

UNIVERSIDAD DE CIENCIAS COMERCIALES
UCC-MANAGUA



COORDINACIÓN DE CIENCIAS ECONÓMICAS

Culminación de p nsu m

Proyecto de graduación para optar al título de grado en Comunicación empresarial
y relaciones públicas.

Análisis de la comunicación interna relacionado al trabajo remoto en tres
empresas de call centers de Managua, Nicaragua durante el primer semestre del
año 2023.

Elaborado por:

Annelmaris Jovana Bent Gómez

Alison Rachel Soza Sirias

Tutor:

MSc. Eduardo Soza González

Managua, junio 2024

DEDICATORIA

A Dios en primer lugar por darnos sabiduría y fortaleza para seguir adelante a pesar de las adversidades que se nos presentaron en el camino, ya que en cada obstáculo él estuvo presente.

A nuestros padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes hemos logrado llegar hasta aquí y convertirnos en lo que somos. Ha sido el orgullo y el privilegio más grande ser sus hijas, son los mejores padres.

A nuestros familiares por estar siempre presentes, acompañándonos y brindándonos apoyo moral a lo largo de esta etapa de nuestras vidas.

A todas las personas que nos han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito en especial a aquellos que nos abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a Dios por ser nuestro guía y acompañarnos en el transcurso de nuestras vidas, brindándonos paciencia y sabiduría para culminar con éxito nuestras metas propuestas.

A nuestros padres por ser los pilares fundamentales y habernos apoyado incondicionalmente, pese a las adversidades e inconvenientes que se presentaron.

Agradecemos a todos los docentes que, con su sabiduría, conocimiento y apoyo, motivaron a desarrollarnos como persona.

A todos aquellos que nos brindaron su apoyo incondicional para llevar a cabo nuestro trabajo monográfico para continuar en una nueva etapa en nuestras vidas.

ÍNDICE

Dedicatoria	
Agradecimiento	
Resumen.....	1
Introducción.....	4
Capítulo I Planteamiento de proyect.....	5
1.1 Antecedentes.....	5
1.1.1 Contexto.....	5
1.2 Objetivos.....	8
1.3 Descripción del problema y preguntas de investigación.....	8
1.4 Justificación.....	9
1.5 Alcance de proyecto.....	10
Capítulo II Marco Referencial o Teórico.....	11
2.1 Marco teórico.....	11
2.1.1 Comunicación interna y empresarial.....	11
2.1.2 Tecnología de información y digitales.....	13
2.1.3 Trabajo remoto o teletrabajo.....	14
2.1.4 Productividad.....	17
2.1.5 Flexibilidad de horarios.....	18
2.1.6 Bienestar laboral.....	18

2.1.7 La era digital.....	19
2.1.8 Los call centers.....	20
Capítulo III Diseño metodológico.....	21
3.1 Tipo de investigación.....	21
3.2 Área de estudio.....	22
3.3 Unidades de análisis.....	22
3.3.1 Universo.....	22
3.3.2 Población de interés.....	23
3.3.3 Marco muestral.....	23
3.3.4 Tamaño de muestra.....	23
3.3.5 Tipo de muestra.....	23
3.3.6 Técnica e instrumento de recolección.....	24
3.3.7 Análisis de datos.....	24
3.3.8 Confiabilidad y validez de instrumentos.....	25
3.3.9 Procesamiento de datos y análisis de la información.....	25
3.3.10 Fuentes primarias y secundarias.....	26
Capítulo IV Análisis de resultados.....	27
Capítulo 1 Comparar la productividad de los empleados y el rendimiento general de la empresa pre y post pandemia.....	27
Capítulo 2 Evaluar la transparencia en la comunicación y toma de decisiones importantes y cambios en la empresa.....	32

Capítulo 3 Medir el nivel de confianza de los empleados en la información proporcionada por la gerencia.....	35
Capítulo 4 Analizar la capacidad para resolver problemas y tomar decisiones de forma colaborativa en entornos de pre y post pandemia: Desafíos y oportunidades del trabajo remoto.....	36
Capítulo V Conclusiones y futuras líneas de investigación.....	40
Capítulo VI Recomendaciones.....	44
Referencias bibliográficas.....	44
Anexos.....	46
Cronograma de actividades.....	46
Presupuesto de investigación.....	47
Mapa mental de variables.....	48
Bosquejos de marco teórico.....	50
Instrumento de recolección de datos.....	52
Gráficos de resultados de la encuesta.....	57
Matriz de operacionalización.....	63



UNIVERSIDAD DE CIENCIAS COMERCIALES
CULMINACIÓN DE PENSUM EN PROYECTO DE GRADUACIÓN

UNIVERSIDAD DE CIENCIAS COMERCIALES
UCC- SEDE MANAGUA CIENCIAS ECONÓMICAS



Coordinación de Ciencias Económicas

Culminación de Pensum

Proyecto de Graduación para optar al título de grado en Licenciatura en
Comunicación Empresarial y Relaciones Públicas.

AVAL DEL TUTOR

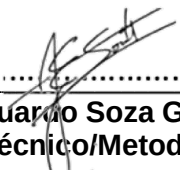
MSc. Eduardo Soza González, tienen a bien:

CERTIFICAR

Que: El Proyecto de Graduación con el título: “La comunicación empresarial en la era digital como herramienta fundamental en la mejora de la comunicación interna y satisfacción de los colaboradores en tres empresas de call centers de Managua, Nicaragua durante el primer semestre del año 2023”, **Elaborado por las estudiantes:** Annelmaris Jovana Bent Gómez y Alison Rachel Soza Sirias, ha sido dirigida por el suscrito.

Al haber cumplido con los requisitos académicos y metodológicos del Proyecto de Graduación, doy de conformidad a la presentación de dicho trabajo de culminación de estudios para proceder a su lectura y defensa, de acuerdo con la normativa vigente del Reglamento de Régimen Académico Estudiantil y Reglamento de Investigación, Innovación y Transferencia.

Para que conste donde proceda, se firma la presente en UCC Sede Managua, 09
Junio 2024


MSc. Eduardo Soza González
Tutor Técnico/Metodológico

*Por nuestro Prestigio, Trayectoria y Calidad
¡Somos la Universidad de la Gente que Triunfa!*

RESUMEN (ABSTRACTA)

El propósito de esta investigación es analizar la comunicación empresarial en la era digital como herramienta fundamental en la mejora de la comunicación interna y satisfacción de los empleados en las empresas de Managua, Nicaragua, durante el año 2023. El estudio examina la influencia de la comunicación interna en el compromiso y la lealtad de los empleados, y evalúa la mejora del rendimiento empresarial y la productividad en el trabajo remoto.

La metodología empleada en el presente estudio se caracteriza por su enfoque correlacional, que busca establecer relaciones de asociación o dependencia entre variables. Para ello, se utilizó el enfoque cuantitativo con acercamientos cualitativos para obtener una comprensión más profunda y completa del fenómeno en estudio. La información recolectada fue de naturaleza transversal, es decir, se recopiló en un solo punto en el tiempo, lo que permite analizar las relaciones entre las variables en un momento determinado. Esta combinación de enfoque correlacional, enfoque cuantitativo con acercamientos cualitativos y diseño transversal proporciona una base sólida para la investigación y permite obtener resultados confiables y generalizables.

Se utilizaron fuentes de información primarias y secundarias. Las primeras se obtuvieron mediante la aplicación de encuestas en línea; las segundas, mediante la revisión documental de otros estudios científicos existentes.

Las encuestas en forma de entrevistas se aplicaron de forma remota a trabajadores de cargos como supervisores, jefes de área, agentes y analistas de calidad, siendo un total de 100 encuestados de tres empresas estadounidense establecidas en Managua. Por motivos de protección y anonimato, no utilizaremos sus identidades reales, sino nombres ficticios. El trabajo de campo se llevó a cabo usando la técnica de encuestas virtuales. La selección de los informantes se realizó a través del muestreo no probabilístico por bola de nieve.

Palabras clave: Comunicación interna y empresarial, Trabajo remoto, Herramientas de comunicación digital, Productividad de los empleados, Satisfacción de los empleados, Compromiso de los empleados.

SUMMARY (ABSTRACT)

The purpose of this research is to analyze business communication in the digital age as a key tool in improving internal communication and employee satisfaction in companies in Managua, Nicaragua, during the year 2023. The study examines the impact of internal communication on employee commitment and loyalty, and evaluates the improvement in business performance and productivity in remote work.

The methodology used in the present study is characterized by its correlational approach, which seeks to establish relations of association or dependence between variables. For this purpose, a quantitative approach with qualitative approaches was used to obtain a deeper and more comprehensive understanding of the phenomenon under study. The information collected was of a cross-cutting nature, i.e. it was collected at a single point in time, which allows to analyze the relationships between the variables at a given time. This combination of correlational approach, quantitative approach with qualitative approaches and cross-sectional design provides a solid foundation for research and enables reliable and generalizable results to be obtained.

Primary and secondary information sources were used. The first were obtained through the application of online surveys; the second, through the documentary review of other existing scientific studies.

Surveys in the form of interviews were applied remotely to employees of positions such as supervisors, area heads, agents and quality analysts, with a total of 100 respondents from three US companies based in Managua. For reasons of protection and anonymity, we will not use your real identities, but fictitious names. Field work

was carried out using the virtual survey technique. The selection of informants was carried out through non-probability snowball sampling.

Keywords: Internal communication, Remote work, Business communication, Digital communication tools, Productivity of employees, Employee satisfaction, Employee commitment.

Introducción

La era digital ha traído consigo una transformación significativa en la forma en que las empresas se comunican. Las empresas siempre se han esforzado por mejorar la eficacia y fluidez de la comunicación, desde el uso de técnicas más convencionales como el correo postal y las reuniones en persona hasta la implementación de tecnologías digitales como correo electrónico, intranets y plataformas de colaboración en línea.

La era digital ha abierto una nueva gama de herramientas y oportunidades para la comunicación empresarial. Las redes sociales, el mensaje instantáneo y la videoconferencia han permitido a las empresas conectarse con sus empleados y clientes de manera más rápida, eficaz e individual.

La comunicación interna eficaz es esencial para el funcionamiento de cualquier negocio. Permite a los empleados compartir información, colaborar en proyectos, tomar decisiones informadas y sentirse parte de un equipo. La mala comunicación interna puede conducir a confusión, errores, desmotivación y baja productividad.

Sin embargo, el reciente aumento del trabajo remoto, consecuencia de la pandemia mundial, ha dado lugar a otro fenómeno. Si bien este cambio ofrecía una solución para la continuidad empresarial, también necesitaba una reevaluación de las estrategias de comunicación interna.

Esta investigación profundiza esta transformación, centrándose específicamente en tres empresas estadounidenses con call center en Managua, Nicaragua.

Al examinar factores como la productividad de los empleados, la transparencia de la comunicación, la confianza en el liderazgo y la solución colaborativa de problemas, se buscó crear una imagen completa del impacto que el trabajo remoto ha tenido en la dinámica interna.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO

1.1 Antecedentes:

La comunicación empresarial ha cambiado significativamente con el paso del tiempo. Las empresas siempre han trabajado para aumentar la eficacia y la fluidez de la comunicación, desde el uso de técnicas más convencionales como el correo postal y las reuniones en persona hasta la implantación de tecnologías digitales como el correo electrónico, las intranets y las plataformas de colaboración en línea.

La comunicación empresarial tiene ahora acceso a una nueva gama de herramientas y oportunidades gracias a la era digital. Las redes sociales, la mensajería instantánea y las videoconferencias han hecho posible que las empresas se comuniquen con su personal y sus clientes de forma más rápida, eficaz e individualizada.

Una comunicación interna efectiva es esencial para el buen funcionamiento de cualquier empresa. Permite a los empleados compartir información, colaborar en proyectos, tomar decisiones informadas y sentirse parte de un equipo. La comunicación interna deficiente puede generar confusión, errores, desmotivación y baja productividad.

El impacto intensificado de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) en los centros de trabajo obliga a los profesionales a estar al día. Así lo manifiestan los requisitos de dedicación y conocimientos que hacen los anuncios de trabajo. La actualización en las competencias y habilidades de desempeño digital les ha dado la oportunidad de situarse dentro de los perfiles transversales de trabajo relacionados con lo digital, sin tener que moverse obligatoriamente en los limitados a los específicos de la información, y de variar su mentalidad hacia los modelos más demandados por las empresas que, además de un reto, supone ventajas laborales. Sin olvidar lo que la tesis afirma sobre esta situación, aún minoritaria e incipiente, pero que fija una apertura de caminos alejada de lo que ha sido habitual en la dedicación profesional de CI. (Francisco Paletta, 2022)

Evolución histórica:

- Pre - digital: Canales tradicionales (correo, teléfono, reuniones).
- Digital temprana (1990s-2000s): Email, intranets, colaboración online.
- Digital actual (2000s-presente): Redes sociales, mensajería instantánea, videoconferencia.

