



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Comunicación efectiva y calidad total percibida en una factoría, Callao, 2022

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Administración**

AUTORA:

Perez Vallejos, Jhuleisi (orcid.org/0000-0003-0813-8955)

ASESOR:

Dr. Davila Arenaza, Víctor Demetrio (orcid.org/0000-0002-8917-1919)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA - PERÚ

2022

Dedicatoria

A mis Padres Cesar y Yeni por ser el pilar fundamental en todo lo que soy y por su incondicional apoyo a través del tiempo.

A mi hermana Maricielo puesto que me motiva diariamente a convertirme en una mejor persona y ejemplo a seguir para ella.

Todo este trabajo ha sido posible gracias a ellos.

Agradecimiento

A Dios por su infinito amor y guía en cada paso, por darme la oportunidad de seguir cursando mi carrera profesional, teniendo claro que todo es gracias a él.

A mi familia por sus sabios consejos, guiarme por el camino del bien y por brindarme todo su apoyo incondicional en mi formación profesional.

Finalmente, a mi distinguido asesor, Dr. Víctor Demetrio Dávila Arenaza por su apoyo, entrega total y sabios consejos que ayudarán en mi vida profesional y académica, gracias por su paciencia, aliento y confianza durante el periodo de estudio, también por el aporte de sus conocimientos en mi investigación.

Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas.....	v
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	4
III. METODOLOGÍA.....	14
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	14
3.2. Variables y operacionalización.....	15
3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis.....	17
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	18
3.5. Procedimientos.....	19
3.6. Método de análisis de datos.....	19
3.7. Aspectos éticos.....	19
IV. RESULTADOS.....	20
V. DISCUSIÓN.....	25
VI. CONCLUSIONES.....	28
VII. RECOMENDACIONES.....	29
REFERENCIAS.....	30
ANEXOS.....	40

Índice de tablas

Tabla 1. Frecuencias de la variable Comunicación efectiva agrupadas.....	20
Tabla 2. Frecuencias agrupadas de la variable calidad total percibida.....	20
Tabla 3. Valores de coeficientes de correlación.....	21
Tabla 4. Prueba de hipótesis general.....	22
Tabla 5. Prueba de hipótesis específica 1.....	22
Tabla 6. Prueba de hipótesis específica 2.....	23

Resumen

La investigación tuvo como objetivo determinar la relación de la comunicación efectiva con la calidad total percibida. La metodología fue: tipo aplicada, enfoque cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal, nivel descriptivo correlacional y método hipotético deductivo; se tuvo una población de 150 y la muestra de 60 colaboradores, los datos se obtuvieron utilizando la técnica de encuesta a través de un instrumento cuestionario tipo Likert. De acuerdo a los resultados obtenidos y análisis descriptivos e inferencial se concluye que existe relación significativa de la variable comunicación efectiva con la calidad total percibida.

Palabras clave: Comunicación, efectiva, calidad, total, percibida

Abstract

The research aimed to determine the relationship between effective communication and total perceived quality. The methodology was: applied type, quantitative approach, non-experimental cross-sectional design, correlational descriptive level and hypothetical-deductive method; there was a population of 150 and the sample of 60 collaborators, the data was obtained using the survey technique through a Likert-type questionnaire instrument. According to the results obtained and the descriptive and inferential analysis, it is concluded that there is a significant relationship between the effective communication variable and the total perceived quality.

Keywords: Communication, effective, quality, total, perceived

I. INTRODUCCIÓN

La comunicación efectiva es sumamente importante, en las relaciones laborales, ya que esta permite transmitir y recibir información adecuada entre jefes y subordinados; esta posibilita que cada colaborador comprenda lo que se quiere lograr o alcanzar en la organización. Por otro lado la calidad total es crucial al momento de producir un bien o servicio, para evitar gastos de producción innecesarios, retrasos de la producción por reproceso y así lograr satisfacer las necesidades del cliente ya que de esta depende la permanencia de la empresa en el mercado.

Al respecto Babic (2017) menciona que en las empresas de servicio orientado a móviles en Bosnia-Herzegovina, la calidad percibida por los consumidores con mayor frecuencia es en torno a la calidad técnica, sobre todo en la dimensión contactos o comunicación y también a nivel de garantía alcanzando una repercusión en torno a los contactos del 85% respecto de la calidad, mientras que la garantía del servicio influía en un 69%. Con ello, se pudo conocer que la población toma muy en cuenta dichos aspectos para calificar el servicio de las empresas de telecomunicaciones; si la garantía del servicio y los canales utilizados para comunicarse se realizan adecuadamente, esto repercute a nivel de su calidad.

Stylidis (2019) menciona que, en diferentes países de Europa, así como en distintas partes del mundo, la industria automotriz considera como máximo valor la calidad de sus productos, teniendo en cuenta que dichos productos son para el uso de las personas en forma individual y colectiva y cualquier deficiencia podría ser nefasta.

De acuerdo al mencionado Apoyo Comunicación (2021) en el ámbito nacional, se tienen muchas limitaciones en desarrollo de las comunicaciones, también se observan que se trastocan las expectativas y percepción lo que se evidencias en los resultados de la investigación siguiente: En las empresas peruanas los ejecutivos no comunican adecuadamente y requieren mayor preparación (33.3%), el área de recursos humanos ha emitido más mensajes

internos (66%) las jefatura directa y diversas (19%) los líderes de primaria línea (32%).

Churruca y Mendo (2021) menciona que los funcionarios de empresas privadas e instituciones públicas, depende en gran medida de la comunicación, como es el caso de la dirección regional, en donde el tipo de comunicación que tenían era considerada como mala por el 40% y regular por el 28.2%, por tanto esta comunicación no era efectiva, siendo en su mayoría deficiente, presentándose esa deficiencia más notoria a nivel de la comunicación ascendente que 58.2% lo considera deficiente, seguida por la horizontal (56.4%) y la descendente (40.9%), la cual repercute en la calidad del servicio ofrecido (71%), por lo que no contar con una buena comunicación ha conllevado que las labores de apoyo y gestión sean deficientes en el desarrollo de actividades en la entidad.

En el contexto de estudio, en una empresa de Factoría, se han encontrado los problemas siguientes: 1. la producción no tiene calidad total, 2. los clientes perciben deficiencias en los productos y servicios requeridos, 3. la comunicación no es efectiva, 4. los emisores de comunicación entre otros los jefes tienen limitaciones para una comunicación efectiva, 5. los colaboradores no reciben una comunicación clara ni efectiva.

Teniendo en cuenta lo manifestado se considera oportuno desarrollar una investigación que permita determinar la relación de la comunicación efectiva con calidad total percibida con el fin de plantear recomendaciones que permitan dar solución a los problemas ante mencionados.

Los problemas, general y específicos planteados en la investigación han sido los siguientes: General ¿Cuál es la relación de la comunicación efectiva con la calidad total percibida en una factoría, Callao, 2022? Específicos: 1 ¿Cuál es la relación de la comunicación efectiva con la calidad esperada en una Factoría, Callao, 2022?; 2 ¿Cuál es la relación de la comunicación efectiva con la calidad experimentada en una factoría, Callao, 2022?

La investigación se justifica del punto de vista teórico porque se pudo conocer con mayor detalle el comportamiento y relación de las variables

comunicación efectiva y calidad total percibida, también porque permitió sugerir recomendaciones e hipótesis para futuros estudios. Del punto de vista metodológico se diseñó un instrumento que permitió recoger datos, los mismos que podrían ser utilizados en futuras investigaciones, así mismo se tuvo información que permitió definir y conceptualizar las variables comunicación efectiva y calidad total percibida. Del punto de vista práctico la investigación propuso como resultados la solución del problema de estudio y de otras de características similares.

Los objetivos, general y específicos planteados han sido los siguientes:
General: Determinar la relación de la comunicación efectiva con la calidad total percibida en una Factoría, Callao, 2022. Específicos: 1. Determinar la relación de la comunicación efectiva con la calidad esperada en una factoría, Callao, 2022. 2. Determinar la relación de la comunicación efectiva con la calidad experimentada en una factoría, Callao, 2022.

Las hipótesis, general y específicas planteadas han sido las siguientes:
General: Existe relación de la comunicación efectiva con calidad total percibida en una factoría, Callao, 2022. Específicas: 1. Existe relación de la comunicación efectiva con la calidad esperada en una factoría, Callao, 2022. 2. Existe relación de la comunicación efectiva con la calidad experimentada en una factoría, Callao, 2022.

II. MARCO TEÓRICO

Se han considerado como antecedentes de la variable comunicación efectiva los siguientes artículos científicos: Suhaidalisa et al. (2018). El objetivo distinguir y deliberar sobre las consecuencias de una comunicación eficaz durante el proceso de gestión de cambios en la calidad de las organizaciones. La metodología usada fue enfoque cualitativo, con alcance exploratorio donde se consideró como muestra la revisión de la bibliografía, para ello, se hizo uso de un guía documental. Los hallazgos demostraron que tener una correcta comunicación efectiva mejora los esfuerzos de los empleados para planificar y ejecutar estrategias de cambio de la calidad que brindan a sus clientes. Se concluye indicando que la comunicación efectiva adecuada ayuda a cualquier tipo de cambio.

Samsudin et al. (2020). El objetivo es demostrar como las prácticas de comunicación efectivas influye en la ejecución de la gestión de calidad total. La metodología utilizada fue mixta, con alcance explicativo, además, se contó con 14 participantes, se les facilitó una encuesta y una entrevista. Los hallazgos dieron a demostrar que el 60% de encuestados manifestó que la comunicación que se practica en las empresas de fabricación, ha permitido técnicas persuasivas que han ayudado en el éxito de la calidad total. Se concluyó con la existencia de una influencia de comunicación efectiva en la gestión de calidad.

Villa, s., Goncalvez, P. & Odong, T. (2017). El objetivo es aplicar conceptos obtenidos de la teoría de la comunicación para desarrollar un modelo estructural que mejore los mecanismos de comunicación efectiva en el desempeño de las organizaciones humanitarias. La metodología es de diseño transversal, recopilando datos usando cuestionarios y entrevistas. Los hallazgos indican una significativa relación entre las estrategias de comunicación, lo que indica que la comunicación interna y externa dirigida con diferentes artes interesadas influye positivamente en el éxito de los programas humanitarios. En conclusión la comunicación efectiva cumple un rol vital para la coordinación la cual su vez puede mejor el desempeño del esfuerzo humanitario.

