el área descendente y la escala de estabilidad, con un coeficiente de correlación de 0.388 ($p < 0.01$).

Tabla 08, Determinar la relación entre el indicador comunicación Ascendente y Vigort

		Valor	Sig. aproximada
Ordinal por Ordinal	Gamma	,550	,000
N de casos válidos		81	

En la Tabla 08, se observa una relación significativa, pero de nivel medio, entre el área ascendente y la escala de Vigor, con un coeficiente de correlación de 0.582 ($p < 0.01$)

Tabla 09, Determinar la relación entre el indicador comunicación Ascendente y Dedicación.

		Valor	Sig. aproximada
Ordinal por ordinal	Gamma	,550	,000
N de casos válidos		81	

En la Tabla 9, se identifica una relación significativa y de nivel medio entre el área ascendente y la escala de Dedicación, con un coeficiente de correlación de 0.550 ($p < 0.01$).

Tabla 10, Determinar la relación entre el indicador comunicación Ascendente y Absorción

		Valor	Sig. aproximada
Ordinal por ordinal	Gamma	,619	,000
N de casos válidos		81	

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

**** $p < .01$: Existe relación altamente significativa**

En la Tabla 10, se identifica una relación positiva significativa y de nivel medio entre el área ascendente y la escala de Absorción, con un coeficiente de correlación de 0.619 ($p < 0.01$).

Tabla 11, Determinar la relación entre el indicador comunicación Horizontal y Vigort

	Valor	Sig. aproximada
Ordinal por Gamma	,246	,010
ordinal		
N de casos válidos	81	

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

**** $p < .01$: Existe relación altamente significativa**

En la Tabla 11, se muestra una relación positiva significativa pero débil entre el área horizontal y la escala de Vigor, con un coeficiente de correlación de 0.246 ($p < 0.01$).

Tabla 12, Determinar la relación entre el indicador comunicación Horizontal y Dedicación

	Valor	Sig. aproximada
Ordinal por Gamma	,251	,007
ordinal		
N de casos válidos	81	

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

**** $p < .01$: Existe relación altamente significativa**

En la Tabla 12, se observa una correlación positiva significativa pero también débil entre el área horizontal y la escala de Dedicación, con un coeficiente de correlación de 0.251 ($p < 0.01$).

Tabla 13, Determinar la relación entre el indicador comunicación Horizontal y Absorción

	Valor	Sig. aproximada
Ordinal por Gamma ordinal	,393	,000
N de casos válidos	81	

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

** $p < .01$: Existe relación altamente significativa

En la Tabla 13, se destaca una correlación positiva significativa y de nivel medio entre el área horizontal y la escala de Absorción, con un coeficiente de correlación de 0.393 ($p < 0.01$).

Tabla 14, Determinar la relación entre el indicador comunicación Diagonal y Vigort

	Valor	Sig. aproximada
Ordinal por Gamma ordinal	-,035	,722
N de casos válidos	81	

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

En la Tabla 14, no se encuentra una correlación significativa entre el área diagonal y la escala de Vigort, ya que el nivel de significancia es mayor a 0.05, lo que indica independencia entre estas variables.

Tabla 15, Determinar la relación entre el indicador comunicación Diagonal y Dedicación

		Valor	Sig. aproximada
Ordinal por Ordinal	Gamma	-,061	,505
N de casos válidos		81	

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

En la Tabla 15, tampoco se detecta una correlación significativa entre el área diagonal y la escala de Dedicación, ya que el nivel de significancia es mayor a 0.05, lo que señala independencia entre estas variables.

Tabla 16, Determinar la relación entre el indicador comunicación Diagonal y Absorción

		Valor	Sig. aproximada
Ordinal por ordinal	Gamma	-,034	,721
N de casos válidos		81	

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

En la Tabla 16, igualmente, no se muestra una correlación significativa entre el área diagonal y la escala de Absorción, ya que el nivel de significancia es mayor a 0.05, lo que indica independencia entre estas variables.

