



FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

TESIS

**COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y
SATISFACCIÓN LABORAL EN EL CONTEXTO
COVID-19, CASO GRUPO ASES**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Autora:

**Bach. Cancino Espinal Meyco Noelia
<https://orcid.org/0000-0002-9320-1455>**

Asesora:

**Mg. Cabrejos Pita Zoila Nelly
<https://orcid.org/0000-0002-7243-0435>**

Línea de Investigación:

Comunicación y Desarrollo Humano

**Pimentel – Perú
2022**

**COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y SATISFACCIÓN LABORAL EN EL
CONTEXTO COVID-19, CASO GRUPO ASES**

Aprobación del jurado



**Dra. PAREDES DELGADO SHARON SOLEDAD
Presidenta del Jurado de Tesis**



**Mg. CABREJOS PITA ZOILA NELLY
Secretaria del Jurado de Tesis**


Mg. Betty L. Herrera Timana

**Mg. HERRERA TIMANA BETTY LILIANA
Vocal del Jurado de Tesis**

Dedicatorias

A Aurora y hermanos, que fueron mi principal motivación para culminar este trabajo de investigación con éxito.

Agradecimientos

A mis padres, quienes me brindaron su apoyo incondicional durante toda mi formación profesional e impulsaron mi esfuerzo para realizar mi tesis.

Resumen

El desempeño de los colaboradores se ve influenciado por una serie de factores, entre los cuales se resalta la comunicación organizacional y la satisfacción con el trabajo, los cuales, a su vez, se han visto impactados debido al contexto de pandemia COVID-19. Por lo cual se plantea como objetivo general determinar la relación entre comunicación y satisfacción laboral en personal del grupo ASES, y además como propósitos específicos, identificar los niveles de comunicación organizacional como de satisfacción en el trabajo, y también, los efectos del COVID-19 en la comunicación de la organización. El estudio es de diseño no experimental, y de tipo correlacional y descriptivo. Se elaboró una encuesta la cual cuenta con propiedades adecuadas de validez y confiabilidad, y se aplicó a 49 colaboradores, de ambos sexos de la empresa Grupo ASES. El estudio dio como resultado que, existe una relación significativa entre satisfacción y comunicación organizacional, asimismo, los niveles de las mismas oscilan entre medio y bajo, y se detalló los efectos de la pandemia en la comunicación organizacional. Se concluyó que, esta relación se evidenció a través de una correlación de Spearman de 0.875 la cual se considera alta y significativa.

Palabras clave: Comunicación organizacional, satisfacción laboral, Grupo ASES.

Abstract

The performance of collaborators is influenced by a series of factors, among which organizational communication and job satisfaction stand out, which, in turn, have been impacted due to the context of the COVID-19 pandemic. Therefore, the general objective is to determine the relationship between communication and job satisfaction in ASES group personnel, and also as specific purposes, to identify the levels of organizational communication and job satisfaction, and also, the effects of COVID-19 in the organization's communication. The study is a non-experimental, correlational and descriptive design. A survey was elaborated which has adequate validity and reliability properties, and was applied to 49 collaborators of both sexes of the company Grupo ASES. It was found that there is a significant relationship between satisfaction and organizational communication, also, the levels of these oscillate between medium and low, and the effects of the pandemic on organizational communication were detailed. It was concluded that this relationship was evidenced by a Spearman correlation of 0.875, which is considered high and significant.

Keywords: Organizational communication, job satisfaction, Grupo ASES.

Índice

| | |
|--|-----|
| Dedicatorias | iii |
| Agradecimientos | iv |
| Resumen | v |
| Abstract | vi |
| | |
| I. INTRODUCCIÓN | 8 |
| 1.1 Realidad problemática | 9 |
| 1.2 Antecedentes de estudio | 10 |
| 1.3 Teorías relacionadas al tema | 13 |
| 1.4 Formulación del problema | 17 |
| 1.5 Justificación e importancia del estudio | 18 |
| 1.6 Hipótesis | 19 |
| 1.7 Objetivos | 19 |
| | |
| II. MATERIAL Y MÉTODO | 20 |
| 2.1 Tipo y diseño de investigación | 20 |
| 2.2 Población y muestra | 21 |
| 2.3 Variables y operacionalización | 21 |
| 2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad | 21 |
| 2.5 Procedimientos de análisis de datos | 23 |
| 2.6 Criterios éticos | 23 |
| 2.7 Criterios de rigor científico | 23 |
| | |
| III. RESULTADOS | 25 |
| 3.1 Resultados | 25 |
| 3.2 Discusión de resultados | 33 |
| | |
| IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 36 |
| 4.1 Conclusiones | 36 |
| 4.2 Recomendaciones | 37 |
| | |
| REFERENCIAS | 38 |
| | |
| ANEXOS | 39 |

I.INTRODUCCIÓN

La presente investigación se realizó a raíz de la problemática observada durante el periodo de covid 19 en el sector empresarial, en la que la comunicación organizacional se vio afectada ya que las funciones laborales se realizaban de manera virtual y las organizaciones tuvieron que resurgir con nuevas formas de trabajo que no afecten a la productividad ni a su economía, se vieron en la obligación de crear estrategias comunicacionales que potencien la relación entre jefes y colaboradores. En este contexto, la satisfacción laboral también se ve afectada ya que los colaboradores al trabajar a distancia necesitan sentir que su organización los valora.

Este trabajo se centra en una empresa chiclayana que es uno de los casos de la problemática, se tiene como objetivo determinar la relación entre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral en el contexto Covid-19, en la entidad Grupo Ases. Por otro lado, su importancia se centra en que la comunicación interna es fundamental para el buen funcionamiento de las empresas y los resultados de la investigación permitirán conocer la realidad del sector empresarial en el contexto del Covid-19, además, gracias a la información brindada por Grupo Ases se podrán crear planes de comunicación que mejoren esta realidad.

1.1. Realidad problemática.

La presencia de la pandemia en el mundo desde el año 2020, ha ocasionado estragos en la sociedad y en cada uno de los sectores que la conforman. Muchas organizaciones se han visto obligadas a realizar cambios en su forma de trabajo para poder adaptarse a esta nueva realidad y contribuir así, al bienestar de sus clientes y colaboradores.

En esta misma línea, un gran número de colaboradores se han visto afectados por la destrucción de empleos, despidos masivos y transformación del trabajo a modalidad virtual (Weller, 2020). A su vez, a nivel de Latinoamérica se ha hallado que los sectores en la empresa con mayor afectación a raíz de la pandemia, son el área de finanzas, ventas y operativa (Communications, 2020).

Lo descrito previamente ha impactado en diversas variables organizacionales, una de las más relevantes, es la comunicación organizacional, concebida por Chiavenato (2017) como proceso mediante el cual se intercambia información a través de estructuras, jerarquías y direcciones formales e informales. La cual, a partir de la pandemia, ha atravesado un cambio profundo, encontrando la necesidad de desplegar estrategias que enfatizan la importancia de la comunicación a nivel interno en la organización, con el objetivo de suplir el distanciamiento social (Calderón, 2020).

Asimismo, es necesario enfatizar en la importancia de la comunicación, pues permite afrontar adaptativamente los retos y modificaciones generadas debido a la pandemia, así como lograr los propósitos organizacionales, ello mediante el conocimiento de cada miembro de la empresa acerca de las funciones a realizar y los objetivos en conjunto a perseguir (Cárdenas & Santana, 2020).

Un pilar relevante en la comunicación corporativa, es el director de comunicaciones [DIRCOM], el cual de acuerdo con Arana et al. (2020) es un experto centrado en el acto de comunicar, entendiendo la comunicación como una herramienta estratégica y gestionando los valores intangibles de una empresa; y en el contexto de pandemia según Fernández (2021) ha sido fundamental su rol en la adaptación de estrategias de comunicación en crisis, y lo seguirá siendo en el proceso de recuperación de medianas y grandes empresas.

De acuerdo a Mogrovejo et al. (2022) en Ecuador en la actualidad una buena gestión de los recursos humanos en las organizaciones es una herramienta fundamental para

alcanzar las metas y objetivos planteados en las organizaciones, algunos estudios sugieren que las empresas deben comenzar con marketing interno para empoderar y comprometer a los empleados con los objetivos de la entidad.

En Uruguay, según el diario Negocios (2021) el 60% de las empresas encuestadas, se atrevió a realizar modificaciones en sus canales de ventas para mantener una mejor comunicación con sus clientes, así como también, cambios en la participación de los directores y colaboradores por medio de actividades que promovían una mejor comunicación y relación entre los mismos.

Por consiguiente, en Perú como efectos de la primera ola que provocó la pandemia, el 11% del PBI de las principales actividades económicas, cayó de forma significativa. En el año 2020, 45,000 empresas dejaron de operar, mientras que un total de 127,552, fueron clausuradas. Sin embargo, a finales del periodo del mismo año, una totalidad de 89,170 empresas, reaparecieron con nuevas formas de operar, y otras con nuevas maneras de reinvento para poder establecerse y adaptarse a este nuevo contexto (Diario Gestión, 2021).

Grupo Ases es uno de esos casos, debido a que se considera una empresa dedicada a la asesoría empresarial, ubicada en la ciudad de Chiclayo. Dicha empresa está conformada por diferentes áreas encargadas del desarrollo de sus actividades; a su cargo, tiene más de 50 asesores que conforman su plana administrativa. Como una de las tantas empresas, a consecuencia de la pandemia, se vio obligada a pausar sus actividades por un periodo de tiempo, y posteriormente, realizar cambios con el propósito de mejorar la satisfacción laboral de sus integrantes, ocasionando de esta forma, su cuidado y el buen desarrollo de su bienestar. Sin embargo, se ha evidenciado que no presenta un área orientada a la comunicación organizacional, por ende, no cuenta con estrategias que impacten en esta línea de intervención en la empresa.

1.2. Antecedentes de estudio.

Internacionales

De acuerdo a Pineda (2020) en su estudio pretende analizar las estrategias de comunicación organizacional en la gestión empresarial, para la cual se utilizó un diseño no experimental mediante un rastreo documental. Dando como resultado que, la ejecución y planificación de este tipo de estrategias contribuye al manejo de la

organización para promover la realización de los objetivos trazados con todos los involucrados. Concluyendo desde la parte interna que, la comunicación organizacional facilita la gestión y apropiación de la cultura organizacional, a través de la interacción de los colaboradores en torno a las acciones organizacionales.

Papic (2019) señaló en su estudio como fin describir las formas de comunicación dentro de la organización que se utilizan entre directores y docentes en la coordinación del trabajo y se estableció como metodología un enfoque cuantitativo y diseño no experimental. Dando como hallazgo que, más de la mitad (79,4%) evidencian estar de acuerdo y muy de acuerdo. Por tanto, se evidencia la valoración por el ejercicio de tipo ascendente como un prototipo comunicativo el cual, en los procesos de desarrollos educativos y administrativos diarios mejoran la retroalimentación y la interacción. Concluyendo que, los directivos ejercen de forma preferente, un tipo de comunicación formal para establecer una coordinación efectiva en el desarrollo y cumplimiento de los objetivos trazados por la organización.

Asimismo, Segredo et al. (2017) en su investigación buscaron describir la comunicación como dimensión en el estudio del clima organizacional y las categorías que permiten su utilización en salud pública para lo cual utilizó un enfoque cualitativo con una revisión bibliográfica y documental. Como resultado se han identificado cuatro categorías para la dimensión comunicación a través de las cuales se describe cómo funciona este aspecto en el entorno organizacional, tales como: estimular el desarrollo organizacional, contribuir a la cultura organizacional, procesos de retroalimentación y estilos de comunicación. Finalmente se concluyó que, una adecuada comunicación entre el personal de una institución, permite desarrollar efectivas relaciones interpersonales entre los mismos, con el fin de mejorar no solo el ambiente de la organización, sino también, la imagen de la misma.

Nacionales

Arotaype y Ampuero (2020) a través de su estudio señalaron como objetivo determinar la influencia que existía por parte de la comunicación organizacional sobre la satisfacción laboral del personal administrativo de la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones en Cusco, haciendo uso de un estudio cuantitativo con diseño no experimental, teniendo como resultado que, el 42% manifiesta que a menudo el área donde laboran cuenta con las condiciones adecuadas para la

comunicación interpersonal y el 47% informa estar a gusto (a menudo) en el servicio en el que labora. Concluyendo la presencia de una influencia directa entre las dos variables de la investigación, resaltando que el salario, la infraestructura e instalaciones físicas en general, forman parte de la satisfacción laboral.