1.1.1 Contexto del Problema:

Con el propósito de evitar o reducir la transmisión del virus del Covid19, a partir de 2020 se aceleró la adopción del teletrabajo, fomentando cambios sin precedentes en la economía planetaria y en el mundo del trabajo. Nicaragua no fue la excepción. Muchas empresas nicaragüenses enviaron a sus empleados a trabajar a sus hogares. Desde entonces, muchos permanecen trabajando desde su domicilio. Todo parece indicar que el teletrabajo se incrustó en el mundo y desde luego en Nicaragua (Francisco Samper, 2021).

Para determinar con precisión qué se quería investigar y cómo este tema ayudaría a futuras investigaciones, se consideró una serie de factores como una matriz de decisión de un tema relevante e importante para un grupo de interés. En este caso, empresas que han optado por el trabajo remoto.

Este mapa permite visualizar de forma organizada los diferentes síntomas y causas del tema, así como las posibles relaciones entre ellos. Esto ayuda a identificar los puntos clave que deben investigarse y a formular preguntas de investigación relevantes.

Mapa mental	
Variables	Subvariables
Uso de tecnologías de información	Infraestructura tecnológica Capacidad de aprendizaje
Aumento de productividad	Mejor desempeño Cantidad de proyectos terminados
Flexibilidad de horarios	Accesibilidad a servicios de salud
Bienestar laboral	Satisfacción del trabajo (los empleados se sienten satisfecho) Bienestar emocional Motivación Actitud positiva

De esta manera, se asegura que la investigación sea pertinente y que sus resultados puedan ser útiles para futuras investigaciones.

1.2 Objetivo General:

Analizar en qué medida ha cambiado la comunicación interna en las empresas desde que se introdujo el trabajo remoto en tres empresas de call centers en Managua durante el primer semestre del año 2023.

1.2.1 Objetivos Específicos:

1. Comparar la productividad de los empleados y el rendimiento general de las empresas.
2. Estudiar la transparencia en la comunicación interna, toma de decisiones importantes y cambios en las empresas.
3. Medir el nivel de confianza de los empleados en la información proporcionada por la gerencia.
4. Analizar la capacidad de los empleados para resolver problemas y tomar decisiones de forma colaborativa en entornos: Desafíos y oportunidades del trabajo remoto.

1.3.- Descripción del problema y Preguntas de Investigación

La pandemia de COVID-19 ha impulsado una rápida adopción del trabajo remoto en Nicaragua, lo que ha generado cambios significativos en la comunicación interna dentro de las empresas. Esta investigación busca analizar cómo estas transformaciones han impactado la productividad, la transparencia, la confianza y la colaboración en tres call centers de Managua durante el primer semestre del 2023.

Pregunta de investigación

¿Cómo el comienzo de los trabajos remotos ha impactado la comunicación interna en 3 Call centers en Managua?

Preguntas específicas

¿Qué factores han contribuido a los cambios observados en la productividad y el rendimiento?

¿Qué estrategias se pueden utilizar para mejorar la productividad y el rendimiento en el contexto del trabajo remoto o híbrido?

¿Cómo ha cambiado la transparencia en la comunicación entre la gerencia y los empleados?

¿Qué factores han influido en el nivel de confianza de los empleados en la información proporcionada por la gerencia?

¿Cómo ha cambiado la capacidad de los empleados para resolver problemas y tomar decisiones de forma colaborativa antes y después de la pandemia?

La comunicación empresarial en la era digital es una inversión que vale la pena para las empresas que quieren mejorar su productividad, satisfacción de los empleados y clientes, y competitividad. Utilizando herramientas digitales, las empresas pueden agilizar las operaciones, fomentar la colaboración y ofrecer un servicio al cliente excepcional.

1.4.- Justificación

Esta investigación pretende analizar las mejores prácticas de comunicación empresarial en la era digital, centrándose en el uso de herramientas digitales, el desarrollo de estrategias de comunicación eficaces, la formación de los empleados y la medición del impacto de la comunicación en la productividad, la satisfacción de los empleados y la satisfacción de los clientes.

Los resultados pueden aportar información valiosa para mejorar la comunicación interna y externa para las tres empresas, lo que redundará en una mayor eficiencia, reducción de costes y competitividad.

1.5 Alcance y limitaciones del Proyecto.

Este estudio tiene ciertas limitaciones. La encuesta se llevó a cabo con un pequeño grupo de empleados remotos. Este grupo es representativo solo para estas tres empresas o empresas de esta naturaleza. Mencionen que el tiempo de recolección llevo más tiempo, y que por la dinámica de las organizaciones no lograron tener un marco muestral para que el estudio usará el muestreo probabilístico, con lo cual se recurrió un muestreo no probabilístico.

Otra limitación de la investigación fue que algunas de las variables mencionadas en la matriz de operacionalización no están completamente desarrolladas en los capítulos de resultados porque algunas de las preguntas abiertas no fueron respondidas por los encuestados y las respuestas que obtuvimos fueron muy repetitivas.

CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO:

El presente capítulo tiene como objetivo establecer el marco teórico que sustenta la investigación sobre "La comunicación empresarial en la era digital como herramienta fundamental en la mejora de la comunicación interna en tres empresas de call centers en Managua". Lo que proporciona una idea más clara del tema como conceptos básicos, complementarios y específicos.

El marco conceptual de esta investigación se basa en los siguientes conceptos clave:

- **Comunicación empresarial:** El intercambio de información entre los diferentes miembros de una empresa, con el objetivo de lograr los objetivos organizacionales.
- **Comunicación interna:** Un tipo de comunicación empresarial que se centra en el intercambio de información entre los empleados de una organización.
- **Era digital:** El período actual en el que las tecnologías digitales han transformado la forma en que vivimos, trabajamos y nos comunicamos.
- **Call centers:** Centros de atención telefónica que se utilizan para gestionar las interacciones con los clientes.

Estos conceptos se utilizarán para analizar el papel de la comunicación empresarial en la era digital como herramienta fundamental para mejorar la comunicación interna en tres empresas de call centers en Managua.

2.1.1 Comunicación interna y empresarial

La comunicación interna: es una de las principales actividades de la organización, pues mediante estos procesos se coordinan las acciones fundamentales que le dan sentido a la organización, se ejecutan tareas, se realizan cambios, se orientan las conductas interpersonales, y se construyen valores de la cultura organizacional" (Trelles Rodríguez, 2001).

La comunicación interna es el conjunto de funciones y actividades concebidas a partir del proceso de significación y desempeño compartido y desarrollado por los miembros del público interno de la sucursal con la mediación de los elementos de la cultura y en función los objetivos organizacionales (Peña Ferreiro C., 2011)

La principal función que desarrolla en la institución la comunicación interna es apoyar el proyecto empresarial por medio de una coherente y planificada gestión de la comunicación, independientemente de la misión de la organización. Además, permite dar a conocer los objetivos y políticas de la organización y conformar una identidad propia sobre la base de un clima de motivación y cordialidad (Graverán D, 2017).

La comunicación se considera la base del funcionamiento de una organización. El proceso de comunicación tendrá un enorme papel en el mantenimiento de la organización (Abdullah & Othman, 2019). La comunicación dentro de una organización es un aspecto tan esencial del desempeño humano que es casi imposible imaginar un lugar de trabajo sin ella. Es a través de la interacción y la comunicación con los gerentes y otros empleados que se puede mantener un lugar de trabajo. Se sabe que ser un comunicador eficaz es un activo necesario para llevarse bien con las personas y obtener una ocupación de éxito (Top & Ali, 2021). En el mundo empresarial, la comunicación eficaz se considera un elemento importante para el éxito de una organización. Para tener una comunicación eficaz dentro de una organización, deben incluirse ambos tipos de comunicación: la comunicación interna, como la coordinación entre departamentos, entre empleados y entre directivos y empleados, y la comunicación externa, como proveedores, accionistas, agencias y clientes. Si la comunicación es deficiente, el coste será muy elevado porque provocará resultados negativos que reducirán el rendimiento de la organización (Anwar y Abdullah, 2021).

Globalmente, la comunicación interna se considera esencial. La mayoría de las organizaciones se miden en función de su tasa de rotación, por lo que la tasa de rotación en cualquier organización influirá en el rendimiento organizativo (Anwar y Balcioglu, 2016). En el caso de una baja tasa de rotación de personal, esto indica

que la organización es capaz de retener a sus empleados cualificados a través de un excelente ambiente de trabajo, con una fuerte comunicación y creación de equipos que mejora el rendimiento individual. Abdullah & Abdul Rahman, (2015), descubrieron que en todas las organizaciones los empleados se consideran el activo más valioso porque prestan los servicios o suministran los productos (Hameed & Anwar, 2018).

2.1.2 Tecnologías de información digital

Tecnologías de información: Ciencia y actividad que consiste en utilizar ordenadores y otros equipos electrónicos para almacenar y enviar información (Cambridge, Diccionario).

La tecnología de la información (TI) abarca cualquier forma de tecnología, es decir, cualquier equipo o técnica utilizado por una empresa, institución o cualquier otra organización que maneje información. Incorpora la informática, las tecnologías de telecomunicación e incluye la electrónica de consumo y la radiodifusión, ya que cada vez está más digitalizada. Encabezadas por el ordenador, las décadas transcurridas desde mediados de los años 60 se han caracterizado por un desarrollo extremo. Desde finales de los años 70, la microelectrónica barata ha permitido la difusión de estas tecnologías en casi todos los aspectos de la vida cotidiana y, además, ha cruzado y entremezclado casi inextricablemente sus múltiples ramas de aplicación, que incluyen la industria, el comercio, la administración, la educación, la medicina, el trabajo científico y profesional, el entretenimiento y el trabajo doméstico. (M. Grauer, 2001).

El desarrollo de las tecnologías digitales e Internet, ha generado cambios en los patrones de ocupación y trabajo. Las empresas necesitan adecuarse a las reglas de la actividad productiva y, para responder de manera ágil e inmediata a las demandas del mercado, deberán reinventarse. La omnipresencia de las tecnologías de la información y la comunicación, reforzada por una amplia conectividad, está transformando de forma disruptiva los modelos de negocio tradicionales, contribuyendo al aumento de una actividad de servicios. De modo gradual y

perceptible, la transformación digital va cambiando los hábitos de vida y de trabajo de las personas, sobre la base de la inmediatez y una disponibilidad continua.

Desde la perspectiva del derecho del trabajo, los cambios estructurales, tecnológicos y organizativos están impulsando una transición progresiva, desde la organización laboral relativamente estandarizada, hacia estructuras diversificadas, dotadas de una mayor complejidad, donde el trabajo se distribuye de forma asimétrica. La hiperconectividad está provocando un desbordamiento de lo que hoy reconocemos como entorno de trabajo. La posibilidad de trabajar, incluso mientras nos desplazamos, afirma y profundiza en la dificultad de identificar un lugar de trabajo único y estático. Sin duda, la aparición del trabajo remoto, y su posterior desarrollo, es una manifestación indiscutible de esta transformación.

2.1.3 Trabajo remoto o teletrabajo

Teletrabajo (Trabajo remoto): Trabajo que se realiza desde un lugar fuera de la empresa utilizando las redes de telecomunicación para cumplir con las cargas laborales asignadas. (Real Academia Española).

El concepto de teletrabajo parece intuitivo y, no obstante, resulta difícil de concretar. De hecho, la razón originaria del teletrabajo o telecommuting se inspira en la idea de sostenibilidad y se relaciona con la mejora de la movilidad y la reducción del consumo energético (Nilles et al. 1976). Se trata de evitar los desplazamientos relacionados con la actividad laboral, sustituirlos por el uso de las TIC y enviar el trabajo al trabajador, en lugar de que la persona se mueva al lugar de trabajo (Nilles, 1988). No obstante, esta perspectiva se amplía a medida que se van superando las limitaciones de las primeras tecnologías, los costes se abaratan y los sistemas de telecomunicación permiten un contacto virtual más estable. Trabajar a distancia, mediado por las tecnologías digitales, permite desplazar el trabajo, y apropiarlo para la empresa, aunque el trabajador se encuentre, físicamente, en remoto. Es decir, el telework supone organizar el trabajo de manera más flexible y posibilita reordenar el proceso productivo entorno al output de la actividad, es decir, a la demanda. Como resultado, las empresas se transforman en organizaciones más ligeras y

dúctiles, para adaptarse estratégicamente al mercado, en una dinámica de descentralización de la actividad.

El avance y desarrollo de las telecomunicaciones, informática e internet, así como su uso masivo en el mundo, han originado formas de trabajo distintas a la clásica manera de trabajar, donde el trabajador puede desempeñar sus funciones desde casa o cualquier otra área geográfica donde éste se encuentre, sin ver perjudicado su desempeño laboral para con el empleador (Leal Aderaldo, & Carneiro Lima, 2017).

En Europa muchas empresas comenzaron a ver el teletrabajo como una alternativa novedosa y ventajosa para el desarrollo de las labores, es por ello que El Acuerdo Marco Europeo de Teletrabajo se implementó con la finalidad de modernizar el trabajo en el sector público, conciliando lo laboral con lo familiar, mediante la modalidad del teletrabajo, de esa manera se vinculan y flexibilizan las necesidades comunes (Navarro, 2017).

