



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**INCIDENCIA DEL NIVEL DE COMUNICACIÓN INTERNA
EN EL DESEMPEÑO DEL PERSONAL DE LAS EMPRESAS
DEL SECTOR AUTOMOTRIZ DE LA CIUDAD DE
GUAYAQUIL.**

AUTORES:

**CHILIQINGA CAAMAÑO, XAVIER ALEJANDRO
LARA REYES, JAVIER ANDRÉS**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL**

TUTORA:

ECO. GOVEA ANDRADE, FLOR KARINA

Guayaquil, Ecuador

14 de septiembre del 2020



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por: Chilingua Caamaño Xavier Alejandro y Lara Reyes Javier Andrés, como requerimiento parcial para la obtención del Título de: Ingenieros Comerciales.

TUTORA

f. _____

ECO. GOVEA ANDRADE, FLOR KARINA, MEF

DIRECTORA DE LA CARRERA

f. _____

MGS. PICO VERSOZA LUCIA MAGDALENA.

Guayaquil, a los 14 días del mes de septiembre del año 2020



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotros, Chiliquinga Caamaño Xavier Alejandro y
Lara Reyes Javier Andrés

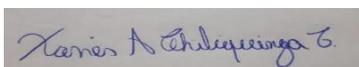
DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación: “**Incidencia del nivel de comunicación interna en el desempeño del personal de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil**”, previa a la obtención del Título de: Ingeniero Comercial, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 14 días del mes de septiembre del año 2020

LOS AUTORES



f. _____
Chiliquinga Caamaño Xavier Alejandro



f. _____
Lara Reyes Javier Andrés



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

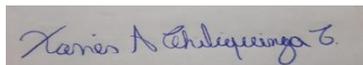
AUTORIZACIÓN

Nosotros, Chiliquinga Caamaño Xavier Alejandro y
Lara Reyes Javier Andrés

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **“Incidencia del nivel de comunicación interna en el desempeño del personal de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 14 días del mes de septiembre del año 2020

LOS AUTORES



f. _____
Chiliquinga Caamaño Xavier Alejandro



f. _____
Lara Reyes Javier Andrés

REPORTE URKUND

The screenshot displays the URKUND interface. On the left, document details are shown: 'Documento' is 'TESIS 100% XAVIER CHILQUIGA- JAVIER LARA PDF.pdf (D78259235)', 'Presentado' is '2020-08-27 22:32 (-05:00)', 'Presentado por' is 'xavier.chiliquinga01@gmail.com', and 'Recibido' is 'karina.govea.ucsg@analysis.arkund.com'. A yellow highlight indicates '1% de estas 74 páginas, se componen de texto presente en 3 fuentes.' On the right, a 'Lista de fuentes' table lists sources with columns for 'Categoría' and 'Enlace/nombre de archivo'. The sources include 'MAE Mariuxi Cas...', 'http://repositori...', 'http://roa.ult.ed...', 'https://www.eoi...', and 'TESIS GARCIA-P...'. The interface also shows a user profile 'Govea Andrade (karina_govea)' and a 'Bloques' tab.

Documento	Presentado	Presentado por	Recibido
TESIS 100% XAVIER CHILQUIGA- JAVIER LARA PDF.pdf (D78259235)	2020-08-27 22:32 (-05:00)	xavier.chiliquinga01@gmail.com	karina.govea.ucsg@analysis.arkund.com

Categoría	Enlace/nombre de archivo
	MAE Mariuxi Cas...
	MAE Mariuxi Cas...
	http://repositori...
	http://roa.ult.ed...
	https://www.eoi...
	TESIS GARCIA-P...

Eco. GOVEA ANDRADE, FLOR KARINA.
PROFESOR TUTORA-REVISORA PROYECTO DE GRADUACIÓN

Chiliquinga Caamaño Xavier Alejandro
C.I 0926856568
Autor del Proyecto

REPORTE URKUND

URKUND

Lista de fuentes **ovea Andrade (karina_govea)** Bloques

Documento	TESIS 100% XAVIER CHILQUIGA- JAVIER LARA PDF.pdf (D78259235)
Presentado	2020-08-27 22:32 (-05:00)
Presentado por	xavier.chilquinga01@gmail.com
Recibido	karina.govea.ucsg@analysis.orkund.com

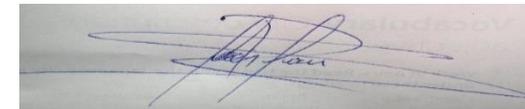
1% de estas 74 páginas, se componen de texto presente en 3 fuentes.

+	Categoría	Enlace/nombre de archivo	
+		MAE Mariuxi Cas...	<input type="checkbox"/>
+	>	MAE Mariuxi Cas...	<input type="checkbox"/>
+		http://repositori...	<input type="checkbox"/>
+		http://roa.ult.ed...	<input type="checkbox"/>
+		https://www.eoi...	<input checked="" type="checkbox"/>
+		TESIS GARCIA-P...	<input type="checkbox"/>

Compartir



Eco. GOVEA ANDRADE, FLOR KARINA.
PROFESOR TUTORA-REVISORA PROYECTO DE GRADUACIÓN



Lara Reyes Javier Andrés
C.I 092341466-8
Autor del Proyecto

AGRADECIMIENTO

En la culminación de esta etapa solo puede agradecer en primer lugar a Dios, por acompañarme en cada peldaño de mi vida y por guiarme al culminar mi etapa universitaria.

A mi madre y mi tía por estar en cada momento confiar en mí desde el inicio hasta el fin de este proceso en la cual aprendimos mucho, nunca dudaron de que lo podía lograr y cada logro que tengo en gracias a ellas.