López (2019) expuso como fin de estudio encontrar la relación entre la comunicación organizacional y satisfacción laboral en los centros de educación técnico productivo Arnulfo Romero de San Ignacio y Neftalí Carbajal de Chota, mediante un estudio de método cuantitativo, de tipo correlacional y diseño no experimental, dando como hallazgo que estas dos variables cuentan con una relación significativa y directa. Concluyendo que, esta relación se da de forma parcial debido a que algunos aspectos no la afectan, como los intereses sociales, la política empresarial, las relaciones sociales y el desempeño de las tareas. Esto puede interpretarse como una obligación de las instituciones educativas públicas de cumplir con las políticas establecidas previamente por el Ministerio de Educación y el Ministerio de Economía y Finanzas.

Castillo (2018) estableció como propósito de su investigación, determinar la correlación entre comunicación organizacional y satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Sour comunicaciones S.A.C Lima – 2017. Se empleó una metodología de tipo correlacional, un enfoque cuantitativo y un diseño no experimental. Se tuvo por hallazgo que el 40% de encuestados consideran que la comunicación organizacional se considera eficiente y el 48% evidencian que la satisfacción laboral también es eficiente. Como conclusión se evidenció la existencia de una correlación entre las dos variables indicadas anteriormente, resaltando que, mientras mayor sea la comunicación organizacional que se efectúe entre directivos y colaboradores, mayor será la satisfacción laboral de los mismos.

Locales

Guarniz y Farroñay (2019) buscaron determinar la relación entre la satisfacción laboral y el compromiso organizacional en los colaboradores de una tienda financiera en la ciudad financiera, teniendo como parte de la metodología, un enfoque cuantitativo, de diseño no experimental y tipo correlacional, tomando como hallazgo que, el 36% de los encuestados expresan estar de acuerdo con que la satisfacción laboral y el compromiso organizacional cuentan con una relación regular. Dando como resultado que la confianza, comunicación, interés y preocupación de los directivos hacia sus

colaboradores, ejerce un estado de satisfacción por parte de los trabajadores, puesto que, al observar este tipo de atenciones hacia su persona, se sienten valorados.

Oliva (2018) realizó su estudio teniendo como objetivo determinar si existía una relación entre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral de los colaboradores administrativos de la empresa San Roque S.A, 2018. Tomando como metodología un estudio cuantitativo, de tipo descriptivo – correlacional, tomando en cuenta 40 colaboradores a quienes se les aplicó una encuesta, dando como conclusión que, la comunicación organizacional tiene una relación significativa y directa en el nivel 1%(bilateral) respecto a la satisfacción laboral ($r=0.918$) mediante el Coeficiente de Rho de Spearman.

Ángeles y Miñope (2018) ejecutaron su proyecto de investigación con el motivo de conocer si existía una influencia entre la comunicación interna y la satisfacción laboral de los trabajadores de la empresa Indoamérica S.A.C en la ciudad de Lambayeque. La metodología empleada por los autores fue de tipo correlacional y diseño no experimental, empleando como instrumento un cuestionario, estableciendo como resultado que, tras haber aplicado la empresa estrategias de comunicación en el desarrollo de sus funciones, se pudo notar una mejora significativa en la satisfacción laboral de sus trabajadores, donde, factores como la actitud, confianza, respeto y amabilidad, tuvieron mayor presencia.

1.3. Teorías relacionadas al tema.

Comunicación organizacional

Para Pineda (2019) La comunicación organizacional presenta importantes desafíos que plantean la tecnología. Estas dinámicas incluyen la creación y construcción de otras historias a través del uso de plataformas digitales para potenciar las relaciones con las audiencias, sin dejar de lado el logro de las metas y objetivos de la organización.

Canales de comunicación organizacional

A raíz de la pandemia, de acuerdo con el Centro Nacional para Control y Prevención de Enfermedades (2020) se vio la necesidad de implementar nuevos canales tales como:

Cartas al personal en las que se brinda un mensaje general, escrito en un lenguaje

breve y comprensible, en las que se plasman diversos tópicos de información tales como nuevas políticas, actualizaciones de medidas de salud, aspectos económicos, y demás.

Redes sociales y medios tecnológicos, se sugiere redes de uso exclusivo para los empleadores tales como un único medio de intranet en los cuales sea seguro y efectivo compartido información empresarial, a su vez, la creación de grupos de mensajería que permitan compartir y reforzar los datos brindados.

En caso de mantenerse una labor semipresencial y/o presencial, también se pueden realizar reuniones en grupos reducidos para facilitar la comunicación, en los cuales es primordial escuchar e interactuar con la crítica de los empleadores; así también, es necesario brindar mensajes generales mediante materiales llamativos en lugares de uso común como cafeterías, baños, entradas, entre otros, cuando la información sea de amplio alcance.

Comunicación organizacional antes y durante COVID-19

Ante los cambios sociales, políticos y económicos exigidos debido a la COVID-19, las organizaciones han desplegado una serie de estrategias de comunicación innovadoras con el fin de proporcionar la continuidad y estabilidad de la comunicación entre colaboradores, de tal manera que se disminuya las emociones de miedo, ansiedad y presión debido al contexto (Deloitte, 2020).

Giraldo (2015) señala que un cambio significativo repercute directamente en la comunicación interna, puesto que es un canal en el que se transmiten decisiones, visiones, y objetivos, que resultan relevantes para los objetivos empresariales; ante ello, una alternativa de comunicación las herramientas tecnológicas, debido a que facilitan la difusión rápida, eficaz y amplia de información a un grupo amplio de colaboradores; evitando a su vez, malos entendidos y/o información desfasada.

De esta manera, Cárdenas y Santana (2021) indica que los medios tecnológicos han sido de utilidad para mantener la comunicación en una organización a raíz de la pandemia, siendo las redes sociales, plataformas digitales y nuevos medios en intranet que se implementaron para lograr una transmisión de información, armonía en el trabajo y un adecuado funcionamiento empresarial; no obstante, resulto un reto debido a rapidez del cambio y falta de conocimiento en la implementación y seguimiento de los nuevos medios de comunicación.

Teorías de la comunicación organizacional

Chiavenato (2017) manifiesta que, desde el punto de vista de las relaciones humanas se establece que, las organizaciones están obligadas a asegurar la participación de todos sus miembros, independientemente de su cargo, en la resolución de conflictos y desacuerdos. Al mismo tiempo, debe promover el sentido de fidelidad y confianza entre las personas que integran los empleados de la empresa.

Teoría clásica

Ladino (2017), destaca que Taylor (1856-1915), fue un importante representante de la teoría clásica de la información, quien contribuyó a este campo del conocimiento al establecer cuatro principios en la empresa, entre ellos: organización del trabajo, selección del empleo y capacitación de los trabajadores, cooperación entre operarios y operarios, especialización de los operarios en la organización del trabajo, con foco en la tarea de hacer eficiente la producción industrial.

Dimensiones

Coordinación. Villanueva (2017) señala que, es necesario que la división del trabajo dependa de la coordinación, la cual consiste en conseguir la unidad de los esfuerzos y los resultados del desarrollo sin duplicación, tiempos ociosos y fugas de responsabilidad. La coordinación se logra porque cada elemento de la organización tiene información sobre cómo se comportan los demás. Esta información es sobre cómo otros miembros de la organización trabajarán en los productos que producirán, lo que permitirá a las personas alinear su comportamiento con el del resto de la organización.

Indicadores: Integración, participación.

Información. Chiavenato (2017) menciona que, la información está al principio, en el medio y al final de todo lo que sucede en la organización. La organización debe proporcionar un poderoso flujo de información a sus empleados. El secreto para un rendimiento competitivo superior, la creación de valor y las relaciones a largo plazo con los clientes radica en un conocimiento profundo del mercado, respaldado por operaciones y aprendizaje continuos, donde las operaciones de inteligencia competitiva crean sistemas de información.

Indicadores: Intercambio de información, mensaje.

Contribución. El compromiso organizacional va más allá de la lealtad y llega a la contribución activa en el logro de las metas de la organización, el compromiso es una actitud hacia el trabajo (Guarniz & Farroñay, 2019).

Indicadores: Valores, solución.

Confianza. La confianza es la actitud solidaria de un individuo hacia los demás. Esta actitud surge de las percepciones, creencias y características del gerente de aquellos en quienes confía, y se basa en las observaciones de los empleados sobre el comportamiento de otros en quienes confían (Sanabria, 2017)

Indicadores: Sugerencia, veracidad.

Importancia de la comunicación organizacional

Arotaype y Ampuero (2020) expone que, es de gran importancia porque a través de la comunicación organizacional se crean estrategias de desarrollo, productividad y relaciones internas y externas con el objetivo de lograr un mejor desempeño de los recursos humanos, por lo que su objetivo está relacionado con los logros, el éxito o el fracaso de una empresa u organización.

Satisfacción laboral

El término de satisfacción laboral en el trabajo según Pujol y Dabos (2017) se conceptualiza como el grado en que los trabajadores logran demostrar que aman su trabajo, con poco consenso sobre si se trata solo de procesos emocionales o cognitivos.

Teorías de la satisfacción laboral

La teoría de la brecha de personalidad en Dawis y sus colaboradores afirman que la satisfacción/insatisfacción laboral es producto de la brecha entre las necesidades de los trabajadores y lo que pueden obtener del trabajo, y esto depende de la idoneidad de diferentes categorías, como entre las habilidades requeridas para el trabajo y las habilidades del trabajador, o entre las recompensas de trabajar con los valores y necesidades individuales (Boada, 2019).

Dimensiones

Actitud. La actitud de satisfacción laboral se relaciona con un mejor logro de las metas organizacionales, donde la insatisfacción laboral es vista como un signo de

menor desempeño organizacional, asociado a menor desempeño organizacional, menor productividad, mayor ausentismo y productividad rotacional (Boada, 2019).

Indicadores: Compromiso organizacional, involucramiento, identificación.

Motivación. Tradicionalmente, la motivación en el trabajo ha sido un proceso central importante desde la perspectiva de la gestión organizacional y el punto de vista de la investigación. La cantidad de teoría que se ha desarrollado sobre este tema y la gran cantidad de investigación que se ha realizado hasta ahora es significativa (Pizarro et al., 2019).

Indicadores: Recompensas, interrelación.

Sentimientos. Una persona con alta satisfacción en el trabajo tiene sentimientos positivos acerca de éste, en tanto que otra insatisfecha los tiene negativos (Castillo, 2018).

Indicadores: Relación laboral, empatía.

Importancia de la Satisfacción Laboral

a) Satisfacción en el trabajo y el desempeño en éste.

Los empleados que están satisfechos con su desempeño y entusiasmo en la organización a la que pertenecen son más productivos y efectivos que los empleados que se sienten insatisfechos en el trabajo (Castillo, 2018).

b) La satisfacción en el trabajo y el comportamiento organizacional socialmente responsable

Los empleados con altos niveles de satisfacción laboral hablan positivamente de la organización a la que pertenecen, apoyan y buscan competir en los puestos que desempeñan. Incluso los empleados satisfechos realizan su trabajo esforzándose por lograr sus objetivos y metas de la empresa, son eficientes y contribuyen más de lo que esperan; Actúan por placer y no por obligación, y se sienten motivados a hacerlo (Castillo, 2018).

c) Satisfacción en el trabajo y satisfacción del cliente

Los colaboradores están en contacto regular con los clientes, como en el caso de entidades de servicios. La fidelización de los clientes depende muchas veces del trato ofrecido; los colaboradores satisfechos son amables, entusiastas y responsables

hacen que los clientes se sientan bien, cuando un colaborador está satisfecho la probabilidad de que deje su trabajo es menor, y por esta razón, los clientes encuentran que ver caras conocidas los hace sentir como en casa (Castillo, 2018).

Formulación del problema.

¿Cuál es la relación que existe entre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral en el contexto Covid- 19, caso Grupo Ases?

1.4. Justificación e importancia del estudio.

La presente investigación resulta relevante porque describe la situación o crisis que el sector empresarial atravesó debido a los cambios suscitados por la pandemia por Covid-19, lo cual impactó inherentemente en factores organizacionales, como la comunicación interna, siendo esta fundamental para el óptimo funcionamiento de la empresa; asimismo, al examinar la ausencia de planes y estrategias de comunicación en la organización del presente estudio; es necesario conocer a partir de datos reales y cuantificables la situación actual de las variables.

A nivel académico, el estudio permitirá ampliar el conocimiento acerca del funcionamiento de las variables, comunicación organizacional y satisfacción laboral, así como la relación entre ambas, a lo cual se le añade información relevante, al ser estudiado en una crisis sanitaria.