En el viejo continente la EWCS, o por su traducción al español, La Encuesta que mide las Condiciones de Trabajo en Europa, realizó su última encuesta en el año 2015, en la cual dio a conocer que los países como Dinamarca, Suecia, Países Bajos, Bélgica, Francia y 2 Reino Unido, son los estados que cuentan con una mayor cantidad de teletrabajadores. Esta encuesta desde su creación desde el año 1990 mide la calidad de los trabajos, la duración, la organización interna, las posibilidades de aprendizaje y entrenamiento, los factores de riesgo físicos y psicosociales, la seguridad en el trabajo, la participación del trabajador, la seguridad financiera y principalmente el balance entre el trabajo y la vida familiar. Por otro lado, las empresas europeas permiten a sus colaboradores, participar de esta modalidad, lo cual les da la sensación de autonomía a los teletrabajadores, siendo este tipo de trabajo los más abundantes en el sector laboral europeo. Los países en el viejo continente con mayor índice de teletrabajadores son los estados escandinavos, Francia, Bélgica y Reino Unido. Los países europeos por debajo de la media son Italia, Hungría y Alemania (Eurofound, 2017).

En el continente asiático, el gobierno japonés es el que más ha promovido el teletrabajo a través de las TIC, además de la utilización de los móviles como instrumentos de trabajo; liderando esta modalidad dentro de todo el continente, considerando que el 32% de la fuerza laboral en Japón, corresponde al teletrabajo (Eurofound, 2017).

Mientras que la aparición de lo que hoy llamamos internet se daba en los Estados Unidos en los años 1969, América latina solamente soñaba con tener esas tecnologías modernas y digitales, siendo éste el motivo principal por el cual el teletrabajo surge posteriormente en países como Argentina, Brasil, Costa Rica, Colombia y Perú. Los datos disponibles encontrados indican que las transnacionales fueron las organizaciones pioneras en utilizar el teletrabajo como práctica de trabajo frecuente (Américas, 2017).

El término teletrabajo no es reconocido jurídicamente, por ello no existe una regulación normativa, que lo aborde y además se excluye de estadísticas oficiales. A la hora de diferenciar: trabajo, familia y ocio, existen unas ambiguas fronteras, de las cuales aún no existen estudios, prácticas o normativas, que ayuden a diferenciar estos límites. Si bien el teletrabajo conlleva algunas ventajas, los problemas que puede plantear son de gran magnitud, en cuanto que pueden quedar afectados los derechos de los teletrabajadores. Si no se establece un control del teletrabajo, la situación dará lugar a un mayor crecimiento de la economía sumergida y a una explotación de los teletrabajadores.

Por tanto, es importante que se les garanticen los mismos derechos que un trabajador ordinario, puesto que, en este caso, al estar más desprotegidos (por las dificultades de control que existen) es fácil que nos encontremos con continuas y repetidas vulneraciones de derechos.

Con el propósito de evitar o reducir la transmisión del virus del Covid19, a partir de 2020 se aceleró la adopción del teletrabajo, fomentando cambios sin precedentes en la economía planetaria y en el mundo del trabajo. Nicaragua no fue la excepción. Muchas empresas nicaragüenses enviaron a sus empleados a trabajar a sus

hogares. Desde entonces, muchos permanecen trabajando desde su domicilio. Todo parece indicar que el teletrabajo se incrustó en el mundo y desde luego en Nicaragua. (BPN,2021)

Pero entonces, ¿qué es el teletrabajo? En primer lugar, señalemos que el prefijo “tele” significa, según la Real Academia Española (RAE), “a distancia”; también significa “desde lejos”, “de modo remoto”, de ahí las palabras televisión, teléfono, etcétera.

En consecuencia, el teletrabajo es laborar a distancia o desde lejos de la empresa. Entendido de esa manera el teletrabajo no está regulado por el Código del Trabajo, pero, si el teletrabajo se realiza en el hogar o en la casa del trabajador, es un trabajo a domicilio y este tipo de trabajo si lo regula nuestro Código.

Efectivamente, del artículo 155 al 160 del Código del Trabajo se regula el trabajo a domicilio. El artículo 155 establece: “el trabajo a domicilio es el ejecutado por el trabajador en su propio hogar, en taller familiar o en lugar que él escoge libremente, por cuenta de uno o más empleadores, pero sin la dirección y vigilancia directa de éste, utilizando materiales o instrumentos propios o suministrados por el empleador o su representante mediante una remuneración.”

En ese contexto, el empleado de teletrabajo que labora en su domicilio conserva todos sus derechos y prestaciones laborales: vacaciones, treceavo mes, indemnización por antigüedad, jornada de trabajo de conformidad a lo establecido por el Código del Trabajo, inscripción en el INSS, etcétera.

2.1.4 Productividad

f. Capacidad o grado de producción por unidad de trabajo (Real Academia Española). La productividad se refiere a la relación entre la cantidad de productos o servicios producidos y los recursos utilizados para su producción. En otras palabras, se encarga de medir y calcular el total de bienes y servicios que han sido producidos por cada factor utilizado durante un periodo determinado. Es decir, la productividad

nos permite saber lo que produce un trabajador en una hora, en un día o incluso en un mes.

La productividad del call center se refiere a la eficiencia y eficacia con la que un call center gestiona las interacciones con los clientes, resuelve los problemas y alcanza los objetivos de la organización.

2.1.5 Flexibilidad de horarios

La flexibilidad de los horarios de trabajo es un tema importante y crítico en este siglo 21^o. Sin embargo, los profesionales de recursos humanos sólo recientemente comenzaron a ver los horarios de trabajo flexibles como una cuestión empresarial que tiene beneficios tanto para los empleados como para los empresarios (Clutterbuck, 2003). La investigación que apoya los beneficios de los horarios de trabajo flexibles para las organizaciones es sustancial. Destaca una influencia positiva, aunque indirecta, en el beneficio de la organización (Morgan, 2009). Muchas organizaciones y empleados están siendo cada vez más conscientes de los beneficios potenciales de los horarios de trabajo flexibles. Estos beneficios incluyen la satisfacción laboral y el bienestar de los empleados; reducción de la ausencia y el volumen de negocios; contratación y retención exitosas; aumento de la productividad; satisfacción del cliente; compromiso del empleado y mejora en el comportamiento de la ciudadanía de la organización (White, Hill, McGovern, Mills & Smeaton, 2003).

2.1.6 Bienestar laboral

El bienestar laboral ha sido abordado y conceptualizado por diferentes autores como un aspecto relacionado con la salud mental, la autonomía, la sensación de dominio del ambiente, la obtención de un propósito vital y las relaciones sociales de carácter positivo

Desde finales del siglo XIX, los teóricos de la gestión se han preocupado por las condiciones de satisfacción de los trabajadores que estaban muy vinculadas, en ese momento, a los valores morales y religiosos de los empleadores: “puesto que los

industriales habían logrado riqueza y posición a través del trabajo de otros, estaban moralmente obligados a asumir sus responsabilidades, no sólo para la economía, sino para el bienestar individual y colectivo de sus empleados” (Barley y Kunda, 1992, p. 142), el esfuerzo se centró en programas sociales que tendían más a mejorar la condición moral y mental del trabajador que a modificar las condiciones laborales.

Con el surgimiento de la teoría de las relaciones humanas, la búsqueda de la eficiencia lleva a los empresarios al desarrollo de programas que trascienden la moralidad, para ofrecer acciones de beneficencia y algunas prestaciones como vacaciones, permisos por enfermedad, servicios de salud y fondos de pensiones que incrementarían la satisfacción del empleado y, por ende, su rendimiento (premisa aún hoy en día discutible). Después de la Segunda Guerra Mundial la atención se traslada a la búsqueda de estrategias para el incremento de la lealtad, la motivación y posteriormente hacia los sistemas de compensación, decisiones participativas y enriquecimiento del trabajo (Barley y Kunda, 1992).

Una manera práctica para medir el bienestar se ha hecho por medio de la satisfacción en el trabajo, entendida como una actitud general hacia éste, más que un comportamiento; así el grado de satisfacción estaría dado por la “diferencia entre la cantidad de recompensas que reciben los trabajadores y la cantidad que creen que deberían recibir” (Robbins, 1994, p. 47).

2.1.7 La era digital

La era digital se refiere al período actual en el que las tecnologías digitales, como Internet, las redes sociales y los dispositivos móviles, han transformado la forma en que vivimos, trabajamos y nos comunicamos. Estas tecnologías han tenido un impacto significativo en la comunicación empresarial, creando nuevas oportunidades y desafíos.

2.1.8 Los call centers

Los call centers son centros de atención telefónica que se utilizan para gestionar las interacciones con los clientes. Estos centros suelen emplear a un gran número de agentes que atienden las llamadas de los clientes, responden a sus preguntas y resuelven sus problemas.

CAPÍTULO III. DISEÑO METODOLÓGICO

Este capítulo describe el diseño metodológico de la investigación sobre la comunicación empresarial en la era digital como herramienta fundamental en la mejora de la comunicación interna y satisfacción del cliente en las empresas de Managua.

3.1 Tipo de Investigación:

La investigación es un método cuantitativo con acercamientos cualitativos, el acercamiento cualitativo se dio por medio de la encuesta con preguntas abiertas. Combinando técnicas cualitativas y cuantitativas, en un proyecto de investigación (como encuestas y datos de archivo), permite a los investigadores equilibrar los puntos fuertes y débiles de cada enfoque y, si las premisas teóricas son correctas, converger en un patrón o resultado común. Cuando diferentes enfoques se combinan de esta manera, ocurre la triangulación, pero ocurre dentro de un contexto metodológico más amplio.

El método cualitativo ofrece una valiosa herramienta para comprender fenómenos complejos, generar nuevas ideas, contextualizar datos y conectar con los participantes a nivel personal, proporcionando información rica y profunda para la investigación.

El método cuantitativo ofrece herramientas valiosas para medir, analizar y generalizar datos de manera precisa y objetiva, lo que lo convierte en una herramienta fundamental para la investigación científica.

La investigación tiene un alcance correlacional porque el objetivo principal es analizar el comportamiento de las variables y determinar la relación entre ellas. Este tipo de estudio no implica la manipulación de variables, sino la observación y el análisis para identificar patrones y asociaciones.

Este tipo de investigación es transversal porque se recopiló información sobre la comunicación empresarial en un período definido, se obtuvieron datos de un gran

número de participantes mediante una encuesta en línea y se evaluó el estado actual de la comunicación empresarial en las empresas participantes.

La investigación se caracterizó por ser retrospectiva, ya que se basó en el análisis de datos e información de acontecimientos pasados. El estudio tuvo como objetivo comprender las prácticas de comunicación empresarial en las empresas participantes, analizando acontecimientos y situaciones pasadas. La información utilizada en el estudio proviene de fuentes existentes, como encuestas pasadas o registros históricos de las empresas participantes.

La investigación es deductiva, es decir, se basa en conocimientos y conceptos previamente establecidos en el marco teórico para analizar y comprender el objeto de estudio. La pregunta central del estudio buscaba comprender y explicar las prácticas de comunicación empresarial en las empresas participantes. La investigación se basó en un marco teórico que brindó un fundamento sólido para el análisis y la interpretación de los datos.

3.2. Área de Estudio:

Macro localización: El estudio se centra en Nicaragua, considerando la comunicación interna empresarial en las empresas de call center.

Micro localización: Se seleccionaron tres empresas de call center con empleados remotos en Managua.

3.3. Unidades de Análisis

El presente plan de muestreo describe el proceso para seleccionar a los participantes que formarán parte del estudio.

3.3.1 Universo:

El universo está formado por trabajadores remotos de call centers que viven en Managua. Quiénes trabajan para las 3 empresas estudiadas.

3.3.2 Población de interés:

La población son personas que ocupan diversos puestos de trabajo (Agente, Supervisor, jefe de Área y Analista de Calidad) y trabajan a distancia para tres empresas establecidas en Estados Unidos. Por motivos de protección y anonimato, no utilizaremos sus identidades reales, sino nombres ficticios.

3.3.3 Marco muestral:

La unidad de muestreo está formada por los empleados de las tres empresas remotas. Con los que se contactó a través de los supervisores.

3.3.4 Tamaño de muestra:

El tamaño de la muestra se determinará utilizando la fórmula para calcular el tamaño de las poblaciones finitas, considerando un nivel de confianza del 95% y un margen de error aceptable del 5%, con una población de 3,200 usuarios, dando como resultado una muestra de 366 usuarios. Esta era la muestra inicial, pero una de las limitaciones fue la respuesta de las personas, con lo cual, se logró 120 encuestas, y, por ende, la muestra contiene el 95% de confianza con un 9% de error.