A mi Padre que aunque no esté físicamente aprendí mucho durante la mayor parte de mi juventud y ahora que no está debo retribuir sus todos sus esfuerzos para que donde se encuentre se sienta orgulloso de su hijo.

A esta prestigiosa institución de educación superior en la cual se obtuvo los mejores conocimientos a su vez de vivencias que se llevaran siempre en mi memoria para emprender esta nueva etapa que empezara al culminar mi carrera.

No podría dejar de mencionar a mi tutora quien con su forma estricta de ser fue una pieza clave para el cumplimiento de este proyecto de titulación, aparte de ser una excelente docente es una increíble persona la cual siempre estuvo dispuesta a ayudarnos y nunca recibíamos una respuesta negativa de ella, solo le puedo desear los mejores éxitos para su vida

Javier Andrés Lara Reyes

DEDICATORIA

Este proyecto es dedicado a Dios por estar conmigo en cada momento fácil y difícil que tuve durante esta etapa universitaria que va a concluir.

A mi mamá y tía que nunca me abandonaron en este camino y siempre confiaron en mí y las cuales estar en cada logro que obtendré de aquí en adelante.

A mi padre que aunque no esté de manera física espero que se sienta orgulloso de los logros que estoy obteniendo al culminar esta etapa.

Javier Andrés Lara Reyes

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a Dios, por fortalecer e iluminar mi mente y mi corazón, por poner en mi camino a personas que han aportado en mi vida para lograr este objetivo tan anhelado.

A mis padres por confiar en mí, estar conmigo en todo momento guiándome por el buen camino, dándome ánimo y apoyo para seguir adelante, permitiéndome concluir mi carrera. Quiero darles las gracias por todo lo que han hecho por mí, claro está que, si no fuese por el esfuerzo realizado por ellos, mis estudios no hubiesen sido posible, todo lo que he logrado es gracias a ellos.

A mis abuelos Juan Caamaño y Griselda Solís, quienes empezaron este gran viaje junto a mi y que ahora me guían desde el cielo siempre los llevare en mi corazón sin su apoyo y sus consejos este objetivo hubiese sido mucho más duro de lograr.

A la universidad y sus docentes, de quien hemos recibido las mejores enseñanzas, que me ha permitido hacer grandes amigos y vivir maravillosos momentos que me prepararon para iniciar la etapa profesional en mi vida.

A la Unidad de Deporte de la Universidad por el apoyo y la oportunidad de representarlos en estos años de estudio con mucho orgullo y gracias a ellos por hacerme acreedor de una beca deportiva durante la carrera.

A todos, un fuerte abrazo, los llevo en el corazón porque sin ustedes este logro no habría sido posible.

Xavier Alejandro Chilinga Caamaño



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____
Econ. Pico Versoza, Lucia, MSc
DIRECTORA DE CARRERA

f. _____
Econ. Arévalo AVECILLAS, Danny, PHD
COORDINADOR DEL ÁREA

f. _____
Ing. Apellidos, Nombres completos, MSc
OPONENTE



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CALIFICACIÓN

f. _____

Econ. Govea Andrade, Flor Karina, MEF.

Guayaquil, 14 de septiembre de 2020

Economista

Danny Arévalo Vecillas

COORDINADOR UTE A-2020

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

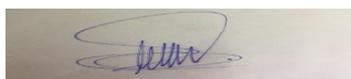
En su despacho.

De mis consideraciones:

Economista Flor Karina Govea Andrade, Docente de la Carrera de Administración de Empresas, designada TUTORA del proyecto de grado del Sr. **CHILQUINGA CAAMAÑO XAVIER ALEJANDERO**, cúmplase informar a usted, señor Coordinador, que una vez que se han realizado las revisiones al 100% del avance del proyecto avalo el trabajo presentado por el estudiante, titulado **“INCIDENCIA DEL NIVEL DE COMUNICACIÓN INTERNA EN EL DESEMPEÑO DEL PERSONAL DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR AUTOMOTRIZ DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”** por haber cumplido en mi criterio con todas las formalidades. Este trabajo de titulación ha sido orientado al 100% de todo el proceso y se procedió a validarlo en el programa de URKUND dando como resultado un 1% de plagio.

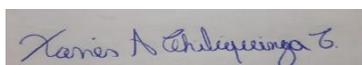
Cabe indicar que el presente informe de cumplimiento del Proyecto de Titulación del semestre A-2020 a mi cargo, en la que me encuentro designada y aprobado por las diferentes instancias como es la Comisión Académica y el Consejo Directivo, dejo constancia que los únicos responsables del trabajo de titulación **“INCIDENCIA DEL NIVEL DE COMUNICACIÓN INTERNA EN EL DESEMPEÑO DEL PERSONAL DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR AUTOMOTRIZ DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”**, Flor Karina Govea Andrade, tutora del Sr. **CHILQUINGA CAAMAÑO XAVIER ALEJANDERO**, y eximo de toda responsabilidad al coordinador de titulación y a la dirección de carrera.

La calificación final obtenida en el desarrollo del proyecto de titulación fue: 10/10; Diez sobre Diez.
Atentamente



NOMBRE DEL DOCENTE

FLOR KARINA GOVEA ANDRADE



NOMBRE DEL AUTOR

XAVIER ALEJANDERO CHILQUINGA CAAMAÑO

Guayaquil, 14 de septiembre de 2020

Economista

Danny Arévalo Avecillas

COORDINADOR UTE A-2020

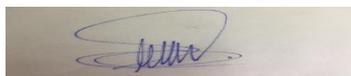
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

En su despacho.