Rajhans, K. (2018). El objetivo es examinar el uso de la comunicación efectiva en la gestión de las relaciones con las partes involucradas. La

metodología se llevó a cabo en dos fases, la primera consistió en realizar entrevistas semi estructuradas a 25 profesionales de la industria y la segunda se realizó una encuesta de cuestionario de 15 preguntas con el fin de explorar la aplicación de la gestión de la comunicación en las relaciones. Los hallazgos demuestran la importancia de la gestión de las relaciones con las partes involucradas. Se concluye que una comunicación ineficiente afecta negativamente la participación de las partes en el proyecto.

Stacho, Z., Stachova, K., Papulova, Z., Papula, J. & Kohnova, L. (2019). El objetivo identificar el nivel de instauración de los atributos de comunicación abierta en las organizaciones. La metodología utilizada fue un método de análisis de correlación paramétrica de Pearson y la estadística descriptiva, además se contó con un cuestionario electrónico compuesto por 5 preguntas. Los hallazgos indican que existe una relación elocuente entre la frecuencia de asistencia a capacitaciones de comunicación por parte de los gerentes y del nivel de apoyo en la comunicación de abajo hacia arriba y el nivel de influencia en la comunicación informal en las organizaciones. Se concluye que la comunicación tiene un impacto significativo en el uso de los recursos humanos en los esfuerzos de innovación de una empresa.

Adiguzela, z. (2019). El propósito fue examinar el vínculo entre las variables eficacia de líder, orientación al aprendizaje, comunicación efectiva y creatividad del equipo e calidad en el servicio. La metodología fue de enfoque cuantitativo, análisis para ver la correlación de variables, se utilizó una encuesta con escala Likert. Se usaron 348 cuestionarios. Como resultado se determinó que el liderazgo y la orientación al aprendizaje tienen un impacto positivo en la comunicación efectiva, creatividad del equipo y la innovación del servicio. En conclusión, existe relación significativa y positiva con eficacia del liderazgo, orientación al aprendizaje y las variables de comunicación efectiva, creatividad del equipo e calidad en el servicio.

Quero, Y., Mendoza, F., Torres, Y. (2014). El propósito fue conocer la relación del desempeño laboral de los directores de Educación Básica del Municipio Miranda con la comunicación efectiva. Los aspectos metodológicos fueron enfoque cuantitativo, descriptiva-correlacional, diseño no experimental,

conto con 2 instrumentos tipo cuestionario con 39 ítems la población estuvo constituida por 99 colaboradores. Los hallazgos indican que el personal docente a veces identifica elementos de la comunicación efectiva. En conclusión, se halló una correlación positiva significativa.

Bello, C. (2019). El propósito fue examinar la comunicación efectiva de la gerencia educativa. Los aspectos metodológicos fueron de nivel descriptivo, la población conto con 16 docentes, se empleó una encuesta. En los hallazgos el 63% de las alternativas son negativas con respecto a la comunicación efectiva. En conclusión, para evitar un desacuerdo el gerente debe transmitir un mensaje claro y conciso.

Quaranta, N. (2019). El objetivo es verifica que se cumpla empíricamente la comunicación efectiva como factor crítico de éxito de los equipos de trabajo académico. La metodología tuvo un enfoque cualitativo- descriptivo, se usó el método de muestreo no probabilístico la cual estuvo constituidas por dos grupos, se realizaron entrevistas grupales e individuales. Como resultados se identificó la importancia del trabajo en equipo, sobre el desarrollo individual. Se concluye que la comunicación efectiva es un factor crítico para el éxito.

López, S., Vásquez, C. & Valdez, L. (2020). El objetivo ha sido utilizar la comunicación efectiva mediante técnicas neurolingüísticas para perfeccionar el clima laboral de dos guarderías. La metodología usada fue de diseño cuasi-experimental pre-postest, se encuestó a 87 trabajadores. En los resultados de encontró que el 16% señala que el clima organizacional es óptimo. Finalmente, se logró perfeccionar el clima laboral y la comunicación.

Boigues, F., Estruch, V. & Vidal, A. (2019). El fin fue examinar la competencia de la comunicación efectiva desde la perspectiva de las matemáticas. La metodología que se uso fue un método de muestreo para estimar la población, además se usaron rúbricas de evaluación. En conclusión se destaca la necesidad urgente de trabajar con la comunicación efectiva en las matemáticas.

La Madriz, L. & La Madriz, J. (2013). El objetivo fue mejorar la interrelación entre docente- estudiantes, mediante la implementación de un plan de acción educativo sustentado en la comunicación efectiva. La metodología usada es el

método reflexivo-descriptivo. En los principales hallazgos los docentes manifiestan que los estudiantes tienen participaciones mínimas en clase, su actitud es de escucha pasiva. En conclusión, la comunicación efectiva puede sustituir a la comunicación tradicional por medio del debate, el dialogo y la manifestación de propuestas.

Estévez, F. & Estévez, A. (2021). El propósito fue desarrollar un estudio evaluando las habilidades comunicacionales de los estudiantes de medicina. En la metodología se usó una muestra por conveniencia de 100 participantes, se utilizó un formulario con una lista de cotejo. En los principales hallazgos se evidencio que los estudiantes con formación comunicación médica realizan una entrevista con mayor empatía, escucha, en busca de resultados más eficientes. Se concluye, que las escuelas deben instaurar métodos de aprendizaje de la comunicación como habilidad efectiva.

Churraca, C. & Mendoza, J. (2021). El propósito fue establecer si usar las TIC, comunicación organizacional tiene influencia en la gestión de los colaboradores de la ugel. La metodología positiva, enfoque cuantitativo, nivel descriptivo explicativo, diseño no experimental, correlacional. Los hallazgos fueron descriptivos e inferenciales los cuales indicaron que la regresión logística ordinal tiene un valor de significancia menor a 0.05. Se concluye que las gestión de los directivos está influenciada un 14.5% por las TIC y la comunicación organizacional.

Se han considerados como antecedentes de la variable calidad total percibida los siguientes artículos científicos: Torres (2019) El objetivo es verificar el impacto que tiene el uso de la gestión de la calidad total en la comunicación y rendimiento organizativo. Las concordancias metodológicas han sido diseño no experimental, enfoque cuantitativo, además, la muestra fue de 219 integrantes, a los que se facilitó una encuesta. Los Hallazgos mostraron que la comunicación y desempeño del 53% de las organizaciones tuvieron índices negativos, debido a que no se tenían una buena planificación y articulación de procesos para brindar sus servicios/productos. Finalmente, con la prueba estadística, donde se halló un p – valor menor a 0.000 y un coeficiente de 0.816, demostrando que existe un impacto significativo de la calidad total.

Montenegro. (2017). El propósito fue conocer cómo se percibe la calidad de servicio de la compañía. La metodología fue de enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental – descriptivo, con una muestra de 50 participantes, se les facilitó una encuesta. Los hallazgos demostraron que el 65% de participantes mostró que se tienen aspectos positivos y alentadores, con relación a la superioridad del producto y servicio que ofrece la organización. Finalmente, se concluyó afirmando que la percepción de la calidad total es regular/buena.

Duque, E., Palacios, D. (2017). El propósito es entender la apreciación que tiene los clientes de la calidad del servicio de los hoteles de la ciudad de Quibdó. Los aspectos metodológicos fueron de enfoque cualitativo y cuantitativo, muestreo aleatorio simple, se usó dos cuestionarios de 22 ítems. Los principales hallazgos revelan que se debe mejorar en acciones en gestión de recursos humanos, los cuales brindarían mayor confianza. En conclusión, se debe hacer énfasis en cómo se brinda un servicio y en la acotación del cliente.

Khan, T., Ahmed, N., & Hafiz, I. H. (2018). El propósito fue conocer el impacto de la calidad percibida en la actitud del consumidor en la industria alimentaria. La metodología empleada fue de enfoque cualitativo además se utilizó un método de regresión lineal, los datos fueron obtenidos con un cuestionario. Los resultados señalan el impacto de la calidad percibida en la actitud del consumidor. Asimismo, la relación significativa entre variables. En conclusión, la calidad percibida del cliente influye en la actitud del consumidor.

Mishra, S., Singh, S. N., Fang, X., & Yin, B.(2017). Objetivo Examinar los efectos y de un solo aliado y de varios aliados en la percepción de la calidad en una marca. La metodología que se utilizó fue un diseño de factor único además de un diseño factorial entre sujetos. En los hallazgos tenemos que la cantidad de socios de marca afectó significativamente la calidad percibida de la marca principal. En conclusión las alianzas de marcas diversifican y fortalecen la marca principal.

Nath, S. & Kumar, S. (2011). El propósito del artículo es hallar la relación entre las propiedades de los medicamentos genéricos percibidos por los médicos. La metodología fue de nivel correlacional, se plantearon hipótesis, el estudio de campo se realizó en 6 ciudades importantes del este de la India con una población de

392 medico. En los principales hallazgos se evidencio que la calidad percibida de los genéricos de marca afecto de manera significativa, además mostraron que la experiencia de los médicos conduce a expectativas de calidad. En conclusión, la calidad percibida de los medicamentos genéricos depende de las señales intrínsecas.

Sumardí., Adji Achmad, R. (2020). El objetivo fue el efecto del procedimiento de gestión de la calidad en el desempeño del servicio. En los aspectos metodológicos, la muestra estuvo conformada por las organizaciones, se realizó una encuesta a 200 persona. Los hallazgos evidencian una influencia significativa entre las variables de estudio. Por lo tanto, se demostró que existe una significativa influencia entre las variables del sistema QM.

Susanti, V., Sumarwan, U., Simanjuntak, M. & Yusuf, E. (2019). El objetivo es conocer que factores racionales posee una mayor influencia en la lealtad a la marca y la satisfacción del cliente, con especial énfasis en la calidad percibida racional. La metodología es de diseño de análisis descriptivo y cuantitativo concluyente, se crearon cuestionarios, además se usó un pre-test dirigido a 30 compradores. Los Hallazgos indicaron que la calidad percibida racional tiene una repercusión positiva en la satisfacción del cliente. En conclusión, la calidad racional percibida tiene una influencia positiva más fuerte en la complacencia del cliente que el valor racional percibido.

