



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD  
ESCUELA PROFESIONAL DE PSICOLOGÍA

**Phubbing y comunicación organizacional en trabajadores de  
empresas de Ate, 2020**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Psicología

**AUTORA:**

Rojas Gómez Lesly Vanessa (ORCID: 0000-0002-6788-6323)

**ASESOR:**

García García Eddy Eugenio (ORCID: 0000-0003-3267-6980)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Desarrollo Organizacional

LIMA - PERÚ

2020

## **Dedicatoria**

Dedico el presente trabajo de investigación a mis padres, que de manera desinteresada me han apoyado en el transcurso de mi carrera, alentándome a seguir adelante con esfuerzo y dedicación, enseñándome a levantarme después de cada tropiezo sin importar la dificultad; a mis hermanas, que son mi más grande motor.

## **Agradecimiento**

Agradezco a mis docentes por la paciencia y la dedicación de enseñar a los alumnos, por todos los conocimientos que me han brindado a lo largo de mi carrera; en especial a mi asesor García García Eddy, quien fue un gran apoyo, fuente de conocimiento y sabiduría en el proceso de la investigación.

## Índice

Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Resumen .....	vi
Abstract.....	vii
<b>I. Introducción.....</b>	<b>1</b>
<b>II. Marco Teórico .....</b>	<b>4</b>
<b>III. Metodología .....</b>	<b>13</b>
<b>3.1. Tipo y diseño de investigación .....</b>	<b>13</b>
<b>3.2. Variables y Operacionalización.....</b>	<b>14</b>
<b>3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....</b>	<b>15</b>
<b>3.3.1. Técnica de recolección de datos .....</b>	<b>15</b>
<b>3.3.2. Instrumentos de recolección de datos .....</b>	<b>16</b>
<b>3.4. Procedimientos .....</b>	<b>17</b>
<b>3.5. Método de análisis de datos .....</b>	<b>17</b>
<b>3.6. Aspectos éticos .....</b>	<b>18</b>
<b>IV. Resultados .....</b>	<b>19</b>
<b>V. Conclusiones.....</b>	<b>23</b>
<b>VI. Recomendaciones.....</b>	<b>24</b>
Referencias .....	25
Anexos	

## Índice de tablas

<b>Tabla 1</b>	Coeficiente de Correlación entre Phubbing y Comunicación Organizacional .....	19
<b>Tabla 2</b>	Coeficiente de Correlación entre Phubbing y Comunicación Ascendente .....	19
<b>Tabla 3</b>	Coeficiente de Correlación entre Phubbing y Comunicación Descendente .....	20
<b>Tabla 4</b>	Coeficiente de Correlación entre Phubbing y Comunicación Horizontal .....	20

## Resumen

En la actualidad, se ha visto que una nueva problemática ha surgido, generando así cierta incomodidad, no existen muchos estudios que investiguen esta variable; sin embargo, en la presente investigación se buscará determinar la relación entre Phubbing y Comunicación Organizacional en trabajadores de empresas de Ate. El tipo de diseño de investigación es correlacional, no experimental. La población estuvo conformada por trabajadores de empresas de Ate. Se empleó el cuestionario de Phubbing y de Comunicación Organizacional. Los resultados evidencian una correlación de tendencia fuerte en base a la relación entre Phubbing y Comunicación Organizacional ( $r=0.844$ ); una correlación de tendencia moderada y fuerte entre Phubbing y Comunicación Ascendente ( $r=0.743$ ); una correlación de tendencia fuerte entre Phubbing y Comunicación Descendente ( $r=0.836$ ); una correlación de tendencia moderada y fuerte entre Phubbing y Comunicación Horizontal ( $r=0.721$ ). Por lo que, se determinó que sí existe relación entre las variables ya mencionadas.

**Palabras clave:** Phubbing, Comunicación Organizacional.

## **Abstract**

At present time, it has been seen that a new problem has arisen, thus generating a certain discomfort, there are not many studies that investigate this variable; however, in the present investigation we will seek to determine the relationship between Phubbing and Organizational Communication in workers of Ate companies. The type of research design is correlational, not experimental. The population was made up of workers from Ate companies. The Phubbing and Organizational Communication questionnaire was used. The results show a strong trend correlation based on the relationship between Phubbing and Organizational Communication ( $r=0.844$ ); a moderate and strong trend correlation between Phubbing and Upward Communication ( $r=0.743$ ); a strong trend correlation between Phubbing and Downward Communication ( $r=0.836$ ); a moderate and strong trend correlation between Phubbing and Horizontal Communication ( $r=0.721$ ). Therefore, it was determined that there is a relationship between the variables already mentioned.

**Keywords:** Phubbing, Organizational Communication.

## I. Introducción

A lo largo de los años la tecnología ha ido avanzando a pasos agigantados, generando así diversos cambios en la vida de los seres humanos. El uso excesivo de los aparatos electrónicos ha ocasionado problemas en el aspecto personal, laboral, amical, etc., de las personas. Por otro lado, los celulares o Smartphone como lo conocemos, así como los aparatos electrónicos, han ido cambiando y ofreciéndonos diversas comodidades según el gusto del usuario, en la actualidad su uso es fundamental en la vida diaria de las personas haciéndose indispensable en la rutina de cada uno; sin embargo, su uso excesivo ha llegado a causar daño no solo a la persona que lo utiliza sino también a su entorno.

En la actualidad se puede observar como las personas emplean el celular en cualquier momento, mientras comen, transitan por las avenidas, mientras viajan en algún transporte público, incluso mientras “conversan” con otra persona, esto último genera gran malestar para la persona que trata de mantener una comunicación fluida y recibe como recompensa ser ignorado por la otra persona, esto tiene como significado Phubbing. Un joven australiano en Estados Unidos acuña el término Phubbing (combinación de Phone – teléfono y snubbing - menospreciar), al acto de ignorar a la persona con la que se supone se mantiene una conversación por prestar mayor atención al teléfono celular, mostrando así el poco interés que tiene por dicha conversación.

En base a la comunicación organizacional, los seres humanos nos basamos en algo muy práctico y sencillo, la comunicación. De manera constante, nos comunicamos de diversas formas, por medio de palabras, de acciones o incluso gestos, es por ellos que podemos decir que la comunicación es significativamente amplia. Se realizó un estudio en Perú, donde se obtuvo como resultado que el 52.68% de su población afirma que una correcta comunicación organizacional promovería a una buena la productividad en la organización, según (Saravia, 2018).

En una investigación realizada en Perú nos indica que el 65% de su población están de acuerdo cuando indican de manera general que los trabajadores de la organización se comunican de manera afuente y sin dificultades desde los niveles inferiores hasta los superiores como son las jefaturas, permitiendo así una



mejor participación de estas y una adecuada identificación del colaborador para con la empresas. Es por ello que hoy en día las mayorías de organizaciones buscan que sus trabajadores se comuniquen de una manera correcta, ya que de este modo los objetivos trazados por las mismas se logran alcanzar con menos dificultades, según (Villalobos, 2019).

Las presentes variables se han estudiado de manera separada; sin embargo, no ha sido de imposición para poder realizar la presente investigación. Por lo tanto, como problema general se formuló la siguiente interrogante ¿Existe relación entre Phubbing y Comunicación Organizacional en trabajadores de empresas de Ate, 2020?

La presente investigación como justificación practica abarcó una variable bastante nueva y poco tratada, se realizó no solo porque existía la necesidad de mejorar la comunicación organizacional en los trabajadores sino también en cómo había nacido una nueva problemática ante los ojos de la comunidad la cual no fue sino hasta la actualidad tratada, una problemática que estuvo presente durante muchos años no solo a nivel organizacional sino también a nivel familiar, amical o personal

La presente investigación como justificación teórica se basó en la importancia de conocer y brindar conocimiento sobre el tema tratado, también se relacionó ambas variables, que dicho sea de paso no habían sido estudiadas de manera correlacional hasta el momento, incluso una de ellas fue un tema bastante nuevo para la comunidad científica cuyos resultados fueron de beneficio para poder estudiar cómo una de las variables se relaciona con la otra impidiendo un correcto desarrollo de los trabajadores tanto de una manera profesional; ya que, afecta los niveles de su productividad dentro de la misma; así mismo, puede ser empleada como antecedente de futuras investigaciones que desees plantear las mismas variables, para así acrecentar los resultados conforme a sus análisis.

La presente investigación como justificación social no solo brindará aportes a la sociedad en general, debido a que la problemática que se planteó no solo afecta a las organizaciones, sino también a todo tipo de grupo social, esto porque una de

las variables involucra a los diversos aparatos electrónicos que todos o en su mayoría tienen al alcance.