De mis consideraciones:

Economista Flor Karina Govea Andrade, Docente de la Carrera de Administración de Empresas, designada TUTORA del proyecto de grado del Sr. **LARA REYES JAVIER ANDRES**, cúmplase informar a usted, señor Coordinador, que una vez que se han realizado las revisiones al 100% del avance del proyecto avalo el trabajo presentado por el estudiante, titulado **“INCIDENCIA DEL NIVEL DE COMUNICACIÓN INTERNA EN EL DESEMPEÑO DEL PERSONAL DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR AUTOMOTRIZ DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”** por haber cumplido en mi criterio con todas las formalidades. Este trabajo de titulación ha sido orientado al 100% de todo el proceso y se procedió a validarlo en el programa de URKUND dando como resultado un 1% de plagio. Cabe indicar que el presente informe de cumplimiento del Proyecto de Titulación del semestre A-2020 a mi cargo, en la que me encuentro designada y aprobado por las diferentes instancias como es la Comisión Académica y el Consejo Directivo, dejo constancia que los únicos responsables del trabajo de titulación **“INCIDENCIA DEL NIVEL DE COMUNICACIÓN INTERNA EN EL DESEMPEÑO DEL PERSONAL DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR AUTOMOTRIZ DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”**, Flor Karina Govea Andrade, tutora del Sr. **LARA REYES JAVIER ANDRES**, y eximo de toda responsabilidad al coordinador de titulación y a la dirección de carrera. La calificación final obtenida en el desarrollo del proyecto de titulación fue: 10/10; Diez sobre Diez.

Atentamente



NOMBRE DEL DOCENTE

FLOR KARINA GOVEA ANDRADE



NOMBRE DEL AUTOR

JAVIER ANDRES LARA REYES

Índice General

Contenido	Págs.:
Introducción	2
Antecedentes	4
Planteamiento del problema	6
Justificación.....	12
Objetivos de la investigación	14
Objetivo general.....	14
Objetivos específicos.....	15
Hipótesis General	15
Hipotesis Especificas	16
Limitaciones	19
Delimitaciones.....	19
Capítulo I. Marco teórico	20
Bases teóricas	21
La comunicación interna	21
Desempeño del personal	34
Sector empresarial venta de partes, piezas y accesorios para vehículos automotores	40
Marco conceptual	43
Marco referencial	44
Capítulo II. Marco Metodológico	51
Diseño de la investigación	52
Enfoque de investigación	55

Tipo de investigación	56
Investigación exploratoria.....	57
Investigación descriptiva.....	57
Investigación explicativa.....	58
Métodos aplicados.....	59
Población.....	60
Muestra.....	61
Técnica de recogida de datos.	62
Encuesta	63
Escalas de medición para el tratamiento de datos.....	66
Tipos de distribución de datos.....	69
Operacionalización de las variables de las variables	72
Capítulo III. Análisis de resultados.....	74
Levantamiento de la Información	75
Análisis descriptivo.....	76
Análisis de confiabilidad.....	86
Análisis correlacional.....	90
Escenarios de dependencia.....	99
Prueba de hipótesis.....	107
Estadístico F.....	107
Estadístico Durbin – Watson.....	121
Conclusiones	128
Recomendaciones.....	130
Bibliografía	131
Anexos	137

Lista de tablas

Tabla 1. <i>Total de empleados según tamaño de empresa del año 2018</i>	61
Tabla 2. <i>Tipos de escala de medición.</i>	67
Tabla 3. <i>Escala de Likert empleado en la técnica de recolección de datos</i>	69
Tabla 4. <i>Comportamiento sobre el grado de aceptación indicador identidad</i>	76
Tabla 5. <i>Comportamiento sobre el grado de aceptación indicador imagen</i>	77
Tabla 6. <i>Comportamiento sobre el grado de aceptación indicador información</i>	78
Tabla 7. <i>Comportamiento sobre el grado de aceptación indicador integridad</i>	79
Tabla 8. <i>Comportamiento sobre el grado de aceptación del componente Condiciones personales</i>	80
Tabla 9. <i>Comportamiento sobre el grado de aceptación del componente Conocimiento del trabajo</i>	81
Tabla 10. <i>Comportamiento sobre el grado de aceptación del componente Habilidad de planeamiento</i>	82
Tabla 11. <i>Comportamiento sobre el grado de aceptación del componente Iniciativa</i>	83
Tabla 12. <i>Comportamiento sobre el grado de aceptación del componente Esfuerzo y Responsabilidad</i>	84
Tabla 13. <i>Comportamiento sobre el grado de aceptación del componente Habilidad para trabajar solo o en equipo</i>	85
Tabla 14. <i>Prueba de correlación de las variables aplicando el Alfa de Cronbach.</i>	87
Tabla 15. <i>Prueba de correlación eliminando los indicadores de correlaciones negativas</i>	87
Tabla 16. <i>Análisis de distribución de datos</i>	88
Tabla 16. <i>Matriz de correlación Desempeño laboral y Nivel de Comunicación (Identidad)</i>	92
Tabla 17. <i>Matriz de correlación Desempeño laboral y Nivel de Comunicación (Imagen)</i>	93
Tabla 18. <i>Matriz de correlación Desempeño laboral y Nivel de Comunicación (Información)</i>	94