Borre, Y. & Vega, Y. (2014). El propósito del artículo fue determinar cómo los pacientes hospitalizados perciben la calidad de la atención de enfermería. La metodología utilizada fue de corte transversal, enfoque cuantitativo, descriptivo, se les facilito un cuestionario de calidad percibida a 158 pacientes. Los hallazgos, un 4% indicaron como me lo esperaba, el 3% poco nada satisfecho, el 17% que la calidad era peor mucho peor de lo que esperaban, el 48.7% muy satisfecho, el 78% mejor y mucho mejor de lo que esperaban, y el 48.1% satisfecho. En conclusión el hospital si sería recomendado por los clientes.

Navarro, A., Reyes, M. & Acedo, F. (2014). El objetivo del artículo fue conocer cómo influye la calidad de servicio en la satisfacción de los espectadores de futbol. Los aspectos metodológicos que se utilizaron métodos hipotéticos, se realizó una encuesta y entrevistas a 700 personas. Los hallazgos evidenciaron

una proporción de la variancia mayor a 0.5 en un mismo componente. Finalmente la calidad de servicio influye positivamente en el placer que siente el espectador asociado al evento futbolístico.

Sotelo, J., Figueroa, E. (2017). El objetivo fue establecer la relación del clima organizacional y la calidad en el servicio percibido por los colaboradores. En la Metodología se usó una encuesta, además una regresión lineal simple. Se concluye con la existencia una elevada correlación entre las variables.

Monsiváis, A. (2019). El propósito fue determinar la relación entre la confianza que tiene la población en las instituciones y la percepción de la calidad de los servicios locales. La metodología utilizada fueron modelos de regresión multinivel, además se utilizó una encuesta. Hallazgo muestran que la percepción que tiene los ciudadanos de los servicios públicos con respecto a la calidad tiene una influencia positiva. Se concluye, que la confianza en las instituciones públicas se debe a la calidad de los servicios públicos.

Barragán, J. & Moreno, C. (2013). El propósito fue revisar la valoración de la calidad por enfermeros en tres hospitales públicos de Boyacá durante los años 2008 y 2011. Las concordancias metodológicas fueron cuantitativos, retrospectivo, asimismo conto con un instrumento SERVQHOS. Los resultados que se obtuvieron fueron una puntuación media de 3.62 la cual indica satisfacción. En conclusión se encontró lugares de mejora en los hospitales, además la calidad percibida se ve perjudicada por la demora en la atención

Babic, V., Arslanagic, M. & Imsirpasic, A. (2017). El Objetivo es evaluar la calidad técnica y funcional del servicio móvil. La metodología tiene un enfoque cuantitativo, se usó una encuesta con una población de 414 clientes. Los hallazgos indican que la calidad técnica un efecto e indirecto en la evaluación de la calidad general. En conclusión las empresas de telecomunicaciones deben conocer de imagen corporativa ya que impulsa la calidad del cliente.

Las tesis consideradas como antecedentes internacionales para la investigación han sido: Marecos, M. (2012). Objetivo conocer cómo perciben los usuarios la calidad en el proceso de atención. La metodología utilizada fue observacional, descriptivo, transversal con muestreo consecutivo, además de realizo cuestionarios. Los hallazgos evidenciaron la buena calidad la atención de

los consultorios. Sin embargo se encontraron indicadores sensibles de mejora y perfeccionamiento. En conclusión, la atención que reciben los clientes los mantiene satisfechos.

Hernández, C. (2016). Objetivo de la tesis fue desarrollar una estrategia pedagógica para alcanzar una comunicación efectiva en el equipo de docentes, la metodología empleada fue cualitativa con diseño descriptivo. Los resultados revelaron como el descubrimiento de debilidades y fortalezas comunicativas en docentes permiten lograr una comunicación eficaz. En conclusión la comunicación eficaz incluida en el campo educativo cambia la comunicación entre docentes y directivos.

Rodas, E. (2017) el fin de esta investigación fue conocer la correlación de la comunicación efectiva con el trabajo en equipo. La metodología utilizada fue de diseño descriptivo, se usó como instrumento un cuestionario con preguntas abiertas, su población estuvo conformada por 35 colaboradores. Los resultados indicaron que transmitir información permite un adecuado desempeño de los colaboradores. En conclusión existe una correlación de la comunicación efectiva con el trabajo en equipo.

Las tesis nacionales consideradas para esta investigación son las siguientes: Gamonal y Ruffner. (2019) EL objetivo fue encontrar las características necesarias para la comunicación efectiva para la calidad. La metodología usada ha sido de diseño no experimental, básica, descriptivo, además, tuvo una muestra de 12 empleados y 108 clientes, a quienes se les facilitó una encuesta. Donde el 87.0% consideró que existe una buena comunicación efectiva, mientras que el 80.6% consideró que la calidad de servicio tiene un nivel alto. Finalmente, se demostró que debe cumplirse dos aspectos dentro de la comunicación, que son las redes de comunicación y la retroalimentación, para lograr una que el cliente experimenta la calidad esperada.

Inga, R. (2018). Establecer el nivel de la calidad percibida de los colaboradores de la municipalidad distrital de Sapallanga. Los aspectos metodológicos fueron de enfoque cuantitativo, tipo descriptivo con diseño no experimental con corte transversal, técnica de la encuesta. Los resultados indican

que el 92% de la percepción de la calidad es aceptable. Se concluye, que la calidad total es un factor percibido como aceptable.

Montenegro, S. (2020). El objetivo determinar la correlación entre la comunicación efectiva con el control administrativo en la empresa Vicamar. Los aspectos metodológicos utilizados fueron de tipo básica, se utilizó una encuesta, nivel descriptivo, correlacional, no experimental de corte transversal. En los hallazgos se tuvo una correlación de 0.655, con una significancia de 0.001. En conclusión, existe una correlación de la comunicación efectiva con el control administrativo en la empresa Vicamar.

La teoría científica relacionada con el tema de investigación es la teoría de la calidad total de Edwards Deming y Joseph Juran (1960), consiste en la permanente satisfacción del cliente externo e interno, la mejora continua y la elevada competitividad de la organización.

Los enfoques teóricos relacionados con la comunicación efectiva son: Koontz, H., Weihrich, H., & Cannice, M. (2012). La comunicación efectiva es poseer habilidades para lograr el objetivo de comunicar, transmitir o recibir información.

Palacios, I., Traverso, P. y Williams, B. (2017). La comunicación efectiva es transferir información a los colaboradores, se necesita contacto cara a cara en un ambiente de apertura y confianza.

Poojaba, (2015) la comunicación efectiva combina un conjunto de destrezas las cuales nos permiten reconocer y comprender nuestras emociones y la de los demás, la escucha atenta, la empatía así como la comunicación verbal y no verbal.

Los enfoques teóricos relacionados con la calidad total percibida son: Grönroos, C. (1984). La calidad total percibida es lo que el cliente experimenta de la calidad del producto y esta satisface sus expectativas.

Hernández. (2018) es la apreciación del cliente sobre la imagen de marca, la experiencia con la marca y sus demás productos.

Abiodun et al. (2019). La calidad total percibida es como la impresión de excelencia que un cliente experimenta sobre un producto, marca o negocio,

derivada de la vista, el sonido, el tacto y el olfato, es decir, es la apreciación que un cliente tiene de la fiabilidad y robustez de un producto, la impresión de cuidado y destreza invertidos en su fabricación, la sensación de riqueza y resistencia de los materiales utilizados, la evidente atención al detalle y la sensación de la profundidad de los procesos realizados.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1 Tipo

La investigación ha sido aplicada porque se utilizó la información obtenida de las teorías para posibles soluciones en el ámbito de la investigación dados en la vida real. Baena (2017) nos indica que en la investigación aplicada se formulan problemas específicos para la búsqueda de soluciones inmediatas, es decir se desenvuelve en la acción solucionando necesidades a través de la práctica.

3.1.2. Diseño

Fue no experimental porque, no se intervino en la realidad de los temas en estudio, de acuerdo con Kim (2019) el diseño no experimental, no se realiza ninguna alteración de las variables en su análisis que cambie su situación dentro del estudio; la recogida de datos ha sido de corte transversal, porque la información y los datos fueron adquiridos en un periodo determinado de tiempo. Bleske et al. (2015) mencionaron que el corte transversal se reúne los datos en un periodo específico.

3.1.3. Nivel

Fue descriptivo correlacional, debido a que solo se pretendió de encontrar la asociación de la comunicación efectiva con la calidad total percibida, según Ganan et al. (2015), el nivel correlacional, es encontrar y afirmar la relación entre dos temas en estudio.

3.1.4. Enfoque

Ha sido cuantitativo porque se realizó el procesamiento de datos recolectados mediante un cuestionario para medir las variables (comunicación efectiva y calidad total percibida) utilizando la estadística inferencial y descriptiva para dar respuesta a la hipótesis de investigación. Hernández, Fernández y Baptista (2014) manifiestan que el enfoque cuantitativo consiste en utilizar la recogida de datos para comprobar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin probar teorías y establecer pautas de comportamiento.

3.1.5 Método

Fue el hipotético deductivo porque se plantearon hipótesis para constatar con la realidad observable. Según Cegarra (2012) indica que el método hipotético deductivo busca dar soluciones mediante hipótesis a problemas que se suscitan a diario o que nos planteamos.

3.2. Variables y operacionalización

3.2.1. Variable 1: Comunicación efectiva

Koontz, H., Weihrich, H., & Cannice, M. (2012). La comunicación efectiva es poseer habilidades para lograr el objetivo de comunicar, transmitir o recibir información.

Dimensión 1: Flujos de comunicación

Se trata de los datos e información dentro de una organización fluyen en diferentes direcciones, dentro de las cuales puede ser hacia abajo, hacia arriba, horizontal, vertical y diagonalmente, donde el tamaño, la naturaleza y la estructura de la organización dictan en qué dirección fluye la mayor parte de la información.

Indicadores: Comunicación descendente, Comunicación ascendente, comunicación horizontal y comunicación transversal.