Desde el apartado práctico, la investigación permite estudiar la realidad expuesta, en cuanto a variables que impactan favorablemente en el cumplimiento de objetivos organizacionales; y a partir de los datos obtenidos, los cuales serán brindados a la organización, se podrán diseñar y ejecutar estrategias y programas organizacionales de acuerdo a los hallazgos encontrados.

Socialmente, se expone un tema de relevancia para la sociedad, puesto que permite conocer la realidad de uno de los sectores más importantes para el crecimiento económico del país, como lo es el empresarial, con el objetivo de incentivar y concientizar a que se desarrollen soluciones para mejorar las condiciones laborales de todos los trabajadores, y se fomente el bienestar y calidad de vida laboral.

Asimismo, a nivel económico, en el segundo trimestre de 2020 aumento la precariedad laboral, y la población desempleada aumento en 6 millones de personas; disminuyendo a su vez los ingresos laborales, y presentando un deterioro del mercado

laboral (Organización Internacional del Trabajo [OIT], 2020), es decir, impacto negativamente en el ámbito económico individual y empresarial; por ello, es relevante estudiar e intervenir en variables organizacionales.

Finalmente, en el ámbito metodológico, el estudio al desarrollarse mediante el enfoque cuantitativo, empleará instrumentos de medición, los cuales pasaran por un procedimiento de actualización de propiedades psicométricas; permitiendo que puedan ser utilizados en futuras investigaciones en el contexto Chiclayano.

1.5. Hipótesis.

La relación entre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral en el Grupo Ases, es alta.

1.6. Objetivos

1.6.1. Objetivo general

Determinar la relación entre comunicación organizacional y satisfacción laboral en el contexto covid-19, en Grupo Ases.

1.6.2. Objetivos específicos

- Determinar el nivel de satisfacción laboral del personal administrativo del Grupo Ases.
- Identificar el nivel de comunicación organizacional del personal y directivos administrativo con los directivos del Grupo Ases.
- Identificar los efectos del COVID-19 en la comunicación organizacional en el Grupo Ases

I. MATERIAL Y MÉTODO

2.1. Tipo y diseño de investigación.

Enfoque

El estudio presenta un enfoque cuantitativo el cual se describe como aquel donde se recopilan y analizan datos cuantitativos sobre variables y se investigan propiedades y fenómenos cuantitativos. Además, la recopilación de datos se utiliza para responder preguntas de encuestas mediante pruebas de hipótesis y se basa en mediciones numéricas, numéricas y, a menudo, estadísticas (Hernández & Mendoza, 2018).

Tipo

El presente estudio será de tipo aplicada, cuyo objetivo es resolver un determinado problema o enfoque, enfocarse en la investigación y potenciar el conocimiento para su aplicación y así enriquecer el desarrollo cultural y científico. (Carhuancho et al., 2018).

Nivel

El nivel del proyecto será descriptivo, ya que este estudio se efectúa una vez que se quiere explicar, en todos sus elementos primordiales, una realidad (Arias & Covinos, 2021).

Diseño

Por ello, el presente proyecto de estudio será de naturaleza no experimental, puesto que, según Arias y Covinos (2021) se define como aquel que se realiza sin manipulación intencional de variables; además, se basan principalmente en la observación del fenómeno, de la misma manera que se representa en su entorno natural. Se basa en muchas categorías, eventos y contextos diferentes: un evento sin intervención específica del investigador. Y también será de corte transversal.

Población y muestra.

La población, como lo señala Hernández y Mendoza (2018) es una combinación de todos los estados posibles que son relevantes para lo que desea estudiar y deben localizarse específicamente debido al contenido, la ubicación, las características del contenido, el tiempo y la accesibilidad.

La población para el presente estudio estará enfocada en el personal y directivo interno del Grupo Ases, Chiclayo.

“La muestra es una subcategoría del mundo o población en la que se recogerá la información necesaria si queremos lograr la generalización de los resultados” (Arias & Covinos, 2021).

La muestra será conformada por 49 colaboradores del grupo Ases, constituyendo la totalidad de personal interno.

Muestreo por conveniencia, de acuerdo a Carhuancho et al. (2018) señala que es una técnica de muestreo no probabilístico, no aleatorio, que se utiliza para generar una muestra en función de la accesibilidad o disponibilidad de la muestra dentro de un período de tiempo determinado o cualquier otra especificación.

2.2. Variables y operacionalización.

Comunicación organizacional: Para Pineda (2019), esta variable es un importante desafío tecnológico. Esta dinámica implica co-crear y estructurar otras historias utilizando plataformas digitales para fortalecer la relación con la audiencia, sin perder de vista el logro de los objetivos de la organización.

Satisfacción laboral: Según Pujol y Dabos (2017), se conceptualiza como el grado en que los empleados logran demostrar que aman su trabajo, y no existe consenso sobre si se trata simplemente de un proceso emocional o cognitivo.

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

Técnica

Medio utilizado para la recopilación de información (Hernández & Mendoza, 2018). En este caso se hará uso del cuestionario.

La encuesta es la técnica empleada, ya que nos permitirá reunir los datos necesarios para el presente estudio, permitiéndonos satisfacer las necesidades de la investigación. La encuesta se considera una estrategia clave, ya que ayuda a analizar y narrar los principales acontecimientos relacionados con el tema elegido.

Instrumentos de recolección de datos

El cuestionario se utilizó como instrumento; además, se conceptualiza como herramienta que nos permite obtener información puntual sobre un determinado tema (Arias & Covinos, 2021).

El cuestionario de comunicación interna estuvo compuesto por 22 preguntas mientras que el cuestionario de satisfacción laboral por 16 ítems, ambos se basan en una escala Likert de 1 a 5, siendo 1 "Nunca", 2 es "Casi nunca", 3 es "A veces", 4 es "Casi siempre" y 5 es "Siempre".

Validez

De acuerdo con Arias y Covinos (2021) menciona que uno de los métodos consiste en adquirir pruebas de contenido utilizando criterios de expertos para crear un cuestionario basado en lo que hay que medir.

Para fines de la investigación, los cuestionarios se sometieron a revisión de la validez correspondiente por medio de juicios expertos, siendo 3 profesionales en comunicación, obteniendo un V de Aiken superior a 0.70 en todos los indicadores

Confiabilidad

Según Hernández y Mendoza (2018) es aquella coherencia y consistencia que posee el instrumento a aplicarse.

En el presente estudio, se empleó el programa estadístico SPSS Versión 25, donde se obtuvo la fiabilidad mediante consistencia interna por Alfa de Cronbach, se determinó un coeficiente de 0.94 para la escala de comunicación organizacional y 0.935 para la escala de satisfacción laboral, configurándose como un nivel excelente de fiabilidad en ambos casos.

2.4. Procedimientos de análisis de datos.

El procedimiento de los datos, se llevó a cabo por medio de los instrumentos, los cuales se relacionarán de forma directa con las correspondientes variables del

estudio, así mismo con las respectivas dimensiones e indicadores. Se estipularon una serie de preguntas que serán aplicados a la población investigada mediante un cuestionario.

El procesamiento de datos será realizado mediante los programas SPSS versión 25; en el cual se verificaron los aspectos psicométricos de validez con evidencias de contenido y confiabilidad mediante consistencia; tras ello, se respondió al objetivo correlacional, realizando un análisis de normalidad, en el cual se obtuvo una distribución no normal de los datos en consecuencia, se empleó la prueba de correlación de Spearman; así también, para cumplir con los objetivos descriptivos, se elaboraron tablas y figuras.

2.5. Criterios éticos

El respeto a las personas, ya que se valoraron los puntos de vista de los encuestados de forma ética. Del mismo modo, se evaluarán los datos recogidos en las encuestas, que fueron revisadas antes del acuerdo de cada persona.

2.6. Criterios de rigor científico.

Hernández y Mendoza (2018) mencionan que, para desarrollar una investigación confiable y válida, se debe tener en cuenta los siguientes aspectos:

- La credibilidad, directamente relacionada con la adecuación de un buen manejo de la información y los datos recopilados en el desarrollo de la investigación.
- Transferibilidad o aplicabilidad, es decir, los resultados de este estudio al contar con un nivel de validez y confiabilidad aceptado, cumpliendo con el principio de ser reproducidos en entornos con similares características.
- Dependencia. Este criterio está relacionado con la consistencia o estabilidad de los resultados recolectados en la ejecución de la investigación.

II. RESULTADOS

3.1. Resultados

Comunicación organizacional y satisfacción laboral en el contexto Covid-19

Ho: No existe una influencia por parte de la comunicación organizacional sobre la satisfacción laboral del personal y directivos internos del Grupo Ases.

H1: Existe una influencia por parte de la comunicación organizacional sobre la satisfacción laboral del personal y directivos internos del Grupo Ases.

Tabla 1
Correlación de variables

| | | | Comunicación Organizacional | Satisfacción Laboral |
|-----------------|-----------------------------|----------------------|-----------------------------|----------------------|
| Rho de Spearman | Comunicación Organizacional | Coef. de correlación | 1,000 | ,875** |
| | | P_valor | . | ,000 |
| | | N | 49 | 49 |
| n | Satisfacción Laboral | Coef. de correlación | ,875** | 1,000 |
| | | P_valor | ,000 | . |
| | | N | 49 | 49 |

De la tabla 1 se observó que, con un valor igual a 0.000 y siendo este inferior a 0.05 y 0.01, se halló la existencia de relación muy significativa entre la satisfacción laboral y la comunicación organizacional, además teniendo en cuenta el coeficiente de correlación de Spearman (0.875) indica la relación presente se categoriza en un nivel muy alta correlación entre ambas variables.

Nivel de satisfacción laboral

Tabla 2

Niveles de satisfacción laboral en Grupo Ases, 2021

| Nivel | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------------|-------------------|-------------------|-----------------------------|
| Baja | 16 | 32,7 | 32,7 |
| Media | 19 | 38,8 | 71,4 |
| Alta | 14 | 28,6 | 100,0 |
| Total | 49 | 100,0 | |

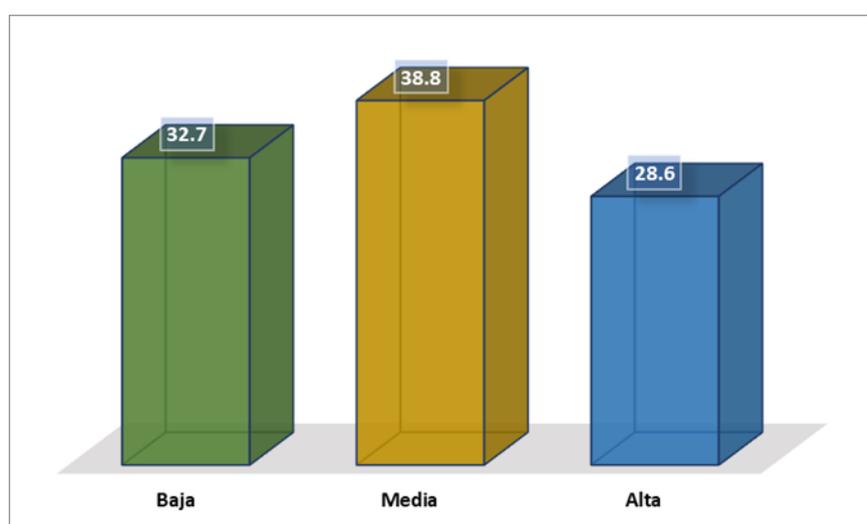


Figura 1. Niveles de satisfacción del personal de Grupo Ases, 2021.

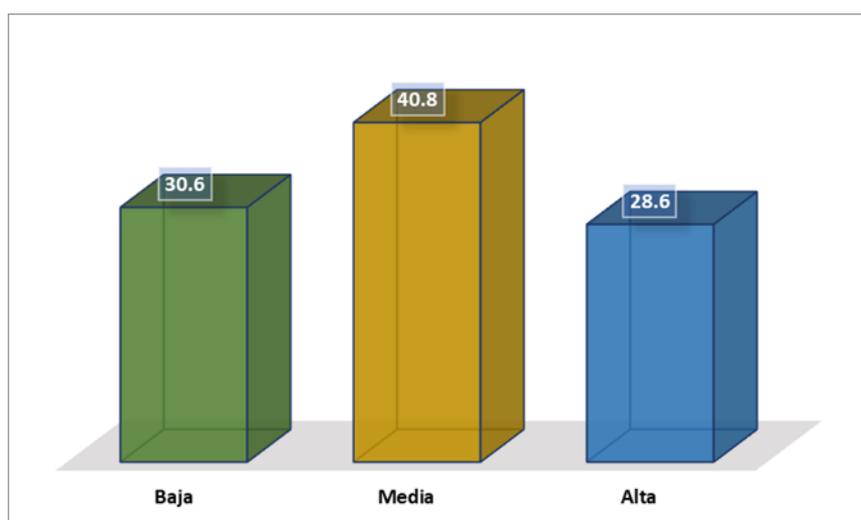
En base a los resultados de la tabla y la figura anterior, se observó que el 38.8% del personal y directivo interno del Grupo Ases, Chiclayo, tienen un nivel medio de satisfacción del personal, mientras el 32.7% tienen un nivel bajo y el 28.6% tienen un alto nivel.