Como objetivo general, OG. Determinar la relación entre Phubbing y comunicación organizacional en trabajadores de empresas de Ate, 2020. En cuanto a los objetivos específicos, OE1. Determinar la relación entre Phubbing y comunicación ascendente en trabajadores de empresas de Ate, 2020, OE2. Determinar la relación que existe entre Phubbing y comunicación descendente en trabajadores de empresas de Ate, 2020, OE3. Determinar la relación que existe entre phubbing y comunicación horizontal en trabajadores de empresas de Ate, 2020.

Como hipótesis general se consideró lo siguiente, HG. Existe relación entre Phubbing y comunicación organizacional en trabajadores de empresas de Ate, 2020. En cuanto a las hipótesis específicas, HG1. Existe relación entre Phubbing y comunicación ascendente en trabajadores de empresas de Ate, 2020, HG2. Existe relación entre phubbing y comunicación descendente en trabajadores de empresas de Ate, 2020, HG3. Existe relación entre phubbing y comunicación horizontal en trabajadores de empresas de Ate, 2020.

## II. Marco Teórico

La presente investigación fue una de las primeras en relacionar ambas variables; por lo que, al momento de buscar antecedentes, no se hallaron de manera exitosa; por otro lado, la variable Phubbing se relaciona de manera indirecta con la población de cada investigación, así como, con la tipología de la muestra.

En cuanto a los antecedentes internacionales se mencionó a Villafuerte y Vera en el 2019, en su investigación presentaron como objetivo explicar la influencia de la tecnología en el día a día de las personas, de diseño correlacional, con una muestra de 3, 743 estudiantes que oscilan entre los 23 años de edad a la cual se le aplicó una batería de preguntas creadas para la investigación, obtuvo como resultado que el 85.61% de su población se vieron impulsados en emplear la tecnología y lo que involucró la misma como las redes sociales en todo momento.

Perdomo en el 2017, en su investigación tuvo como objetivo investigar el Phubbing y la comunicación en su población, de diseño correlacional y se encontró conformada por una población de 60 estudiantes donde se trabajó con la totalidad de la población, aplicó un cuestionario a su muestra obteniendo como resultado que el 56% se da cuenta que al emplear sus celulares generan rechazo a las personas que quieren mantener comunicación con ellos, ya que es inevitable centrar toda su atención al celular desplazando a su entorno.

López y Gutiérrez en el 2016, en su investigación tuvieron como objetivo dar a conocer la existencia del Phubbing en los estudiantes dentro de una universidad y como esta variable afectó la comunicación interpersonal de los mismos; de diseño correlacional, se trabajó con 182 alumnos, donde se aplicó una encuesta creada en la misma investigación, dando como resultado que el 66% de los estudiantes han sido ignorados por otra persona mientras esta usa el celular y se han llegado a sentir afectadas por esta variable.

En cuanto a los antecedentes internacionales de comunicación organizacional existe un estudio que tuvo como objetivo establecer la correlación del proceso de la comunicación sobre la implementación del cambio organizacional, de diseño correlacional con una población de 50 individuos, donde se aplicó el CCO (Cuestionario de Comunicación Organizacional) se obtuvo como resultado que el

40.8% de su población percibía que al existir una buena comunicación organizacional se adaptaban mucho mejor a cualquier tipo de cambio que hubiese en la empresa disminuyendo la dificultad. (García, Arias y Gómez, 2012)

Otro estudio sobre la comunicación organizacional en donde se planteó como objetivo identificar la comunicación organizacional en el desarrollo institucional, de diseño correlacional donde se utilizó una población de 222 individuos, se empleó una encuesta que dio como resultado que el 96% de su población indica que a un mayor fortalecimiento de la comunicación aumentan los niveles de productividad y se logran identificar como parte de la organización. (Viera, 2016).

Otra investigación la cual tuvo como objetivo relacionar la comunicación y el clima organizacional, de diseño correlacional con una población de 200 trabajadores, en donde se aplicó una encuesta de comunicación y de clima laboral, se obtuvo como resultado que el 51.5% de su población no hace un correcto uso de la comunicación descendente, ascendente y horizontal por lo que no generan buenos resultados dentro de la organización, lo cual resulta alarmante para la misma. (Charry, 2018).

En cuanto a los antecedentes nacionales mencionamos una investigación la cual tuvo como objetivo crear la escala de Phubbing en su investigación de tipo psicométrica, con una población de 380 trabajadores que a su vez eran estudiantes en donde aplicó la escala creada donde se obtuvo como resultado que la escala creada es confiable para ser aplicada sin ningún problema en la población. (Cumpa, 2017)

En cuanto a los antecedentes nacionales de comunicación organizacional se tuvo una investigación que tuvo como objetivo relacionar la comunicación organizacional y la calidad de servicio, de tipo correlacional, se emplearon encuestas para evaluar las variables, obtuvo como resultado que el 51% de su población indica que al no haber una buena comunicación organizacional en la empresa, la interacción entre sus compañeros tiende a ser difícil y más aún cuando se intentan comunicar con sus jefaturas, (Feria, 2015).

Otra investigación que tuvo como objetivo, determinar la relación entre comunicación organizacional y el clima social; de diseño correlacional, con una muestra de 152 colaboradores a los cuales se les aplicó una escala de cada una, obtuvo como resultado que el 62% de su población existe una correcta comunicación lo que obtiene como resultado una mejor productividad de los trabajadores, generando ganancias y el alcance de los objetivos, (Miranda y Pastor, 2015).

Otra investigación la cual tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre el estrés y la comunicación organizacional, de diseño correlacional, con una población de 132 colaboradores a los cuales se les aplicó una escala de estrés laboral y un cuestionario de comunicación organizacional, se obtuvo que el 72% de su población pueden expresar sus emociones y sentimientos dentro de la organización siendo tomados en cuenta por parte de todos sus compañeros de trabajo, (Pacheco y Quispe, 2018).

Como respaldo teórico para Phubbing se tiene a la Teoría de las Redes Sociales donde Ancalle y Huamani en el 2018, indicaron que el teórico Jacob Moreno quién propuso esta teoría en los años 60 del siglo XX, hizo hincapié en que sus orígenes remontan a los años 30 y 40, hasta su actualización vigente, recibió diferentes tipos de influencia las cuales provienen originalmente de la antropología, psicología, sociología. Además, es una teoría en la que su desarrollo teórico y conceptual no ha sido independiente del metodológico y formal. El supuesto de lo que las personas piensan, sienten y hacen en la misma red es la idea central del análisis de redes, lo cual es manifestado en los procesos situacionales de relación que se ejecutan entre individuos que se oponen a una idea de las características de los mismos y, por tanto, de la estructura social. La raza, la edad, el sexo, la categoría social, no son muy importantes para la teoría de las redes a comparación de los lazos de las relaciones. El vínculo que mantiene a los actores son las relaciones debido a que establecen las estructuras en las que se sitúan los mismos.

A su vez, la Teoría de los Seis Grados de Separación propuesta desde un inicio por Frigyes Karinthy en 1930, indica que se puede llegar a cualquier persona del mundo en solo 6 “saltos”, por medio de una serie de conocidos, que crecerá de manera exponencial con los enlaces en serie, dado que tan solo faltarían cinco

pasos más en esta serie para cubrir en total a la población mundial. En base a lo que esta teoría refiere, una persona de manera aproximada conoce entre amigos, familiares y compañeros de trabajo o de escuela, a un promedio de 100 personas, cualquier persona tiene la capacidad de pasar un mensaje a 10.000 personas más con solo pedir a un allegado que pase dicho mensaje a sus allegados. En el segundo nivel están ubicados estos 10.000, que si bien una persona no puede conocer, puede de manera sencilla pedirle entre amigos y familia que se los presente, así también como a las personas con las que trabaja o estudia. Es por ello, que este argumento refiere que cada persona que cuenta con aproximadamente 100 amigos no son del todo amigos comunes. Prácticamente, esto evidencia que el número de conocidos del segundo nivel será aproximadamente menor a 10.000 esto se debe a que es común tener amigos en cada relación social. En promedio si las 10.000 personas, cada una, conocen a otras 100, se ampliará a 1.000.000 personas ubicadas en un tercer nivel, a 100.000.000 en cuarto nivel, a 10.000.000.000 en quinto nivel y a 1.000.000.000.000 en sexto y último nivel. Entonces, básicamente en 6 pasos y con el acceso a la tecnología actual que se tiene se puede enviar un mensaje a cualquier persona en cualquier parte del mundo. Claro está, que si se dan más pasos más lejana será la comunicación entre dos personas por lo que la misma se volverá aún más tediosa. A pesar de eso, actualmente el internet ha liberado en cierta medida las barreras que puedan existir creando las redes sociales que se usan constantemente.