Tabla 19. <i>Matriz de correlación Desempeño laboral y Nivel de Comunicación (Integridad)</i>	95
Tabla 20. <i>Escenarios de correlación 1 al 4</i>	97
Tabla 21. <i>Escenarios de correlación 5 al 8</i>	98
Tabla 22. <i>Escenarios de correlación 9 al 10</i>	99
Tabla 23. <i>Correlación entre la identidad y las condiciones personales</i>	99
Tabla 24. <i>Correlación entre la imagen y la habilidad de planeamiento</i>	100
Tabla 25. <i>Correlación entre la imagen y la iniciativa</i>	101
Tabla 26. <i>Correlación entre la imagen y la iniciativa</i>	101
Tabla 27. <i>Correlación entre la información y el esfuerzo y la responsabilidad...</i>	102
Tabla 28. <i>Correlación entre la información y el esfuerzo y la responsabilidad...</i>	103
Tabla 29. <i>Correlación entre la información y la habilidad para trabajar solo y en equipo</i>	103
Tabla 30. <i>Correlación entre la información y la habilidad para trabajar solo y en equipo</i>	104
Tabla 31. <i>Correlación entre la integridad y la habilidad para trabajar solo y en equipo</i>	105
Tabla 32. <i>Correlación entre la integridad y la habilidad para trabajar solo y en equipo</i>	106
Tabla 33. <i>Estadístico F escenario 1</i>	109
Tabla 34. <i>Estadístico F escenario 2</i>	110
Tabla 35. <i>Estadístico F escenario 3</i>	111
Tabla 36. <i>Estadístico F escenario 4</i>	112
Tabla 37. <i>Estadístico F escenario 5</i>	113
Tabla 38. <i>Estadístico F escenario 6</i>	114
Tabla 39. <i>Estadístico F escenario 7</i>	115
Tabla 40. <i>Estadístico F escenario 8</i>	116
Tabla 41. <i>Estadístico F escenario 9</i>	117
Tabla 42. <i>Estadístico F escenario 10</i>	118
Tabla 43. <i>Comprobación de hipótesis estadístico F escenarios 1 al 5</i>	119
Tabla 44. <i>Comprobación de hipótesis estadístico F escenarios 6 al 10</i>	120
Tabla 45. <i>Comprobación de hipótesis estadístico Dw escenarios 1 al 4</i>	123

Tabla 46. <i>Comprobación de hipótesis estadístico Dw escenarios 5 al 7.....</i>	124
Tabla 47. <i>Comprobación de hipótesis estadístico Dw escenarios 8 al 10.....</i>	125

Lista de figuras

Figura 1. <i>Árbol del problema</i>	9
Figura 2. <i>Factores de la comunicación interna. Adaptado de Molina (2014) y Fernández (2001).</i>	25
Figura 3. <i>Enfoques de la comunicación interna en aspectos sociales y empresariales</i>	28
Figura 4. <i>Sistema de evaluación del desempeño.</i>	35
Figura 5. <i>Componentes de la evaluación 360°.</i>	36
Figura 6. <i>Número de empresas del sector G453 entre los años 2009 – 2018.</i>	40
Figura 7. <i>Ventas en millones de dólares del sector G453 entre los años 2009 – 2018.</i>	41
Figura 8. <i>Número de empleados afiliados G453 entre los años 2009 – 2018.</i>	42
Figura 9. <i>Remuneración promedio del sector G453 entre los años 2009 – 2018.</i>	42
Figura 10. <i>Ejes sobre el desarrollo económico entre trabajadores y empleadores.</i>	45
Figura 11. <i>Fórmula para mejorar el desempeño de las plazas de trabajo en la organización.</i>	46
Figura 12. <i>Componentes en la innovación de la comunicación interna en la organización.</i>	47
Figura 14. <i>Tratamiento de información planteada en el trabajo de investigación.</i> ..	53
Figura 14. <i>Diseño de investigaciones en función al objeto de estudio.</i>	54
Figura 15. <i>Enfoque de la investigación de acuerdo al tipo de datos.</i>	56
Figura 16. <i>Tipos de investigación aplicados.</i>	59
Figura 17. <i>Operacionalización de las variables</i>	72
Figura 18. <i>Comportamiento sobre el grado de aceptación indicador identidad.</i>	77
Figura 19. <i>Comportamiento sobre el grado de aceptación indicador imagen.</i>	78
Figura 20. <i>Comportamiento sobre el grado de aceptación indicador información</i>	79
Figura 21. <i>Comportamiento sobre el grado de aceptación indicador integridad ...</i>	80
Figura 22. <i>Comportamiento sobre el grado de aceptación del componente Condiciones personales</i>	81
Figura 23. <i>Comportamiento sobre el grado de aceptación del componente Conocimiento del trabajo.</i>	82

Figura 24. <i>Comportamiento sobre el grado de aceptación del componente Habilidad de planeamiento</i>	83
Figura 25. <i>Comportamiento sobre el grado de aceptación del componente Iniciativa</i>	84
Figura 26. <i>Comportamiento sobre el grado de aceptación del componente Esfuerzo y Responsabilidad</i>	85
Figura 27. <i>Comportamiento sobre el grado de aceptación del componente Habilidad para trabajar solo o en equipo</i>	86
Figura 28. <i>Distribución de datos de frecuencia</i>	88
Figura 29. <i>Distribución normal</i>	88
Figura 30. <i>Distribución Poisson</i>	89
Figura 31. <i>Distribución exponencial</i>	90

Índice de fórmulas

Fórmula 1. Fórmula del cálculo población finita	62
Fórmula 2. Fórmula del cálculo Alfa de Cronbach.....	87
Fórmula 3. Fórmula del cálculo Estadístico Durbin – Watson.....	123

Resumen

El presente trabajo de investigación tiene el objetivo de analizar la incidencia entre la comunicación interna y el desempeño del personal para las empresas del grupo G453 que hace referencia a la venta de partes, piezas y accesorios para vehículos automotores, como punto de partida para el mejoramiento de la gestión del talento humano en la oferta de beneficios en sus plazas de trabajo, a través de indicadores estadísticos de correlación, que muestren la interacción y dependencia de las variables. La referencia teórica expuesta por Máynez (2017), argumenta una relación existente entre la presencia de la comunicación interna con el desempeño del personal, clasificándolos como puntos referidos del ambiente laboral; para conocer si la relación está presente en las empresas de venta de partes, piezas y accesorios se toma la base metodológica de los argumentos de Chiavenato (2012) y Molina (2014) en la cual se establece el documento de un enfoque mixto, de tipo exploratorio, descriptivo y explicativo, no experimental, lo cual permite la construcción de los cuestionarios destinados a conocer esta problemática más a fondo en las entidades seleccionadas como población y muestra del sector basados en las variables independiente y dependiente. Se concluye que, la hipótesis alternativa fue aceptada, la misma que manifiesta “Existe incidencia entre el nivel de comunicación interna y el desempeño del personal”, se recomienda el desarrollo de estrategias que incentiven el compromiso del personal con la entidad y trabaje de acuerdo a las expectativas de la alta dirección.