Nivel de comunicación organizacional

Tabla 3

Niveles de comunicación organizacional en Grupo Ases, 2021

| Nivel | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------------|-------------------|-------------------|-----------------------------|
| Baja | 15 | 30,6 | 30,6 |
| Media | 20 | 40,8 | 71,4 |
| Alta | 14 | 28,6 | 100,0 |
| Total | 49 | 100,0 | |



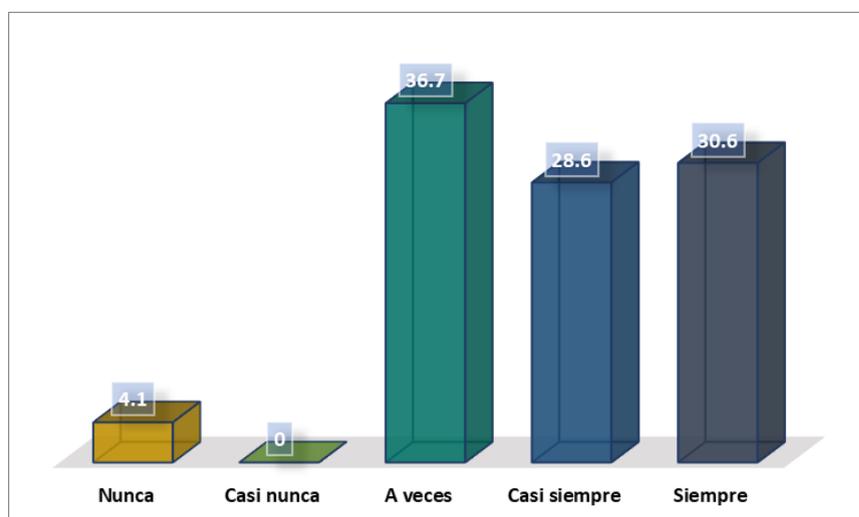
Grupo Ases, 2021

observó que el 40.8% del
nen un nivel medio de
ministrativos, mientras el

Efectos del COVID-19 en la comunicación organizacional

Tabla 4

Implementación de nuevos canales de comunicación al iniciarse la pandemia COVID-19



| Nivel | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|--------------|----------------------|
| Nunca | 2 | 4,1 | 4,1 |
| Casi nunca | 0 | 0,0 | 4,1 |
| A veces | 18 | 36,7 | 40,8 |
| Casi siempre | 14 | 28,6 | 69,4 |
| Siempre | 15 | 30,6 | 100,0 |
| Total | 49 | 100,0 | |

Figura 3. Implementación de nuevos canales de comunicación al iniciarse la pandemia COVID-19

En concordancia con los resultados de la tabla y la figura anterior, se evidenció que el 36.7% del personal y directivo interno del Grupo Ases, Chiclayo, indican que a veces se implementan nuevos canales de comunicación al iniciar la pandemia COVID-19, mientras que el 30.6% señalan que siempre y el 28.6% reportan que casi siempre.

Tabla 5

Distribución de frecuencias respecto a la implementación de plataformas virtuales

| Nivel | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|--------------|----------------------|
| Nunca | 1 | 2,0 | 2,0 |
| Casi nunca | 2 | 4,1 | 6,1 |
| A veces | 14 | 28,6 | 34,7 |
| Casi siempre | 16 | 32,7 | 67,3 |
| Siempre | 16 | 32,7 | 100,0 |
| Total | 49 | 100,0 | |

3.2. Discusión

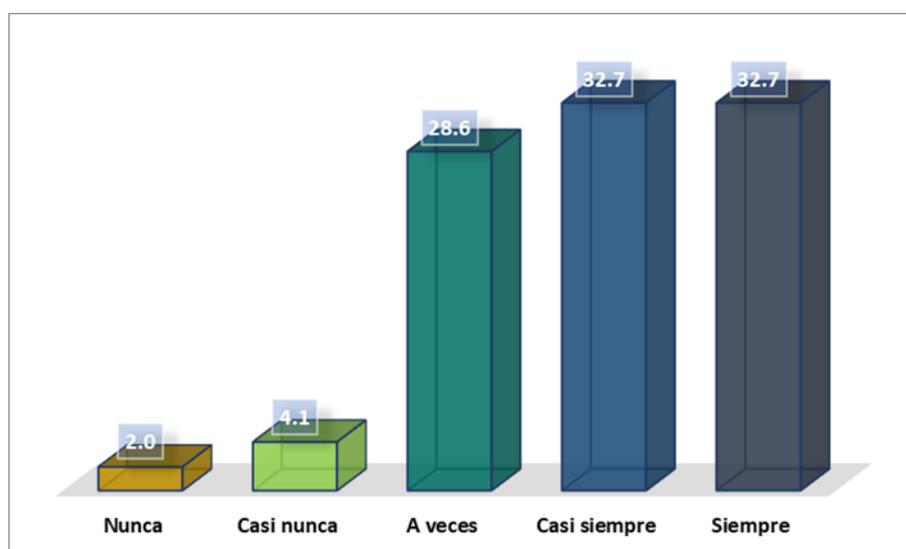


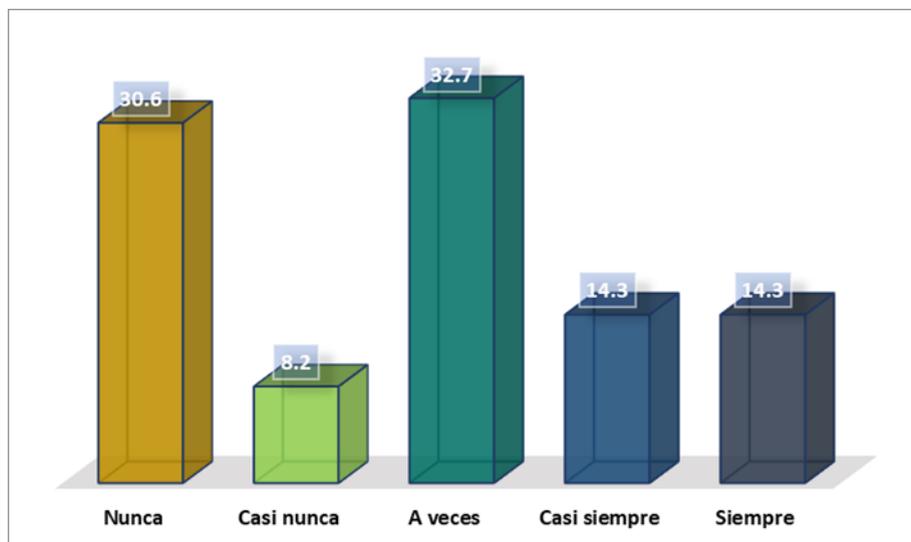
Figura 4. Implementación de plataformas virtuales

De acuerdo a los resultados de la tabla y la figura anterior, se evidenció que el 32.7% del personal y directivo interno del Grupo Ases, Chiclayo, indican que siempre se implementan plataformas virtuales, mientras que el 32.7% señalan que casi siempre y el 28.6% reportan que a veces.

Tabla 6

Distribución de frecuencias respecto a desarrollado sesiones de capacitación al personal

| Nivel | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|--------------|----------------------|
| Nunca | 15 | 30,6 | 30,6 |
| Casi nunca | 4 | 8,2 | 38,8 |
| A veces | 16 | 32,7 | 71,4 |
| Casi siempre | 7 | 14,3 | 85,7 |
| Siempre | 7 | 14,3 | 100,0 |
| Total | 49 | 100,0 | |



Grupo Ases,2021

or, se evidencia que
clayo, indican que a
entras que el 30.6%
ore.

Tabla 7

| Nivel | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|--------------|----------------------|
| Nunca | 5 | 10,2 | 10,2 |
| Casi nunca | 7 | 14,3 | 24,5 |
| A veces | 21 | 42,9 | 67,3 |
| Casi siempre | 8 | 16,3 | 83,7 |
| Siempre | 8 | 16,3 | 100,0 |
| Total | 49 | 100,0 | |

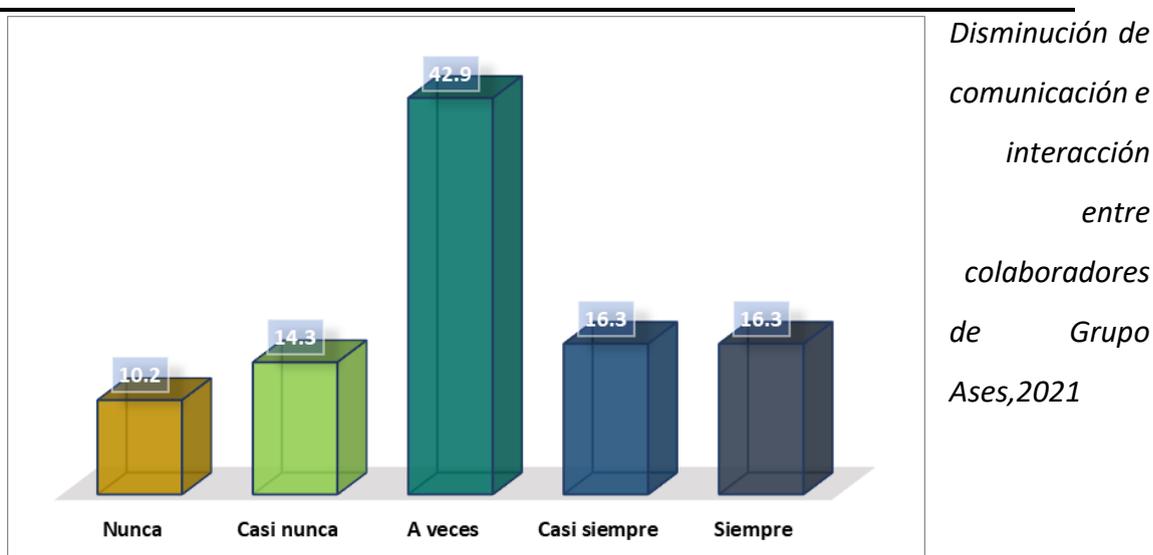
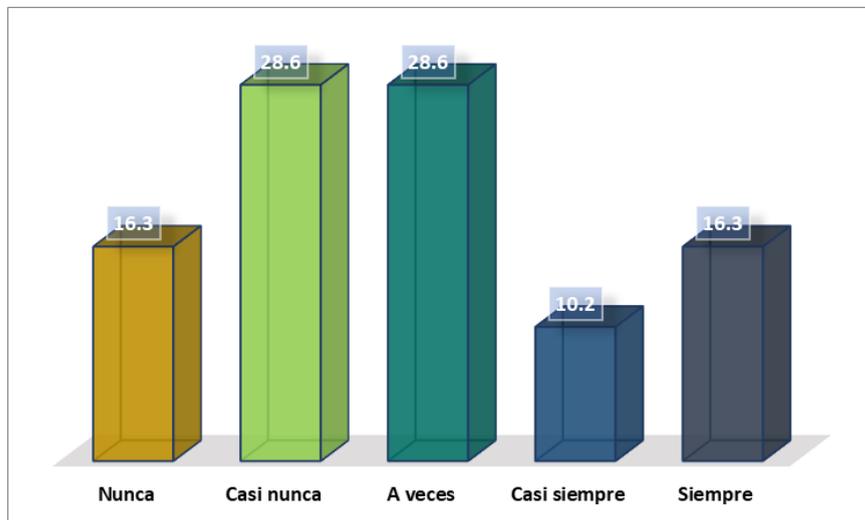


Figura 6. Disminución de comunicación e interacción entre los colaboradores

De acuerdo a los resultados de la tabla y la figura anterior, se evidenció que el 42.9% del personal y directivo interno del Grupo Ases, Chiclayo, indican que a veces hay disminución de comunicación e interacción entre los colaboradores, mientras que el 16.3% señalan que casi siempre y el 14.3% reportan que casi nunca.