Escavy (2014) define Phubbing como el acto de dar mayor atención a un dispositivo móvil como el celular que permite mantener comunicación a largas distancias, mediante los medios de comunicación moderna como lo son Facebook, WhatsApp, etc., mientras se ignora a una persona que intenta comunicarse de manera directa.

Ducharme en el 2018, indican que en las últimas investigaciones relacionadas con el tema se pudo encontrar que las personas que mantenían una conversación con otra y esta era desplazada debido al uso de un aparato electrónico por parte de la otra persona hacía que la conversación se tornara poco satisfactoria.

Belo y Huang en el 2015 refieren que en el contexto donde se desarrolla el Phubbing todas las acciones que se tomen para mantener algún tipo de interacción física son desplazadas de manera parcial ante la presencia del teléfono móvil o un aparato electrónico. Así también, Água, Lourenço, Patrão y Leal en el 2019 refieren a que dicha acción es una falta de respeto a la personas que se tiene en frente debido al desplazamiento de las mismas mientras se prefiere emplear el teléfono móvil o un aparato electrónico. En tal sentido, Yam e Ilhan en el 2020 indican que esta acción evidentemente afecta de manera negativa al individuo debido a que dificulta en la comunicación que tiene con su entorno social. De igual forma, Karadag et al., en el 2015 indican que la facilidad con la que las personas tienen acceso a las redes sociales, teléfonos móviles y aparatos electrónicos a generado que la presencia del Phubbing esté aún más presente en el día a día. Es por ello, que Davey et al., en el 2018 ratifican la idea donde claramente el Phubbing perjudica a gran escala las relaciones interpersonales de las personas que ejecutan el Phubbing tanto como en las que lo reciben. Del mismo modo, Sherry Turkle citada en Stulberg en el 2016, refiere a que en la era actual y como se le conoce la era digital, la frecuencia con la que se emplean los aparatos electrónicos ha ido en aumento y con ello la interacción social cara a cara ha ido en disminución. Así mismo, Toker y Tuncay en el 2020, indicaron que la persona que ejecuta el phubbing en un compañero es conocido también como “Phubber” y la persona que lo recibe como “Phubee”. También, Chotpitayasunondh y Douglas en el 2018, indicaron que si bien el uso de los celulares estaba superando el uso de las laptops o computadoras, facilitando la interacción social a larga distancia, los lazos cercanos que las personas compartían se estaban deteriorando poco a poco. Por lo que, Broaddus en el 2017, indicaron que el motivo por el que una persona la mayor parte del tiempo emplea los aparatos electrónicos o los celulares es debido a la experiencia positiva que estos les brinda, reforzando así el comportamiento y como consecuencia el ignorar a las personas en su alrededor.

Cumpa en el 2017 definió las tres dimensiones de Phubbing, una de ellas como dependencia, refiere que una persona al volverse dependiente de algún aparato electrónico llega a presentar dificultades o pérdidas de interés por diversas actividades que solían realizar en su vida cotidiana, afectando de manera significativa a la persona generando en ella un malestar significativo en el individuo

que lo padece. Otra de ellas, la dimensión de Relaciones Interpersonales, indica que las habilidades sociales se ven severamente afectadas a tal punto que no pueden relacionarse con su entorno con facilidad; esto debido a que sienten mayor comodidad al compartir su tiempo completo con un aparato electrónico en lugar de con el mundo externo, esto provoca que su entorno sienta cierto nivel de incomodidad y rechazo puesto que se sienten desvalorizados a comparación con el aparato electrónico. Y por último la dimensión de Ansiedad, indica que en esta dimensión se presenta cierto nivel de alteración relacionado en base al uso de manera excesiva de los aparatos electrónicos, esto se ve claramente demostrado cuando la persona comienza a sentir cierto grado de impotencia al no tener consigo el aparato electrónico que usa con habitualidad, esto conlleva a que la persona genere cierto nivel de fatiga, cansancio, etc.

Como respaldo teórico de Comunicación Organizacional se optó por la Teoría de Sistemas Sociales, donde Aguado en el 2004 refiere que la teoría fue creada por Niklas Luhmann quien indica que la sociedad es un sistema que surge como resultados de todos los procesos comunicacionales. En tal sentido, la comunicación es un elemento principal por el que una sociedad se desarrolla y subsiste. Todo sistema está compuesto por diferentes subsistemas, los cuales se relacionan entre sí; es por ello, que para que un subsistema actúe es imprescindible que organice y comprenda el entorno, de forma que pueda relacionarse y coordinar sus acciones con los otros elementos del sistema. Por ende, es relevante saber diferenciar cual es la información importante y cual no; el proceso principalmente se basa en la distinción y selección.

Luhmann indica que dentro del proceso de selección existen 3 dimensiones principales: primero, la selección del contenido de la información; segundo, la selección de la notificación; tercero, la selección de aceptación. A su vez, Luhmann considera factores dentro del proceso de la comunicación: Información o mensaje que representa todos los datos que se buscan transmitir, expectativa de éxito dado que todo proceso de comunicación es creado en base a la misma, código lo cual hace hincapié en que es un esquema organizado y general de significados, medios de comunicación que son los objetos o instrumentos que orienta la organización de



los procesos de la comunicación como el lenguaje, tecnología, y medios simbólicos (dinero, amor, poder, etc.).

Aguado en el 2004, indica que la Teoría de la acción comunicativa de Habermas creada en el 2003, propone que vivir en sociedad es posible porque existe un entendimiento interpersonal de manera general sobre el entorno donde se vive. Es por ello, que en pocas palabras se puede vivir en sociedad sin problema alguno, porque interpretamos o entendemos de manera similar y compartida con los demás, y eso orienta nuestra conducta. En tal sentido, Habermas afirmó que es este entendimiento interpersonal general, el cual permite que realicemos acciones sociales comprendidas como acciones racionales. Bajo estas afirmaciones existe un sentido de regla, el cual es sumamente fundamental, porque da pase a que se pueda organizar y evaluar nuestros comportamientos en base a esas reglas implícitas. Ahora bien, la idea que se expresa al indicar regla no proviene de afuera, sino dentro de la misma sociedad, por medio de un consenso intersubjetivo racional. Es este acuerdo o entendimiento es logrado como resultado de la acción producida por la comunicación. La acción comunicativa es lograda mediante un consenso o acuerdo subjetivo el cual es compartido por los miembros del mismo entorno social al que pertenecen. Es por ello, que es la base de la sociedad y de las características que facilitan su conocimiento, la cual es manifestada por medio del empleo del lenguaje; principalmente a través del habla.

Daft y Marcic en el 2006, nos definen a la comunicación organizacional como la suma de informaciones que se intercambian y comprenden entre más de dos personas, todo ello con el objetivo de dar soporte en cierta medida y generar cambios en la conducta. Por lo que recalca en que la comunicación no es solo el envío de información.

Según Segredo en el 2017, nos indica que la comunicación es una suma de características que generan un proceso en el cual los seres humanos se relacionan entre sí, este proceso está presente de manera constante en cualquier aspecto de la vida cotidiana de los seres humanos, haciéndose de suma importancia y fundamental tanto en la vida personal como en la vida laboral. Así también, Clavijo y Bustamante en el 2016, no refieren que la comunicación es todo mecanismo

mediante el cual los involucrados interactúan e intercambian información, todo esto se va a ver modificado por el entorno en el que se facilite.

Daft y Marcic en el 2006, delimitan las dimensiones de comunicación organizacional, en primer lugar definen la dimensión de Comunicación Descendente, como la comunicación enviada desde los altos mandos hasta los medios o bajos, hace referencia al intercambio de información que existe entre los jefes y subordinados, brindando indicaciones para realizar actividades relacionadas a las actividades dentro de la organización con el fin de alcanzar objetivos trazados por las mismas; la dimensión de comunicación ascendente, como la comunicación que va desde los colaboradores hasta las jefaturas, esto permite que el jefe pueda visualizar cómo se percibe la organización desde los niveles bajos de la organización., lo cual en cierta medida ayuda a concebir la organización desde otros puntos de vista que van a ayudar a contribuir con el crecimiento de la misma; la comunicación horizontal, como el intercambio de información que se brinda entre los trabajadores de un mismo nivel en base al ámbito organizacional, esto beneficia a la empresa en la medida en que sus trabajadores de manera completa conocen sus objetivos de manera clara, se visualizan alcanzándolo y van tras él.