Dimensión 2: Redes de comunicación

Estas redes son la vía por donde transcurre todo el flujo de comunicación y cada uno de los componentes (áreas, empleados, entre otros), por los que pasa, puede estar compuesta por dos o toda una empresa. Se menciona a estas redes cuando existe un conjunto de miembros de la entidad en relación de sus capacidades y flexibilidades de comunicación, las cuales pueden ser de manera formal cuando el flujo de información se logra mediante los aspectos planificados y entablados por la empresa de manera precisa, y también de manera informal, cuando el flujo de información es más abierto y espontáneo entre los miembros.

Indicadores: Redes formales, Redes informales

Dimensión 3: Retroalimentación

Permite la medición de la funcionalidad de las actividades de comunicación en una organización, además, brinda la posibilidad de poder realizar intercambio de puntos de vista, que conlleven a la solución de situaciones complicadas que puedan originarse dentro del entorno. Se considera a la retroalimentación como el último procedimiento dentro de las fases de la comunicación efectiva, es decir, que es la respuesta del receptor sobre la información que ha sido transmitida, para verificar que tipo de impacto ocasionó el intercambio o el envío de información entre individuos dentro de una misma entidad.

Indicadores: Entendimiento del mensaje, comprobación del mensaje.

3.2.2 Variable 2: Calidad total percibida

Grönroos, C. (1984). La calidad total percibida es lo que el cliente experimenta de la calidad del producto y esta satisface sus expectativas

Dimensión 1: Calidad esperada

Son el producto de señales de calidad tanto intrínsecas como extrínsecas percibidas, son el resultado de impresiones visuales basadas en señales intrínsecas y extrínsecas que se esperan, es decir, es la anticipación de consecuencias futuras basada en experiencias previas, circunstancias actuales u otras fuentes de información, donde estas expectativas generalmente se forman antes del uso de un servicio/producto, pero también pueden ocurrir cuando un cliente participa activamente en la prestación del servicio/producto, donde la calidad esperada sirve como un estándar de comparación para juzgar el desempeño

Indicadores: Necesidad de los clientes, comunicación, imagen.

Dimensión 2: Calidad experimentada

Es el resultado de la evaluación sensorial del producto en el momento de probarlo o comprobarlo, es decir, se describen las percepciones de los clientes como evaluaciones subjetivas del servicio real recibido o experimentado y si están satisfechos con la calidad del servicio/producto.

Cuando los clientes examinan si la calidad del servicio/producto cumple con sus exigencias, siempre consideran sus apreciaciones de servicio o producto en relación con las expectativas. Esta calidad percibida, se obtiene mediante las experiencias evaluadas sobre un producto o servicio que ya recibió, esta es la que ayuda en la satisfacción o no del cliente, debido a que, si la calidad experimentada es igual o mayor a la esperada, entonces queda satisfecho.

Indicadores: calidad técnica, calidad funcional

3.2.3 Matriz de operacionalización de variable

Dicha matriz se encuentra en el anexo 1

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1. Población

Estuvo conformada por la totalidad de 150 colaboradores en una empresa de factoría.

Criterios de inclusión: Todos los trabajadores de la parte técnica, producción, gerencia, jefes, supervisores y recursos humanos.

Criterios de exclusión: No se consideran los Trabajadores de apoyo de limpieza y de seguridad de vigilancia.

3.3.2. Muestra

Ha sido conformada por 60 colaboradores en una empresa de factoría

3.3.3. Muestreo

Se utilizó la técnica de muestreo no probalístico por conveniencia.

3.3.4. Unidad de análisis

Estuvo comprendida por todas las personas que trabajan en la empresa de factoría de acuerdo al criterio de inclusión. Li et al. (2017) la unidad de análisis es la principal fuente de información de datos, para conseguir los objetivos del estudio científico.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1. Técnica

La técnica que ha sido utilizada para recoger los datos es la encuesta. Bernal. A (2010) define en su libro de metodología que la encuesta es una técnica de recolección de datos que tienes mayor credibilidad, en la cual se realizan un conjunto de preguntas para conseguir información.

3.4.2. Instrumento

Ha sido el cuestionario, ya que esta herramienta permite la uniformidad y la estandarización de los datos recogidos. Hou & Chu (2015) el cuestionario brinda mayor índice de efectividad respecto a calidad y cantidad de respuestas obtenidas en comparación de otros instrumentos conocidos. Dicho instrumento está contenido en el anexo N° 2; el mismo que ha sido validado.

La validez del cuestionario ha sido revisado y validado por el método de juicio de expertos, con la participación de cuatro docentes con el grado de Doctores Y MBA de la UCV, los mismos que están contenidos en el anexo N° 3. Así mismo tiene la confiabilidad de Alfa de Cronbach de 0,82 el resultado que se obtuvo en base a una encuesta piloto realizada a 30 sujetos de investigación en una empresa de factoría; procesados en el programa SPSS, utilizando el estadístico Alfa de Cronbach el mismo que está contenido en el anexo N° 4.

3.5. Procedimientos

3.5.1. Se coordinó con la máxima autoridad de la empresa de Factoría para establecer la forma de aplicación de la encuesta hacia sus trabajadores.

3.5.2. Los datos han sido recogidos mediante una encuesta de forma virtual mediante el uso de formulario drive por intermedio de correo electrónico.

3.5.3. Los datos que se obtuvieron han sido consignados en un Excel, lo mismo que fueron procesados en el programa SPSS para obtener las tablas y gráficas de frecuencia y los resultados de las pruebas de las hipótesis respectivas.

3.6. Método de análisis de datos

3.6.1. Método descriptivo

Consiste en la obtención de tablas y graficas de frecuencia las que serán debidamente interpretadas; Bernal. A (2010) define que el método descriptivo consiste en recoger, almacenar, ordenar, realizar tablas o gráficos y calcular parámetros básicos sobre el conjunto de datos.

3.6.2. Análisis inferencial

Permiten probar hipótesis en base a los resultados de la muestra para generalizar a toda la población, lo que se fundamenta con el libro de investigación de Hernández. S, Et al (2014) quien define que la estadística inferencial consiste en desarrollar pruebas de hipótesis estimando parámetros.

3.7. Aspectos éticos

La investigación se realizará de acuerdo a los principios éticos como son: La honestidad, respeto, compromiso, responsabilidad y confidencialidad. Respetando la autoría de los conceptos y citas que se encuentre en el trabajo de investigación.

IV. RESULTADOS

4.1. Descriptivos

4.1.1. Tabla de frecuencias de la variable Comunicación efectiva agrupadas

Tabla 1

Variable 1: Comunicación efectiva

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	17	28,3	28,3	28,3
	Indiferente	29	48,3	48,3	76,7
	De acuerdo	14	23,4	23,4	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en el programa SPSS

Interpretación: En concordancia con los datos obtenidos de las encuestas realizadas a los colaboradores de una empresa de factoría que se aprecian en la Tabla 1, concerniente a la comunicación efectiva que agrupa las dimensiones: Flujos de comunicación, redes de comunicación y retroalimentación, el resultado es el siguiente: El 48,3% consideraron que son Indiferentes, el 28,3% están en desacuerdo y el 23,4% de acuerdo.

4.1.2. Tabla de frecuencias agrupadas de la variable calidad total percibida

Tabla 2

Variable 2: Calidad total percibida

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	12	20,0	20,0	20,0
	Indiferente	6	10,0	10,0	30,0
	De acuerdo	42	70,0	70,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en el programa SPSS

Interpretación: En concordancia a los datos obtenidos de las encuestas realizadas a los colaboradores de una empresa de factoría, concerniente a la calidad total percibida que agrupa las dimensiones: Calidad esperada y calidad

experimentada, el resultado es el siguiente: El 70 % consideraron que se encuentran de acuerdo, el 20% están en desacuerdo y el 10% Indiferentes.

4.2. Inferenciales

4.2.1. Coeficientes de correlación, condiciones y reglas de decisión

Coeficiente correlación

Tabla 3

Valores de coeficientes de correlación

RANGO	RELACIÓN
-1.00	Correlación negativa perfecta
-0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.75	Correlación negativa considerable
-0.50	Correlación negativa media
-0.25	Correlación negativa débil
-0.10	Correlación negativa muy débil
0.00	No existe correlación alguna entre las variables
+0.10	Correlación positiva muy débil
+0.25	Correlación positiva débil
+0.50	Correlación positiva media
+0.75	Correlación positiva considerable
+0.90	Correlación positiva muy fuerte
+1.00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Elaborado en base a Hernández, Fernández y Batista (2014)

Condiciones:

- Sig. T = 5%
- Nivel de aceptación 95 %, $z = 1,96$
- H_0 = Hipótesis nula
- H_a = Hipótesis alterna

Reglas de decisión:

- a) Si valor $p > 0.05$, es aceptada la H_0 y rechazada la H_a .
- b) Si valor $p < 0.05$, es rechazada la H_0 y aceptada la H_a .

4.2.2 prueba de hipótesis general: Existe relación de la comunicación efectiva con calidad total percibida en una factoría, Callao, 2022.

Ho: No existe relación de la comunicación efectiva con calidad total percibida en una factoría, Callao, 2022

Ha: Existe relación de la comunicación efectiva con calidad total percibida en una factoría, Callao, 2022.

Tabla 4

Prueba de hipótesis general

			Comunicación efectiva	Calidad total percibida
Rho de Spearman	Comunicación efectiva	Coefficiente de correlación	1,000	,827**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	60	60
	Calidad total percibida	Coefficiente de correlación	,827**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	60	60

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación: De acuerdo a los resultados el coeficiente de correlación RHO Spearman es de 0,827 y la significancia bilateral es de 0,000. Tomando en cuenta el “coeficiente de correlación” está considerado como correlación positiva considerable; en concordancia a la regla de decisión sig. $P < 0.05$, la H_0 es rechazada y es aceptada la H_a . Por lo tanto, existe relación positiva de las variables comunicación efectiva con calidad total percibida.

4.2.3. Prueba de hipótesis específica 1: Existe relación de la comunicación efectiva con la calidad esperada en una factoría, Callao, 2022.

Ho: No existe relación de la comunicación efectiva con la calidad esperada en una factoría, Callao, 2022.

Ha: Existe relación de la comunicación efectiva con la calidad esperada en una factoría, Callao, 2022.