Tabla 12

Afectación negativa de la retroalimentación del trabajo brindada por los superiores hacia los colaboradores



| Nivel | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|--------------|----------------------|
| Nunca | 8 | 16,3 | 16,3 |
| Casi nunca | 14 | 28,6 | 44,9 |
| A veces | 14 | 28,6 | 73,5 |
| Casi siempre | 5 | 10,2 | 83,7 |
| Siempre | 8 | 16,3 | 100,0 |
| Total | 49 | 100,0 | |

Figura 7. Retroalimentación del trabajo brindada por los superiores y su efecto negativo hacia los colaboradores

En concordancia con los resultados de la tabla y la figura anterior, se evidencia que el 28.6% del personal y directivo interno del Grupo Ases, Chiclayo, indican que a veces se brinda retroalimentación del trabajo, dada por los superiores y su efecto negativo hacia los colaboradores, mientras que el 16.3% señalan que nunca y el 10.2% reportan que casi siempre.

3.2. **Discusión de resultados**

Se halló la existencia de correlación significativa y positiva entre las variables, comunicación organizacional y satisfacción laboral, esta indica que, a mayor nivel de comunicación, mayor satisfacción por parte de los colaboradores. Los resultados son similares a los obtenidos por Arotaye y Ampuero (2020), López (2019), Castillo (2018), y Ángeles y Miñope (2018) en sus estudios a nivel nacional y regional, quienes señalan que la comunicación influye en la satisfacción del personal, de tal manera que el proceso de transmisión de información, perspectivas y datos entre los colaboradores y directivos, impacta en la sensación positiva y actitud de agrado hacia el propio trabajo y responsabilidades. Ello a su vez, es explicado por Chiavenato (2006) al mencionar que aquellos colaboradores que conocen explícitamente sus funciones, estándares de desempeño y responsabilidades, se sienten más satisfechos y cómodos con sus labores, asimismo, contribuyen en mayor medida a la organización a través de sus habilidades y capacidades.

En cuanto al objetivo específico 1, se encontró en mayor frecuencia el nivel medio (38.8%) y bajo (32.7%) de satisfacción laboral en los colaboradores de Grupo Ases; es decir, existe parcial agrado y satisfacción referente a sus labores y condiciones en el trabajo, así también, se evidencia un porcentaje relevante de trabajadores que reporta un nivel reducido de motivación, involucramiento y agrado hacia las funciones laborales, lo cual puede resultar perjudicial dado que de acuerdo a Ángeles y Miñope (2018) el grado de confort con el trabajo impacta en el desempeño, desenvolvimiento, motivación y compromiso en la ejecución de labores. Los resultados son similares a los de la investigación de Lomas (2017) quien reporta predominancia de nivel promedio y bajo en la satisfacción del personal de la organización. Por otro lado, se muestran discrepantes con los hallazgos de Ángeles y Miñope (2018), y Castillo (2018) en sus estudios a nivel nacional, dado que manifestaron que los trabajadores se ubicaban en mayor incidencia en un nivel alto y medio, en un rango de 30% a 48% respectivamente; estas diferencias con el presente estudio se pueden explicar debido a los diversos sectores en los que se desempeñan los trabajadores, siendo del rubro de agronomía y comunicaciones, así como de las funciones que desempeñan los colaboradores tales como operarios y producción en su mayoría, a diferencia de los colaboradores de la presente investigación, al ser del sector de servicios, cumpliendo funciones administrativas y de asesorías.

En cuanto al objetivo específico 2, se encontró mayor frecuencia del nivel medio (38%) seguido por el nivel bajo (32%), es decir, un alto índice de los trabajadores percibe que existen deficiencias leves a medias en el proceso de trasmisión de datos, información y diversos elementos en torno a la organización. Ello discrepa con los resultados obtenidos por Ángeles y Miño (2018), y Castillo (2018) quienes reportan mayor frecuencia de los niveles alto y medio de comunicación organizacional en sus estudios, encontrando que perciben adecuadamente el intercambio y trasmisión de información interna, asimismo destacan como aspectos de mejora en sus organizaciones el proporcionar información sobre las labores a desempeñar, los derechos de los colaboradores y resolución de los problemas de carácter laboral. Las discrepancias entre los hallazgos de estudios y el presente se pueden deber a las diferencias del rubro y labores en las que se despliegan los colaboradores, así también, al contexto en el que fueron evaluados, siendo en las investigaciones previas en un ambiente de trabajo presencial, mientras que en el presente caso se evaluó en contexto de COVID-19 a razón de lo cual un porcentaje de los colaboradores se encuentran realizando sus labores de manera semipresencial y se han presentado variantes en los canales de comunicación, esto último constituye un factor interviniente a tener en consideración puesto que de acuerdo con Cárdenas y Santana (2021) la pandemia de Covid-19 ha generado un impacto fundamental en el manejo de estrategias de comunicación entre los trabajadores de una empresa, y por lo tanto, en lo que es percibido por los trabajadores.

Además, en cuanto a los efectos del Covid-19 en la comunicación organizacional, se encontró que un porcentaje alto de los colaboradores, configurándose superior a un 90 % refieren que se han implementado nuevos canales de comunicación tales como redes sociales, videoconferencias e intranet, así como plataformas virtuales; ello resulta congruente con lo referido por Cárdenas y Santana (2021) en torno a la necesidad que ha generado el periodo de pandemia por una modificación significativa de los medios para comunicarse entre colaboradores, tendiendo a recurrir hacia recursos tecnológicos que permitan armonizar el trabajo y la funcionalidad de las organizaciones. En esta misma línea, se encontró que, tras la pandemia, un porcentaje ascendente al 38% de los colaboradores indican que no se han desarrollado sesiones de capacitación debido a contexto de pandemia, el cual es un dato importante de resaltar dado que según Granada (2013) las capacitaciones son

estrategias de comunicación fundamentales ya que impactan en la reacción, aprendizaje, desenvolvimiento y satisfacción del colaborador, puesto que permiten fortalecer sus conocimientos en torno a funciones, valores de la organización y objetivos organizacionales. Además, aproximadamente un 75% de los colaboradores reportan que ha disminuido el flujo de comunicación e interacción debido a la pandemia, en el mismo sentido, un aproximado del 54% del personal indica que la retroalimentación del trabajo brindada por sus superiores se ha visto afectado por el contexto de pandemia; lo cual evidencia que la pandemia por COVID-19 ha generado un impacto que debe ser valorado y requiere de estrategias de intervención en la organización.

III. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

Se concluye respecto al objetivo general la existencia de una correlación significativa, alta y directa entre la comunicación organizacional y satisfacción laboral de los colaboradores de Grupo Ases, lo cual indica que, a mayor comunicación, mayor satisfacción del personal.

En cuanto al primer objetivo específico, los niveles de satisfacción laboral del personal de Grupo Ases, se ubica en mayor frecuencia en la categoría media y baja, evidenciando parcial satisfacción, así como deficiencias en la variable.

Como segundo objetivo específico, los niveles de comunicación organizacional del personal de Grupo Ases, se categoriza en mayor frecuencia en el nivel medio y bajo, mostrando deficiencias en la transmisión de información.

Finalmente, para el tercer objetivo específico, se concluye que, tras los efectos del COVID-19 en la comunicación organizacional en el Grupo Ases, se evidencia los colaboradores señalan que en mediana y amplia frecuencia se han implementado nuevos canales de comunicación y plataformas virtuales para la transmisión de información laboral, por otro lado, indican que se han presentado escasamente capacitaciones por parte de la empresa, asimismo, en proporción media ha disminuido la comunicación entre colaboradores, y la retroalimentación por parte de superiores a trabajadores.

4.2. Recomendaciones

Se recomienda brindar capacitaciones al personal en torno a la visión, misión y valores de la organización, con el objetivo de fortalecer el conocimiento, compromiso e identidad con la empresa.

Se sugiere a la organización, fomentar y compartir el manual de organizaciones y funciones con los colaboradores con el propósito de que conozcan a detalle sus labores y responsabilidades a realizar.

Se recomienda evaluar las variables mediante muestras probabilísticas, con el objetivo de generalizar los datos obtenidos en la población de colaboradores del sector de servicios.

Se sugiere que la organización, diseñe e implemente estrategias de comunicación organizacional con la finalidad de favorecer el intercambio y transmisión de información, así como la satisfacción del personal en torno a sus labores.

Se recomienda que la organización implemente estrategias de endomarketing con el fin de incrementar la satisfacción laboral y el compromiso con la identidad corporativa, esta puede ser una campaña audiovisual interna para los asesores que trabajan a distancia mostrándoles información de la cultura organizacional y una toma de gerencia dándoles la bienvenida a la empresa y agradeciéndoles por el trabajo que vienen realizando.

REFERENCIAS

- Angeles, K., & Miñoque, J. (2018). *Influencia del nivel de comunicación interna en el nivel de satisfacción laboral de los colaboradores de la empresa Induamerica S.A.C., Lambayeque 2017*. [Tesis pregrado, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo]. <http://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/2165693>
- Arana, I., Flores, D., Koo, M. y Vidal, J. (2020). *La eficacia de las herramientas lúdicas en la gestión de la comunicación interna en el Perú*. [Tesis de maestría, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/653180/Arana_GI.pdf?sequence=4
- Arias, J. & Covinos, M. (2021). *Diseño y metodología de la investigación*.
- Arotaype, C., & Ampuero, R. (2020). *La comunicación organizacional y su influencia en la satisfacción laboral en el personal administrativo de la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones - Cusco, 2019*. [Tesis pregrado, Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco]. <http://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/2026515>
- Axon (2020). *Tendencias y necesidades de los Dircom en América Latina para el 2021*. Lima: Axon Marketing & Communications. <https://www.axonlatam.com/wp-content/uploads/2021/02/Whitepaper-Tendencias-y-necesidades-de-los-Dircom-en-America-Latina-para-el-2021.pdf>
- Boada, N. (2019). Satisfacción laboral y su relación con el desempeño laboral en una Pyme de servicios de seguridad en el Perú. *Journal of Economics, Finance and International Business*, 3. (1). <https://revistas.usil.edu.pe/index.php/jefib/article/view/398>
- Calderón, G. (2020). Impactos de la pandemia sobre las organizaciones: una reflexión desde la perspectiva de la gestión del talento humano. *Lúmina*, 21 (1). 10-17. <https://revistasum.umanizales.edu.co/ojs/index.php/Lumina/article/view/3987>
- Cárdenas, M., & Santana, A. (2020). *Estrategias de comunicación interna entre miembros del programa de psicología UCC, sede Villavicencio, en pandemia Covid 19*. [Tesis de licenciatura, Universidad Cooperativa de Colombia]. https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/33178/1/2021_estrategias_comunicacion_programa.pdf
- Carhuancho, I., Nolzco, F., Monteverde, L., Guerrero, M. & Casana, K. (2019). *Metodología de la investigación holística*
- Castillo, K. (2018). *Comunicación organizacional y satisfacción laboral en la Empresa Sour Comunicaciones S.A.C Lima - 2016*. [Tesis pregrado, Universidad Autónoma del Perú]. <http://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/2137998>
- Chiavenato, I. (2017). *Planeación estratégica. Fundamentos y aplicaciones*. Tercera edición.