Popescu et al., en el 2020 indican que las personas se comunican ya sea de manera indirecta o directa, esta comunicación es lo que forja la personalidad del mismo, por lo que el comportamiento puede orientarse de manera positiva o negativa. Así mismo, Lozano en el 2019 indica que la comunicación organizacional es sumamente importante ya que es la base fundamental de una sociedad y por lo tanto una organización es una sociedad. Del mismo modo, Arnold y Silva en el 2011 recalcan la importancia de la comunicación en las organizaciones debido a que en cierta medida alinean a los trabajadores con la cultura interna de la organización. Es por ello, que Bolarinwa y Olorunfemi en el 2009 indicaron que si bien la comunicación involucra a más de 2 personas si esta no es positiva no servirá y no será de beneficio en una organización. Así como, Matani et al., en el 2015, quienes indicaron que la comunicación organizacional es la esencia de toda organización siendo fundamental en la identidad corporativa de la misma. Así también, Lazaroiu en el 2018 indicó que la comunicación organizacional es la característica más determinante en las personas no solo porque la comunicación por sí sola forma

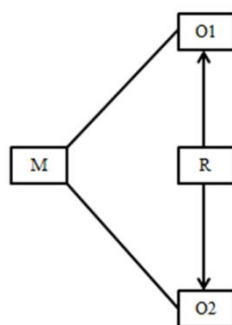
parte del carácter sino porque empleándola en el ámbito organizacional orienta al trabajador a la realización de los objetivos de la misma. Del mismo modo. Raina en el 2010 indicó que comunicarse dentro de una organización de manera poco eficaz y eficiente puede poner en peligro el cumplimiento de los objetivos o metas organizacionales. También Adiza et al., en el 2017 reforzaron las ideas anteriores indicando lo esencial de la comunicación organizacional en las empresas con el fin de concretar los propósitos de las mismas. Al igual que Sayeekumar en el 2013 mencionó que la comunicación organizacional es un claro intercambio de ideas constantes a beneficio de cualquier organización. Es por ello, que Maini y Morrel en el 2006 recalcaron el hecho de que una buena comunicación organizacional cambia las opiniones, actitudes, comportamiento, etc., de los trabajadores.

### III. Metodología

#### 3.1. Tipo y diseño de investigación

La presente investigación es de tipo básica, ya que en la presente investigación se busca aportar nuevos conocimientos. De diseño de investigación no experimental, Hernández, Fernández y Baptista (2014), hacen referencia a que en este diseño no manipula intencionalmente, De tipo de diseño Correlacional, en base a lo que Hernández, Fernández y Baptista (2014) refieren es que en este nivel se busca relacionar cada una de las variables entre sí. Finalmente es de enfoque cuantitativo ya que según lo que refieren Hernández, Fernández y Baptista (2014) en este enfoque se realiza la utilización de la recolección de datos con el fin de probar las hipótesis planteadas en base a una medición estadística con el fin de probar los objetivos, hipótesis planteadas en la investigación.

Esquema de diseño:



M = Muestra de los trabajadores de empresas de Ate

O1= Variable uno, Phubbing.

O2= Variable dos, Comunicación organizacional

r = Relación entre Phubbing y Comunicación organizacional

### **3.2. Variables y Operacionalización**

#### **Variable 1**

##### **Phubbing**

Escavy (2014), indica que el Phubbing es el acto de dar mayor atención a un dispositivo móvil como el celular con el fin de mantener comunicación por medio de las diversas redes sociales, mientras se ignora a una persona que intenta mantener una comunicación directa y personal.

La presente variable fue tomada como la variable independiente, debido a que genera cambios en la segunda.

#### **Variable 2**

##### **Comunicación organizacional**

Daft y Marcic (2006), indican que la comunicación organizacional es la suma de informaciones que se intercambian y comprenden entre dos o más personas, todo ello con el fin de motivar la conducta. Por lo que la comunicación es más que solo el envío de información.

La presente variable fue tomada como la variable dependiente, ya que todo cambio que se genere en ella se deberá a la afección de la primera variable.

#### **Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis**

##### **Población**

Arias, Villasís y Miranda (2016), refieren que la población es un conjunto definido, limitado y accesible, que será de ayuda para definir la elección de la muestra, cumple con una serie de criterios ya determinados. A su vez, hacen hincapié en que dicha terminología no solo hace referencia a un grupo de personas, sino también a todo tipo de ser vivo, objeto, familias u organizaciones; sin embargo a esto se le podría dar un término más adecuado como universo de estudio. Por lo que en la presente investigación participarán 300 trabajadores de empresas de Ate.

##### **Criterios de inclusión**

- Personal administrativo de edades a partir de 18 años.

- Personal administrativo que maneje algún aparato electrónico para desempeñar sus funciones.
- Personal administrativo de ambos sexos.
- Personal administrativo de nacionalidad peruana.

### **Criterios de exclusión**

- Personal externo que pertenezca a la organización.
- Personal operativo que pertenezca a la organización.

### **Muestra**

La muestra será utilizada de manera total; en medida en que se utilizará un muestreo censal, se aplicará el instrumento a la totalidad de la población a estudiar. Ventura (2017), indica que una muestra se entiende como un subconjunto de la población a estudiar la cual se comprende como unidad de análisis.

### **Unidad de análisis**

Considerando que la población influye en el total de individuos que formarán parte de la investigación. Para la presente investigación contamos con una población de 300 trabajadores, los cuales se incorporan en esta investigación debido a que están fuertemente vinculados con el uso de algún tipo de aparato electrónico, este aspecto influye de manera negativa o bloquea la comunicación entre los pares y jefes directos; ahora bien, considerando que desde el momento en que un individuo labora para la empresa como personal administrativo de cualquiera de las áreas, hace uso de manera constante y fundamental de los diferentes tipos de aparatos electrónicos como los celulares, laptop, Tablet, etc.; ya que es el medio fundamental de comunicación que se emplea dentro de la organización mediante el envío de correos, grupos de WhatsApp corporativos, llamadas, etc.

## **3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

### **3.3.1. Técnica de recolección de datos**

La técnica es el procedimiento o el método por el cual se logra un objetivo determinado, para ello Hernández, Fernández y Baptista (2014) refieren que recolectar los datos implica elaborar un plan detallado de procedimientos que nos conduzcan a reunir datos con un propósito específico

### 3.3.2. Instrumentos de recolección de datos

Hernández, Fernández y Baptista (2014), refieren que existen múltiples tipos de instrumentos para medir las variables de interés, en muchos de los casos llegan a combinarse varias técnicas de recolección de datos. Por lo que, en la presente investigación se emplearon dos cuestionarios.

#### Cuestionario de Phubbing

---

##### FICHA TÉCNICA DE LA ESCALA DE PHUBBING

---

<b>Nombre</b>	Escala de Phubbing
<b>Objetivo</b>	Medir el mal uso excesivo del teléfono celular, con el fin de identificar factores destructivos que afecten en su vida diaria y salud
<b>Autor</b>	Cumpa Prada, Luis Roberto
<b>Año</b>	2017
<b>Población</b>	A partir de los 18 años
<b>Administración</b>	10 a 15 minutos, individual o colectiva
<b>Niveles</b>	Bajo / Medio / Alto
<b>Cantidad de Items</b>	23 ítems
<b>Baremos</b>	Bajo = 0 a 25 Medio = 30 a 75 Alto = 80 a 95

---

#### Cuestionario de Comunicación Organizacional

---

##### FICHA TÉCNICA DEL CUESTIONARIO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

---

<b>Nombre</b>	Cuestionario de Comunicación Organizacional
<b>Objetivo</b>	Evaluar la comunicación en sus tres niveles: ascendente, descendente y horizontal
<b>Autor</b>	Portugal
<b>Año</b>	2005
<b>Adaptación</b>	Céspedes Correa Fiorella
<b>Año</b>	2017
<b>Población</b>	Adultos trabajadores
<b>Administración</b>	10 a 15 minutos, individual o colectiva
<b>Niveles</b>	Bajo / Promedio / Alto
<b>Cantidad de Items</b>	15 ítems
<b>Baremos</b>	Bajo = 1 a 44 Promedio = 45 a 59 Alto = 60 a 75

---

### **3.4. Procedimientos**

En la presente investigación se realizó la recolección de datos por medio de los cuestionarios tanto de Phubbing como de comunicación organizacional, se solicitó el permiso correspondiente a la empresa en la que se realizó la investigación sin ningún inconveniente, por lo que, al momento de la aplicación no hubo inconvenientes y se pudo alcanzar los objetivos propuestos.

### **3.5. Método de análisis de datos**

Para la presente investigación se empleará los instrumentos ya mencionados, los cuales nos servirán de apoyo para evaluar las variables a tratar en la muestra censal estimada la cual contiene un total de 300 participantes, posterior a la aplicación se llevará a cabo el vaciado de datos obtenidos a un sistema de Excel, a su vez, se utilizará el sistema estadístico SPSS el cual nos ayudará con la obtención de los datos estadísticos relevantes que contribuirán con la investigación; finalmente, se realizará la interpretación de cada uno de los datos estadísticos para obtener los resultados.