Palabras clave: desempeño del personal, comunicación interna.

Abstract

The present research work has the objective of analyzing the incidence between the internal communication and the performance of the personnel for the companies of the group G453 that refers to the sale of parts, pieces and accessories for motor vehicles, located in the city of Guayaquil, as a starting point for the improvement of the management of human talent in the offer of benefits in their jobs, through of statistical correlation indicators, showing the interaction and dependence of the variables. The theoretical reference exposed by Máynez (2017), argues an existing relationship between the presence of internal communication with the performance of the staff, classifying them as referred points of the work environment; To know if the relationship is present in the companies that sell parts, pieces and accessories, the methodological basis of the arguments of Chiavenato (2012) and Molina (2014) is taken, in which the document of a mixed approach, of the type exploratory, descriptive and explanatory, not experimental, which allows the construction of questionnaires aimed at knowing this problem more thoroughly in the entities selected as population and sample of the sector based on the independent and dependent variables. It is concluded that the alternative hypothesis was accepted, the same one that states "There is an incidence between the level of internal communication and the performance of the personnel", the development of strategies that encourage the commitment of the personnel with the entity is recommended and work according to the expectations of top management.

Keywords: staff performance, internal communication.

Introducción

El segmento automotriz en el Ecuador, se ha caracterizado por aportar diversas plazas de trabajo al mercado laboral, con anuncios dentro de las plataformas de selección de personal, enfocados en perfiles para trabajos operativos, analíticos y de dirección, todo esto en función al tipo de actividad que ejerce el establecimiento comercial (PROEcuador, 2017). Debido a la amplitud de los diferentes segmentos que se desarrolla de la actividad automotriz en el país y de acuerdo a fuentes de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, se toma como base, el análisis de aquellos negocios bajo la nomenclatura G453 que hace referencia a la venta de partes, piezas y accesorios para vehículos automotores, esto permite incorporar a la investigación, perfiles de trabajadores para actividades físicas, como de origen intelectual (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2020).

La dirección organizacional de este tipo de negocios enfocados en el segmento G453, aborda procesos enmarcados al análisis de inventario, tratamiento con clientes, diálogo con proveedores, valoración en la calidad del servicio y decisiones a nivel financiero para apalancar el pago de nómina, situaciones que deben ser abordadas por el talento humano, como parte de las tareas diarias para los cuales fueron contratados. Es eviten que, para asumir un desarrollo organizacional eficaz, la coordinación y planificación dentro de las actividades operativas, debe estar sustentado a través de una eficiente comunicación interna, principalmente para resolver conflictos labores como la satisfacción de los empleados en el puesto de trabajo y el desempeño de cada recurso humano, para cumplir con los objetivos de la compañía (Barquero, 2011).

Sin embargo, cabe resaltar que, debido al tamaño de las compañías, a la cantidad de recursos para el gasto corriente y dirección de la organización, la presencia de un departamento de talento humano, es considerada como un valor adicional que no todos los gerentes generales están dispuestos a establecer, algunos suplen esta necesidad a través de la contratación de empresas especializadas, pero de manera muy esporádica. En el largo plazo, la falta de coordinación en materia de talento humano, pueden ocasionar situaciones como estrés laboral, bajo rendimiento operativo, incluso falta de compromiso del colaborador hacia las metas del departamento donde labora, siendo la

solución en la mayoría de los casos, el despido y la sustitución por otra persona, que demanda recursos financieros en el periodo de aprendizaje y adaptación al ritmo de trabajo operativo en su puesto operativo o analítico (Cole y Gaynor, 2010).

La mayoría de estudios que se muestra a lo largo de repositorios y artículos científicos, se exponen en una problemática de tratamiento específico para una organización, pero las investigaciones a nivel macro, sobre tendencias en el estudio de la comunicación interna y su incidencia en indicadores como el desempeño personal, son totalmente escasos, un justificativo de esto, es la falta de relevancia y presupuesto de las micro y pequeñas empresas del segmento en atención al tratamiento de su recurso humano.

Para la ciudad de Guayaquil, el desarrollo de negocios en la actividad de venta de partes, piezas y accesorios para vehículos automotores, es un segmento económico que ha sido parte de su desarrollo financiero y nicho de mercado para la oferta de plazas de trabajo con empleo pleno, tal como lo define, informes en materia socioeconómica publicados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos donde indica que, en la urbe porteña para el año 2018 se registró 5994 plazas de trabajo, con tendencia de crecimiento entre los años 2015 al 2017 del 5%, a pesar de ser un periodo afectado por factores externos en impuestos y restricción a la importación de bienes de consumo (2020).

Para desarrollar la investigación a fin de interpretar la incidencia de la comunicación interna en las organizaciones agrupadas en el segmento G453 desempeño personal, a continuación, se muestra en la en términos generales, la división de capítulos y tratamiento general de cada uno de ellos:

Capítulo 1: Marco teórico, se expone de manera teórico una revisión histórica sobre la evolución de la comunicación interna, así como, los factores que determinan la construcción de estrategias y su respectiva planificación. Posteriormente se establecen conceptualizaciones básicas, antecedentes referenciales y el ámbito legal que rige el tema laboral en Ecuador.