- <https://www.remax-accion.com.ar/wp-content/uploads/2021/04/127-Planeacion-estrategica-fundametos-chiavenato-idalberto.pdf>
- Diario Gesbon. (23 de Junio de 2021). Solo el 33% de las empresas españolas cuenta con un plan para los procesos de RRHH. *Equipos & Talento*. Obtenido de <https://www.equiposytalento.com/noticias/2021/06/23/solo-el-33-de-las-empresas-espanolas-cuenta-con-un-plan-para-la-digitalizacion-de-los-procesos-de-rrhh>
- Diario Gestión. (16 de marzo de 2021). *Más de 45,000 empresas dejaron de operar en Perú a raíz del COVID el 2020*. <https://gestion.pe/economia/emprendedores-mas-de-45000-empresas-dejaron-de-operar-en-peru-a-raiz-del-covid-el-2020-noticia/>
- Diario Negocios. (29 de mayo de 2021). *¿Cuál es el impacto de COVID-19 en las empresas en Uruguay y qué cambios hicieron?*. <https://negocios.elpais.com.uy/noticias/impacto-covid-empresas-uruguay-cambios-hicieron.html>
- Fernández, A. (30 de marzo de 2021). *Dirconfidencial*. <https://dirconfidencial.com/comunicacion/entrevista-a-jose-fernandez-alava-director-general-de-la-asociacion-dircom-20210329-0405/>
- Guarniz, M., & Farroñay, P. (2019). *Relación entre satisfacción laboral y compromiso organizacional en colaboradores de la tienda - financiera Ripley de Chiclayo*. [Tesis posgrado, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo]. <http://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/2165492>
- Hernández, R. & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*.
- Ladino, P. (2017). *Teorías de la comunicación*. <https://core.ac.uk/download/pdf/326425815.pdf>
- López, J. (2019). *Relación entre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral en los centros de educación técnico productivo Arnulfo Romero de San Ignacio y Neftalí Carvajal de Chota*. [Tesis postgrado, Universidad Nacional de Cajamarca]. <http://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/1786445>
- Mogrovejo, A., Campos, J., Calle, O. y Pérez, P. (2022). Plan estratégico para el área de recursos humanos a nivel empresarial. *FIPCAEC*, 7 (1). 872-892. <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v7i1.555>
- Oliva, D. (2018). *Comunicación Organizacional y su relación con la satisfacción laboral de los colaboradores administrativos de la Empresa San Roque S.A 2018*. [Tesis posgrado, Universidad César Vallejo]. <http://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/2095977>
- Papic, K. (2019). Los tipos de comunicación organizacional interna en establecimientos educacionales municipalizados en Chile. *Cuadernos de Investigación Educativa*, 10(1). http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?pid=S1688-93042019000100063&script=sci_arttext

- Pineda, A. (2020). La comunicación organizacional en la gestión empresarial. *Revista Geon: Gestión - Organización - Negocios*, 7(1), 9-25.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7828548>
- Pizarro, J., Fredes, G., Inostroza, C. & Torrelanca, E. (2019). Motivación, satisfacción laboral y estado de flow en los trabajadores de la salud. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24. (87).
<https://www.redalyc.org/journal/290/29060499013/29060499013.pdf>
- Pujol, L. & Dabos, G. (2017). Satisfacción laboral: una revisión de la literatura acerca de sus principales determinantes. *Estudios Gerenciales*, 34 (146). 3-18.
<http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v34n146/0123-5923-eg-34-146-00003.pdf>
- Sanabria, F. (2017). *La confianza organizacional como variable mediadora entre el capital psicológico y la conducta de compartir conocimiento*. [Tesis de maestría, Universidad Católica de Colombia].
<https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/14657/1/Tesis%20Confianza%20Organizacional.%20Fernando%20..pdf>
- Segredo, A., García, A., López, P., León, P., & Perdomo, I. (2017). Comunicación organizacional como dimensión necesaria para medir el clima en las organizaciones en salud pública. *Horizonte Sanitario*, 16(1). http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-74592017000100028&script=sci_arttext
- Villanueva, E. (2017). *Introducción a la Gestión y Administración en las Organizaciones*.
<https://biblioteca.unaj.edu.ar/wp-content/uploads/sites/8/2017/02/Introduccion-gestion-y-administracion-organizaciones.pdf>
- Weller, J. (julio de 2020). *La pandemia del COVID-19 y su efecto en las tendencias de los mercados laborales*. Santiago. Naciones Unidas.
<https://www.cepal.org/es/publicaciones/45759-la-pandemia-covid-19-su-efecto-tendencias-mercados-laborales>

ANEXOS

ANEXO A CUESTIONARIOS

Introducción: Encuesta anónima a los colaboradores del Grupo ASES.

Estimada/o, me dirijo a usted para solicitarle amablemente su colaboración para el llenado del siguiente cuestionario, el cual, es necesario para el desarrollo de mi trabajo de investigación. Puesto que, el objetivo general es determinar la relación que existe por parte de la comunicación organizacional sobre la satisfacción laboral en el contexto covid-19, caso Grupo Ases., se le comparte la presente. Agradezco su tiempo y sinceridad.

INSTRUCCIONES: Por favor, marque de acuerdo a los valores establecidos.

1: Nunca 2: Casi nunca 3: A veces 4: Casi siempre 5: Siempre.

Variable Comunicación Organizacional

| ÍTEMS | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-------|---|---|---|---|---|
| 1 | Los directivos le informan sobre los logros obtenidos por parte de la organización | | | | |
| 2 | Los directivos le informan sobre los inconvenientes en la empresa | | | | |
| 3 | Los directivos promueven la participación de los colaboradores en las decisiones que puedan afectar sus labores. | | | | |
| 4 | Ante alguna duda, suele consultar a sus jefes sobre una tarea encomendada | | | | |
| 5 | Suele pedir ayuda a sus compañeros para resolver sus dudas sobre alguna tarea. | | | | |
| 6 | Existen estrategias de comunicación que promuevan la comunicación de incorporación y/o ascenso del personal | | | | |
| 7 | Recibe la información que necesita para poder ejecutar sus labores diarias. | | | | |
| 8 | La información otorgada por su jefe inmediato es precisa y entendible | | | | |
| 9 | La empresa utiliza estrategias de comunicación para dar a conocer las funciones | | | | |
| 10 | Cuando se presentan conflictos o diferencias entre colaboradores, se cuenta con un protocolo de solución de crisis. | | | | |
| 11 | Contribuye a la solución de errores y/o inconvenientes laborales a través de la comunicación. | | | | |
| 12 | Considera que existe respeto y tolerancia sobre las diferentes opiniones y/o comentarios que se exponen por parte de cada uno de los colaboradores. | | | | |
| 13 | Se le brinda atención que necesita cuando trata de comunicarse con sus compañeros. | | | | |

| | | | | | | |
|----|--|--|--|--|--|--|
| 14 | Se promueve los valores morales, actitudes positivas e integración de los miembros de la empresa. | | | | | |
| 15 | Considera que posee libertad y seguridad para poder hablar con su jefe o superior sobre los problemas laborales. | | | | | |
| 16 | Los comentarios referentes al ámbito laboral que expresa a su jefe son tomados en cuenta. | | | | | |
| 17 | Considera la perspectiva de su jefe inmediato para la elaboración de sus funciones. | | | | | |

| | | | | | | |
|----|--|--|--|--|--|--|
| 18 | La empresa ha implementado nuevos canales de comunicación al iniciarse la pandemia COVID-19 (ej. Redes sociales, intranet, videoconferencia) | | | | | |
| 19 | Se ha implementó el uso de plataformas virtuales (ej. Google drive, Teams, Dropbox) para transmitir datos y la situación actualizada de la empresa | | | | | |
| 20 | La empresa ha desarrollado sesiones de capacitación al personal por grupos reducidos debido a la pandemia | | | | | |
| 21 | Considera que la comunicación e interacción entre colaboradores ha disminuido en frecuencia | | | | | |
| 22 | Considera que la retroalimentación del trabajo brindada de superiores a colaboradores se ha visto afectada negativamente | | | | | |

Variable Satisfacción Laboral

| ÍTEMS | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-------|--|---|---|---|---|---|
| 1 | Se siente satisfecho con las funciones descritas en el Manual de Organización y Funciones. | | | | | |
| 2 | Usted se encuentra dispuesto a realizar labores extra en beneficio de la organización. | | | | | |
| 3 | Usted se ha proyectado a cambiar de centro laboral a mediano plazo | | | | | |
| 4 | Usted se siente entusiasmado hacia las tareas que realiza. | | | | | |
| 5 | Considera que las responsabilidades y funciones que realiza son gratificantes y significantes. | | | | | |
| 6 | Considera que cuenta con la iniciativa para afrontar y contribuir con los cambios de mejora que se presentan en la organización. | | | | | |
| 7 | Considera que sus labores son importantes y significativas para la empresa. | | | | | |
| 8 | Considera que la interacción que existen entre colaboradores y superiores es gratificante. | | | | | |
| 9 | La empresa suele premiar de forma pública los logros de los colaboradores. | | | | | |
| 10 | Se siente satisfecho con las actividades de integración promovidas por la empresa. | | | | | |
| 11 | Recibe apoyo por parte de sus compañeros y/o superiores en las labores que realiza. | | | | | |
| 12 | Las relaciones interpersonales son cordiales entre los integrantes de la organización. | | | | | |

| | | | | | | |
|----|---|--|--|--|--|--|
| 13 | Considera que la empresa fomenta y desarrolla oportunidades a sus colaboradores para aprender habilidades y aptitudes nuevas. | | | | | |
| 14 | Siente que su trabajo, puede ser reconocido a través de un ascenso laboral. | | | | | |
| 15 | Los jefes y/o superiores comprenden los problemas y/o necesidades de los colaboradores. | | | | | |
| 16 | Cuando comete un error en sus tareas laborales, sus jefes y/o compañeros son comprensivos con usted. | | | | | |

Fuente: Elaboración propia.

ANEXO B VALIDEZ DE INSTRUMENTOS

Tabla

Validez basada en el contenido a través de la V de Aiken

| INDICADORES | JUEZ 1 | JUEZ 2 | JUEZ 3 | MEDIA | V DE AIKEN | INTERPRETACIÓN DE V DE AIKEN |
|-------------------------------------|--------|--------|--------|-------|-------------|------------------------------|
| 1 | 4 | 4 | 5 | 4.33 | 0.83 | Valido |
| 2 | 5 | 4 | 5 | 4.67 | 0.92 | Valido |
| 3 | 4 | 5 | 5 | 4.67 | 0.92 | Valido |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4.00 | 0.75 | Valido |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4.00 | 0.75 | Valido |
| 6 | 4 | 4 | 4 | 4.00 | 0.75 | Valido |
| 7 | 4 | 5 | 4 | 4.33 | 0.83 | Valido |
| 8 | 4 | 4 | 4 | 4.00 | 0.75 | Valido |
| 9 | 4 | 5 | 4 | 4.33 | 0.83 | Valido |
| 10 | 4 | 4 | 4 | 4.00 | 0.75 | Valido |
| 11 | 3 | 5 | 4 | 4.00 | 0.75 | Valido |
| 12 | 4 | 5 | 5 | 4.67 | 0.92 | Valido |
| 13 | 4 | 5 | 5 | 4.67 | 0.92 | Valido |
| 14 | 4 | 5 | 5 | 4.67 | 0.92 | Valido |
| 15 | 4 | 4 | 5 | 4.33 | 0.83 | Valido |
| Promedio total de V de Aiken | | | | | 0.83 | |

En la tabla 1 se aprecia los valores para los criterios de los indicadores y el V de Aiken Promedio total (0.83), observándose que los ítems cumplen con el criterio mínimo (> 0.8), esto es corroborado por Ecurra (1988) quien señala que el valor adecuado del índice de acuerdo sea mayor a 0.8, se concluye que el V de Aiken es adecuado y es tomado como válido.

ANEXO C
CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTOS

Variable: Comunicación Organizacional

Tabla
Coefficiente de fiabilidad

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|-------------------------|-----------------------|
| ,954 | 22 |

Del resultado anterior se alcanzó un Nivel de confiabilidad Excelente con un Alfa = 0.954, siendo este test consistente y adecuado para el estudio.

Variable: Satisfacción Laboral

Tabla 3
Coefficiente de fiabilidad

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|-------------------------|-----------------------|
| ,935 | 16 |

Del resultado anterior se alcanzó un Nivel de confiabilidad Excelente con un Alfa = 0.935, siendo este test consistente y adecuado para el estudio.