3.1. Discusión de resultados

El objetivo principal de este estudio fue examinar la relación entre la comunicación organizacional y el engagement en los empleados de una empresa en Jaén. Los resultados revelaron una relación directa significativa entre el engagement y la comunicación organizacional ($r=0,44$; $p<.01$). El coeficiente de

determinación ($r^2=20\%$) indicó que la comunicación organizacional influye en un 20% en el nivel de engagement. Por lo tanto, se confirmó la hipótesis general de la investigación: existe una correlación entre la Comunicación Organizacional y el Engagement en los empleados de una empresa de construcción en Jaén. Esto implica que una comunicación efectiva desde la dirección hasta la base, incluyendo retroalimentación, instrucciones claras, sugerencias y reuniones, fomenta el interés, el compromiso y un ambiente positivo en el trabajo. Estos resultados concuerdan con estudios previos que destacan la importancia de la comunicación para fortalecer una organización y prevenir problemas como la insatisfacción laboral y los conflictos. La comunicación organizacional también desempeña un papel fundamental en la asignación de funciones y la construcción de relaciones dentro de la empresa, según Sayago (2008).

En relación a los niveles de engagement, se nota que la empresa de Jaén cuenta con un predominio de empleados que exhiben un nivel moderado de compromiso afectivo y cognitivo, que representa un 71% de la muestra. Esto significa que una parte significativa de los colaboradores muestra un estado mental positivo y satisfactorio en relación con su trabajo. Estos resultados coinciden con investigaciones previas de Salanova & Schaufeli (2009), Silipu (2017) y Dacal (2017) que respaldan esta tendencia, aunque difieren de los hallazgos de Bazán (2017), que no reportó niveles "altos" o "muy altos" de compromiso organizacional.

En cuanto a los componentes del Engagement, tanto el vigor como la absorción se encuentran en un 71% en el nivel "medio", mientras que el 100% de los colaboradores se sitúa en el nivel "medio" en el caso de la dedicación. Estos resultados son consistentes con investigaciones previas de Silipu (2017), Dacal (2017) y Bazán (2017), que también encontraron que la mayoría de los componentes del engagement se ubicaban en el nivel "medio". Esto implica que los empleados muestran una resistencia mental y un deseo de esforzarse en su trabajo, así como un sentimiento de entusiasmo, inspiración y significado en sus tareas laborales. Estos componentes, conocidos como vigor, dedicación y absorción, se alinean con los términos utilizados por Salanova et al. (2009) en investigaciones anteriores.

En términos de comunicación organizacional, se nota que el 62% de los empleados demuestra una competencia de nivel medio en la gestión de información y mensajes dentro de la organización. Esto implica que un poco más de la mitad de los trabajadores se desenvuelven de manera adecuada en cuanto a la comunicación en la empresa. Asimismo, un 38% de los empleados se encuentra en un nivel alto, lo que indica

que en la organización se fomenta la expresión de opiniones, actitudes y comportamientos productivos para alcanzar los objetivos. Estos resultados contrastan con los hallazgos de Gómez (2009) en una empresa en Colombia, que encontró un nivel más bajo en la variable de comunicación organizacional relacionada con el clima laboral. Por otro lado, Hernández (2009) enfatiza que la comunicación organizacional en una empresa se percibe mediante los beneficios que aporta y cómo facilita la cooperación entre los miembros para alcanzar objetivos en común, según Chiavenato (2005).

En lo que concierne a la correlación entre el área descendente y los tres componentes del engagement, se encontró una relación débil con el factor vigor ($r = .309$; $p < .01$), una correlación directa perfecta con el factor dedicación ($r = .388$; $p < .01$), y una correlación positiva significativa con el factor absorción ($r = 0.388$; $p < .01$). Estos resultados se alinean con la definición de engagement como un estado mental positivo y relacionado con el trabajo. Además, según Brandolini, Gonzales & Hopkins (2009), la comunicación es parte fundamental de las relaciones en una organización, donde diversos actores participan en los procesos comunicativos. La comunicación organizacional, que comprende tanto la comunicación externa como la interna, trabaja de manera conjunta para alcanzar objetivos comunes.