Capítulo 2: Marco metodológico, explica el diseño de la investigación seleccionado para obtener la información necesaria para recopilar los datos que ayudarán a determinar la incidencia de los niveles de comunicación en el nivel de desempeño del personal de las empresas comerciales.

Capítulo 3: Análisis de resultados, se exponen los resultados obtenidos a través de las herramientas de recolección de información, para realizar la discusión final que mida la importancia de los niveles de comunicación interna en las organizaciones.

Por último, se desarrollan las conclusiones y recomendaciones derivadas del cumplimiento de los objetivos de la investigación.

Antecedentes

A inicios de la revolución industrial, el tratamiento del talento humano, era un área totalmente carente de estudios previos, porque la relevancia de las decisiones y gestión de la dirección, estaba enfocada en mantener la disponibilidad de la materia prima y acceso al capital, sin embargo, la competitividad entre empresas e internacionalización del comercio, definen la permanencia de una empresa, en su labor de mantener costos bajos y la capacidad de obtener beneficios a través de una oferta de precios atractivos para los consumidores, para lo cual, se requiere la participación de trabajos con compromiso, hacia el cumplimiento de los objetivos planteados por la dirección (Fernández, 2001).

De acuerdo al autor Duarte (2017) sobre su trabajo de titulación "análisis del impacto comercial de la cláusula de salvaguardias para las importaciones de repuestos automotrices en la empresa AVISAN CIA LTDA" indica que el este segmento de mercado, ha sido objeto de influencias externas en el rendimiento económico de las finanzas de los modelos de negocio, porque su abastecimiento en materia de inventario, fue objeto de variaciones en el tema de aranceles a las importaciones, ocasionando que se genere una inestabilidad financiera, más aún en la estabilidad laboral de sus trabajadores. Los negocios lograron mantenerse a través de una campaña de precios accesibles y combos de repuestos, que significaron un atractivo para los clientes, sin embargo, con esto se observó un antecedente sobre mantener empleos

formales y la garantía de encontrar puestos de trabajo dependientes para pensar en un desarrollo profesional en el largo plazo, en resumen la investigación fue descriptiva y bibliográfica, porque ayuda a entender, como la variación de ingresos pone en riesgo las plazas de empleo en este tipo de compañías.

Para el autor Muñoz (2016) con referencia a su trabajo de titulación "análisis del sector importador de repuestos de vehículos en el período 2010-2014 y sus efectos en el comercio exterior ecuatoriano: caso Guayaquil" indica que el sector de repuestos, es un segmento limitado en materia laboral, porque aporta con canales de trabajo que se enfoca en la comercialización de un producto o insumo elaborado, sin que exista de por medio una fábrica o industria que agregue el concepto industrial, atrayendo el trabajo operativo. En cuanto a la demanda del tipo de trabajadores, se concentra aquellos con características de vendedores, dejando de lado personas más instruidas en el campo industrial, limitando con ello la cuota de mercado en fuentes laborales.

Para el autor Manzano (2017) en su trabajo de investigación titulado "La comunicación interna y el desempeño laboral del talento humano de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Salvador, Agencias Puno y Juliaca; 2016", enfocó su análisis en la influencia de estos factores como delimitantes para el desarrollo organizacional, donde la comunicación interna es un factor que incide de manera directa en el desempeño y evaluación de cada recurso humano contratado. El perfil de sus colaboradores analizados, desarrollaban actividades analíticas y de atención al cliente, donde la importancia de su gestión, definen el posicionamiento de una credibilidad en el sector económico en el cual se desarrolla, además que la atención al usuario, es catalogada como una característica de valor agregado y ventaja competitiva sobre las empresas existentes en el segmento. La aplicación metodológica, consistía en un análisis descriptivo del perfil de cada puesto, así como los informes de evaluación de desempeño en los últimos seis meses. Se concluyó que, la ausencia de medios de comunicación interna, mal uso de canales de comunicación, genera falta de compromiso de las personas y desenfoca la importancia del puesto de trabajo en la organización, evitando que el recurso humano, manifieste su malestar una vez que un

factor externo este influyendo en su normal gestión operativa dentro de la plaza de trabajo.

Para los autores Buenaño y Córdova (2014) en su trabajo de investigación indicaron que la falta de comunicación formal con los trabajadores genera un incumplimiento de las funciones o actividades asignadas y por ende bajo desempeño laboral. Mencionaron que es importante que la entidad establezca modelos de comunicación y los ejecuten para mejorar los resultados obtenidos.

Finalmente, Salazar (2009) “Comunicación interna y desempeño laboral en la Municipalidad Distrital de Huancaya, provincia de Yauyos, Región Lima provincias”, buscó la relación entre la comunicación interna y el desempeño laboral, para lo cual aplicó una encuesta tomando como variables comunicación interna y desempeño laboral, procesando los resultados cuantitativamente y cualitativamente, con mediciones de intervalo (media, desviación estándar y correlación de Pearson).

Con base a estos estudios, se infiere, que la gestión en la comunicación interna, es el punto de inflexión, para disponer de un recurso humano, altamente calificado y que apoye con la elaboración de una ventaja competitiva en la organización; para la aportación en la dirección de empresas bajo la categoría G453 que hace referencia a la venta de partes, piezas y accesorios para vehículos automotores, aporta con un desarrollo económico sustentable, principalmente para aquellas empresas que en la actualidad, trabajan al margen de su punto de equilibrio financiero, u ofertan precios al límite de su margen de ganancia operativa.