En la presente investigación se tomará en cuenta las fases para obtener el método de análisis de datos. En primer lugar, se va a seleccionar los instrumentos a utilizar para investigar cada una de las variables a estudiar.

Posteriormente se va a trasladar los datos obtenidos en base a la recolección de datos a un Excel, para ser ingresados a un sistema estadístico SPSS, programa que nos ayudará en la obtención de los datos estadísticos como tablas o gráficos, empleado por diversos investigadores.

En tercer lugar, se empleará la prueba de normalidad la cual nos ayudará a determinar si las variables a estudiar son normales (normal =  $>0.05$  y anormal =  $<0.05$ ). Por último, se determinará si las pruebas son Paramétricas o No Paramétricas; de ser paramétricas se empleará la regresión logística y de ser no paramétricas se emplearán las ecuaciones cuadráticas.



### **3.6. Aspectos éticos**

- Se mantendrá el anonimato de los participantes
- Se presentará el consentimiento informado a cada uno de los participantes solicitando la autorización de los mismos para ser parte de la investigación
- Se solicitará el permiso correspondiente a la entidad correspondiente para realizar la investigación y aplicación de las pruebas dentro de sus instalaciones.
- Se solicitará el permiso correspondiente y adecuado a los autores de los instrumentos a utilizar en la investigación.
- Se dará a conocer a todo participante que la colaboración de los mismos en la presente investigación es totalmente voluntaria y en caso vea conveniente retirarse tiene toda libertad de hacerlo.

#### IV. Resultados

**Tabla 1**

*Coefficiente de Correlación entre Phubbing y Comunicación Organizacional*

Rho de Spearman	Phubbing	Comunicación Organizacional
Coefficiente de correlación	1,000	,844
Sig. (bilateral)	.	,029
N	300	300

En la Tabla 1, de acuerdo con el P valor que es menor al grado de significancia estadística ( $P = 0.029 < 0.05$ ) existe una relación de significancia entre Phubbing y Comunicación Organizacional; el coeficiente de correlación de Rho de Spearman ( $r = 0.844$ ) indica que es una relación de tendencia fuerte.

**Tabla 2**

*Coefficiente de Correlación entre Phubbing y Comunicación Ascendente*

Rho de Spearman	Phubbing	Comunicación Ascendente
Coefficiente de correlación	1,000	,743
Sig. (bilateral)	.	,011
N	300	300

En la Tabla 2, de acuerdo con el P valor que es menor al grado de significancia estadística ( $P = 0.011 < 0.05$ ) existe una relación significativa entre Phubbing y Comunicación Ascendente; el coeficiente de correlación de Spearman ( $r = 0.743$ ) indica que es una relación moderada y fuerte.

**Tabla 3**

*Coefficiente de Correlación entre Phubbing y Comunicación Descendente*

Rho de Spearman	Phubbing	Comunicación Descendente
Coefficiente de correlación	1,000	,836
Sig. (bilateral)	.	,036
N	300	300

En la Tabla 3, de acuerdo con el P valor es menor al grado de significancia estadística ( $P = 0.036 < 0.05$ ) existe una relación significativa entre Phubbing y Comunicación Descendente; el coeficiente de correlación de Rho de Spearman ( $r = 0.836$ ) indica que es una relación de magnitud fuerte.

**Tabla 4**

*Coefficiente de Correlación entre Phubbing y Comunicación Horizontal*

Rho de Spearman	Phubbing	Comunicación Horizontal
Coefficiente de correlación	1,000	,721
Sig. (bilateral)	.	,023
N	300	300

En la Tabla 4, de acuerdo con el P valor es menor al grado de significancia estadística ( $P = 0.023 < 0.05$ ) existe una relación significativa entre Phubbing y Comunicación Organizacional: el coeficiente de correlación de Rho de Spearman ( $r = 0.721$ ) indica que es una relación de magnitud moderada y fuerte.

## **Discusión**

Los resultados obtenidos en las investigaciones de Villafuerte y Vera (2019), Perdomo (2017), López y Gutiérrez (2016), Miranda y Pastor (2015), García, Aries y Gómez (2012) y Charry (2018), concuerdan con los resultados obtenidos en la presente investigación. De esta manera, se comprueba lo que menciona Habermas (citado en Aguado 2004), quien mencionó que se puede vivir en una sociedad sin problema alguno, porque interpretamos o entendemos de manera similar y compartida con los demás, y eso orienta nuestra conducta. Así también, afirmó que es este entendimiento interpersonal general, el cual permite que realicemos acciones sociales comprendidas como acciones racionales. Al mismo tiempo, alega que esta acción repetitiva si bien no es del todo adecuada, y al ser ejecutada constantemente se ha vuelto una acción respaldada en cierta medida por la sociedad como una acción común.

Del mismo modo, se comprueba lo que se menciona en la teoría de Luhmann (citado en Aguado 2004), una sociedad se mantiene debido a los procesos comunicacionales, puesto que la comunicación es el elemento principal de toda sociedad, debido a que gracias a esta se desarrolla y subsiste. Así también, indica que toda sociedad subsiste y se desarrolla debido a la comunicación que fluye en la misma; y a su vez, que como todo sistema está compuesto por subsistemas que se relacionan entre sí para ayudar con los procesos comunicacionales. También indica que si bien una sociedad existe como resultado de los procesos comunicacionales, es importante recalcar que esta información que se obtiene es seleccionada por su nivel de importancia.

Por lo que, se puede comprobar que Phubbing tiene relación con Comunicación Organizacional, puesto que la práctica de ciertas acciones se han comprendido como acciones racionales y se han acoplado al estilo de vida de las personas, lo que evidentemente, está generando una gran problemática, debido a que afecta la comunicación entre las personas, pasando de preferir comunicarse personalmente a mantener una relación aparato-persona. A pesar de que la práctica constante del Phubbing se ha vuelto común sigue siendo una problemática en la sociedad actual, debido a que afecta la comunicación que existe entre los individuos de toda sociedad. Si bien, la comunicación resulta ser sumamente

importante ya que gracias a ella una sociedad se desarrolle con normalidad y sin problemas, la presencia de un elemento negativo y su práctica constante pueden llegar a afectar el desarrollo de la misma.

Por otro lado, a pesar de que los resultados obtenidos concuerdan con los resultados de otras investigaciones así como con la teoría, se pudo descubrir que las variables tienen una relación directa y no inversa como en las otras investigaciones; por lo que, se puede inferir que este resultado ha variado debido a el aislamiento social que se ha vivenció en el presente año producto de la pandemia, ya que, la presencia de los aparatos electrónicos y su uso constante ha ayudado a mantener la comunicación organizacional entre los trabajadores de las empresas.

## **V. Conclusiones**

Primera: Se determinó que existe relación entre las variables Phubbing y Comunicación Organizacional con  $r = 0.844$  en trabajadores de empresas de Ate, lo cual indica que es de tendencia fuerte. Por lo que, hay una fuerte presencia de Phubbing en los trabajadores.

Segunda: Se determinó que existe relación entre Phubbing y Comunicación Ascendente con  $r = 0.743$  en trabajadores de empresas de Ate, lo cual indica que es de relación moderada y fuerte.

Tercera: Se determinó que existe relación entre Phubbing y Comunicación Descendente con  $r = 0.836$  en trabajadores de empresas de Ate, lo cual indica que es de tendencia fuerte.

Cuarta: Se determinó que existe relación entre Phubbing y Comunicación Organizacional con  $r = 0.721$  en trabajadores de empresas de Ate, lo cual indica que es de relación moderada y fuerte.

## **VI. Recomendaciones**

Primera: En base a los resultados obtenidos, con respecto a la relación entre las variables, se le recomienda a las empresas realizar programas de promoción que ayuden con la concientización de la problemática planteada.

Segunda: Se recomienda acoplar el Microlearning en las empresas, con el fin de dar espacios cortos, didácticos y de recordatorio, para que los trabajadores acoplen el significado de esta nueva problemática en su vida cotidiana.

Tercera: Se recomienda realizar talleres que promuevan el uso correcto de los aparatos electrónicos y cómo un mal uso puede afectar los procesos comunicacionales que existen no solo en su vida personal sino también todos los aspectos.

Cuarta: Con respecto a futuras investigaciones se recomienda realizar un estudio con una muestra más amplia que permita recabar mayores resultados estadísticos nacionales.