Anexo D
Distribución de Preguntas

Variable comunicación organizacional

| Nivel | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|--------------|----------------------|
| Nunca | 6 | 12.2 | 12.2 |
| Casi nunca | 2 | 4.1 | 16.3 |
| A veces | 16 | 32.7 | 49.0 |
| Casi siempre | 14 | 28.6 | 77.6 |
| Siempre | 11 | 22.4 | 100.0 |
| Total | 49 | 100,0 | |

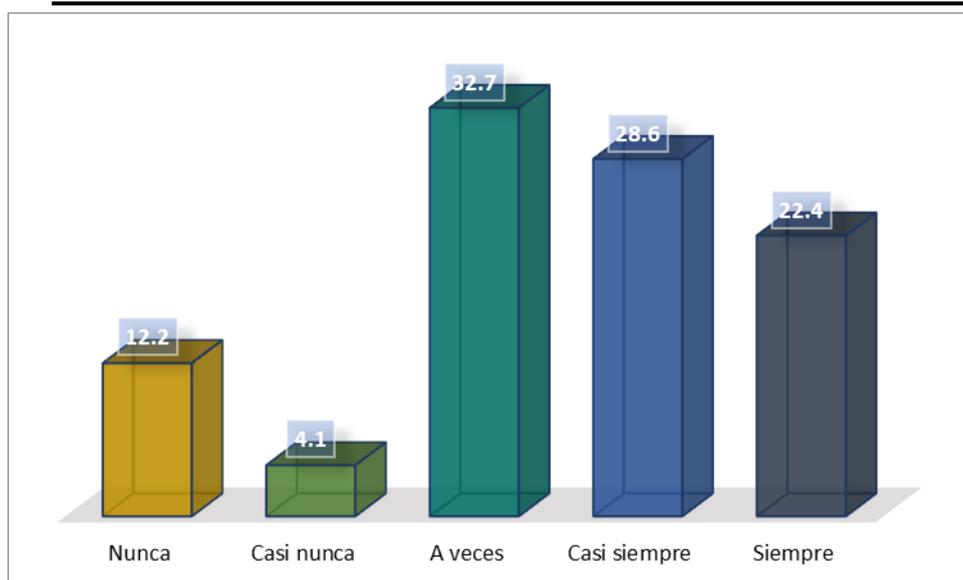
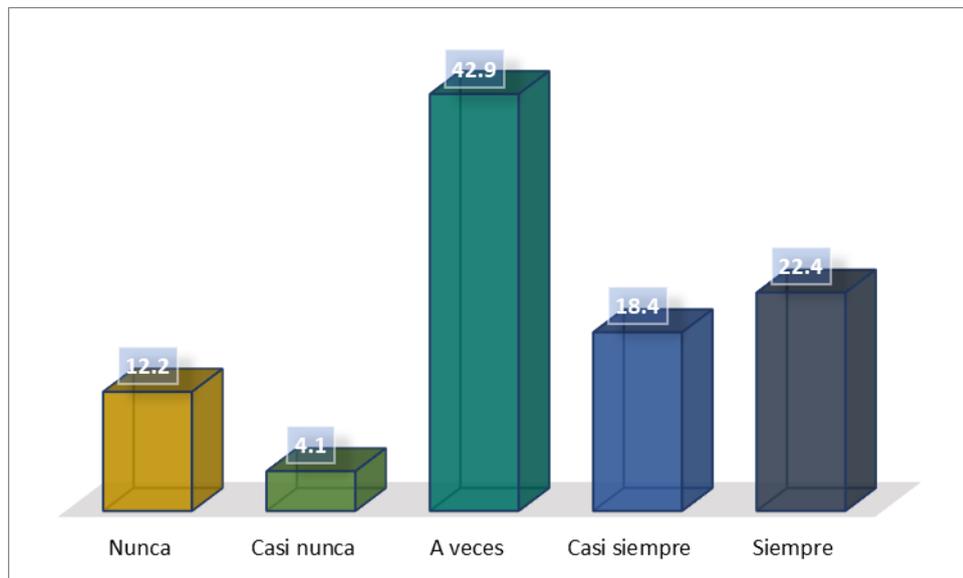


Tabla N°
Pregunta 1.
Información de los logros obtenidos por parte de la organización

Figura N°. Información de los logros obtenidos por parte de la organización

Tabla N°

Pregunta 2. información de inconvenientes por parte de la empresa



| Nivel | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------------|-------------------|-------------------|-----------------------------|
| Nunca | 6 | 12.2 | 12.2 |
| Casi nunca | 2 | 4.1 | 16.3 |
| A veces | 21 | 42.9 | 59.2 |
| Casi siempre | 9 | 18.4 | 77.6 |
| Siempre | 11 | 22.4 | 100.0 |
| Total | 49 | 100,0 | |

Figura N°. Información de inconvenientes por parte de la empresa

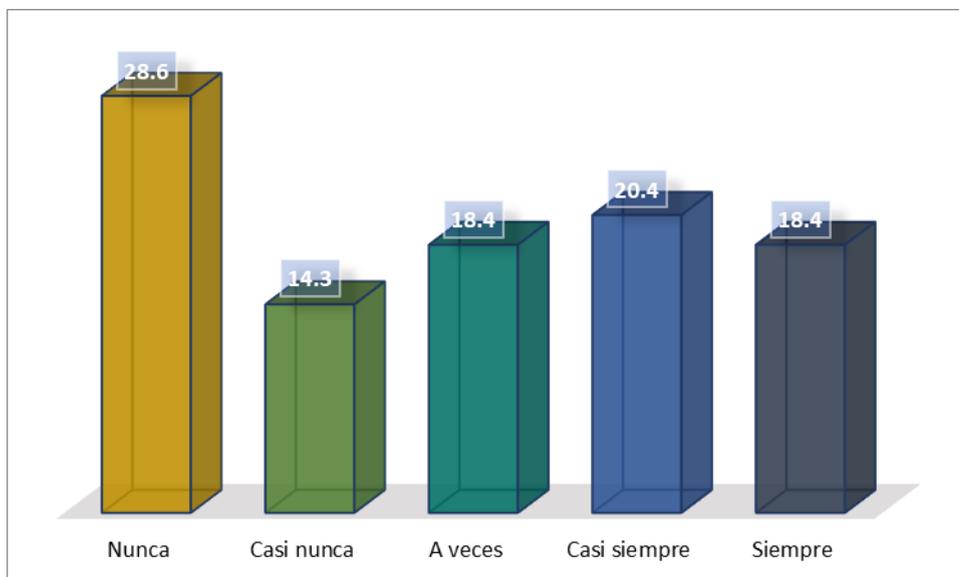


Tabla N°
Pregunta 6.
estrategias de
comunicación
promovidas en la
empresa

| Nivel | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|--------------|----------------------|
| Nunca | 14 | 28.6 | 28.6 |
| Casi nunca | 7 | 14.3 | 42.9 |
| A veces | 9 | 18.4 | 61.2 |
| Casi siempre | 10 | 20.4 | 81.6 |
| Siempre | 9 | 18.4 | 100.0 |
| Total | 49 | 100,0 | |

Figura N°. Estrategias de comunicación promovidas en la empresa

Tabla N°

Pregunta 7 información necesaria para ejecutar las labores

| Nivel | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|--------------|----------------------|
| Nunca | 1 | 2.0 | 2.0 |
| Casi nunca | 2 | 4.1 | 6.1 |
| A veces | 18 | 36.7 | 42.9 |
| Casi siempre | 11 | 22.4 | 65.3 |
| Siempre | 17 | 34.7 | 100.0 |
| Total | 49 | 100,0 | |

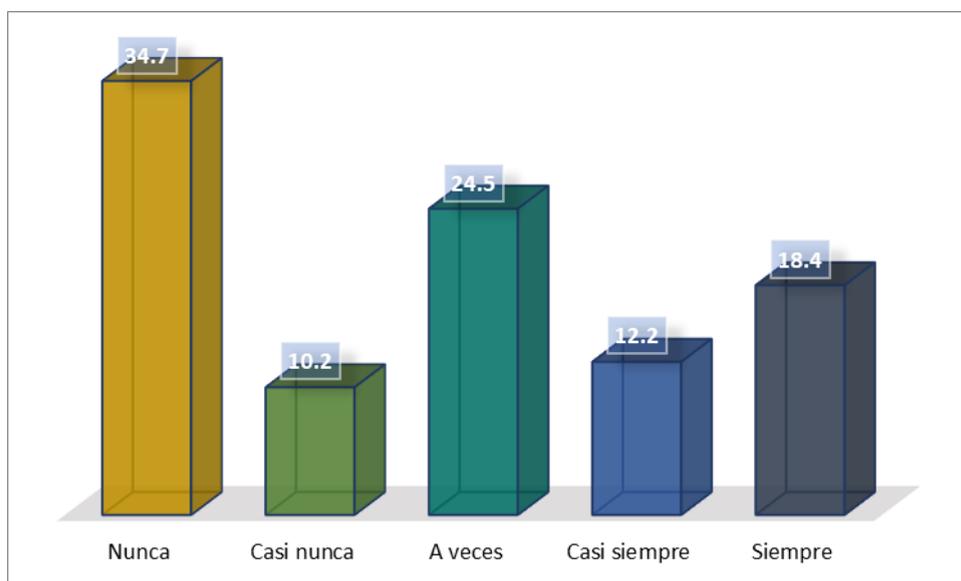


Figura N°. Información necesaria para ejecutar las labores

Tabla N°

Pregunta 10 protocolos de resolución de conflictos

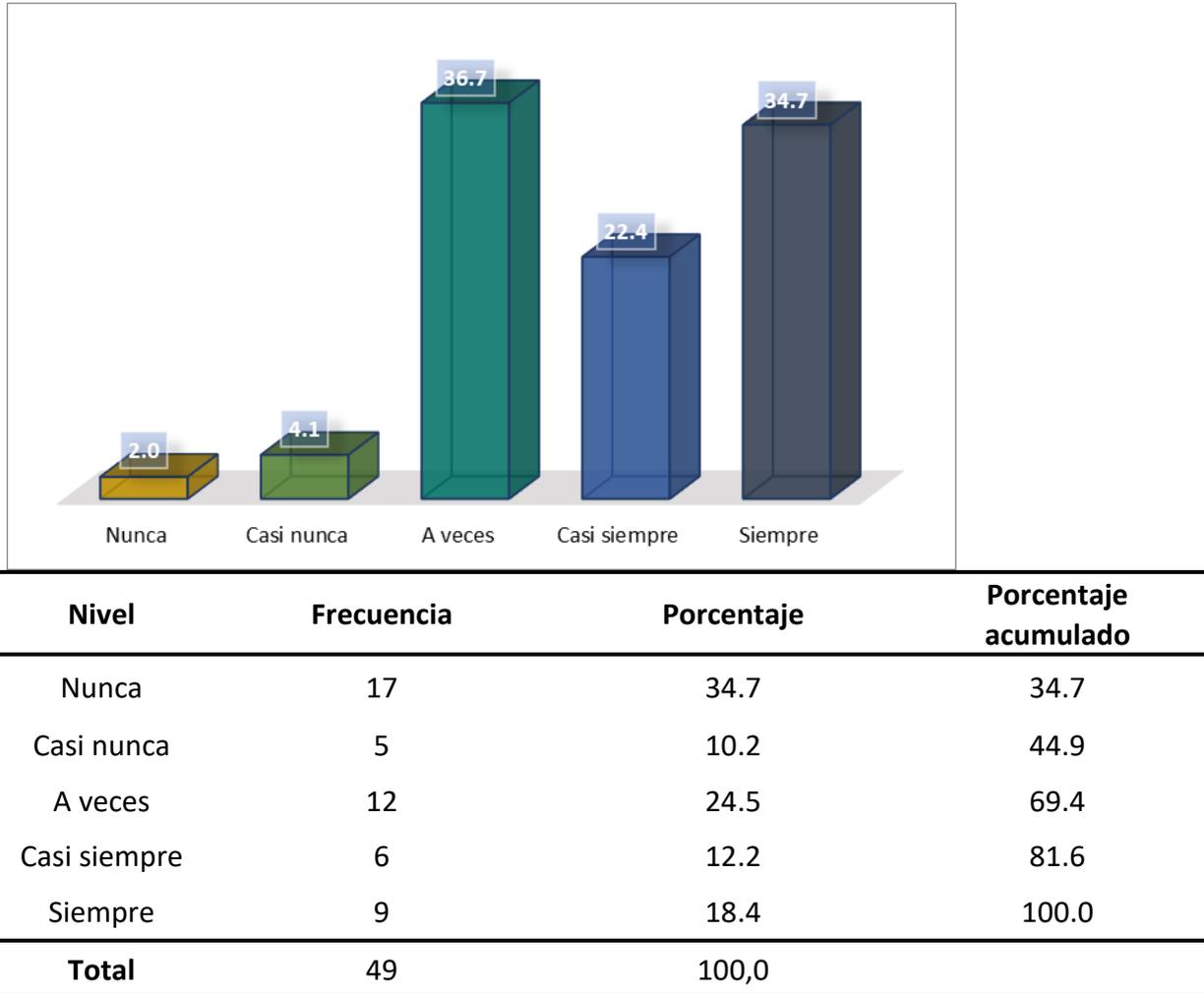


Figura N°. Protocolos de resolución de conflictos x

Anexo E

Variables, Operacionalización

| Variables | Dimensiones | Indicadores | Ítems | Técnica e instrumento de recolección de datos |
|---|--------------|--|-------|---|
| Variable Independiente: Comunicación organizacional | Coordinación | Integración Participación | | Encuesta - Cuestionario |
| | Información | Intercambio de información Mensaje | | |
| | Contribución | Solución Valores | | |
| | Confianza | Sugerencia Veracidad | | |
| Variable dependiente: Satisfacción laboral | Actitud | Compromiso organizacional Involucramiento Identificación | | Encuesta - Cuestionario |
| | Motivación | Recompensa Interrelación | | |
| | Sentimientos | Relación laboral Empatía | | |

Fuente: Elaboración propia.