Tabla 5*Prueba de hipótesis específica 1*

			Comunicación efectiva	Calidad esperada
Rho de Spearman	Comunicación efectiva	Coeficiente de correlación	1,000	,694**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	60	60
	Calidad esperada	Coeficiente de correlación	,694**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	60	60

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación: De acuerdo a los resultados el coeficiente de correlación RHO Spearman es de 0,694 y la significancia es de 0,000. Tomando en cuenta el “coeficiente de correlación” está considerado como correlación positiva media; en concordancia a la regla de decisión sig. $P < 0.05$, es rechazada la H_0 y es aceptada la H_a . Por lo tanto, existe relación positiva de las variables comunicación efectiva con la calidad esperada.

4.2.4. Prueba de hipótesis específica 2: Existe relación de la comunicación efectiva con la calidad experimentada en una factoría, Callao, 2022.

Ho: No existe relación de la comunicación efectiva con la calidad experimentada en una factoría, Callao, 2022.

Ha: Existe relación de la comunicación efectiva con la calidad experimentada en una factoría, Callao, 2022.

Tabla 6*Prueba de hipótesis específica 2*

			Comunicación efectiva	Calidad experimentada
Rho de Spearman	Comunicación efectiva	Coeficiente de correlación	1,000	,481**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	60	60
	Calidad experimentada	Coeficiente de correlación	,481**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	60	60

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación: En concordancia con los resultados que se observan en la tabla 6 el coeficiente de correlación RHO Spearman es de 0,481 y la significancia bilateral es de 0,000. Tomando en cuenta el “coeficiente de correlación” está considerado como correlación positiva débil; de acuerdo a la regla de decisión sig. $P < 0.05$, es rechazada la H_0 y es aceptada la H_a . Por lo tanto, existe relación positiva de las variables comunicación efectiva con la calidad experimentada.

V. DISCUSIÓN

5.1 El objetivo general de la investigación ha sido determinar la relación de la comunicación efectiva con la calidad total percibida; al respecto, de acuerdo a la interpretación de los resultados descriptivos e inferenciales obtenidos se ha determinado que existe relación entre la variable comunicación efectiva con la variable calidad total percibida.

Dicho resultados tiene coherencia con los hallazgos de las investigaciones de Samsudin et al. (2020) Quienes concluyeron con la existencia de una influencia de comunicación efectiva en la gestión de calidad. Así como también con los resultados de Adiguzela, z. (2019) quien concluyo que existe correlación significativa y positiva con la eficacia del liderazgo, la orientación al aprendizaje y las variables de comunicación efectiva, creatividad del equipo y calidad del servicio.

Los resultados están contenidos en los alcances de la teoría científica de la calidad total de Edwards Deming y Joseph Juran (1960) que consiste en la permanente satisfacción del cliente externo e interno, la mejora continua y la elevada competitividad de la organización.

También están contenidos dentro de los alcances los enfoques teóricos de Koontz, H., Wehrich, H., & Cannice, M. (2012). La comunicación efectiva es poseer habilidades para lograr el objetivo de comunicar, transmitir o recibir información. Así mismo, Grönroos, C. (1984). La calidad total percibida es lo que el cliente experimenta de la calidad del producto y esta satisface sus expectativas

La metodología utilizada nos ha permitido lograr los objetivos e hipótesis planteadas para la investigación.

5.2 El objetivo específico 1 de la investigación ha sido determinar la relación de la comunicación efectiva con la calidad esperada; de acuerdo a la interpretación de los resultados descriptivos e inferenciales obtenidos se ha determinado que existe relación de la variable comunicación efectiva con la variable calidad esperada.

Dichos resultados tienen concordancia con los hallazgos de las investigaciones de Stacho Z. et al. (2019) quienes concluyeron que la

comunicación tiene un impacto significativo en el uso de los recursos humanos en los esfuerzos de innovación de una empresa. Así mismo, Susanti, V et al. (2019) quienes concluyeron que la calidad racional percibida tiene una influencia positiva más fuerte en la satisfacción del cliente que el valor racional percibido.

Así mismo, están contenidos dentro de los alcances los enfoques teóricos de Koontz, H., Weihrich, H., & Cannice, M. (2012). La comunicación efectiva es poseer habilidades para lograr el objetivo de comunicar, transmitir o recibir información. Así mismo, Grönroos, C. (1984). La calidad total percibida es lo que el cliente experimenta de la calidad del producto y esta satisface sus expectativas

5.3 el objetivo específico 2 de la investigación ha sido determinar la relación de la comunicación efectiva con la calidad experimentada al respecto, de acuerdo a la interpretación de los resultados descriptivos e inferenciales obtenidos se ha determinado que existe relación de la variable comunicación efectiva con la variable calidad experimentada.

Dichos resultados tienen coherencia con los resultados de las investigaciones de La Madriz, L., La Madriz, J. (2013) quienes concluyeron que la comunicación efectiva puede sustituir a la comunicación tradicional por medio del debate, el dialogo y la manifestación de propuestas. Así mismo, Sotelo, J., Figueroa, E. (2017) quienes concluyeron que existe una alta correlación entre la variable clima organizacional y la variable de calidad en el servicio.

Así mismo, está comprendido dentro de los alcances los enfoques teóricos de Koontz, H., Weihrich, H., & Cannice, M. (2012). La comunicación efectiva es poseer habilidades para lograr el objetivo de comunicar, transmitir o recibir información. Así también Grönroos, C. (1984). La calidad total percibida es lo que el cliente experimenta de la calidad del producto y esta satisface sus expectativas.

5.4 La hipótesis general planteada ha sido que existe relación de la comunicación efectiva con la calidad total percibida; para comprobar dicha hipótesis se realizaron las pruebas estadísticas lográndose como resultado que el coeficiente de correlación RHO Spearman es de 0,827 con una significancia bilateral menor a 0,05. La correlación está definida como positiva considerable; en concordancia a

la regla de decisión, es aceptada la H_a . Por consiguiente, existe relación positiva de las variables comunicación efectiva con calidad total percibida. Por lo tanto, se ha comprobado que la hipótesis planteada es verdadera.

5.5 La hipótesis específica 1 planteada ha sido que existe relación de la comunicación efectiva con la calidad esperada; la hipótesis ha sido probada realizando pruebas estadísticas que indican que el coeficiente de correlación RHO Spearman es de 0,694 con una significancia menor a 0.05. Considerando esta correlación como positiva media. En concordancia a la regla de decisión es aceptada la H_a . Por lo tanto existe relación positiva de las variables comunicación efectiva con calidad esperada. Por consiguiente, es verdadera la hipótesis que se ha propuesto.

5.6 La hipótesis específica 2 planteada ha sido Existe relación de la comunicación efectiva con la calidad experimentada; la comprobación de dicha hipótesis se realizó mediante pruebas estadísticas que arrojaron un coeficiente de correlación RHO Spearman de 0,481 y una significancia menor a 0.05; Es aceptada la H_a . Por consiguiente, existe relación positiva de las variables comunicación efectiva con la calidad experimentada. Por lo tanto, es verdadera la hipótesis propuesta.

5.7 En concordancia con los datos obtenidos de las encuestas realizadas a los colaboradores de una empresa de factoría, referente a la comunicación efectiva que agrupa las dimensiones: Flujos de comunicación, redes de comunicación y retroalimentación, el resultado es el siguiente: El 48,3% consideraron que son Indiferentes, el 28,3% están en desacuerdo y el 23,4% de acuerdo.

5.8 En concordancia con los datos obtenidos de las encuestas realizadas a los colaboradores de una empresa de factoría, referente a la calidad total percibida que agrupa las dimensiones: Calidad esperada y calidad experimentada, el resultado es el siguiente: El 71,7 % consideraron que se encuentran de acuerdo, el 20% están en desacuerdo y el 8,3% Indiferentes.

VI. CONCLUSIONES

6.1. Con relación al objetivo general que consiste en determinar la relación de la comunicación efectiva con la calidad total percibida y en concordancia al análisis descriptivo como inferencial de la investigación se ha determinado que existe relación significativa de las variables comunicación efectiva con calidad total percibida.

6.2. Con relación al objetivo específico 1 que consiste en determinar la relación de la comunicación efectiva con la calidad esperada y en concordancia al análisis descriptivo como inferencial de la investigación se ha determinado que existe relación significativa de las variables comunicación efectiva con calidad esperada.

6.3 Con relación al objetivo específico 2 que consiste en determina la relación de la comunicación efectiva con la calidad experimentada y en concordancia al análisis descriptivo e inferencial de la investigación se ha determinado que existe relación significativa de las variables comunicación efectiva con calidad experimentada.

VII. RECOMENDACIONES

7.1 Teniendo en cuenta que el principal hallazgo encontrado es que existe relación de las variables comunicación efectiva con calidad total percibida se recomienda al gerente general de la empresa que se debe desarrollar capacitaciones con el propósito de afianzar las habilidades comunicativas, como la escucha activa, la empatía, la retroalimentación, el lenguaje verbal y no verbal, para lograr una comunicación efectiva y así alcanzar la calidad total del producto. Asimismo, sugerimos a futuros investigadores utilizar el instrumento porque su uso ha permitido lograr el objetivo de la investigación.

7.2 El segundo hallazgo encontrado es que existe relación de las variables comunicación efectiva con la calidad esperada se recomienda al gerente general que se realice actividades donde se tome en cuenta la opinión de sus colaboradores con relación a sus productos, incluyéndolos en la toma de decisiones y estrategias empresariales; ya que esto permitirá a las distintas áreas entender mejor que es lo que el cliente espera de la calidad de los producto.

7.3 El tercer hallazgo encontrado es que existe relación de las variables comunicación efectiva con la calidad experimentada se recomienda al gerente general implementar la ISO 9001 en la organización, con el objetivo de producir bienes bajo estándares de calidad para satisfacer las necesidades de sus clientes y cumplir con sus expectativas.