3.3.5 Tipo de Muestra:

Por motivos de confidencialidad o anonimato de información con las empresas directas no se pudo realizar un marco muestral por ende se utilizó el muestreo no probabilístico por bola de nieve, ya que los encuestados fueron colaboradores de las empresas de estudio lo que resultó una herramienta conveniente para adentrarse en poblaciones de difícil acceso, aquellas que se esconden entre las redes sociales y las dinámicas propias de grupos específicos. A diferencia de los métodos probabilísticos, donde la aleatoriedad define la selección de participantes, el muestreo por bola de nieve se basa en el poder de las referencias y el tejido social.

Población Finita

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

N: Población de interés: 3,200

z: Nivel de confianza: 95%

e: Nivel de error: 5%

P: Probabilidad de éxito: 0.5

Q: 1-P 0,5

n: 366

3.3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos:

Encuestas en línea: Las encuestas en línea fueron diseñadas y distribuidas dentro de las empresas, con supervisores que sirven de puntos de contacto.

Las encuestas se elaboraron a partir de una matriz de operacionalización, la cual nos ayudó a desglosar los objetivos y encontrar indicadores o ítems que permitieron la creación de preguntas para alcanzar nuestro objetivo general.

En resumen: La matriz de operacionalización es una herramienta fundamental para diseñar encuestas que nos permitan alcanzar nuestros objetivos de investigación.

3.3.7 Análisis de Datos:

Análisis cuantitativos: Se recopilaban datos numéricos a través de encuestas, permitiendo la creación de gráficos y análisis estadísticos sobre las variables de interés del estudio. La herramienta Power BI se utilizó para visualizar los datos,

aplicar filtros y cruzar información, facilitando una comprensión profunda de los resultados.

Análisis cualitativos: Las encuestas incluyeron preguntas abiertas para recopilar información detallada sobre las experiencias, opiniones y razones detrás de las acciones de los participantes. Estos datos cualitativos permitieron comprender mejor las perspectivas y motivaciones de las personas.

3.3.8 Confiabilidad y validez de instrumentos.

Validez de contenido: Las variables se operacionalizan mediante una matriz, por la que se dividieron en dimensiones y se convirtieron en indicadores que facilitaron la observación directa y la medición. Este proceso produjo los ítems del instrumento de medición y abordó los objetivos de nuestro estudio.

Validez por experto: para la validación de nuestro instrumento se requirió la ayuda de una jefa de área de una de las empresas en las que realizamos la investigación para revisar a detalle el formulario. Esta persona tiene un máster en administración de empresas, una licenciatura en marketing y publicidad, y ha estado a cargo del departamento de garantía de calidad de la empresa durante los últimos cuatro años, lo que significa que supervisa todos los aspectos de la comunicación interna y externa de la empresa. Tras revisar nuestro instrumento, concluyó que las preguntas son precisas y están bien redactadas, por lo que proporcionan los datos necesarios para este estudio.

3.3.9 Procesamiento de datos y análisis de la información.

El procesamiento de datos se realizó a través de una encuesta realizada en Google Forms posteriormente los resultados que obtuvimos fueron ingresados en Excel y Power BI lo que nos permitió realizar evaluaciones para encontrar cálculos o valores basados en criterios específicos para este estudio.

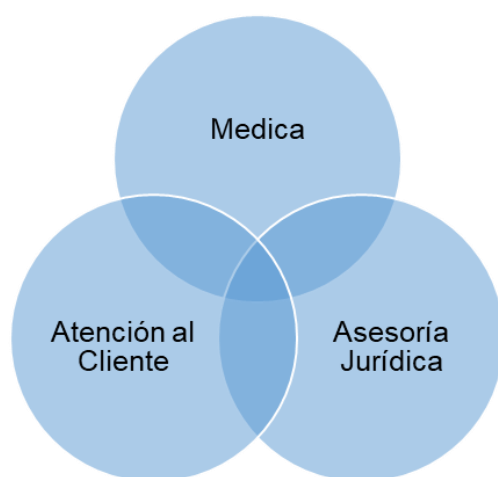
3.3.10 Fuentes primarias y secundarias:

Las fuentes de información utilizadas son primarias y secundarias. Las fuentes primarias consistieron en información recolectada de los informantes a personas con experiencia directa en el tema de estudio. Por otro lado, las fuentes secundarias incluyeron artículos científicos publicados en revistas especializadas y otros documentos diseñados para otro fin, pero que sirven para la investigación.

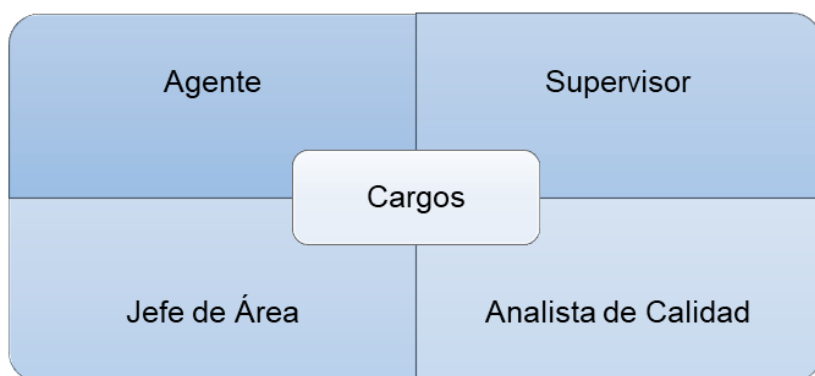
CAPÍTULO IV.- ANÁLISIS DE RESULTADOS

En este estudio, se elaboraron perfiles de usuario detallados por industria y puesto de trabajo para obtener una mayor comprensión de las dinámicas comunicacionales dentro de tres empresas específicas. Este perfil se basó en las variables de industria y puesto de trabajo.

Industria o sector de las empresas.

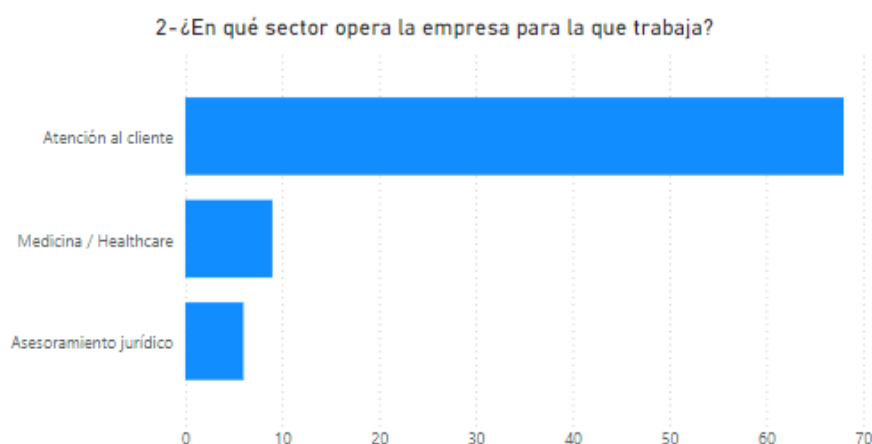


Cargos laborales



Capítulo 1: Comparar la productividad de los empleados y el rendimiento general de las empresas.

La pandemia de COVID-19 forzó un cambio drástico en la forma de operar de muchas industrias, y los centros de atención telefónica no fueron una excepción. El entorno de oficina tradicional, que antes se consideraba esencial para un rendimiento óptimo, fue sustituido bruscamente por un mar de agentes remotos que trabajan desde oficinas en casa. Esta transición ha suscitado un debate: ¿El trabajo a distancia ha mejorado o perjudicado la productividad de los centros de llamadas y el rendimiento general de la empresa?



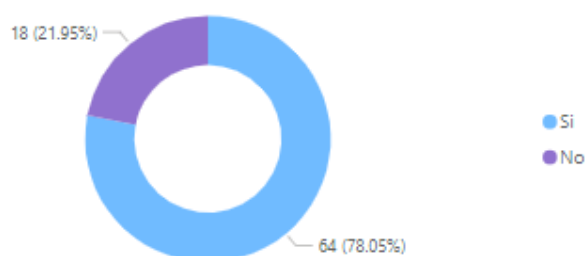
3-¿En qué área se desempeña en su empresa?



Un grupo mayoritario del 64% que apoyan el modelo remoto señalan varias ventajas potenciales. En primer lugar, la eliminación de los tiempos de desplazamiento puede

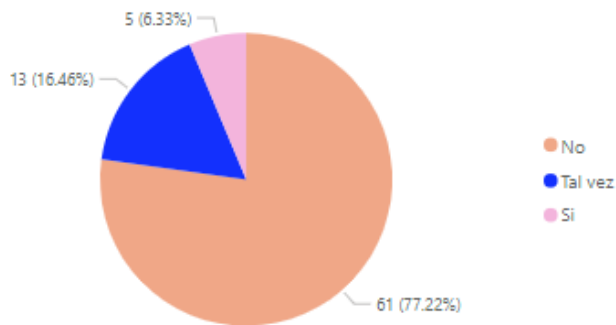
traducirse en un aumento de las horas de trabajo y, potencialmente, en una mayor productividad. Los agentes remotos también pueden experimentar menos distracciones en un entorno de oficina en casa, lo que permite una mayor concentración en las llamadas. Además, un equilibrio saludable entre el trabajo y la vida personal, facilitado por opciones de horarios flexibles, puede conducir a empleados más felices y comprometidos. Los estudios han demostrado que los empleados más felices tienden a ser más productivos y tienen menores tasas de rotación, lo que beneficia tanto al individuo como a la empresa.

6- ¿La comunicación interna actual ha aumentado su nivel de compromiso con la empresa?



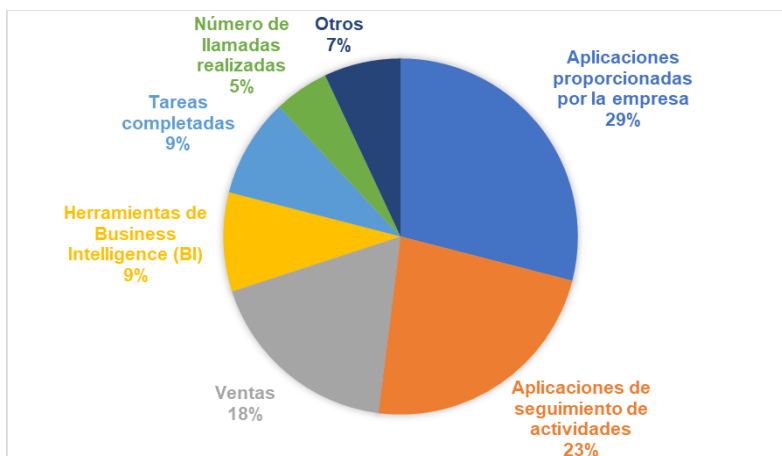
Sin embargo, el grupo minoritario del 36% otras personas consideran que el modelo remoto también presenta posibles inconvenientes. La colaboración, piedra angular de la eficacia de las operaciones de un centro de llamadas, puede resultar más difícil con una plantilla dispersa geográficamente. Los agentes remotos pueden tener dificultades para reproducir las sesiones espontáneas de intercambio de ideas y las aclaraciones rápidas que se producen de forma natural en un espacio de oficina compartido. Además, las distracciones en el entorno doméstico, desde los niños a las tareas del hogar, pueden alterar la concentración y afectar a los tiempos de gestión de las llamadas. Por último, crear un sentimiento de comunidad y mantener la motivación de los empleados puede ser más difícil cuando la interacción física es limitada.

13- ¿Experimenta dificultades para coordinarse con sus compañeros de trabajo en el trabajo remoto?

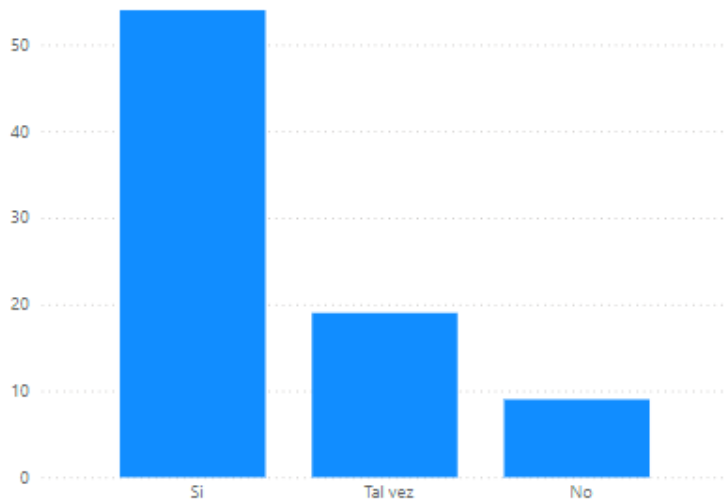


A partir de las respuestas de los encuestados, fue posible obtener información sobre el rendimiento y la productividad de estas organizaciones. En síntesis, las empresas utilizan varias aplicaciones para supervisar las actividades, entre ellas PBI, que mide el número de veces que se hace algo en el PC. La realización de tareas se analiza mediante una serie de indicadores, como el número de tareas, llamadas, notas y tiempo de conexión. La empresa utiliza métricas como KPI, y Hubstaff para evaluar el rendimiento y gestionar los recursos. Las empresas también realizan evaluaciones y encuestas mensuales con consultores para evaluar la calidad y la eficiencia del proceso de producción. Los objetivos de la empresa incluyen alcanzar el 100% de productividad, garantizar un buen entorno de trabajo, cumplir la normativa legal y mantener un buen ambiente de trabajo.