En lo que respecta a la comunicación ascendente en la organización y su relación con las dimensiones de Vigor, Dedicación y Absorción, se encontró una correlación positiva, de nivel medio y altamente significativa. Esto indica que la comunicación fluye desde los niveles inferiores hacia los superiores, facilitando la participación de los empleados a través de buzones de sugerencias, reuniones grupales y procedimientos para presentar quejas. Además, se observaron niveles elevados de energía en los trabajadores, así como un fuerte deseo de esforzarse en sus labores y una dedicación marcada por el entusiasmo, la inspiración y la concentración. Los valores de las dimensiones de Vigor, Dedicación y Absorción tienen una significancia estadística del 1%, respaldando la concepción del engagement según la definición de Schaufeli y Bakker (2003) y Salanova (2009). Esta relación demuestra que la comunicación organizacional es esencial en cualquier tipo de organización, ya que implica el intercambio de mensajes entre los miembros de la empresa y su entorno. Además, se sugiere que el engagement puede tener consecuencias positivas como actitudes favorables hacia el trabajo, mejor salud y un mayor sentido de pertenencia a la organización.

En lo que respecta al área horizontal de comunicación organizacional y su relación con las escalas de Vigor, Dedicación y Absorción, se encontró una relación positiva, pero de nivel débil y altamente significativa entre

el Área Horizontal de Comunicación Organizacional y las tres escalas mencionadas. Esto señala que la comunicación que se produce entre las diferentes áreas es crucial para coordinar y unificar las diversas funciones en la organización. También se notaron elevados niveles de energía en los trabajadores, quienes muestran una gran disposición para esforzarse en sus labores. La dedicación se evidencia en su entusiasmo, inspiración y la concentración en sus tareas. Se hace referencia a un estudio que demuestra que el ambiente de engagement está positivamente vinculado con la capacidad de los empleados para recuperarse de las exigencias laborales. Los empleados que se recuperan adecuadamente de las tensiones laborales tienden a tener niveles más altos de engagement. Estos altos niveles de engagement fomentan la iniciativa y el establecimiento de nuevas metas de trabajo por parte de los empleados.

Finalmente, en el área diagonal de comunicación organizacional y su relación con las escalas de vigor, dedicación y absorción, se determinó que no existe una conexión entre el Área Diagonal y las tres escalas mencionadas, lo que indica que estas variables son independientes entre sí. El Área Diagonal engloba una variedad de funciones y niveles en una organización, y es crucial identificar situaciones en las que los miembros de la organización no pueden comunicarse eficazmente por otros medios, ya que esto puede ocasionar dificultades. Se hace referencia a la idea de Andrés (2012), que señala que las emociones negativas en las organizaciones pueden generar inseguridad y temor al fracaso. También se menciona un estudio de Baiz & García (2006), que enfatiza la importancia de un sistema de comunicación e información efectivo en la estructura organizacional para fortalecer la entidad y proteger su influencia. Cuando este sistema de comunicación falla, pueden surgir problemas como malestar en la organización, un ambiente de trabajo poco adecuado, conflictos y la insatisfacción laboral.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

La relación entre el engagement y la comunicación organizacional es positiva y estadísticamente significativa, con un coeficiente de correlación de 0,44 y un nivel de significancia de $p < .01$. El coeficiente de determinación ($r^2 = 20\%$) señala que la comunicación organizacional contribuye en un 20% al engagement. Por lo tanto, se respalda la hipótesis general de la investigación que plantea una asociación entre la comunicación organizacional y el engagement en los empleados de una compañía de construcción en Jaén. Esto significa que a medida que mejora la comunicación organizacional, aumenta el engagement.

En la compañía de construcción en Jaén, la mayoría de los colaboradores exhiben un nivel intermedio de engagement (71%), seguido de un nivel bajo (29%). En los tres aspectos del engagement, se destaca principalmente un nivel intermedio, seguido de un nivel bajo en vigor y absorción, que se refieren a la energía mental y la inmersión en el trabajo. En lo que respecta a la dedicación, solo se reporta un nivel medio de implicación laboral. El engagement se define como un estado mental positivo, satisfactorio y vinculado al trabajo, que se caracteriza por vigor, dedicación y absorción.

En cuanto a los niveles de comunicación organizacional en la empresa de construcción de Jaén, el 38% de los trabajadores presenta un nivel alto, lo que indica una comunicación efectiva entre los colaboradores y una mayor productividad en la organización. El 62% de los trabajadores tiene un nivel medio, lo que significa que algo más de la mitad de ellos maneja adecuadamente la comunicación.