REFERENCIAS

- Adiguzel, Z. (2019). Relationships among leader effectiveness, learning orientation, effective communication, team creativity and service innovation in the service sector. *Business and Economics Research Journal*, 10(1), 131-148. doi:<https://doi.org/10.20409/berj.2019.159>
- Akeem, O. (2015). Principles and methods of validity and reliability testing of questionnaires used in social and health science researches. *Nigerian Postgraduate Medical Journal*, 22(4), 195-201. http://www.npmj.org/temp/NigerPostgradMedJ224195-7251334_200833.pdf
- Ali, F., Hussain, K., Konar, R., & Jeon, H. (2016). The effect of technical and functional quality on guests' perceived hotel service quality and satisfaction: A SEM-PLS Analysis. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 18(3), 354–378. Obtenido de <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/1528008X.2016.1230037?needAccess=true>
- Ali, R. (2017). The impact of total quality management on organizational performance case of Jordan oil petroleum company. *International Journal of Business and Social Science*, 8(1), 192-202. https://www.ijbssnet.com/journals/Vol_8_No_1_January_2017/20.pdf
- Apoyo Comunicación. (2021). *Comunicación interna en empresas peruanas: Un año incorporando los retos del Covid-19*. Apoyo Comunicación, Lima. http://www.apoyocomunicacion.com/repositorio/2021/Estudio%20CI%20en%20el%20Per%C3%BA_Internal%20APOYO%20Comunicaci%C3%B3n.pdf
- Asiamah, N., Mensah, H., & Oteng, E. (2017). General, Target, and Accessible Population Demystifying the Concepts for Effective Sampling. *The Qualitative Report*, 22(6), 1607-1621. <https://nsuworks.nova.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2674&context=tqr>
- Babic, V., Arslanagic, M., & Imsirpasic, A. (2017). Perceived quality and corporate image in mobile services: the role of technical and functional quality. *South*

East European Journal of Economics and Business, 12(1), 114-125.
https://www.researchgate.net/publication/318304795_Perceived_Quality_and_Corporate_Image_in_Mobile_Services_The_Role_of_Technical_and_Functional_Quality

Barragan, J., Moreno, C. (2013). *Calidad percibida por usuarios de enfermería en tres hospitales públicos. Revista trimestral de enfermería global. Colombia.*<https://scielo.isciii.es/pdf/eg/v12n29/administracion2.pdf>

Bello, C. (2018). *Comunicación efectiva desde la gerencia educativa. Ciencias de la Educación, Humanidades, Artes y Bellas Artes.*
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7276113>

Boigues, F., Estruch, V., & Vidal, A. (2019). *La comunicación efectiva en matemáticas: una manera de educar en competencias en la universidad.*

Borré , Y., & Vega Vega, Yolanda. (2014). *calidad percibida de la atención de enfermería por pacientes hospitalizados.* Ciencia y enfermería , 20 (3), 81-94. <https://dx.doi.org/10.4067/S0717-95532014000300008>

Castro, Y. (2018). *La comunicación efectiva y su efecto en el trabajo en equipo de los colaboradores de la empresa Iron Mountain Perú S.A., sede Trujillo, año 2018. Universidad Cesar Vallejo , Trujillo.*
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/33654/castro_my.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Cegarra J. (2012). *La investigación científica y tecnológica.* Madrid, España: Diaz de Santos

Churruca, C., & Mendo, J. (2021). *TIC, Comunicación Organizacional en la Gestión de los Directivos. UCV Hacer, 10(2), 32-52.*
<http://revistas.ucv.edu.pe/index.php/ucv-hacer/article/view/571/560>

Das, R., & Paulssen, M. (2020). *Customers' experienced product quality: scale development and validation. , European Journal of Marketing, 54(4), 645-670.*<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/EJM-03-2018-0156/full/html>

- Díaz, V. (2019). *Influence of the questionnaire design in selfadministered surveys*. International Journal of Comparative Sociology, 3(1), 115-121. <https://medcraveonline.com/SIJ/SIJ-03-00163.pdf>
- Estevez, F., estevez , A. (2020). *Comunicación efectiva en salud: evaluación de una experiencia docente en estudiantes de medicina de Cuenca, Ecuador*. Revista de Bioética y Derecho, (52), 85-104. Epub 25 de octubre de 2021. <https://dx.doi.org/10.1344/rbd2021.52.34162>
- Gamonal, D., & Ruffner, S. (2019). *Características de la comunicación efectiva para la calidad de servicio del centro de entretenimiento familiar Chuck E. Cheese's*. Universidad Privada del Norte, Lima. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/23370/Gamonal%20Olascoaga%2c%20Dayane%20Meribeth%20-%20Ruffner%20Paredes%2c%20Samuel%20Nicol%c3%a1s%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ganan, B., Hauser, G., & Thomas, T. (2015). *A correlational study investigating the relationship between the Fluidez en La Lectura Oral Lectura (IDEL FLO) and the Englishportion of the Illinois Standard Achievement Test (ISAT)*. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 197(25), 2411-2416. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042815043049/pdf?md5=9d7724c47e6860397e0d7dad019af7e8&pid=1-s2.0-S1877042815043049-main.pdf>
- Hernández, C. (2016). *Desarrollo de habilidades comunicativas en directivos docentes. Estrategia pedagógica para una comunicación eficaz en una institución educativa pública de Bogotá D.C* [Tesis de Maestría, Universidad de la Sabana]. Repositorio institucional de la universidad de la sabana <https://intellectum.unisabana.edu.co/handle/10818/24271>
- Hernández, H., Barrios, I., & Martínez, D. (2018). *Gestión de la calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones*. Revista Criterio Libre, 16(28), 179-195. <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/criteriolibre/article/download/2130/1621/3243>

- Hernández, R.; Fernández, C. y Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. Nueva York, Estados Unidos: McGraw-Hill Education.
- Hou, J., & Chu, Y. (2015). Automatic questionnaire survey by using the collective message over the Internet. *Advanced Engineering Informatics*, 29(4), 813–829. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1474034615000968>
- Inga, R. (2018) *Percepción de la Calidad Total en la Municipalidad Distrital de Sapallanga 2018* [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio institucional digital de la universidad Cesar Vallejo <https://hdl.handle.net/20.500.12692/32749>
- Kim, H. (2019). Propensity Score Analysis in Non-Randomized Experimental Designs: An Overview and a Tutorial Using R Software. *New Directions for Child and Adolescent Development*, 69(1), 65-89. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/31507059/>
- Koontz, H., Weihrich, H., & Cannice, M. (2012). Administración: Una perspectiva global y empresarial (14nd ed.). Ciudad de México: Mc Graw Hill. https://frh.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/22766/mod_resource/content/1/Administracion_una_perspectiva_global_y_empresarial_Koontz.pdf
- KHAN, T., AHMED, N., & Hafiz, I. H. (2018). IMPACT OF PERCEIVED QUALITY ON CONSUMER ATTITUDE IN FOOD INDUSTRY OF PAKISTAN / GIDA SANAYİİNDE KALİTE ALGISININ TÜKETİCİ ÜZERİNDE ETKİSİ: PAKİSTAN ÖRNEĞİ. *Turkish Journal of Marketing*, 3(3), 181-198. doi:<https://doi.org/10.30685/tujom.v3i3.57>
- Li, W., Chen, Y., Xiang, P., & Xie, X. (2017). Unit of Analysis: Impact of Silverman and Solmon's Article on Field-Based Intervention Research in Physical Education in the U.S.A. *Journal of Teaching in Physical Education*, 36(2), 1-30. <https://journals.humankinetics.com/view/journals/jtpe/36/2/article-p131.xml>
- López, S., Vásquez , C., & Valdez, L. (2020). Estudio socioeducativo de caso mejora del clima laboral en guarderías mediante la comunicación efectiva

al utilizar técnicas de programación neurolingüística. RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo, 11(21), e005. Epub 09 de marzo de 2021. <https://doi.org/10.23913/ride.v11i21.690>

Lovlyn, K. (2016). The role of effective communication in strategic management of organizations. *International Journal of Humanities and Social Science*, 6(12), 93-99. http://www.ijhssnet.com/journals/Vol_6_No_12_December_2016/10.pdf

Marecos, M. (2012). *Percepción de la calidad de atención de los usuarios de las clínicas periféricas del instituto de previsión social* [Tesis de maestría, Instituto de Altos Estudios Estratégicos]. Google académico https://www.uma.edu.py/images/pdf/Articulo_cientifico_UMA_Dra_Marecos_Percepcion_de_los_usuarios.pdf

Martínez, J., González, D., Pereira, R., Bonamigo, R., & Bastos, J. (2016). Sampling: how to select participants in my research study? *Anais Brasileiros de Dermatologia*, 91(3), 326–330. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4938277/pdf/abd-91-03-0326.pdf>

Mishra, S., Singh, S. N., Fang, X., & Yin, B. (2017). Impact of diversity, quality and number of brand alliance partners on the perceived quality of a new brand. *The Journal of Product and Brand Management*, 26(2), 159-176. doi:<https://doi.org/10.1108/JPBM-05-2015-0873>

Mondragon, D. (2017). *Administración de empresas*. Bogotá: Fundación Universitaria del Área Andina. <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1195/Administraci%C3%B3n%20de%20Empresas.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Monsiváis Carrillo, Alejandro. (2019). La calidad percibida de los servicios públicos locales y la confianza institucional en México. *Región y sociedad*, 31, e1206. <https://doi.org/10.22198/rys2019/31/1206>

Montenegro, S. (2020). *Comunicación efectiva y control administrativo en la empresa Vicamar S.A.C., Breña, 2020* [Tesis de pregrado, Universidad

Cesar Vallejo]. Repositorio institucional digital de la universidad Cesar Vallejo <https://hdl.handle.net/20.500.12692/65700>

Montoya, M., & De la Rosa, L. (2015). Flujos de comunicación en organizaciones privadas de Tijuana. *Razón y Palabra*, 87(1), 1-24. <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199531505010.pdf>

Musheke, M., & Phiri, J. (2021). The effects of effective communication on organizational performance based on the systems theory. *Open Journal of Business and Management*, 9(1), 659-671. https://www.scirp.org/pdf/ojbm_2021031715203254.pdf

Navarro, A., Reyes, M., Acedo, F. (2014). Calidad percibida y satisfacción de los espectadores de fútbol. *Calidad percibida y satisfacción de los espectadores de fútbol. Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 20(2), 87-94. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S113525231300052X>

Oyarvide, H., Reyes, E., & Montaña, M. (2017). La comunicación interna como herramienta indispensable de la administración de empresas. *Revista Dominio de las Ciencias*, 3(4), 296-309. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6174479.pdf>

Palacios, I., Traverso, P. y Williams, B. (2017). *La comunicación efectiva como elemento de éxito en los negocios. Ecotec*. <https://libros.ecotec.edu.ec/index.php/editorial/catalog/view/13/12/72-1>