## Referencias

- Adiza-Alhassan, M., Ghazali, Z. y Nizam-Shahrul Isha, A. (2017). *Relationship between Organizational Communication and Job Satisfaction in Temporary Work Environment: An Empirical Study of Plant Turnaround Workers*. *Global Business and Management Research: An International Journal*, 9(1), 73. <https://link.gale.com/apps/doc/A522760235/AONE?u=univcv&sid=AONE&xid=e5a084a7>
- Água, J., Lourenço, M. G., Patrão, I. y Leal, I. (2019). *Partner phubbing (pphubbing): validação portuguesa*. *Psicología, Saúde & Doenças*, 20(1), 234-241. <https://dx.doi.org/10.15309/19psd200119>
- Aguado, J. (2004). *Introducción a las teorías de la comunicación y la información*. Universidad de Murcia. [https://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20Informa%20\(20\)/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf](https://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20Informa%20(20)/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf)
- Ancalle, A. & Huamani, J. (2018). *La influencia de las normas sociales y las relaciones interpersonales en la práctica del Phubbing de las estudiantes de 4to y 5to del nivel secundario de la Institución Educativa de Señoritas Arequipa-2017* (Tesis de Grado). <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/7293/TSanroas.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Arias-Gómez, J., Villasís-Keever, M. Á. y Miranda Novales, M. G. (2016). *El protocolo de investigación III: la población de estudio*. *Revista Alergia México*, 63 (2), 201-206. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=4867/486755023011>
- Arnold, E. y Silva, N. (2011). *Perceptions of organizational communication processes in quality management*. *Revista de Psicología*, 29(1), 153-174. [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0254-92472011000100006&lng=es&tlng=en](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0254-92472011000100006&lng=es&tlng=en).
- Belo-Angeluci, A. C. y Huang, G. (2015). *Rethinking media displacement: the tensions between mobile media and face-to-face interaction*. *FAMECOS*, 22(4), 173-190. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=495550204011>



- Bolarinwa, J. A. y Olorunfemi, D. Y. (2009). *Organizational communication for organizational climate and quality service in academic libraries. Library Philosophy and Practice*.  
<https://link.gale.com/apps/doc/A215062437/AONE?u=univcv&sid=AONE&xid=01f61fe2>
- Broaddus, B. (2017). *THE SMARTPHONE EFFECT*. *Baylor Business Review*, 35(2), 10-13.  
<https://search.proquest.com/docview/1957104880?accountid=37408>
- Charry-Cóndor, H. O. (2018). *LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EL CLIMA ORGANIZACIONAL EN EL SECTOR PÚBLICO*.  
<http://www.scielo.org.pe/pdf/comunica/v9n1/a03v9n1.pdf>
- Chotpitayasunondh, V. y Douglas, K. M. (2018). *The effects of "phubbing" on social interaction. Journal of Applied Social Psychology*, 48(6), 304–316.  
<https://doi.org/10.1111/jasp.12506>
- Clavijo, F. y Bustamante, U. (2016). *Esquema de Comunicación Organizacional: Características, funciones y aplicación*. 9(1), (2357-3880).  
<https://revistas.unal.edu.co/index.php/ensayos/article/view/61274/57710>
- Cumpa, L. (2017). *Diseño de la escala de Phubbing en estudiantes universitarios de 18 a 24 años de Lima Norte, 2017* (Tesis de Licenciatura).  
[http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/11290/Cumpa\\_PL\\_R.pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/11290/Cumpa_PL_R.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- Daft, R. y Marcic, D. (2006). *Introducción a la Administración. 4a ed. México: Thomson Learning*.
- Davey, S., Davey, A., Raghav, S., Singh, J., Singh, N., & Blachnio, A. (2018). *Predictors and consequences of 'Phubbing' among adolescents and youth in India: An impact evaluation study. Journal of Family and Community Medicine*, 25(1), 35.  
<https://link.gale.com/apps/doc/A522017603/AONE?u=univcv&sid=AONE&xid=a3bb93a0>
- Ducharme, J. (29 de marzo de 2018). *What is Phubbing? Why it's bad for Relationships and mental Health*. *Time*. <https://time.com/5216853/what-is-phubbing/>
- Escavy, V. (2014). *Newsletter Redes sociales y Tics; Revista electrónica de*

- Conapa No. 5, España.  
<http://www.concapa.org/wpcontent/uploads/2014/02/NewsletterInformatica5-CONCAPA.pdf>
- Feria, J. (2015). *COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE JESÚS NAZARENO* (tesis de grado). <http://repositorio.unsch.edu.pe/handle/UNSCH/1829>
- García-Rubiano, M., Arias, F. y Gómez, P. (2012). *Relación entre comunicación y cambio organizacional en trabajadores de una empresa del sector terciario*. Recuperada de <http://www.scielo.org.co/pdf/dpp/v9n1/v9n1a07.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (5° ed.). MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.  
[https://www.esup.edu.pe/descargas/dep\\_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf](https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf)
- Karadag, E., Tosuntas, S. B., Erzen, E., Duru, P., Bostan, N., Sahin, B. M., Culha, I. y Babadag, B. (2015). *Determinants of phubbing, which is the sum of many virtual addictions: A structural equation model*. *Journal of Behavioral Addictions*, 4(2). <http://dx.doi.org/10.1556/2006.4.2015.005>
- Lazaroiu, G. (2018). *ORGANIZATIONAL COMMUNICATION AND SOCIAL ORDER*. *Economics, Management, and Financial Markets*, 13(3), 148. <https://link.gale.com/apps/doc/A558922264/AONE?u=univcv&sid=AONE&xid=a6721c56>
- López, L. y Gutiérrez, M. (2016). *PHUBBING: CONECTADOS@AISLADOS: Evidencia de una práctica emergente que incide en los procesos comunicativos* (Tesis para Maestría). <http://hdl.handle.net/11059/7856>
- Lozano-Oviedo, J. (2019). *The role of corporate communication in intelligent organizations*. *Cuadernos de Administración*, 35(65), 105-117. <https://dx.doi.org/10.25100/cdea.v35i65.7251>
- Maini, B. S. y Morrel-Samuels, P. (2006). Cascading improvements in communication: adopting a new approach to organizational communication. *Physician Executive*, 32(5), 38. <https://link.gale.com/apps/doc/A152420390/AONE?u=univcv&sid=AONE&xid=25246baf>

- Matani, D. M., Sarkamaryan, S., Amiri, F., Akson, A. y Asharouznia, K. (2015). *The impact of the effectiveness of organizational communication on job satisfaction through job motivation of employees in Izeh county health and medical network. Advances in Environmental Biology*, 244. <https://link.gale.com/apps/doc/A417473554/AONE?u=univcv&sid=AONE&xid=52e89f9a>
- Miranda, F. y Pastor, P. (2015). *COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y CLIMA SOCIAL EN LOS TRABAJADORES DE UNA MUNICIPALIDAD DEL DEPARTAMENTO DE LAMBAYEQUE* (Tesis de Grado). <http://repositorio.uss.edu.pe/handle/uss/827>
- Pacheco, L. y Quispe, S. (2018). *RELACIÓN ENTRE ESTRÉS Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN UNA EMPRESA RETAIL DE LA CIUDAD DE AREQUIPA* (Tesis de Grado). <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/6064/PSpaarll.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Perdomo, L. (2017). *EL PHUBBING Y LA COMUNICACIÓN FAMILIAR EN LOS ESTUDIANTES DEL SEGUNDO AÑO DE BACHILLERATO DE LA UNIDAD EDUCATIVA DE PERSONAS CON ESCOLARIDAD INCONCLUSA MONSEÑOR LEONIDAS PROAÑO EXTENSIÓN SALCEDO* (Tesis de Grado). <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/25980>
- Popescu, M., Dogaru, M., Boteanu, C. M., Ifrim, A. M., y Florin, S. (2020). *Communication - Vector for Growth of Management Performance. Academic Journal of Economic Studies*, 6(1), <https://link.gale.com/apps/doc/A622151315/AONE?u=univcv&sid=AONE&xid=7ef6ee67>
- Raina, R. (2010). Timely, continuous & credible communication & perceived organizational effectiveness. *Indian Journal of Industrial Relations*, 46(2), 345. <https://link.gale.com/apps/doc/A252555269/AONE?u=univcv&sid=AONE&xid=8dd1fe39>
- Saravia, F. (2018). *INCIDENCIA DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL*