Planteamiento del problema

Una de las variables socioeconómicas que ha sido eco de protestas y debates políticos en el Ecuador a raíz de la pandemia, es la estabilidad laboral, con reformas que justifica la reducción de sueldos, como por ejemplo la falta de recursos en ventas y a las condiciones mínimas de un salario básico unificado, que no compagina con el desempeño económico de las compañías, sumando a esto gastos tributarios como un impuesto a la renta, que resta liquidez a las empresas (Montenegro & Zambrano, 2020).

Para el Servicio de Rentas Internas el concepto de presenciar una economía informal se debe al siguiente argumento teórico:

Representan todas aquellas actividades que se desarrollan en forma independiente en el ámbito de la empresa personal, microempresa o en el de la pequeña empresa, definidos con los criterios de la ley de la materia y que no alcancen los niveles mínimos de productividad que por cada puesto de trabajo determine la legislación nacional y que se desarrollen sus actividades productivas en los sectores de comercio, servicios, pequeña industria, construcción y de manufacturas básicas, orientadas al mercado interno, regional o nacional (2006).

A raíz de esta conceptualización, se observa, que una empresa dentro de la economía informal, es una relación directa con niveles mínimos de productividad, por ende, un negocio dentro de esta agrupación, no contiene la suficiente capacidad administrativa de dirección, para cumplir los estatutos legales en materia tributaria y económica.

Sin embargo, de acuerdo a Veliz y Díaz (2014), el crecimiento económico de la ciudad de Guayaquil, ha estado en bases de la informalidad desde el año 2013, dato sustentado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, que asegura que cerca del 47.97% de la población entró en la categoría de subempleo, referida como una condición laboral, donde no se cumple a cabalidad los derechos y beneficios sociales dispuestos en el código de trabajo.

Si la informalidad aporta con casi la mitad de los empleos en la ciudad de Guayaquil y la tendencia económica de despidos se refiere netamente a la falta de ingresos por ventas y la insostenibilidad de salarios básicos en la estructura de costos en las compañías que ofertan un empleo pleno, en la actualidad es evidente que las condiciones de trabajo en la urbe porteña, para la mitad del semestre del año 2020, van hacer escasas y con ello, la dificultad de encontrar empleos en la que se cumpla, con todos los beneficios que exige las leyes laborales ecuatorianas.

Se infiere que, a raíz de un factor externo, como la emergencia sanitaria por el COVID- 19, las empresas en la ciudad de Guayaquil serán menos productivas y que el

47.97% de las instituciones que ofertan empleo informal, están en riesgo de cierre, debido a la falta de productividad en sus recursos, definitivamente porque no han prestado atención a la implementación de programas de direccionamiento oportuno en cualquiera tratamiento de sus recursos, sea este, físico, productivo y humano.

Según Corvo (2018), la relación del término productividad, se refiere a la suma del manejo eficiente y eficaz de los recursos físicos, productivos y humanos, presente en una organización.

Se muestra que la comunicación interna, puede ser considerada como una falencia de las empresas en la ciudad de Guayaquil, que provoca un riesgo posible de informalidad, ante factores o situaciones externas que están ocurriendo en el Ecuador y que son incontrolables para los administradores, siendo la estabilidad laboral el sector de la organización más afectado, por la tendencia a despidos y reducción de las plazas de trabajo; es decir, un efecto directo sobre la participación del talento humano como integrantes de la organización. El conocimiento empírico que apunta la problemática social de las empresas es la reducción de ingresos en salarios a los trabajadores, provocando en las personas que se encuentran bajo relación de dependencia, porque sus esfuerzos no se verán reducidos, pero sí, la valoración de su intensidad de trabajo.

En la figura 1, se presenta la esquematización del árbol del problema, referida a la comunicación interna como la falencia que tienen las empresas en la ciudad de Guayaquil, frente al oportuno tratamiento a los efectos de la emergencia sanitaria en generar una estabilidad laboral y los efectos que provocan en el talento humano bajo ante la reducción de ingresos y la percepción ante el desempeño laboral del empleado en su desarrollo normal de trabajo, que pueda tener en los posteriores meses.