Poojaba, R. (2015). Effective communication skills. *International Journal of Research and Analytical Reviews*, 2(1), 29-31. http://ijrar.com/upload_issue/ijrar_issue_140.pdf

Rajhans, K. (2018). Effective communication management: A key to stakeholder relationship management in project-based organizations. *IUP Journal of Soft Skills*, 12(4), 47-66. Retrieved from <https://www.proquest.com/scholarly-journals/effective-communication-management-key/docview/2176619858/se->

- Rodas, E. (2017). Comunicación efectiva y Trabajo en equipo. [Tesis de Pregrado, Universidad Rafael Landívar]. Universidad Rafael Landívar <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2017/05/43/Rodas-Estefanny.pdf>
- Quero, y., Mendoza, F. & Torres ,Y. (2014). Effective Communication And Labor Performance In Basic Education. Scientific e-journal of Management Sciences, 27(9),22-35. <https://www.redalyc.org/pdf/782/78230409001.pdf>
- Quaranta, N. (2019). La comunicación efectiva: un factor crítico del éxito en el trabajo en equipo. Enfoques, 31(1), 21-46. Recuperado en 29 de mayo de 2022, de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1669-27212019000100003&lng=es&tlng=.
- Sumardi, & Adji Achmad, R. F.(2020). The influence of quality management on organization performance: Service quality and product characteristics as a medium. Property Management, 38(3), 383-403. doi:<https://doi.org/10.1108/PM-10-2019-0060>
- Samsudin, S., Azlan, C., & Zien, R. (2020). Leading communication practices in total quality management implementation. Journal of Global Business and Social Entrepreneurship, 6(7), 98-106. <http://repo.uum.edu.my/27311/1/JGBSE%206%2017%202020%2096%20106.pdf>
- Santos, G. (2017). Validez y confiabilidad del cuestionario de calidad de vida SF-36 en mujeres con LUPUS, Puebla, (3) <https://www.fcfm.buap.mx/assets/docs/docencia/tesis/ma/GuadalupeSantosSanchez.pdf>
- Stachova, K., Stacho, Z., & Vicen, V. (2017). Efficient involvement of human resources in innovations through effective communication. Verslas: Teorija Ir Praktika, 18, 33-42. doi: <http://dx.doi.org/10.3846/btp.2017.004>
- Stylidis, K., Bursac, N., Heitger, N., Wickman, C., Albers, A., & Söderberg, R. (2019). Perceived quality framework in product generation engineering: an automotive industry example. Design Science, 5(11), 1-12. <https://www.cambridge.org/core/services/aop-cambridge->

core/content/view/C3E460F32B894F85DBC50825FC3CB954/S2053470119000088a.pdf/div-class-title-perceived-quality-framework-in-product-generation-engineering-an-automotive-industry-example-div.pdf

- Sotelo, J., & Figueroa, E. (2017). El clima organizacional y su correlación con la calidad en el servicio en una institución de educación de nivel medio superior. *RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 8(15), 582-609. <https://doi.org/10.23913/ride.v8i15.312>
- Susanti, V., Sumarwan, U., Simanjuntak, M., & Yusuf, E. Z. (2019). The rational factors of perceived quality and perceived value as the drivers of customer satisfaction and brand loyalty. *Bisnis & Birokrasi*, 26(3), 132-144. doi:<https://doi.org/10.20476/jbb.v26i3.11121>
- Suhaidalisa, A., Mohamad, F., Ismail, Z., & Ismail, Z. (2018). Effective communication stimulates outstanding organizational change. *International Journal of Business and Management Invention*, 7(12), 24-34. [https://www.ijbmi.org/papers/Vol\(7\)12/Version-4/E0712042434.pdf](https://www.ijbmi.org/papers/Vol(7)12/Version-4/E0712042434.pdf)
- Suhaidalisa, A., Shameerah, F., & Ismail, Z. (2018). Effective communication stimulates outstanding organizational change. *International Journal of Business and Management Invention*, 7(12), 24-34. <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/433085.pdf>
- Torres, E. (2019). Total quality management impact on organizational performance. *Innovación & Desarrollo*, 19(2), 43 – 58. http://www.scielo.org.bo/pdf/riyd/v19n2/v19n2_a03.pdf
- Torres, M., & Vásquez, C. (2015). Modelos de evaluación de la calidad del servicio: caracterización y análisis. *Revista Compendium*, 18(35), 57-76. <https://www.redalyc.org/pdf/880/88043199005.pdf>
- Van Rijnsoever, F. (2017). (I Can't Get No) Saturation: A simulation and guidelines for sample sizes in qualitative. *PlosOne*, 12(7), 1-17. <https://journals.plos.org/plosone/article/file?id=10.1371/journal.pone.0181689&type=printable>

- Veliz, A. (2018). La comunicación como medio de retroalimentación en la administración de empresas. *Revista Polo del Conocimiento*, 3(2), 93-103 .
<https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/download/454/pdf>
- Villa, S., Gonçalves, P., & Odong, T. V. (2017). Understanding the contribution of effective communication strategies to program performance in humanitarian organizations. *Journal of Humanitarian Logistics and Supply Chain Management*, 7(2), 126-151. doi:<http://dx.doi.org/10.1108/JHLSCM-05-2016-0021>
- William, O., Eyison, E., & Addo, E. (2016). Assessment of customer expectation and perception of service quality delivery in Ghana Commercial. *Journal of Humanity*, 4(1), 1-18. <https://media.neliti.com/media/publications/92283-EN-assessment-of-customer-expectation-and-p.pdf>

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Comunicación efectiva	La comunicación efectiva es aquella que a través de buenas destrezas y formas de comunicación logra el propósito de lo que se quiere transmitir Koontz et al. (2012).	La variable se medirá mediante los indicadores de las dimensiones de flujos de comunicación, las redes de comunicación y la retroalimentación.	Flujos de comunicación	Comunicación descendente	Ordinal tipo Likert 1. EN DESACUERDO 2. INDIFERENTE 3. DE ACUERDO
				Comunicación ascendente	
				Comunicación horizontal	
				Comunicación transversal	
			Redes de comunicación	Redes formales	
				Redes informales	
			Retroalimentación	Entendimiento del mensaje	
				Comprobación del mensaje	
Calidad total percibida	Es la percepción sobre la calidad desde el punto de vista del cliente, esto significativa que el cliente lo evalúa de manera subjetiva Grönroos, C.(1984)	La variable se medirá en base a los indicadores presentes en las dimensiones de calidad esperada y calidad experimentada.	Calidad esperada	Necesidades de los clientes	Ordinal tipo Likert 1.EN DESACUERDO 2.INDIFERENTE 3.DE ACUERDO
				Comunicación	
				Imagen	
			Calidad experimentada	Calidad técnica	
				Calidad funcional	

Anexo 2: Instrumento de recolección de datos.

CUESTIONARIO PARA ENCUESTAR A LOS COLABORADORES DE UNA EMPRESA DE FACTORIA, CALLAO.

Estimado(a) colaborador: El presente instrumento es de carácter anónimo; tiene como objetivo elaborar una tesis titulada “Comunicación efectiva y calidad total percibida en una factoría, Callao, 2022”. Por ello se le solicita responda con veracidad los siguientes enunciados.

INSTRUCCIONES: Está Ud. de acuerdo con llenar el formulario **SI () NO ()** si está de acuerdo, a continuación, se presenta una serie de enunciados a los cuales usted deberá marcar con una X de acuerdo a su criterio o lo que considere conveniente.


En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo
1	2	3

N°	Ítems	1	2	3
1	La toma de los pedidos es bastante detallada por el área correspondiente para proporcionarle a los operarios de moldeado.			
2	Cuando la información escrita para la realización de productos es poca clara, los operarios puede dirigirse de forma inmediata para mejor la deficiencia encontrada			
3	Para moldear un pedido solicitado por un cliente, suelo socializarlo con mis compañeros de trabajo para obtener una pieza bien estructurada			
4	Para tener una pieza bien estructurada frecuentemente el jefe de área de calidad total supervisa la calidad del producto			
5	En la unidad de trabajo además de las herramientas propias de la elaboración de los productos solicitados existe un equipo (computadora) para recepcionar los pedidos de acuerdo a la solicitud del cliente			
6	Existe una comunicación de confirmación rápida (whatsapp) para solicitar el tiempo que tomara la elaboración de una pieza solicitada por un cliente			
7	El área de atención comprueba el pedido del cliente mediante la lectura de los requerimientos solicitados			
8	Cuando se solicita la fabricación del pedido del cliente el operario comprueba que las especificaciones del producto son las adecuadas			
9	Los productos terminados de acuerdo a las especificaciones del cliente son todas aceptadas por que hay ausencia de fallas			
10	Los clientes emiten comunicados de agradecimiento por que el producto adquirido estuvo hecho a sus especificaciones			
11	Como trabajador me comprometo con la empresa porque se mantiene en el tiempo y es sinónimo de garantía de servicio.			
12	La unidad donde se elabora el producto solicitado por el cliente se le comunica cuan satisfecha se encuentra con el trabajo realizado.			
13	El cliente frecuenta el establecimiento porque las piezas son hechas a su medida y mayor durabilidad en su uso.			


Gracias por su colaboración

Anexo 3: validación del instrumento.