- INTERNA SOBRE EL DESARROLLO ORGANIZACIONAL DEL GOBIERNO REGIONAL DE AREQUIPA* (Tesis de Bachiller).  
<http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/9121/RIMsadofa1.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Sayeeekumar, M. (2013). *Organizational communication and reports. Language In India*, 13(5), 690.  
<https://link.gale.com/apps/doc/A331807348/AONE?u=univcv&sid=AONE&xid=49ae74d9>
- Segredo-Pérez, A., García-Milian, A., López-Puig, P., León-Cabrera, P. y Perdomo-Victoria, I. (2017). *Comunicación organizacional como dimensión necesaria para medir el clima en las organizaciones en salud pública. HORIZONTE SANITARIO*, 16(1), 28-37.  
<https://doi.org/10.19136/hs.a16n1.1256>
- Stulberg, J. B. (2016). *Reclaiming Conversation: The Power of Talk in a Digital Age. Dispute Resolution Magazine*, 22(4), 22.  
<https://link.gale.com/apps/doc/A465297385/AONE?u=univcv&sid=AONE&xid=1a7cf753>
- Toker, B. y Tuncay, N. (2020). *Phubber-Phubbee Model: An Analysis of Phubbing Behaviours. Journal of Educational & Instructional Studies in the World*, 10(2), 19–27.  
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=eue&AN=143135284&lang=es&site=ehost-live>
- Ventura-León, J. L. (2017). *¿Población o muestra?: Una diferencia necesaria. Revista Cubana de Salud Pública*, 43 (4), 648-649.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=214/21453378014>
- Viera, J. (2016). *Estrategias de comunicación interna del GADM-C Guano y su incidencia en el desarrollo institucional, período julio a diciembre de 2013* (Tesis de Grado). <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/1481>
- Villafuerte-Garzón, C. M. y Vera-Perea, M. (2019). *Phubbing y género en un sector académico en Quito: Uso, abuso e interferencia de la tecnología. Convergencia*, 26(79), 009. <https://doi.org/10.29101/crcs.v0i79.9156>
- Villalobos, D. (2019). *TRABAJO DE INVESTIGACIÓN LA COMUNICACIÓN*

*ORGANIZACIONAL EN UN OPERADOR LOGISTICO DE LA CIUDAD DE CHICLAYO* (Tesis de Bachiller).

<http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/5846/David%20Andres%20Villalobos%20Huaman.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

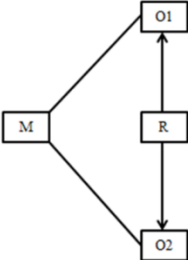
Yam, F. C. e Ilhan, T. (2020). *Holistic Technological Addiction of Modern Age: Phubbing/Modern Cagin Butunsel Teknolojik Bagimligi: Phubbing*. *Psikiyatride Guncel Yaklasimlar/Current Approaches to Psychiatry*, 12(1). <http://dx.doi.org/10.18863/pgy.551299>

## **Anexos**

**Anexo 1**

**Matriz de consistencia**

“Phubbing y Comunicación Organizacional en trabajadores de empresas de Ate, 2020”

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLE	MÉTODO
<p><b>Problema General:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Existe relación entre Phubbing y comunicación organizacional en trabajadores de empresas de Ate, 2020?</li> </ul> <p><b>Problema específico:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Existe relación entre Phubbing y comunicación ascendente en trabajadores de empresas de Ate, 2020?</li> <li>- ¿Existe entre Phubbing y comunicación descendente en trabajadores de empresas de Ate, 2020?</li> <li>- ¿Existe entre Phubbing y comunicación horizontal en trabajadores de empresas de Ate, 2020?</li> </ul>	<p><b>Objetivo general</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Determinar la relación entre Phubbing y comunicación organizacional en trabajadores de empresas de Ate, 2020</li> </ul> <p><b>Objetivos específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Determinar la relación entre phubbing y comunicación ascendente en trabajadores de empresas de Ate, 2020</li> <li>- Determinar la relación entre phubbing y comunicación descendente en trabajadores de empresas de Ate, 2020</li> <li>- Determinar la relación entre phubbing y comunicación horizontal en trabajadores de empresas de Ate, 2020</li> </ul>	<p><b>Hipótesis general:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Existe relación entre Phubbing y comunicación organizacional en trabajadores de empresas de Ate, 2020</li> </ul> <p><b>Hipótesis específica:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Existe relación entre phubbing y comunicación ascendente en trabajadores de empresas de Ate, 2020</li> <li>- Existe relación entre phubbing y comunicación ascendente en trabajadores de empresas de Ate, 2020</li> <li>- Existe relación entre phubbing y comunicación horizontal en trabajadores de empresas de Ate, 2020</li> </ul>	<p><b>Variable 1:</b></p> <p>Phubbing</p> <p><b>Dimensiones</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dependencia</li> <li>- Ansiedad</li> <li>- Relaciones interpersonales</li> </ul> <p><b>Variable 2:</b></p> <p>Comunicación Organizacional</p> <p><b>Componentes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Comunicación ascendente</li> <li>- Comunicación descendente</li> <li>- Comunicación horizontal</li> </ul>	<p><b>Tipo de investigación:</b> Básica.</p> <p><b>Tipo de diseño:</b> Correlacional - causal</p> <p><b>Diseño de investigación:</b> No experimental.</p>  <pre> graph TD     M[M] --&gt; O1[O1]     M --&gt; O2[O2]     O1 &lt;--&gt; R[R]     R &lt;--&gt; O2     </pre> <p>M: Muestra  O1: Observación de variable 1  O2: Observación de variable 2  r: Correlación entre dichas variables</p> <p><b>Población y muestra:</b>  <b>Población.</b> 300 trabajadores  <b>Muestra.</b> 300 trabajadores  <b>Técnicas e instrumentos:</b>  Cuestionario 1: Escala de Phubbing  Cuestionario 2: Cuestionario de Comunicación Organizacional</p>

### Anexo 3

**Matriz de Operacionalización de variables**

<b>Variables</b>	<b>Definición Conceptual</b>	<b>Definición Operacional</b>	<b>Escalas / Dimensiones</b>	<b>Ítems</b>	<b>Niveles</b>	<b>Rango</b>
<b>Phubbing</b>	Define el Phubbing como el acto de dar mayor atención a un dispositivo móvil como el celular, el cual permite mantener comunicación a largas distancias, por medio de las redes sociales como lo son Facebook, WhatsApp, Instagram, Twitter, etc., mientras se ignora a una persona que intenta comunicarse de manera directa y personal con el fin de mantener algún tipo de comunicación activa. Escavy (2014)	Evaluated with the Phubbing Scale, Cumpa (2017)	Dependencia  Relaciones interpersonales  Ansiedad	2, 4, 12, 13, 15, 19, 22  3, 5, 7, 9, 11  1, 6, 8, 10, 17, 14, 16, 18, 20, 21, 23	Bajo  Medio  Alto	0 a 25 = Bajo  30 a 75 = Medio  80 a 95 = Alto
<b>Comunicación Organizacional</b>	Nos definen a la comunicación organizacional como la suma de informaciones que se intercambian y comprenden entre dos o más personas, todo ello con el objetivo de motivar o en la conducta. Por lo que recalca en que la comunicación no es solo el envío de información. Daft y Marcic (2006)	Evaluated with the Organizational Communication Questionnaire, Céspedes (2017)	Comunicación Ascendente  Comunicación Descendente  Comunicación Horizontal	1, 2, 3, 4, 5  6, 7, 8, 9, 10  11, 12, 13, 14, 15	Bajo  Promedio  Alto	60 a 75 = Alto (Adecuada Comunicación Organizacional)  45 a 59 = Medio (Comunicación organizacional promedio)  01 a 44 = Bajo (Inadecuada Comunicación Organizacional)



## Anexo 4

### INSTRUMENTOS

#### Escala de Phubbing

##### Escala de phubbing (Final)

Cumpa (2017)

Edad \_\_\_\_\_ sexo \_\_\_\_\_

Aquí Tienes algunas preguntas sobre el modo como usted se comporta, siente y actúa. Después de cada pregunta, conteste en la hoja de respuesta marcando con una "X" según sea su caso.

Ahora comience, trabaje rápidamente y recuerde de contestar todas las preguntas. No hay respuestas "correctas" ni "incorrectas" y esto no es un test de inteligencia o habilidad sino simplemente una medida de la forma como usted se comporta.