En el ámbito de la Comunicación Organizacional Descendente y su correlación con las dimensiones de Vigor, Absorción y Estabilidad, se identificó una relación positiva, aunque moderada, pero altamente significativa. Esto indica que la comunicación descendente tiene un impacto constructivo en el entusiasmo, absorción y estabilidad de los empleados.

Por otro lado, en el ámbito de la Comunicación Organizacional Ascendente y su relación con las dimensiones de Vigor, Dedicación y Absorción, se encontró una relación positiva, de grado medio y altamente significativa. Esto señala que la comunicación ascendente ejerce una influencia positiva en el entusiasmo, dedicación y absorción de los empleados.

En síntesis, la comunicación organizacional juega un rol determinante en el compromiso de los empleados. Predomina un nivel intermedio de engagement entre la mayoría de los colaboradores. Además, se evidencia una comunicación efectiva en la organización, especialmente en los aspectos descendentes y ascendentes, los cuales están vinculados con los niveles de vigor, dedicación y absorción de los empleados.

En el Área Horizontal de Comunicación Organizacional, se identificó una relación positiva débil pero altamente significativa con las escalas de Vigor, Dedicación y Absorción. La escala de Vigor tiene una significancia bilateral con un nivel de $p < 0,01$, la escala de Dedicación tiene una significancia bilateral con un nivel de $p < 0,007$, y la escala de Absorción ($p < 0,000$). Esto indica que existe una conexión positiva, aunque débil, pero estadísticamente significativa entre el Área Horizontal de Comunicación Organizacional y los niveles de Vigor, Dedicación y Absorción de los empleados.

En cambio, en el Área Diagonal de Comunicación Organizacional, no se encontró una relación significativa con las escalas de Vigor, Dedicación y Absorción. La escala de Vigor tiene una significancia bilateral con un nivel de $p > 0,05$, al igual que la escala de Dedicación y la escala de Absorción. Esto sugiere que no hay una relación significativa entre el Área Diagonal y las escalas mencionadas, lo que indica independencia entre estas variables.

4.2. Recomendaciones

Colaborar con los líderes de la empresa para crear una estrategia de comunicación que incluya protocolos, normativas y directrices, con el objetivo de mejorar el engagement de los empleados.

Organizar talleres destinados a mejorar la comunicación en la organización, fortaleciendo así las relaciones entre los colaboradores, lo que a su vez mejorará el engagement y el desempeño del equipo de trabajo.

Se sugiere incorporar a un psicólogo organizacional en el equipo para analizar en profundidad los factores relacionados con el Engagement, utilizando diversas técnicas como Role Playing, lluvia de ideas y evaluación de 360 grados, con el fin de ayudar a los colaboradores a concentrarse mejor en el trabajo y a encontrar un equilibrio entre la vida laboral y personal.

Fomentar la investigación en el campo de la comunicación organizacional y el engagement, alentando a futuros investigadores a contribuir al conocimiento científico y comprender los desafíos en estas áreas.