Medición de la productividad



7- Ahora que trabaja remoto y tiene acceso a numerosas herramientas de IA ¿Realiza las tareas más rápidamente?



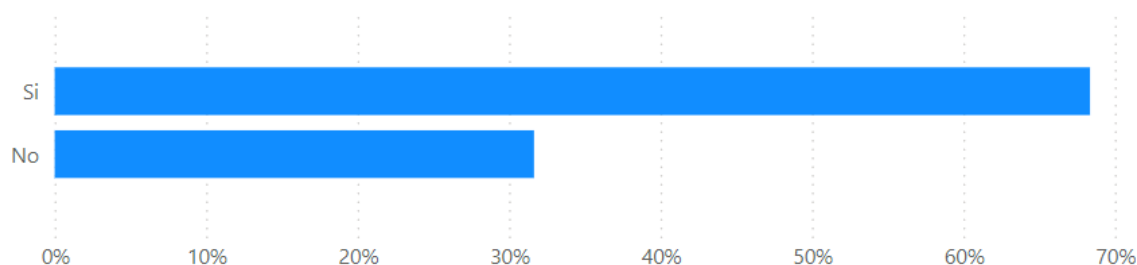
De acuerdo con los resultados de la encuesta, el 68% de los encuestados cree que la productividad ha aumentado. Es importante destacar que la encuesta también revela que el 21% de los encuestados cree que la productividad se ha mantenido igual y el 9% incluso considera que ha disminuido. Estas perspectivas diversas reflejan la complejidad del tema y la existencia de factores individuales y organizacionales que pueden influir en la experiencia de cada empleado.

En resumen, el trabajo remoto puede ofrecer beneficios tanto para las empresas como para los empleados, pero no es una solución única para todos. Las empresas que realizan evaluaciones y encuestas mensuales con consultores, junto con reuniones regulares entre supervisores y agentes, han demostrado una mayor productividad como resultado de estas prácticas.

Capítulo 2: Estudiar la transparencia en la comunicación y toma de decisiones importantes y cambios en la empresa.

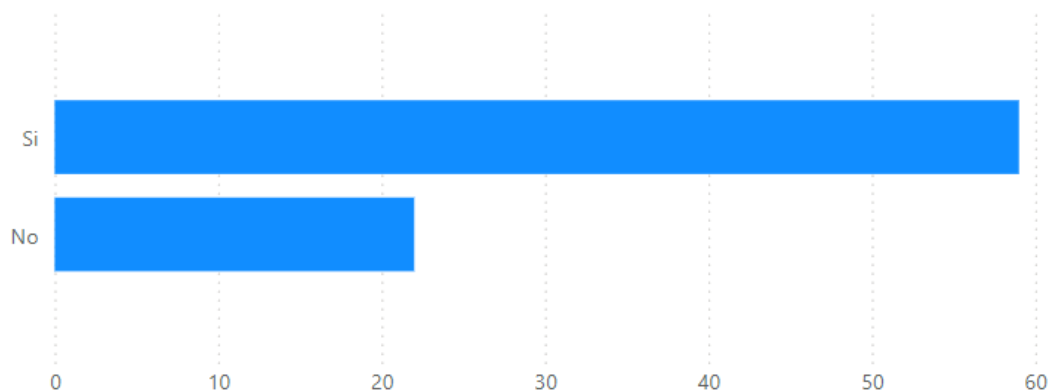
Un elemento clave para el éxito de cualquier organización es contar con empleados comprometidos. En este informe se analizó las respuestas de una encuesta realizada a empleados para evaluar su percepción sobre la transparencia en la comunicación y la toma de decisiones importantes en la empresa. Además, examinamos cómo estos factores han impactado en su nivel de compromiso.

18 - ¿Tiene la oportunidad de dar su opinión sobre las decisiones y cambios que se producen en la empresa?



En general, la percepción sobre la toma de decisiones en la empresa es mixta. El 63% están satisfechos con la forma en que se comunica la información y sienten que tienen la oportunidad de dar su opinión sobre las decisiones y cambios que se producen en la empresa. Sin embargo, un grupo de 37% tiene preocupaciones al respecto.

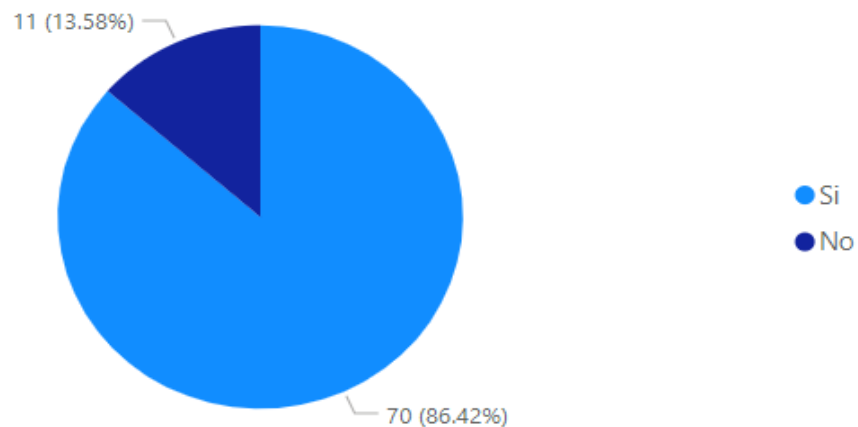
8 - ¿Tiene la oportunidad de dar su opinión sobre las decisiones y cambios que se producen en la empresa?



Para los empleados que están satisfechos:

- La mayor comunicación y transparencia (53%) les permite sentirse más informados y partícipes de las decisiones.
- Las oportunidades de crecimiento y desarrollo (32%) les motivan y les hacen sentir valorados.
- Un mejor ambiente de trabajo (27%) genera un entorno más positivo y colaborativo.
- Un mayor sentido de responsabilidad (25%) les permite sentirse más comprometidos con los resultados de la empresa.
- Mejores beneficios (23%) les recompensan por su trabajo y contribuyen a su satisfacción general.

12- ¿En general, está satisfecho con la forma en que se comunica la información en la empresa?



Para los empleados que no están satisfechos:

- La falta de comunicación efectiva (42%) les genera frustración y la sensación de no ser escuchados.
- La falta de oportunidades de crecimiento y desarrollo (31%) les limita y les hace sentir estancados.
- Un mal ambiente de trabajo (29%) afecta negativamente su motivación y productividad.

- La falta de reconocimiento y apreciación (28%) les desmotiva y les hace sentir que su trabajo no es valorado.
- La falta de confianza en la gerencia (26%) genera incertidumbre y temor a que las decisiones no se tomen de manera justa o competente.

Los datos anteriores muestran que hay una serie de factores que pueden contribuir a la satisfacción o insatisfacción laboral de los empleados. Al comprender estos factores, las empresas pueden tomar medidas para mejorar el ambiente de trabajo y aumentar la moral de los empleados. Esto puede conducir a una mayor productividad, retención de empleados y éxito general de la empresa.

Estrategias para mitigar la insatisfacción laboral:

- **Mejorar la comunicación:** La gerencia debe comunicarse de manera abierta y regular con los empleados, tanto sobre el buen desempeño de la empresa como sobre los desafíos. También es importante fomentar la retroalimentación de los empleados y escuchar sus inquietudes.
- **Crear oportunidades de crecimiento y desarrollo:** Las empresas deben ofrecer oportunidades de capacitación y desarrollo para ayudar a los empleados a alcanzar su máximo potencial. Esto puede incluir cursos de capacitación, programas de tutoría y oportunidades de ascenso.
- **Mejorar el ambiente de trabajo:** Las empresas deben crear una cultura de respeto y apoyo mutuo. Esto significa abordar cualquier problema de acoso o discriminación, y organizar eventos sociales y actividades de equipo para fomentar el trabajo en equipo y la camaradería.
- **Reconocer y apreciar a los empleados:** Las empresas deben reconocer y recompensar los logros de los empleados, tanto grandes como pequeños. Esto puede hacerse mediante elogios verbales, bonificaciones, premios y otros reconocimientos.
- **Desarrollar la confianza en la gerencia:** Los gerentes deben ser competentes, éticos y transparentes en su liderazgo. Deben estar dispuestos a responder preguntas y explicar las decisiones que toman.

Al tomar medidas para abordar los factores que contribuyen a la insatisfacción laboral, las empresas pueden crear un lugar de trabajo más positivo y productivo para todos. Esto puede conducir a una mayor retención de empleados, un mejor servicio al cliente y un mayor éxito general de la empresa.

Capítulo 3: Medir el nivel de confianza de los empleados en la información proporcionada por la gerencia.

Según la encuesta realizada el 79.2% de los trabajadores están satisfechos con la comunicación interna que hay dentro de sus empresas. Algunos empleados expresan plena confianza en las medidas de seguridad implementadas por la empresa, mencionando herramientas como VPN, antivirus, firewalls, cifrado de datos, monitoreo de IT y capacitación en seguridad.

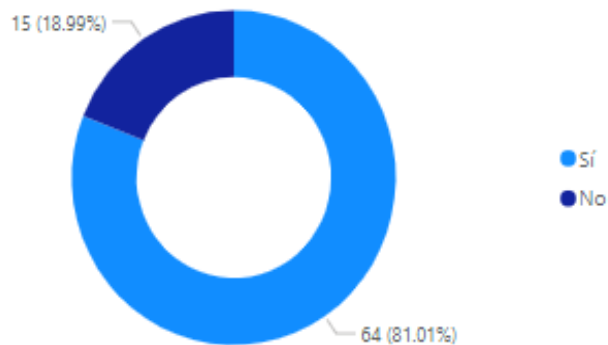
Sin embargo, un grupo minoritario significativo 20.8% reconoce la existencia de medidas de seguridad, pero también mencionan preocupaciones o áreas de mejora, como la falta de antivirus en algunos dispositivos, la necesidad de mayor transparencia en las políticas de seguridad o la sensación de que la información podría ser vulnerable a ataques externos.

Expresaron una sensación general de inquietud o inseguridad sobre la protección de su información personal y laboral, como la falta de seguridad en ciertas plataformas o aplicaciones, el riesgo de fraude o robo de datos, o la posibilidad de ataques cibernéticos.

Análisis:

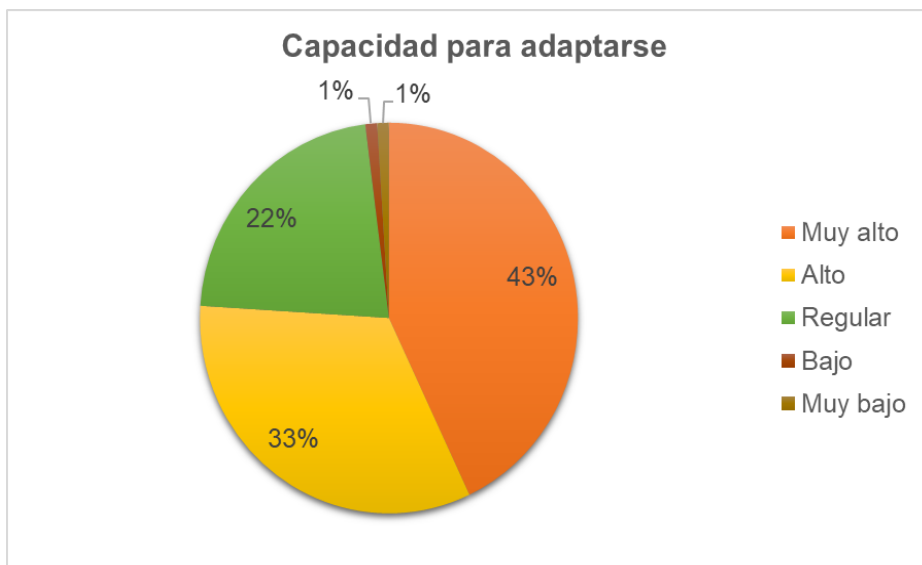
- La mayoría de los empleados (81.6%) se sienten seguros de que la información que se transfiere dentro de la empresa es segura.
- Sin embargo, una minoría significativa (18.4%) no se siente segura.
- En general, hay una satisfacción moderada con la forma en que se comunica la información en la empresa (65%), con un 35% que no está satisfecho.

17 - ¿Crees que la información que se transfiere dentro de la empresa es segura? ¿Le da sensación de seguridad frente a virus y fraudes?