NUNCA	CASI NUNCA	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
N	CN	CS	S

#### ANEXO 2: Resultado piloto

N°	Preguntas	N	CN	CS	S
1.	Se me va el sueño cuando estoy utilizando mi celular	1	2	3	4
2.	Con frecuencia reviso mi celular, para mirar aplicaciones, redes sociales	1	2	3	4
3.	Mis amigos comentan que uso bastante tiempo el equipo celular	1	2	3	4
4.	Con frecuencia uso el celular en las actividades diarias	1	2	3	4
5.	Con frecuencia uso el celular estando en una reunión	1	2	3	4
6.	Cuanto no tengo mi celular, me siento preocupado	1	2	3	4
7.	He ignorado a las personas que estaba hablando por estar usando el equipo celular	1	2	3	4
8.	Con frecuencia me pongo triste cuando no recibes llamadas y no uso el celular	1	2	3	4
9.	Prefiero estar usando el celular para cualquier fin, y no estar con los amigos	1	2	3	4
10.	Prefiero desvelarme usando el celular	1	2	3	4
11.	Me causa preocupación cuando no tengo el celular	1	2	3	4
12.	Con frecuencia pienso que mi celular ha sonado y reviso si es así.	1	2	3	4
13.	Me siento incómodo cuando no tengo el celular a la mano	1	2	3	4
14.	Prefiero desvelarme usando el celular hasta altas horas de la noche	1	2	3	4
15.	Con frecuencia uso el celular estado en lugares públicos, restaurant, cine	1	2	3	4
16.	Uso el celular cada vez más tiempo para cualquier fines (aplicaciones, redes sociales,	1	2	3	4
17.	Me asusta la idea de que se acabe la batería de mi celular	1	2	3	4
18.	Prefiero conversar a través del celular, redes sociales, que estar frente de la persona	1	2	3	4
19.	Cuando estoy en una reunión con mis amigos uso el equipo celular	1	2	3	4
20.	Prefiero dormir pocas horas por estar utilizando el celular	1	2	3	4
21.	Estoy siempre pendiente de los nuevos equipos celulares para comprar uno	1	2	3	4
22.	Con frecuencia estoy preocupado por el celular	1	2	3	4
23.	No presto atención a clases o a las actividades por estar usando el celular	1	2	3	4

## Cuestionario de Comunicación Organizacional

### INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

#### QUESTIONARIO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL (Portugal, 2005)

Sexo: \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_

Estado civil: \_\_\_\_\_

Tiempo de servicio: \_\_\_\_\_

Instrucciones: El presente cuestionario tiene una lista de preguntas, lea cuidadosamente cada una de ellas y elija la respuesta que mejor convenga. Por favor solo dé una respuesta a cada pregunta y no deje ninguna en blanco. Toda la información que se obtenga será manejada confidencialmente. Gracias por su colaboración. Marque la respuesta sólo una respuesta como el siguiente ejemplo:

Nº	PREGUNTA	5	4	3	2	1
1	¿Se le brinda atención cuando va a comunicarse con su jefe?	X				

• Alternativas:

Siempre	5
Frecuentemente	4
Algunas veces	3
Ocasionalmente	2
Nunca	1

Nº	PREGUNTA	5	4	3	2	1
1	¿Se le brinda atención cuando va a comunicarse con su jefe?					
2	Cree que los comentarios o sugerencias que le hace a sus superiores son tomados en cuenta					
3	¿Sus superiores le brindan suficiente confianza y libertad para discutir problemas sobre el trabajo?					
4	¿Se les permite hacer retroalimentación (preguntar) acerca de la información que recibieron?					
5	¿Tiene confianza con su jefe para poder hablar sobre problemas personales?					
6	¿Recibe información de su jefe sobre su desempeño?					
7	¿Recibe toda la información que necesita para poder realizar eficientemente su trabajo?					

8	¿Cree que su jefe utiliza un lenguaje sencillo cuando se dirige a usted?					
9	¿Las instrucciones que recibe de su jefe son claras?					
10	¿Su jefe le da la información de manera oportuna?					
11	¿Existe un clima de confianza entre compañeros?					
12	¿Cree que hay integración y coordinación entre sus compañeros del mismo nivel para la solución de tareas y problemas?					
13	¿Cree que la comunicación entre sus compañeros del mismo nivel es de manera abierta?					
14	¿Cree que se oculta cierta información entre compañeros del mismo nivel?					
15	¿El lenguaje que emplean sus compañeros del mismo nivel es claro					

□

## Anexo 5

### Confiabilidad de los instrumentos

#### *Fiabilidad de Phubbing*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,748	23

En la Tabla se puede apreciar que el valor del Alfa de Cronbach obtenido para la Escala de Phubbing es de 0.748, lo cual indica que el instrumento es válido y confiable.

#### *Fiabilidad de Comunicación Organizacional*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,917	15

En la Tabla se puede apreciar que el valor del Alfa de Cronbach obtenido para el Cuestionario de Comunicación Organizacional es de 0.917, lo cual indica que el instrumento es altamente confiable.

## Anexo 6

### *Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra*

Phubbing	
N	300
Estadístico de prueba	,460
Sig. asintótica (bilateral)	,000 <sup>c</sup>

Se puede observar los datos correspondientes a la variable Phubbing en la investigación, la cual de acuerdo a la prueba de normalidad evidenciaron no presentar una distribución normal ( $p < 0,05$ ). Por lo tanto, para los contraste de hipótesis se empleará la prueba de correlación de Rho de Spearman.

### *Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra*

Comportamiento Organizacional	
N	300
Estadístico de prueba	,199
Sig. asintótica (bilateral)	,000 <sup>c</sup>

Se puede observar los datos correspondientes a la variable Comunicación Organizacional en la investigación, la cual de acuerdo a la prueba de normalidad evidenciaron no presentar una distribución normal ( $p < 0,05$ ). Por lo tanto, para los contrastes de hipótesis se empleará la prueba de correlación de Rho de Spearman.

## **Anexo 7**

### **Consentimiento Informado de Participación en Proyecto de Investigación**

Fecha\_\_\_\_\_

Yo\_\_\_\_\_, trabajador (a) de\_, en base a lo expuesto en el presente documento, acepto voluntariamente participar en la “Phubbing y Comunicación Organizacional en trabajadores de empresas de Ate, 2020”, conducida por el Magister Eddy Eugenio García García, docente de la Universidad Cesar Vallejo.

He sido informado(a) de los objetivos, alcance y resultados esperados de este estudio y de las características de mi participación. Reconozco que la información que provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y anónima. Además, esta no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio.

He sido informado(a) de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin tener que dar explicaciones ni sufrir consecuencia alguna por tal decisión.

Entiendo que una copia de este documento de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar al Investigador Responsable del proyecto al correo electrónico [Vanessa.rg1902@gmail.com](mailto:Vanessa.rg1902@gmail.com) o al teléfono 995 394 683.

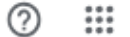
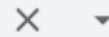
Desde ya le agradecemos su participación.

Nombre y firma del participante

Lesly Vanessa Rojas Gómez  
Investigadora

## Anexo8

in:sent



74 de 1.333



### CARTA DE SOLICITUD



**Vanessa rojas gómez** <vanessa.rg1902@gmail.com>  
para luiscumpa18

📧 lun., 25 nov. 2019 20:27



Estimado Luis,

Mediante la presente, me identifico como la estudiante Lesly Vanessa Rojas Gómez, del X ciclo, de la carrera de Psicología de la Universidad Cesar Vallejo, Adjuntando mi Carta de Solicitud para la autorización del uso de su Escala de Phubbing creada en el 2017.

Atenta a sus comentarios

Saludos cordiales



👤 Responder

➡ Reenviar

## Anexo 9

in:sent



75 de 1.333

### CARTA DE SOLICITUD



**Vanessa rojas gómez** <vanessa.rg1902@gmail.com>  
para fiorellacespedescorrea

📧 lun., 25 nov. 2019 20:24 ☆ ↩ ⋮

Estimada Fiorella,  
Mediante la presente, me identifico como la estudiante Lesly Vanessa Rojas Gómez, del X ciclo, de la carrera de Psicología de la Universidad Cesar Vallejo, Adjuntando mi Carta de Solicitud para la autorización del uso de su Validación y Adaptación del Test de Comunicación Organizacional.

Atenta a sus comentarios  
Saludos cordiales



↩ Responder

➡ Reenviar





## **Declaratoria de Originalidad del Autor / Autores**

Yo (Nosotros), LESLY VANESSA ROJAS GOMEZ estudiante(s) de la FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD y Escuela Profesional de PSICOLOGÍA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO, declaro (declaramos) bajo juramento que todos los datos e información que acompañan al Trabajo de Investigación / Tesis titulado: "PHUBBING Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN TRABAJADORES DE EMPRESAS DE ATE, 2020", es de mi (nuestra) autoría, por lo tanto, declaro (declaramos) que el Tesis:

1. No ha sido plagiado ni total, ni parcialmente.
2. He (Hemos) mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicado ni presentado anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumo (asumimos) la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

<b>Apellidos y Nombres del Autor</b>	<b>Firma</b>
LESLY VANESSA ROJAS GOMEZ <b>DNI:</b> 72647563 <b>ORCID</b> 0000-0002-6788-6323	Firmado digitalmente por: LROJASG9 el 26 Sep 2020 17:01:23

Código documento Trilce: 69966