REFERENCIAS

- Amorós, E. (2007) Comportamiento Organizacional. En busca del desarrollo de ventajas competitivas-Lambayeque. Tesis para optar el grado de doctor en psicología. Universidad Cesar Vallejo. Trujillo.
- Andrade, H. (2005) Comunicación Organizacional Interna: Proceso, Disciplina y Técnica. España: Netbiblio.
- Balarezo, B. (2014). La comunicación organizacional interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de una empresa. Trabajo de Investigación previo a la obtención del Título de Ingeniero de Empresas. Facultad de ciencias administrativas. Universidad Técnica de Ambato, Ambato – Ecuador. Recuperado el 18 de Agosto del 2019 de: <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/6696/1/132%20o.e..pdf>
- Baiz, A., y García, E. (2006) Relación entre la Comunicación Organizacional y la Satisfacción laboral, Caso: Lubebras. (Tesis de grado en Relaciones industriales). Universidad Católica Andrés. Caracas – Venezuela
- Bazán, K. (2017) Motivación Laboral Y Engagement en el Personal Administrativo de la Universidad Privada Antonio Guillermo URRELO S.A.C. 2017. (Tesis de Post-Grado) Universidad Privada Antonio Urrelo. Recuperado de <http://repositorio.upagu.edu.pe/handle/UPAGU>
- Benevides-Pereira D., Fraiz, P. & Porto-Martins. (2009) *Escala Utrecht de Engagement en el Trabajo. Introducción a la primera versión al español*: GEPEB - Grupo de Estudios de Pesquisas sobre Estres y Burnout. Traducido en noviembre de 2011. Original: UWES – Utrecht Work Engagement Scale Preliminary Manual Wilmar Schaufeli y Arnold Bakker [Version 1, November 2003] Recuperado el 18 de junio de 2019 de https://www.wilmarschaufeli.nl/publications/Schaufeli/Test%20Manuals/Test_manual_UWES_Espanol.pdf.
- Berlo, D. (1979) El Proceso de Comunicación. La Plata: Editorial Ateneo.
- Brandolini, Gonzales & Hopkins. (2009) Comunicación Organizacional. Buenos aires: La Crujía.
- Cabanillas, M. & Biancato, (2016) Y. Correlación entre la motivación laboral y el compromiso organizacional con el Engagement en el personal docente y administrativo de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo S.A.C. 2016 [Tesis Doctoral]. Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo. Perú. Recuperado el 18 de Agosto de 2019 de <http://repositorio.upagu.edu.pe/handle/UPAGU/255>

- Celis (2001) Comunicación interna y clima laboral en empresa Industrial San Jacinto [http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/tesis/human/Alvarez_V_S/cap3 .pdf](http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/tesis/human/Alvarez_V_S/cap3.pdf)
- Chiavenato, I. (2007). Administración de Recursos Humanos. (5ta. Ed). Santa Fe de Bogotá: Editorial Mc. Graw Hill. Hispanoamericana S.A.
- Chiavenato, I. (2005) Comportamiento Organizacional. La dinámica del éxito *en las organizaciones*. México: Thomson Learning.
- Dacal, I. (2017) Recursos Laborales y Engagement. Estudio de caso con equipos de trabajo en una empresa de desarrollo de software de Córdoba durante el Período 2015/2016. (Tesis de Grado). Universidad Siglo XXI. Argentina. Recuperado de <https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/.../DACAL%20MENDEZ%20IGNACIO.pdf?..>
- Fernández, C. (2006) La comunicación en las Organizaciones. México. Editorial Trillas.
- Furnham, A. (2001) Psicología Organizacional: El comportamiento del individuo en las organizaciones. MéxicoDf.: Oxford.
- Flores (1992) El comportamiento Humano en las Organizaciones. Tesis para optar el grado de Licenciado en Psicología. Universidad del Pacífico. Lima.
- Gómez, J (2009) Diagnóstico de comunicación Organizacional de Pedro Gómez y Cía. Tesis para optar el grado de licenciado en psicología. Universidad Javariana. Bogotá.
- Hernández, L. (2009) ¿Vale la pena invertir en la comunicación organizacional? Revista Mi espacio. Recuperado el 17 de Agosto 2019 http://www.infosol.com.mx/espacio/cont/trinchera/comunicacion_organizational
- Hernández R., Fernández C. & Baptista P. (2004) *Metodología de la Investigación*. (3era ed). México: Mc Graw Hill.
- Lisbona, A. Morales F. & Palací F. (2009). El engagement como resultado de la socialización organizacional. En *International Journal of Psychology and Psychological Therapy* 2009, 9 (1) 89-100. Universidad

Nacional de Educación a Distancia, Madrid, España. Recuperado el 07 de agosto de 2019 de <http://www.ijpsy.com/volumen9/num1/223/el-engagement-como-resultado-de-la-socializaci-ES.pdf>

Martínez de Velasco, A. (2006) Comunicación Organizacional Práctica: Manual Gerencial. México: Trillas.

Ramis Palmer, Ma., Manassero M. Ferrer, V. Pérez & García-Buades, E. (2007) No es fácil ser un buen jefe/a! Influencia de las habilidades comunicativas de la dirección sobre la motivación, la autoeficacia y la satisfacción de sus equipos de trabajo. En *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 2007, vol. 23 (Nº 216). 161-181 ISSN: 1576-5962 Publicación de la Facultad de Psicología. Universidad de las Islas Baleares.