Título de la investigación: "Comunicación efectiva y calidad total percibida en una factoría, Callao, 2022"								
Apellidos y nombres de los investigadores: Pérez Vallejos, Jhuleisi								
Apellidos y nombres del experto: Mairena Fox, Petronila Liliana								
ASPECTO POR EVALUAR							OPINIÓN DEL EXPERTO	
VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS	
Comunicación Efectiva	Flujos de comunicación	Comunicación descendente	La toma de los pedidos es bastante detallada por el área correspondiente para proporcionarle a los operarios de moldeado.	3=De acuerdo o 2=Indiferente 1= En desacuerdo	X			
		Comunicación ascendente	Cuando la información escrita para la realización de productos es poca clara, los operarios puede dirigirse de forma inmediata para mejor la deficiencia encontrada		X			
		Comunicación horizontal	Para moldear un pedido solicitado por un cliente, suelo socializarlo con mis compañeros de trabajo para obtener una pieza bien estructurada.		X			
		Comunicación transversal	Para tener una pieza bien estructurada frecuentemente el jefe de área de calidad total supervisa la calidad del producto.		X			
	Redes de comunicación	Redes formales	En la unidad de trabajo además de las herramientas propias de la elaboración de los productos solicitados existe un equipo (computadora) para recepcionar los pedidos de acuerdo a la solicitud del cliente.		X			
		Redes informales	Existe una comunicación de confirmación rápida (whatsapp) para solicitar el tiempo que tomara la elaboración de una pieza solicitada por un cliente.		X			
	Retroalimentación	Entendimiento del mensaje	El área de atención comprueba el pedido del cliente mediante la lectura de los requerimientos solicitados.		X			
		Comprobación del mensaje	Cuando se solicita la fabricación del pedido del cliente el operario comprueba que las especificaciones del producto son las adecuadas.		X			
Calidad total percibida	Calidad Esperada	Necesidades de los clientes	Los productos terminados de acuerdo a las especificaciones del cliente son todas aceptadas por que hay ausencia de fallas.	X				
		Comunicación	Los clientes emiten comunicados de agradecimiento por que el producto adquirido estuvo hecho a sus especificaciones.	X				
		Imagen	Como trabajador me comprometo con la empresa porque se mantiene en el tiempo y es sinónimo de garantía de servicio.	X				
	Calidad Experimentada	Calidad técnica	La unidad donde se elabora el producto solicitado por el cliente se le comunica cuan satisfecha se encuentra con el trabajo realizado.	X				
		Calidad funcional	El cliente frecuenta el establecimiento porque las piezas son hechas a su medida y mayor durabilidad en su uso.	X				
Firma del experto:			Fecha 25 /10/2021					

Título de la investigación: "Comunicación efectiva y calidad total percibida en una factoría, Callao, 2022"								
Apellidos y nombres de los investigadores: Pérez Vallejos, Jhuleisi								
Apellidos y nombres del experto: Jiménez Calderón, cesar Eduardo								
ASPECTO POR EVALUAR							OPINIÓN DEL EXPERTO	
VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS	
Comunicación Efectiva	Flujos de comunicación	Comunicación descendente	La toma de los pedidos es bastante detallada por el área correspondiente para proporcionarle a los operarios de moldeado.	3=De acuerdo o 2=Indiferente 1= En desacuerdo	X			
		Comunicación ascendente	Cuando la información escrita para la realización de productos es poca clara, los operarios puede dirigirse de forma inmediata para mejor la deficiencia encontrada		X			
		Comunicación horizontal	Para moldear un pedido solicitado por un cliente, suelo socializarlo con mis compañeros de trabajo para obtener una pieza bien estructurada.		X			
		Comunicación transversal	Para tener una pieza bien estructurada frecuentemente el jefe de área de calidad total supervisa la calidad del producto.		X			
	Redes de comunicación	Redes formales	En la unidad de trabajo además de las herramientas propias de la elaboración de los productos solicitados existe un equipo (computadora) para recepcionar los pedidos de acuerdo a la solicitud del cliente.		X			
		Redes informales	Existe una comunicación de confirmación rápida (whatssap) para solicitar el tiempo que tomara la elaboración de una pieza solicitada por un cliente.		X			
	Retroalimentación	Entendimiento del mensaje	El área de atención comprueba el pedido del cliente mediante la lectura de los requerimientos solicitados.		X			
		Comprobación del mensaje	Cuando se solicita la fabricación del pedido del cliente el operario comprueba que las especificaciones del producto son las adecuadas.		X			
Calidad total percibida	Calidad Esperada	Necesidades de los clientes	Los productos terminados de acuerdo a las especificaciones del cliente son todas aceptadas por que hay ausencia de fallas.	X				
		Comunicación	Los clientes emiten comunicados de agradecimiento por que el producto adquirido estuvo hecho a sus especificaciones.	X				
		Imagen	Como trabajador me comprometo con la empresa porque se mantiene en el tiempo y es sinónimo de garantía de servicio.	X				
	Calidad Experimentada	Calidad técnica	La unidad donde se elabora el producto solicitado por el cliente se le comunica cuan satisfecha se encuentra con el trabajo realizado.	X				
		Calidad funcional	El cliente frecuenta el establecimiento porque las piezas son hechas a su medida y mayor durabilidad en su uso.	X				
 Firma del experto:			Fecha 25 /10/2021					

Título de la investigación: "Comunicación efectiva y calidad total percibida en una factoría, Callao, 2022"								
Apellidos y nombres de los investigadores: Pérez Vallejos, Jhuleisi								
Apellidos y nombres del experto: García Yovera, Abraham José								
ASPECTO POR EVALUAR							OPINIÓN DEL EXPERTO	
VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS	
Comunicación Efectiva	Flujos de comunicación	Comunicación descendente	La toma de los pedidos es bastante detallada por el área correspondiente para proporcionarle a los operarios de moldeado.	3=De acuerdo 2=Indiferente 1= En desacuerdo	x			
		Comunicación ascendente	Cuando la información escrita para la realización de productos es poca clara, los operarios puede dirigirse de forma inmediata para mejor la deficiencia encontrada		x			
		Comunicación horizontal	Para moldear un pedido solicitado por un cliente, suelo socializarlo con mis compañeros de trabajo para obtener una pieza bien estructurada.		x			
		Comunicación transversal	Para tener una pieza bien estructurada frecuentemente el jefe de área de calidad total supervisa la calidad del producto.		x			
	Redes de comunicación	Redes formales	En la unidad de trabajo además de las herramientas propias de la elaboración de los productos solicitados existe un equipo (computadora) para recepcionar los pedidos de acuerdo a la solicitud del cliente.		x			
		Redes informales	Existe una comunicación de confirmación rápida (whatssap) para solicitar el tiempo que tomara la elaboración de una pieza solicitada por un cliente.		x			
	Retroalimentación	Entendimiento del mensaje	El área de atención comprueba el pedido del cliente mediante la lectura de los requerimientos solicitados.		x			
		Comprobación del mensaje	Cuando se solicita la fabricación del pedido del cliente el operario comprueba que las especificaciones del producto son las adecuadas.		x			
Calidad total percibida	Calidad Esperada	Necesidades de los clientes	Los productos terminados de acuerdo a las especificaciones del cliente son todas aceptadas por que hay ausencia de fallas.	x				
		Comunicación	Los clientes emiten comunicados de agradecimiento por que el producto adquirido estuvo hecho a sus especificaciones.	x				
		Imagen	Como trabajador me comprometo con la empresa porque se mantiene en el tiempo y es sinónimo de garantía de servicio.	x				
	Calidad Experimentada	Calidad técnica	La unidad donde se elabora el producto solicitado por el cliente se le comunica cuan satisfecha se encuentra con el trabajo realizado.	x				
		Calidad funcional	El cliente frecuenta el establecimiento porque las piezas son hechas a su medida y mayor durabilidad en su uso.	x				
Firma del experto			Fecha 25 /10/2021					

Título de la investigación: "Comunicación efectiva y calidad total percibida en una factoría, Callao, 2022"								
Apellidos y nombres de los investigadores: Pérez Vallejos, Jhuleisi								
Apellidos y nombres del experto: Torres Díaz, William Ricardo								
ASPECTO POR EVALUAR							OPINIÓN DEL EXPERTO	
VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS	
Comunicación Efectiva	Flujos de comunicación	Comunicación descendente	La toma de los pedidos es bastante detallada por el área correspondiente para proporcionarle a los operarios de moldeado.	3=De acuerdo 2=Indiferente 1= En desacuerdo	x			
		Comunicación ascendente	Cuando la información escrita para la realización de productos es poca clara, los operarios puede dirigirse de forma inmediata para mejor la deficiencia encontrada		x			
		Comunicación horizontal	Para moldear un pedido solicitado por un cliente, suelo socializarlo con mis compañeros de trabajo para obtener una pieza bien estructurada.		x			
		Comunicación transversal	Para tener una pieza bien estructurada frecuentemente el jefe de área de calidad total supervisa la calidad del producto.		x			
	Redes de comunicación	Redes formales	En la unidad de trabajo además de las herramientas propias de la elaboración de los productos solicitados existe un equipo (computadora) para recepcionar los pedidos de acuerdo a la solicitud del cliente.		x			
		Redes informales	Existe una comunicación de confirmación rápida (whatssap) para solicitar el tiempo que tomara la elaboración de una pieza solicitada por un cliente.		x			
	Retroalimentación	Entendimiento del mensaje	El área de atención comprueba el pedido del cliente mediante la lectura de los requerimientos solicitados.		x			
		Comprobación del mensaje	Cuando se solicita la fabricación del pedido del cliente el operario comprueba que las especificaciones del producto son las adecuadas.		x			
Calidad total percibida	Calidad Esperada	Necesidades de los clientes	Los productos terminados de acuerdo a las especificaciones del cliente son todas aceptadas por que hay ausencia de fallas.	x				
		Comunicación	Los clientes emiten comunicados de agradecimiento por que el producto adquirido estuvo hecho a sus especificaciones.	x				
		Imagen	Como trabajador me comprometo con la empresa porque se mantiene en el tiempo y es sinónimo de garantía de servicio.	x				
	Calidad Experimentada	Calidad técnica	La unidad donde se elabora el producto solicitado por el cliente se le comunica cuan satisfecha se encuentra con el trabajo realizado.	x				
		Calidad funcional	El cliente frecuenta el establecimiento porque las piezas son hechas a su medida y mayor durabilidad en su uso.	x				
 Firma del experto:			Fecha 25 /10/2021					

Anexo 4: Confiabilidad del instrumento.

Resumen de procesamiento de casos

	N	%
Casos Válido	35	100,0
Excluido	0	,0
Total	35	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,824	13



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, DAVILA ARENAZA VICTOR DEMETRIO, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "COMUNICACIÓN EFECTIVA Y CALIDAD TOTAL PERCIBIDA EN UNA FACTORÍA, CALLAO,2022", cuyo autor es PEREZ VALLEJOS JHULEISI, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 30.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo 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.

LIMA, 01 de Julio del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
DAVILA ARENAZA VICTOR DEMETRIO DNI: 08467692 ORCID: 0000-0002-8917-1919	Firmado electrónicamente por: VDAVILAA el 12-07- 2022 13:39:22

Código documento Trilce: TRI - 0317334