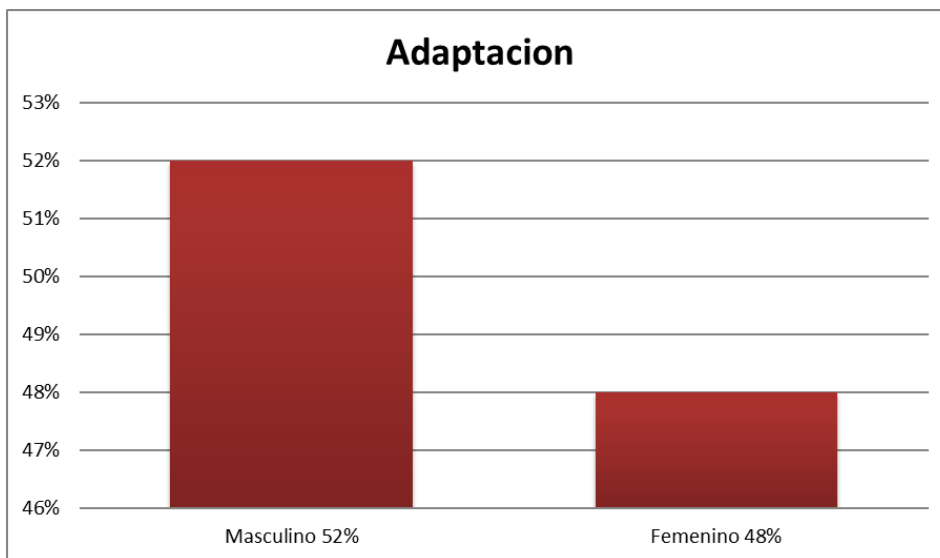


Capítulo 4: Analizar la capacidad para resolver problemas y tomar decisiones de forma colaborativa en entornos: Desafíos y oportunidades del trabajo remoto.

Para comprender mejor el impacto del trabajo remoto en la capacidad para resolver problemas y tomar decisiones de forma colaborativa, la encuesta incluyó preguntas sobre la frecuencia con la que los trabajadores se sienten excluidos, su capacidad para adaptarse a los cambios y su oportunidad de participar en la toma de decisiones.



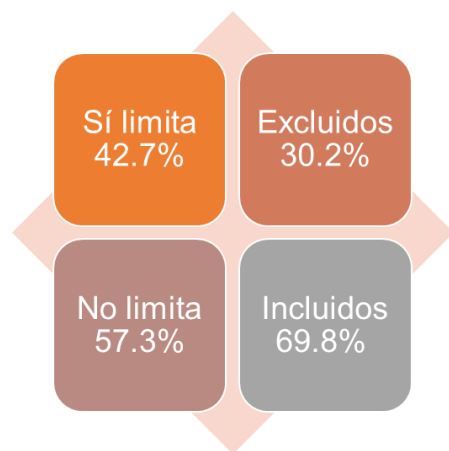
La capacidad para adaptarse a los cambios es un factor importante para el éxito del trabajo remoto. El 62.6% de los trabajadores con alta capacidad de adaptación reportaron que tenían más probabilidades de sentirse satisfechos con su trabajo remoto. Sin embargo, existe un grupo minoritario (37.4%) que podría enfrentar desafíos para adaptarse al trabajo remoto.



Es importante tener en cuenta que la exclusión también puede tener un impacto negativo en la creatividad. Los trabajadores que se sienten excluidos pueden ser menos propensos a compartir sus ideas, colaborar con sus compañeros de trabajo y participar en actividades de pensamiento creativo.

Los resultados de la encuesta revelaron que:

El impacto de la exclusión en la creatividad



Menos del 50% de los trabajadores remotos siente que tiene las mismas oportunidades de participar en la toma de decisiones porque se sienten excluidos y no pueden brindar su opinión proactivamente. Trabajadores con alta capacidad de adaptación:

Desafíos:

- Falta de interacción presencial: 13.6 % Si bien la comunicación virtual facilita la colaboración, la ausencia de interacción física puede limitar la generación de ideas y la resolución creativa de problemas.
- Aislamiento social: 6.8% El trabajo remoto puede generar aislamiento social, afectando la motivación y la colaboración.
- Dificultades para la gestión del tiempo: 3.4 % La flexibilidad del trabajo remoto puede dificultar la organización y la gestión del tiempo, impactando en la productividad.

Oportunidades:

- Autonomía y flexibilidad: 32.3 % El trabajo remoto ofrece mayor autonomía y flexibilidad en los horarios y el lugar de trabajo, mejorando el equilibrio entre la vida personal y profesional.

- Acceso a una gama más amplia de recursos: 16.9 % Las herramientas tecnológicas y la comunicación virtual permiten acceder a una gama más amplia de recursos y expertos, enriqueciendo la colaboración.
- Desarrollo de habilidades de comunicación virtual: 15.3% La necesidad de comunicarse de manera efectiva en entornos virtuales fomenta el desarrollo de habilidades como la comunicación clara, concisa y persuasiva.

Trabajadores con baja capacidad de adaptación:

Desafíos:

- Exclusión y falta de pertenencia:1.7% La falta de interacción presencial puede generar sentimientos de exclusión y falta de pertenencia al equipo, afectando la motivación y el compromiso.
- Dificultades para la comunicación y colaboración: 5.1% Las barreras de la comunicación virtual pueden dificultar la colaboración efectiva, especialmente para aquellos con dificultades para expresarse o interpretar señales no verbales.
- Resistencia al cambio: 10.2% La transición al trabajo remoto puede ser difícil para aquellos que prefieren la estructura y la rutina del trabajo presencial.

Oportunidades:

- Desarrollo de habilidades de autogestión: 3.4% El trabajo remoto exige un mayor grado de autogestión y disciplina, lo que puede fortalecer estas habilidades en trabajadores con baja capacidad de adaptación.
- Oportunidades para el aprendizaje y desarrollo: 1.7% El acceso a recursos en línea y cursos de formación puede ayudar a los trabajadores a desarrollar las habilidades necesarias para el éxito en el entorno remoto.
- Mayor apoyo de la empresa: 0% Las empresas pueden brindar apoyo adicional a los trabajadores con baja capacidad de adaptación, como tutorías, capacitación personalizada y canales de comunicación abiertos

CAPÍTULO V.- CONCLUSIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

En conclusión, el trabajo remoto ha transformado de manera irreversible el panorama laboral, presentando tanto oportunidades como desafíos para las empresas y sus empleados. Si bien el impacto en la productividad es heterogéneo y depende de diversos factores individuales y organizacionales, la evidencia sugiere que el trabajo remoto puede ser una opción viable para muchas empresas, siempre que se implementen estrategias adecuadas para abordar los desafíos potenciales y maximizar los beneficios. La IA, en particular, tiene el potencial de desempeñar un papel crucial en este proceso, permitiendo a los empleados prosperar en el entorno laboral remoto.

Este estudio ha demostrado que la mayoría de los empleados que perciben una comunicación y toma de decisiones transparentes en la empresa están más satisfechos y comprometidos con su trabajo. Esto se debe a que la transparencia les permite sentirse informados, partícipes de las decisiones que les afectan y valorados por la empresa.

Por otro lado, los empleados que no perciben una comunicación y toma de decisiones transparentes experimentan una serie de consecuencias negativas, como frustración, desmotivación, falta de confianza y un menor compromiso con la empresa.

Los resultados del estudio presentado evidencian la necesidad de fortalecer la confianza de los empleados en la información proporcionada por la gerencia en materia de seguridad informática. Si bien la mayoría de los trabajadores valoran la comunicación interna, un porcentaje considerable aún alberga dudas sobre la efectividad de las medidas de seguridad implementadas.

Es importante recordar que la confianza es un elemento fundamental en cualquier relación, y la relación entre la gerencia y los empleados no es una excepción. Al fomentar una cultura de confianza y transparencia en materia de seguridad

informática, las empresas pueden cosechar los beneficios de una fuerza laboral comprometida y segura.

El trabajo remoto ha presentado tanto desafíos como oportunidades para la capacidad de resolver problemas y tomar decisiones de forma colaborativa. La falta de interacción presencial puede limitar la creatividad y generar sentimientos de exclusión, mientras que la flexibilidad y el acceso a una gama más amplia de recursos pueden mejorar la productividad y la colaboración.

En conclusión, el trabajo remoto puede ser una forma efectiva de trabajar para muchas personas, pero es importante reconocer los desafíos y oportunidades que presenta. Al implementar las estrategias adecuadas, las empresas pueden ayudar a sus empleados a prosperar en un entorno de trabajo remoto y aprovechar al máximo sus beneficios.

CAPÍTULO VI. - RECOMENDACIONES

1- Implementar herramientas de colaboración y comunicación efectivas:

- Plataformas de mensajería instantánea (Slack, Teams)
- Videollamadas (Zoom, Meet)
- Espacios de trabajo en la nube (Drive, Dropbox)

2- Fomentar una cultura de confianza y comunicación abierta:

- Entorno seguro y de apoyo
- Transparencia
- Reconocimiento a la comunicación efectiva
- Resolución de conflictos constructiva

3- Mejorar la comunicación: Brindar información clara, detallada y actualizada sobre las medidas de seguridad existentes, las políticas vigentes y los riesgos potenciales.

- Canales de comunicación claro
- Reuniones regulares
- Retroalimentación regular
- Fomentar la comunicación abierta

4- Utilizar la IA para automatizar tareas y mejorar la eficiencia:

- Chatbots para tareas repetitivas
- Gestión de documentos
- Análisis de datos
- Gestión de tiempo

5- Fomentar una cultura de seguridad: Capacitar a los empleados en materia de seguridad informática, promover prácticas seguras en el uso de las tecnologías y crear un ambiente donde se sientan cómodos para reportar incidentes o expresar sus inquietudes.

- Auditorías de seguridad regulares
- Software actualizado
- Capacitación en seguridad cibernética
- Políticas de seguridad sólidas

6- Analizar las diferencias individuales en la capacidad de adaptación al trabajo remoto.

- Evaluar necesidades individuales
- Opciones de trabajo flexibles
- Recursos y apoyo
- Comunicación y colaboración

7- Explorar las mejores prácticas para la gestión de equipos remotos.

- Expectativas claras
- Comunicación regular
- Retroalimentación regular
- Fomentar la colaboración

CAPÍTULOS COMPLEMENTARIOS

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Abdullah, N., & Abdul Rahman, R. (2015). The impact of employee communication on employee commitment: A study of Malaysian public sector organizations. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 25(2), 439-456.
2. Andrade, H. (2005). Comunicación organizacional interna. Netbiblo.
3. Anwar, S., & Abdullah, N. (2021). The mediating role of organizational commitment between internal communication and organizational performance. *International Journal of Human Resource Management*, 32(1), 142-162.
4. Anwar, S., & Balcioglu, A. (2016). The impact of internal communication on employee turnover intention: A study of Turkish manufacturing firms. *Public Personnel Management*, 45(3), 465-485.
5. Arruga Segura, M. C. (2019). Economía digital y mercado de trabajo en España
6. Armas Sandoval, J. G. (2014). Comunicación interna y clima laboral (estudio realizado en call center de la ciudad de Quetzaltenango).
7. Bayad Jamal Ali, Govand Anwar2, Bayar Gardi, Baban Jabbar Othman, Hassan Mahmood Aziz, Shahla Ali Ahmed, Pshdar Abdalla Hamza, Nechirwan Burhan Ismael, Sarhang Sorguli, Bawan Yassin Sabir (2021). Business Communication Strategies: Analysis of Internal Communication Processes.
8. Batalla, A. L. (2003). Trabajo a domicilio y teletrabajo: Una antigua y nueva manifestación de la ajenidad en el mercado.
9. Cerdan Chunga, M. T. (2022). Comunicación interna y el trabajo remoto en los empleados de una entidad pública, en tiempos de pandemia.
10. Escobar Mora, C. (2019). El deber de comunicación en la publicidad digital empresarial. J. M. Bosch Editor.

11. Hameed, A., & Anwar, S. (2018). The mediating role of employee motivation between internal communication and organizational performance: A study of Pakistani telecommunication companies. *Telematics and Informatics*, 35(1), 127-138.
12. Llano Aristizabal, S.(2016). La comunicación digital en las organizaciones de la mediación comunicativa a la interacción social mediada por.
13. Oyarvide Ramírez, H. P., Reyes Sarria, E. F., & Montaña Colorado, M. R. (2017). La comunicación interna como herramienta indispensable de la administración de empresas.
14. Peñafiel Manchego, E. V. (2019). El Teletrabajo en el Sector Público como Alternativa de Desplazamiento.
15. Portocarrero Wong, S. M., & Salome Soriano, N. L. (2019). La comunicación Interna y su relación con la productividad de los colaboradores de la empresa MDY Contact Center Sede Lince año 2019.
16. Rojas Lazaro, C. J. (2020). Gestión del trabajo remoto y el desempeño laboral en la Biblioteca Nacional del Perú.
17. Saéz Soro, E. (2003). El teletrabajo de los profesionales. La flexibilización de la flexibilidad.
18. Sabadell i Bosch, M. d. M. (2021). El teletrabajo, una nueva comprensión del trabajo. El encaje de la deuda de seguridad y salud en una sociedad digital.
19. Top, S., & Ali, S. M. (2021). Impact of effective communication on employee engagement and organizational performance: A study of Pakistani banking sector. *Journal of Organizational Change Management*, 34(2).
20. Varona Gonzalez, A.(2023). Transferencia e innovación digital en comunicación educativa análisis de los procesos de información y gestión de la comunicación de las escuelas durante la Pandemia covid-19.
21. Vesic, D., Lakovic, D., & Vesic, S. Lj. (2023). Use of Information Technologies in Higher Education From The Aspect of Management. *International Journal of Cognitive Research in Science, Engineering and Education (IJCRSEE)*.