Anexo F

Chiclayo, 06 de noviembre de 2021

Quien suscribe:

Sr. Frank Anderson Calisaya López

Representante Legal- Empresa Grupo Ases Capital SAC

AUTORIZA: Permiso para recojo de información pertinente en función del proyecto de investigación, denominado: Comunicación organizacional y satisfacción laboral en el contexto covid-19, caso Grupo Ases.

Por el presente, el que suscribe, señor Frank Anderson Calisaya López, representante legal de la empresa: Grupo Ases Capital SAC, AUTORIZO a la alumna: Meyco Noelia Cancino Espinal, identificada con DNI N° 71790423, estudiante de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Señor de Sipán, y autora del trabajo de investigación denominado: Comunicación organizacional y satisfacción laboral en el contexto covid-19, caso Grupo Ases, al uso de dicha información que conforma recolección de datos, así como hojas de memorias, cálculos, entre otros, para efectos exclusivamente académicos de la elaboración de tesis de pre grado, enunciada líneas arriba de quien solicita se garantice la absoluta confidencialidad de la información solicitada.

Atentamente,


Frank Anderson Calisaya López

Cargo de la empresa

Anexo G

GUÍA, JUICIO DE EXPERTOS

1. Identificación del Experto

Nombre y Apellidos: GIANMARCO ÑAÑEZ CORTEZ

Centro laboral: UNIVERSIDAD PRIVADA JUAN MEJÍA BACA

Título profesional: INGENIERO COMERCIAL

Grado: MAGÍSTER

Mención: ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA

Institución donde lo obtuvo: UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

2. Instrucciones

Estimado(a) especialista, a continuación, se muestra un conjunto de indicadores, el cual tienes que evaluar con criterio ético y estrictez científica, la validez del instrumento propuesto (véase anexo N° 1).

Para evaluar dicho instrumento, marca con un aspa(x) una de las categorías contempladas en el cuadro:

1: Inferior al básico 2: Básico 3: Intermedio 4: Sobresaliente 5: Muy sobresaliente

3. Juicio de experto

| INDICADORES | CATEGORÍA | | | | |
|---|-----------|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. Las dimensiones de la variable responden a un contexto teórico de forma (visión general) | | | | X | |
| 2. Coherencia entre dimensión e indicadores (visión general) | | | | | X |
| 3. El número de indicadores, evalúan las dimensiones y por consiguiente la variable seleccionada (visión general) | | | | X | |
| 4. Los ítems están redactados en forma clara y precisa, sin ambigüedades (claridad y precisión) | | | | X | |
| 5. Los ítems guardan relación con los indicadores de las variables(coherencia) | | | | X | |
| 6. Los ítems han sido redactados teniendo en cuenta la prueba piloto (pertinencia y eficacia) | | | | X | |
| 7. Los ítems han sido redactados teniendo en cuenta la validez de contenido | | | | X | |
| 8. Presenta algunas preguntas distractoras para controlar la contaminación de las respuestas (control de sesgo) | | | | X | |
| 9. Los ítems han sido redactados de lo general a lo particular(orden) | | | | X | |
| 10. Los ítems del instrumento, son coherentes en términos de cantidad(extensión) | | | | X | |

| | | | | | |
|--|-----------|--|----------|-----------|----------|
| 11. Los ítems no constituyen riesgo para el encuestado (inocuidad) | | | X | | |
| 12. Calidad en la redacción de los ítems (visión general) | | | | X | |
| 13. Grado de objetividad del instrumento (visión general) | | | | X | |
| 14. Grado de relevancia del instrumento (visión general) | | | | X | |
| 15. Estructura técnica básica del instrumento (organización) | | | | X | |
| Puntaje parcial | | | 3 | 52 | 5 |
| Puntaje total | 60 | | | | |

Nota: Índice de validación del juicio de experto (IVJE) = 80%

4. Escala de validación

| Muy baja 00-20 % | Baja 21-40 % | Regular 41-60 % | Alta 61-80% | Muy Alta 81-100% |
|---|-----------------|--------------------|---|--|
| El instrumento de investigación está observado | | | El instrumento de investigación requiere reajustes para su aplicación | El instrumento de investigación está apto para su aplicación |
| Interpretación: Cuanto más se acerque el coeficiente a cero (0), mayor error habrá en la validez | | | | |

5. Conclusión general de la validación y sugerencias

El instrumento de investigación esta apto para su aplicación con una escala de validación **ALTA**, pero requiere leves reajustes para que se adapte más a su realidad.

6. Constancia de Juicio de experto

El que suscribe, **Gianmarco Ñañez Cortez**, identificado con **DNI. N°. 48065644** certifico que realicé el juicio del experto al instrumento diseñado por la tesista

Cancino Espinal, Meyco Noelia, en la investigación denominada: "Comunicación organizacional y satisfacción laboral en el contexto covid-19, caso Grupo Ases".


Gianmarco Ñañez Cortez
Gianmarco Ñañez Cortez
 DNI: 48065644

Anexo H GUÍA, JUICIO DE EXPERTOS

1. Identificación del Experto

Nombre y Apellidos: César Fernando Romero Vásquez

Centro laboral: Congreso de la República

Título profesional: Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Grado: Magíster Mención: Gestión Pública

Institución donde lo obtuvo: Universidad César Vallejo

Otros estudios inglés intermedio, portugués intermedio

2. Instrucciones

Estimado(a) especialista, a continuación, se muestra un conjunto de indicadores, el cual tienes que evaluar con criterio ético y estrictez científica, la validez del instrumento propuesto (véase anexo N° 1).

Para evaluar dicho instrumento, marca con un aspa(x) una de las categorías contempladas en el cuadro:

1: Inferior al básico 2: Básico 3: Intermedio 4: Sobresaliente 5: Muy sobresaliente

3. Juicio de experto

| INDICADORES | CATEGORÍA | | | | |
|---|-----------|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. Las dimensiones de la variable responden a un contexto teórico de forma (visión general) | | | | x | |
| 2. Coherencia entre dimensión e indicadores (visión general) | | | | x | |
| 3. El número de indicadores, evalúan las dimensiones y por consiguiente la variable seleccionada (visión general) | | | | | x |
| 4. Los ítems están redactados en forma clara y precisa, sin ambigüedades (claridad y precisión) | | | | x | |
| 5. Los ítems guardan relación con los indicadores de las variables(coherencia) | | | | x | |
| 6. Los ítems han sido redactados teniendo en cuenta la prueba piloto (pertinencia y eficacia) | | | | x | |
| 7. Los ítems han sido redactados teniendo en cuenta la validez de contenido | | | | | x |
| 8. Presenta algunas preguntas distractoras para controlar la contaminación de las respuestas (control de sesgo) | | | | x | |
| 9. Los ítems han sido redactados de lo general a lo particular(orden) | | | | | x |
| 10. Los ítems del instrumento, son coherentes en términos de cantidad(extensión) | | | | x | |

| | | | | | |
|---|-----------|--|--|-----------|-----------|
| 11. Los ítems no constituyen riesgo para el encuestado(inocuidad) | | | | | x |
| 12. Calidad en la redacción de los ítems (visión general) | | | | | x |
| 13. Grado de objetividad del instrumento (visión general) | | | | | x |
| 14. Grado de relevancia del instrumento (visión general) | | | | | x |
| 15. Estructura técnica básica del instrumento (organización) | | | | x | |
| Puntaje parcial | | | | 32 | 35 |
| Puntaje total | 67 | | | | |

Nota: Índice de validación del juicio de experto (IVJE) = [puntaje obtenido / 75] x 100= 89

4. Escala de validación

| Muy baja | Baja | Regular | Alta | Muy Alta |
|---|---------|---|--------|--|
| 00-20 % | 21-40 % | 41-60 % | 61-80% | 81-100% |
| El instrumento de investigación está observado | | El instrumento de investigación requiere reajustes para su aplicación | | El instrumento de investigación está apto para su aplicación |
| Interpretación: Cuanto más se acerque el coeficiente a cero (0), mayor error habrá en la validez | | | | |

5. Conclusión general de la validación y sugerencias (en coherencia con el nivel de validación alcanzado):_se considera que el instrumento es válido al ser adecuado para recolectar los datos necesarios para la presente investigación.

6. Constancia de Juicio de experto

El que suscribe, César Fernando Romero Vásquez identificado con DNI. Nº. 18084012 certifico que realicé el juicio del experto al instrumento diseñado por el (los) tesisistas

1. Cancino Espinal, Meyco Noelia, en la investigación denominada: "Comunicación organizacional y satisfacción laboral en el contexto covid-19, caso Grupo Ases".


CESAR FERNANDO ROMERO VASQUEZ
 DNI/18084012
 Firma del experto

Anexo I
GUÍA, JUICIO DE EXPERTOS

1. Identificación del Experto

Nombre y Apellidos: Betty Liliana Herrera Timana.

Centro laboral: Universidad Señor de Sipán.

Título Profesional: Licenciada en Periodismo.

Grado: Magister.

Mención: Docencia y Gestión Universitaria.

Institución donde lo obtuvo: Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo.

Otros estudios: Doctorado en Comunicación Social en la Universidad César Vallejo – Trujillo.
(en estudios - último año).

2. Instrucciones

Estimado(a) especialista, a continuación, se muestra un conjunto de indicadores, el cual tienes que evaluar con criterio ético y estrictez científica, la validez del instrumento propuesto (véase anexo N° 1).

Para evaluar dicho instrumento, marca con un aspa(x) una de las categorías contempladas en el cuadro:

1: Inferior al básico 2: Básico 3: Intermedio 4: Sobresaliente 5: Muy sobresaliente

3. Juicio de experto

| INDICADORES | CATEGORÍA | | | | |
|---|-----------|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. Las dimensiones de la variable responden a un contexto teórico de forma (visión general) | | | | | x |
| 2. Coherencia entre dimensión e indicadores (visión general) | | | | | x |
| 3. El número de indicadores, evalúan las dimensiones y por consiguiente la variable seleccionada (visión general) | | | | | x |
| 4. Los ítems están redactados en forma clara y precisa, sin ambigüedades (claridad y precisión) | | | | x | |
| 5. Los ítems guardan relación con los indicadores de las variables(coherencia) | | | | x | |
| 6. Los ítems han sido redactados teniendo en cuenta la prueba piloto (pertinencia y eficacia) | | | | x | |
| 7. Los ítems han sido redactados teniendo en cuenta la validez de contenido | | | | x | |
| 8. Presenta algunas preguntas distractoras para controlar la contaminación de las respuestas (control de sesgo) | | | x | | |
| 9. Los ítems han sido redactados de lo general a lo particular(orden) | | | | x | |

| | | | | | |
|--|-----------|--|----------|-----------|-----------|
| 10. Los ítems del instrumento, son coherentes en términos de cantidad(extensión) | | | | x | |
| 11. Los ítems no constituyen riesgo para el encuestado(inocuidad) | | | | x | |
| 12. Calidad en la redacción de los ítems (visión general) | | | | | x |
| 13. Grado de objetividad del instrumento (visión general) | | | | | x |
| 14. Grado de relevancia del instrumento (visión general) | | | | | x |
| 15. Estructura técnica básica del instrumento (organización) | | | | | x |
| Puntaje parcial | | | 3 | 28 | 35 |
| Puntaje total | 66 | | | | |

Nota: Índice de validación del juicio de experto (IVJE) = [puntaje obtenido / 75] x 100= 88%

4. Escala de validación

| Muy baja | Baja | Regular | Alta | Muy Alta |
|---|---------|---|--------|--|
| 00-20 % | 21-40 % | 41-60 % | 61-80% | 81-100% |
| El instrumento de investigación está observado | | El instrumento de investigación requiere reajustes para su aplicación | | El instrumento de investigación está apto para su aplicación |
| Interpretación: Cuanto más se acerque el coeficiente a cero (0), mayor error habrá en la validez | | | | |

5. Conclusión general de la validación y sugerencias (en coherencia con el nivel de validación alcanzado):

El instrumento de investigación cumple con todos los indicadores descritos en la Guía, Juicio de Expertos, obteniendo un puntaje de 75 puntos y aplicando la fórmula su calificación es de 88%

6. Constancia de Juicio de experto

El que suscribe, Betty Liliana Herrera Timaná, identificado con DNI. N° 16631833, certifico que realicé el juicio del experto al instrumento diseñado por el (los) tesisistas

1- Cancino Espinal, Meyco Noelia, en la investigación denominada: "Comunicación organizacional y satisfacción laboral en el contexto covid-19, caso Grupo Ases".

Firma del experto