Redding & Sanborn (1964) Comunicación organizacional como el envío y recibo de información dentro de una organización. Recuperado el 28 de Setiembre del 2019 de <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/cu/2012/mpa.html>

Salanova, M. & W. Schaufeli. (2009) "El engagement en el trabajo. Cuando el trabajo se convierte en pasión". *Anales de Psicología*, vol. 25, (2) 397-398 Publicación de la Universidad de Murcia, España. Disponible Recuperado el 29 de agosto de 2019 de <http://www.redalyc.org/pdf/167/16712958022.pdf>

Sayago, L. (2009) Investigación en Comunicación Organizacional. Argentina: El Cid Editor.

Sayago (2008) Comunicación estratégica como elemento potenciador del talento humano en las organizaciones <http://publicaciones.urbe.edu/index.php/coeptum/article/viewArticle/3551/4999>

Silipu, S. (2017) "Engagement y Satisfacción Laboral en agentes de Empresas de Seguridad y Vigilancia Privada, en la ciudad de Piura" [Tesis de Grado]. Universidad Cejar Vallejo. Perú. Recuperado el 26 de julio de 2019 de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/10742/silup_u_as.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Thayer (1968) *Flujo de datos que sirven en procesos de comunicación en la organización* <http://www.eumed.net/librosgratis/2011a/898/Comunicacion%20Organizacional.htm>

Toro, R. (2014). *Escala de Comunicación Organizacional*. *Revista Científica del Colegio de Psicólogos del Perú*. Vol. 3. Año 13.

Tuesta Calderón, M. N. (2010). *Autoevaluación de la calidad de la comunicación organizacional interna en la institución educativa "Santo Toribio de Mogrovejo" del distrito de Zaña-Chiclayo, 2010. Tesis para optar el grado de Doctor en Educación. Unidad de Posgrado. Universidad Santo Toribio de Mogrovejo.*

Van Domselar, E. y Cajaraville, A. (2007) El director de comunicación: Ubicación y Dependencia, Factores claves. Madrid. Editorial Aranzadi

Vértice. (2009) Técnicas de comunicación con personas dependientes en instituciones. España: Editorial Vértice Publicaciones Málaga.

Zúñiga, A. (2008) La Comunicación Organizacional en las Relaciones Humanas. Recuperado el 16 de Setiembre del 2019 de <http://www.dequate.com/infocentros/gerencia/rrhh/comu.html>

Anexos

CUESTIONARIO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Edad:

Fecha: / /

Sexo: M F

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.			
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.			

CUESTIONARIO PARA EVALUAR ENGAGEMENT

EMPRESA: _____

CARGO: _____ ANTIGÜEDAD: _____ EDAD: _____

Este cuestionario tiene como objetivo estudiar el compromiso laboral, las respuestas de este cuestionario sirven únicamente para esta investigación y serán confidenciales.

INSTRUCCIONES: A continuación, se presenta una serie de opiniones vinculadas al trabajo y a su actividad en la misma. Le agradecemos que responda marcando con un aspa (X) en el recuadro, la respuesta que para usted sea la indicada. No hay respuesta buena ni mala, ya que todas son opiniones. Por favor responda con total sinceridad, recuerde que es anónima.

GRACIAS POR SU COOPERACIÓN

Por favor, lea cuidadosamente los siguientes enunciados y conteste con total sinceridad según su punto de vista. Si Ud. nunca se ha sentido así coloque "0" (cero), y en caso contrario responda del 1 al 4, teniendo en cuenta la siguiente escala de respuesta:

Nunca: 0	Casi Nunca: 1	No sabe/No responde: 2	Casi siempre : 3	Siempre : 4
DIMENSIONES/ITEMS				RESPUESTA
VIGOR				
1. En mi trabajo me siento lleno de energía				
2. Mi trabajo está lleno de significado y propósito				
3. Estoy inmerso en mi trabajo				
4. Soy fuerte y vigoroso en mi trabajo				
5. Soy muy persistente en mi trabajo				
2. DEDICACIÓN				
2.1. Estoy entusiasmado con mi trabajo				
2.2. Mi trabajo es retador o desafiante				
2.3. Mi trabajo me inspira				
2.4. Cuando me levanto por las mañanas tengo ganas de ir a trabajar				