ANEXO

Cronograma de actividades

Actividad	Enero	Febrero				Marzo			Abril				Mayo				Juni o
	28	4	11	18	25	3	10	24	7	14	21	28	5	12	19	26	2
Delimitación del tema	CONF																
Planteamiento del problema																	
Objetivos																	
Justificación																	
Marco teórico																	
Diseño metodológico																	
Tipo de investigación																	
Técnica de recolección de instrumentos																	
Análisis de datos																	
Análisis de resultados																	
Conclusiones																	

Presupuesto de Investigación						
Actividad	Insumo	Rubro a financiar	Costos	Número de personas	Semanales/ Veces al mes	Precio
Caracterización del tema	Selección	Viatico de transporte	C\$ 40	2	4	C\$ 80
Búsqueda de información	Sitios de búsqueda de información especializada	Memoria de 4GB	C\$ 383	2	1	C\$ 383
Delimitaciones del tema	Debate sobre síntomas y causas descubiertos	Gasto de internet semanal	C\$ 220	2	1	C\$ 440
Objetivos y justicación	Debate Grupal	Tarifa de internet fija	C\$1,195	2	1	C\$ 2,389
Marco teórico y planteamiento del problema	Redacción del Marco Teórico	Gasto de internet semanal	C\$ 220	2	1	C\$ 440
Diseño metodológico	Diseño de Instrumentos	Tarifa de internet fija	C\$1,195	2	1	C\$ 2,389
Informe preliminar	Redacción del protocolo	Impresiones en blanco y negro	C\$ 3	2	1	C\$ 220
Redacción del informe final	Reunirse en equipo virtualmente para revisión del informe final	Impresiones a colores	C\$ 10	2	3	C\$ 520
		Encolchado y empastado	C\$ 130	2	1	C\$650
Total						C\$ 4,602

Mapa mental	
Variables	Subvariables
Uso de tecnologías de información	Infraestructura tecnológica Capacidad de aprendizaje
Aumento de productividad	Mejor desempeño Cantidad de proyectos terminados
Flexibilidad de horarios	Accesibilidad a servicios de salud
Bienestar laboral	Satisfacción del trabajo (los empleados se sienten satisfecho) Bienestar emocional Motivación Actitud positiva

Pronóstico

La comunicación empresarial en la era digital es una inversión que vale la pena para las empresas que quieren mejorar su productividad, satisfacción de los empleados y clientes, y competitividad. Utilizando herramientas digitales, las empresas pueden agilizar las operaciones, fomentar la colaboración y ofrecer un servicio al cliente excepcional.

Teorías que sustentan la comunicación empresarial en la era digital:

Teoría de la Comunicación Mediada por Computadora (CMC):

Esta teoría explica cómo las tecnologías digitales impactan la comunicación interpersonal. Afirma que la CMC puede influir en la forma en que las personas se comunican, interactúan y forman relaciones. En la era digital, la CMC se utiliza para agilizar la comunicación interna, fomentar la colaboración y el trabajo en equipo, y mejorar la atención al cliente.

Teoría de la Difusión de Innovaciones (DOI):

Esta teoría explica cómo las nuevas ideas y tecnologías se adoptan y difunden dentro de una sociedad. La DOI sugiere que la adopción de herramientas digitales por parte de las empresas puede verse influenciada por factores como la facilidad de uso, la compatibilidad con las prácticas existentes y la percepción de sus beneficios.

Teoría del Aprendizaje Social:

Esta teoría explica cómo las personas aprenden a través de la observación e imitación de otros. En el contexto empresarial, la comunicación digital puede facilitar el aprendizaje y el intercambio de conocimientos entre empleados, lo que a su vez puede mejorar la productividad y la innovación.

Progreso en la colaboración y el trabajo en equipo: Las herramientas digitales hoy día están facilitando la colaboración entre empleados, sin importar el lugar donde estén.

Mayor flujo de información y transparencia: Todo el personal tiene un mayor acceso a la información y la comunicación interna es más abierta y accesible.

Aumenta la satisfacción y el compromiso de los empleados: Produce una comunicación interna efectiva que mejora la productividad laboral y el compromiso de los empleados.

Reducción de la rotación de empleados: Una mejor comunicación con los empleados remotos ayudará a reducir la rotación. Además, la reducción de la rotación de empleados ha llevado a un aumento en la retención del talento y a una mayor estabilidad en el equipo.

Bosquejo del marco teórico.

Uso de tecnologías de información:

- Investigación sobre los nuevos modelos de negocio y estrategias empresariales:

Análisis de cómo las tecnologías de información están cambiando la forma de hacer negocios.

Identificación de las mejores prácticas para la adopción de nuevas tecnologías.

- Evaluación del impacto de las tecnologías de información en la eficiencia y eficacia de los procesos:

Análisis de indicadores clave de rendimiento (KPIs) como tiempo de respuesta, costos, calidad y satisfacción del cliente.

Evaluación del impacto de las tecnologías de información en la toma de decisiones.

Aumento de productividad:

- Beneficios del aumento de la productividad.

Gestión del tiempo y técnicas de organización.

Técnicas de concentración y eliminación de distracciones.

Desarrollo de hábitos y rutinas productivas.

- Desafíos del aumento de la productividad.

Distracciones en el hogar.

Falta de comunicación y colaboración.

Dificultad para establecer límites.

Falta de supervisión.

Dificultades tecnológicas.

Flexibilidad de horarios:

- Evaluación del impacto de la flexibilidad horaria en la productividad y el bienestar de los empleados:

Análisis de indicadores clave de rendimiento (KPIs) como satisfacción laboral, absentismo y presentismo.

Evaluación del impacto de la flexibilidad horaria en la conciliación laboral y familiar.

Identificación de los factores que influyen en la adopción de la flexibilidad horaria.

- Exploración de las oportunidades que ofrece la flexibilidad horaria para las empresas:

Atracción y retención de talento.

Mejora el equilibrio entre la vida laboral y personal.

Aumento de la productividad y la satisfacción laboral.

Bienestar laboral:

- Análisis de los diferentes factores que influyen en el bienestar laboral individual y colectivo:

Condiciones de trabajo (salario, seguridad, higiene, etc.).

Cultura organizacional y liderazgo.

Relaciones interpersonales en el trabajo.

Equilibrio entre la vida laboral y personal.

Desarrollo profesional y oportunidades de crecimiento.

- Análisis de las estrategias para mejorar el bienestar colectivo en el trabajo:

Implementación de programas de prevención de riesgos psicosociales.

Fomento de la comunicación y el trabajo en equipo.

Creación de un ambiente de trabajo positivo y motivador.

Instrumento de recolección de datos.

La comunicación empresarial en la era digital como herramienta fundamental en la mejora de la comunicación interna y satisfacción del cliente en las empresas de Managua durante el año 2023.

Estimados colaboradores, somos estudiantes de la UCC Managua de la carrera de Comunicación empresarial y relaciones públicas, y estamos finalizando nuestros estudios. Solicitamos su colaboración para llenar esta encuesta que dura aproximadamente 10 minutos, con el objetivo de analizar la comunicación interna dentro de la empresa a remoto. Todas sus respuestas serán anónimas. Solicitamos su colaboración para responder con la mayor precisión posible a las preguntas que se leerán a continuación.

Datos generales

1- Sexo

- Masculino
- Femenino

2- ¿En qué sector opera la empresa para la que trabaja?

- Medicina / Healthcare
- Asesoramiento jurídico
- Atención al cliente

3 - ¿En qué área se desempeña en su empresa?

- Agente

- Supervisor
- Jefe de área
- Analista de calidad

Productividad y rendimiento.

4 - ¿Cómo miden la productividad en su empresa?

5 - ¿Cuál es el número de tareas realizadas por hora?

- 4
- 8
- 10
- Otros

6 - ¿La comunicación interna actual ha aumentado su nivel de compromiso con la empresa?

- Si
- No

6.1- Explique su respuesta de la pregunta anterior.

7- Ahora que trabaja remoto y tiene acceso a numerosas herramientas de IA ¿Realiza las tareas más rápidamente?

- Si
- No
- Tal vez

Comunicación interna

8 - ¿Tiene la oportunidad de dar su opinión sobre las decisiones y cambios que se producen en la empresa antes o después de la pandemia?

- Si
- No

9 - ¿Cree que la comunicación interna de su organización era mejor antes o después de la pandemia?

- Antes
- Después

9.1 - Explique su respuesta de la pregunta anterior.

10 - ¿Considera que los canales de comunicación disponibles son suficientes para realizar su trabajo?

- Si
- No

10.1 - Explique su respuesta de la pregunta anterior.

11 - ¿Prefiere trabajar remoto en vez de ir todos los días a la oficina?

- Remoto
- Oficina

12- ¿En general, está satisfecho con la forma en que se comunica la información en la empresa?

- Si

- No

13 - ¿Experimenta dificultades para coordinarse con sus compañeros de trabajo en el trabajo remoto?

- Si
- No
- Tal vez

13.1- Explique su respuesta de la pregunta anterior.

14 - ¿Cree que la comunicación interna de una organización es mejor cuando se realiza en persona o a remoto?

- Remota
- Presencial

15- ¿Te has sentido excluido alguna vez por no poder relacionarte o reunirte con tus compañeros de trabajo en persona porque trabajas remoto?

- No
- Sí

15.1 - Explique su respuesta de la pregunta anterior.

16- ¿Cómo describes tu capacidad para adaptarte a los cambios en el trabajo?

- Muy alto
- Alto
- Regular
- Bajo
- Muy bajo

16.1- Explique su respuesta de la pregunta anterior.

17 - ¿Crees que la información que se transfiere dentro de la empresa es segura?

¿Le da sensación de seguridad frente a virus y fraudes?

- No
- Sí

17.1 - Explique su respuesta de la pregunta anterior.

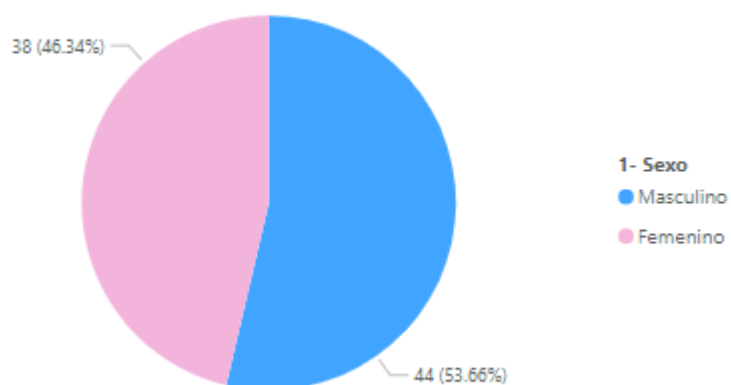
18 - ¿Tiene la oportunidad de dar su opinión sobre las decisiones y cambios que se producen en la empresa?

- Si
- No

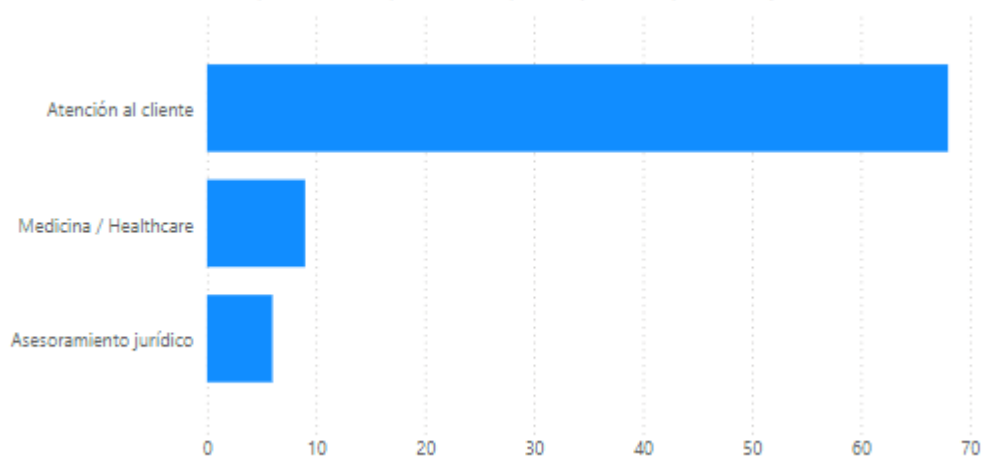
19 - ¿Considera que la falta de interacción presencial limita la creatividad en la resolución de problemas?