2.5. Soy feliz cuando estoy absorto (inmerso) en mi trabajo	
2.6. Estoy orgulloso del trabajo que hago	
3. ABSORCIÓN	
3.1. El tiempo vuela cuando estoy trabajando	
3.2. Puedo continuar trabajando durante largos períodos de tiempo	
3.3. Cuando estoy trabajando olvido todo lo que pasa alrededor de mí	
3.4. Me “dejo llevar” por mi trabajo	
3.5. Me es difícil ‘desconectarme’ de mi trabajo	
3.6. Incluso cuando las cosas no van bien, continuo trabajando	



ACTA DE REVISIÓN DE SIMILITUD DE LA INVESTIGACIÓN

Yo **MG. MERINO HIDALGO DARWIN RICHARD** docente del curso de **Investigación II** del Programa de Estudios de **PSICOLOGIA** , luego de revisar la investigación del (los) estudiante(s), **Pablo Elky Diaz Hernández** , titulada:

Comunicación organizacional y engagement en trabajadores de una empresa de construcción de Jaén – 2020

Dejo constancia que la investigación antes indicada tiene un índice de similitud del 23%, verificable en el reporte de originalidad mediante el software de similitud TURNITIN. Por lo que se concluye que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con lo establecido en la Directiva sobre índice de similitud de los productos académicos y de investigación en la Universidad Señor de Sipán S.A.C. vigente.

En virtud de lo antes mencionado, firma:

MG. MERINO HIDALGO DARWIN RICHARD	DNI: 18143841	
-----------------------------------	---------------	---

Pimentel, 17 de abril de 2024.



ACTA DE APROBACIÓN DEL ASESOR

Yo **MERINO HIDALGO DARWIN RICHARD**, quien suscribe como asesor designado mediante Resolución de Facultad N° **0874-2021/FDH-USS**, del proyecto de investigación titulado **Comunicación Organizacional y Engagement en trabajadores de una empresa de Construcción de Jaen-2020**, desarrollado por el estudiante **Pablo Elky Diaz Hernández**, del programa de estudios de **Psicología**, acredito haber revisado, y declaro expedito para que continúe con el trámite pertinentes.

En virtud de lo antes mencionado, firman:

MG. MERINO HIDALGO DARWIN RICHARD	DNI: 18143841	
--	----------------------	---

Pimentel, 17 de abril de 2024.

MODELO DE AUTORIZACIÓN PARA EL RECOJO DE INFORMACIÓN

Jaén , 25 de Marzo de 2024

Quien suscribe:

Sr.

Representante Legal – Empresa PROYECTOS DE INVERSION CONSULTORA Y EJECUTORA S.A.C –
PROINCE S.A.C

AUTORIZA: Permiso para recojo de información pertinente en función del proyecto de investigación,
denominado:

**Comunicación organizacional y engagement en trabajadores de una empresa de
construcción de Jaén – 2020**

Por el presente, el que suscribe, señor **José Antonio Paredes Vásquez** representante legal de la empresa: **PROYECTOS DE INVERSION CONSULTORA Y EJECUTORA S.A.C – PROINCE S.A.C** ,AUTORIZO al estudiante: **Pablo Elky Díaz Hernández**, identificado con DNI N°**40756432**, de la Escuela Profesional de Psicología, y autor del trabajo de investigación denominado **Comunicación organizacional y engagement en trabajadores de una empresa de construcción de Jaén – 2020**, al uso de dicha información que conforma el expediente técnico así como hojas de memorias, cálculos entre otros como planos para efectos exclusivamente académicos de la elaboración de tesis, enunciada líneas arriba de quien solicita se garantice la absoluta confidencialidad de la información solicitada.

Atentamente.

PROYECTOS DE INVERSION
CONSULTORA Y EJECUTORA S.A.C.


Ing. José Antonio Paredes Vásquez
GERENTE

José Antonio Paredes Vásquez
GERENTE GENERAL
DNI N° 40804934