- No
- Sí

1- Sexo



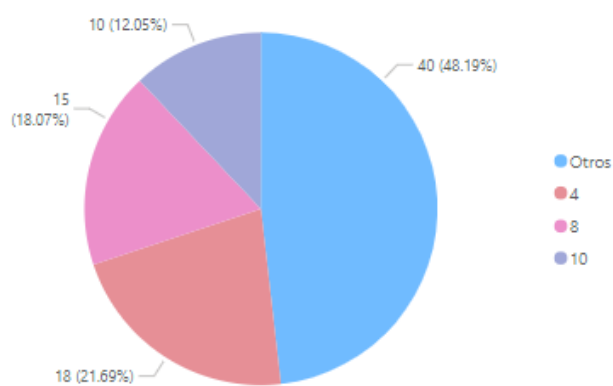
2-¿En qué sector opera la empresa para la que trabaja?



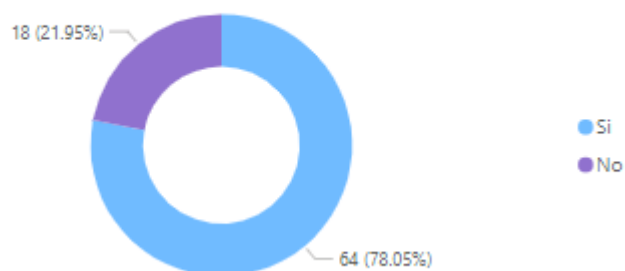
3-¿En qué área se desempeña en su empresa?



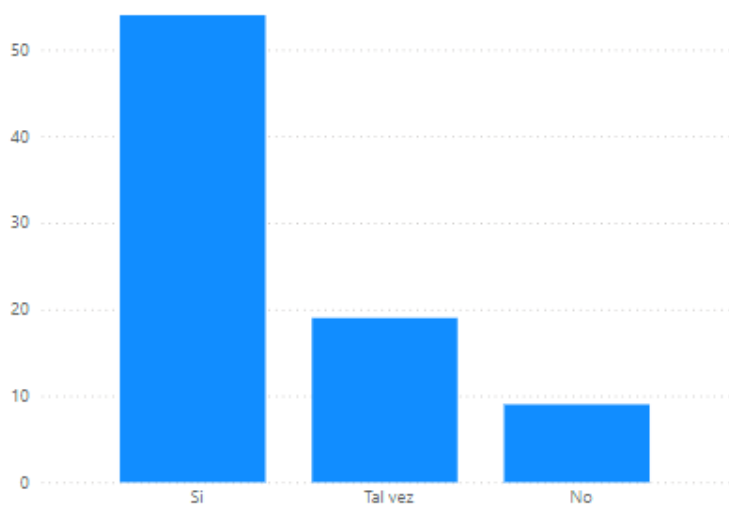
5- ¿Cuál es el número de tareas realizadas por hora?



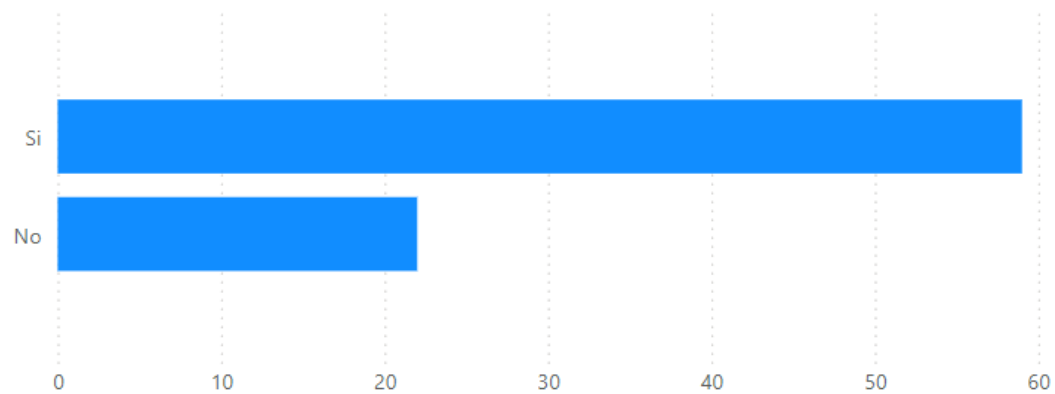
6- ¿La comunicación interna actual ha aumentado su nivel de compromiso con la empresa?



7- Ahora que trabaja remoto y tiene acceso a numerosas herramientas de IA ¿Realiza las tareas más rápidamente?



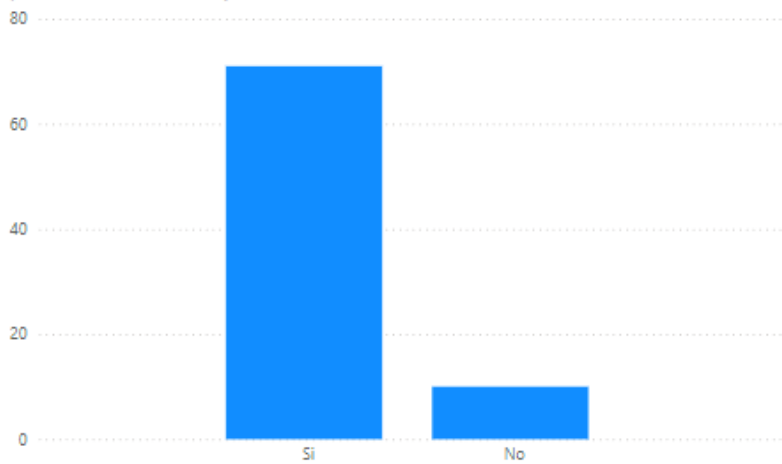
8 - ¿Tiene la oportunidad de dar su opinión sobre las decisiones y cambios que se producen en la empresa?



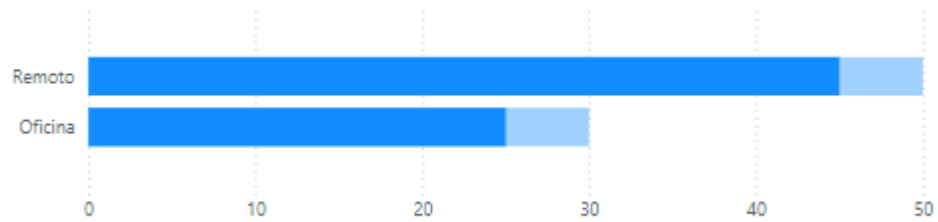
9 - ¿Cree que la comunicación interna de su organización era mejor antes o después de la pandemia?



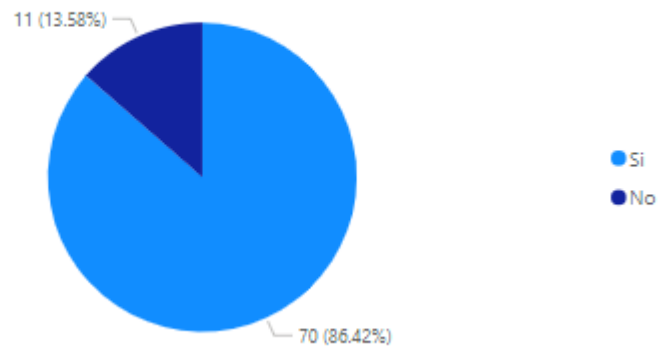
10 - ¿Considera que los canales de comunicación disponibles son suficientes para realizar su trabajo?



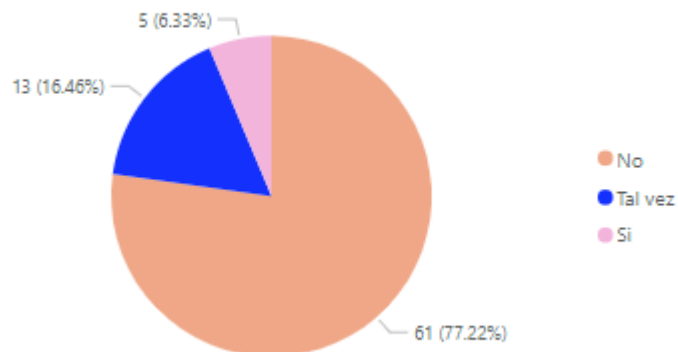
11 - ¿Prefiere trabajar remoto en vez de ir todos los días a la oficina?



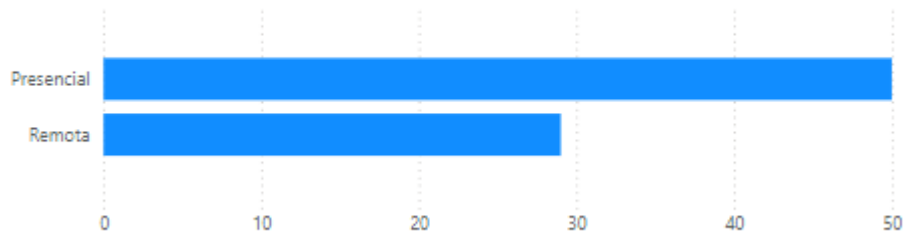
12- ¿En general, está satisfecho con la forma en que se comunica la información en la empresa?



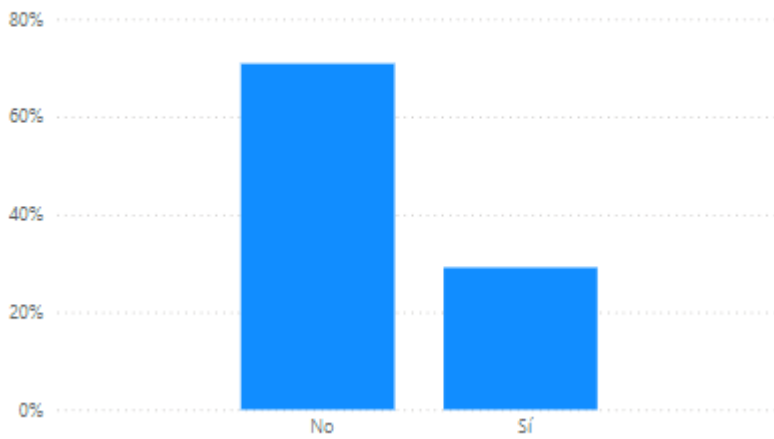
13- ¿Experimenta dificultades para coordinarse con sus compañeros de trabajo en el trabajo remoto?



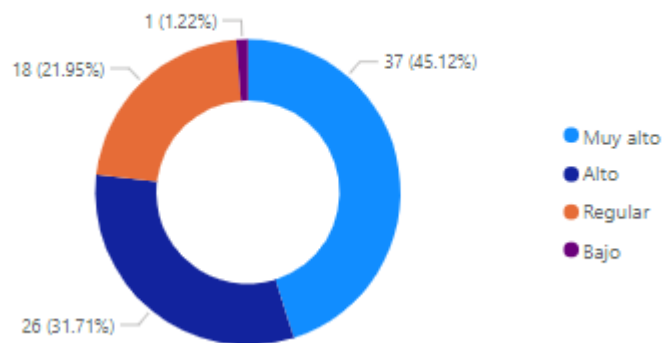
14 - ¿Cree que la comunicación interna de una organización es mejor cuando se realiza en persona o a remoto?



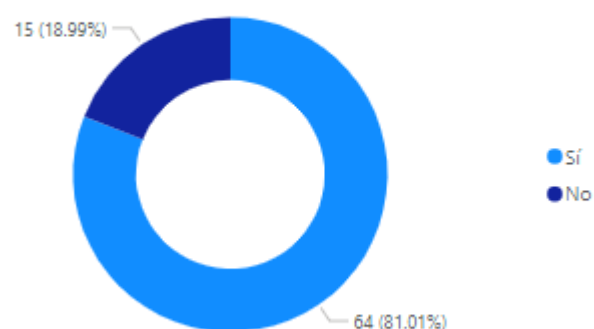
15 - ¿Te has sentido excluido alguna vez por no poder relacionarte o reunirte con tus compañeros de trabajo en persona porque trabajas remoto?



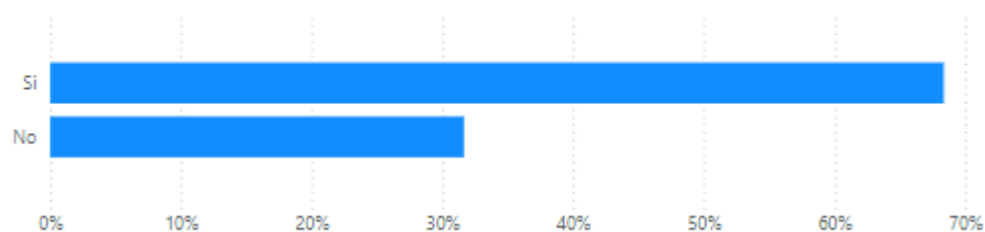
16 - ¿Cómo describes tu capacidad para adaptarte a los cambios en el trabajo?



17 - ¿Crees que la información que se transfiere dentro de la empresa es segura? ¿Le da sensación de seguridad frente a virus y fraudes?



18 - ¿Tiene la oportunidad de dar su opinión sobre las decisiones y cambios que se producen en la empresa?



19 - ¿Considera que la falta de interacción presencial limita la creatividad en la resolución de problemas?