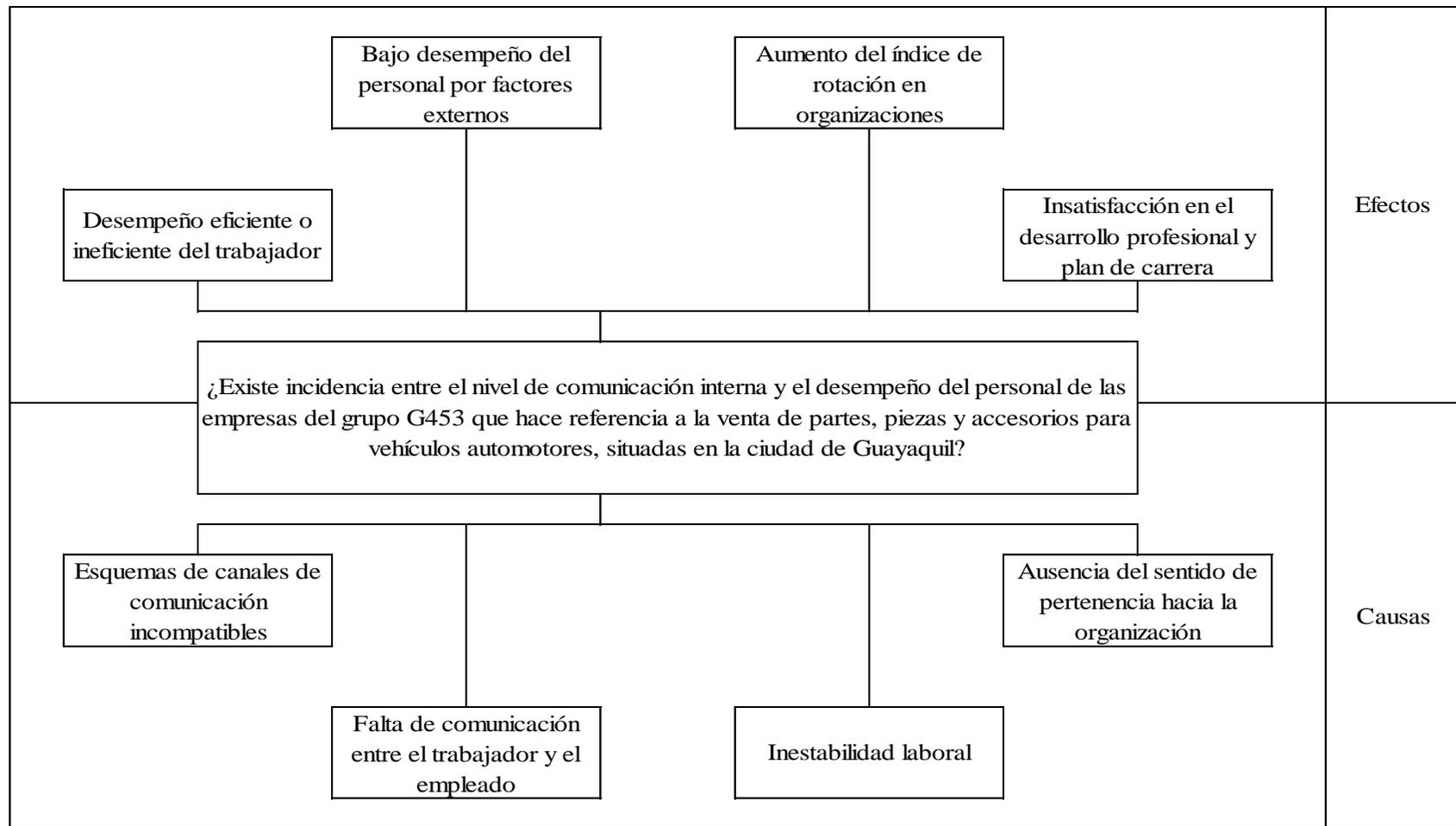


Figura 1.
Árbol del problema

A través de la elaboración de un árbol del problema, se ha podido determinar el fenómeno que se investigará, bajo el siguiente escenario de causas y consecuencias de la siguiente manera:

CAUSA: Comunicación interna (Variable independiente)

Los procesos de comunicación son fundamentales en el día a día de las personas; en el aspecto empresarial, juega un papel importante para el desarrollo efectivo de las actividades y operaciones de los empleados. El compromiso del trabajador hacia la institución puede estar influido por el sentido de pertenencia que tenga hacia la organización, con lo cual puede entregar resultados positivos hacia la ejecución de sus tareas.

Es relevante que las organizaciones mantengan canales de comunicación constantes hacia sus colaboradores, o exista relaciones interpersonales, de carácter formal entre jefes y subordinados, esto con la finalidad de detectar problemas a tiempo y que se encuentre una solución rápida, más aún si estos inconvenientes no han sido planificados anteriormente con la dirección.

En las empresas de la ciudad de Guayaquil y a través del sector de comercialización de la venta de partes, piezas y accesorios para vehículos automotores, uno de los puntos críticos, es el manejo del inventario, informar cuando existe desabastecimiento, o ajustar el punto de re-orden cuando la demanda es mayor o menor estipulada en la planificación; este cambio de dirección ocasiona la participación de la inversión y resultados que marcan la permanencia de la compañía en el mercado.

Si no existe una excelente comunicación y la organización hace caso omiso al planteamiento de canales de transferencia de datos eficientes, la dirección no podrá saber en dónde se genera el problema, incluso puede atacar otras áreas o quizás tomar decisiones erróneas, como por ejemplo aumentar la rotación del personal, generar un temor de inestabilidad laboral o reducir su número de colaboradores, porque no tiene un elemento que identifique la prioridad dentro de la organización.

De acuerdo con los autores Van Riel & Balmer, (1997), Pérez & Rodríguez (2014) (Miquel & Aced, 2018) y Lozano (2015) indican que la comunicación interna puede medirse bajo los siguientes criterios como: la información, la integridad, identidad e imagen, cuya relación se la expone con mayor detalle en el marco teórico, además que la empresa debe actuar como una unidad de negocios corporativa, en la cual el trabajador se perciba como un elemento integral para el cumplimiento de objetivo, viéndose retribuido hacia una labor que enmarque la obtención de beneficios propios para cubrir necesidades fisiológicas y que cuente con todas las herramientas además de canales de comunicación compatibles con la labor realizada.

CONSECUENCIA: Desempeño del personal. (Variable dependiente)

Se infiere que, el nivel de comunicación interna trae como consecuencia un efecto positivo y negativo en el desempeño eficiente o ineficiente de los trabajadores; según Máynez (2017) esta variable es medida a través de indicadores como conocimiento del trabajo, las habilidades de planeamiento, iniciativa, esfuerzo con responsabilidad, habilidad para trabajar solo y en equipo.

En cuanto a la ausencia de programas de comunicación interna, el desempeño del personal es una variable que sirve, para observar el comportamiento del colaborador se vea afectado, ante las nuevas reglas y condiciones en su plaza de trabajo, dónde el criterio a percibir será de constatar si los resultados futuros que tenga el empleado en el trabajo, serán por la falta de recursos o mala dirección de las empresas o por causas netamente personales, que simplemente son generadas por la falta de valor que tiene sus trabajo, esto relacionado a la reducción de sueldos y jornada laboral, de acuerdo a los últimos acontecimientos descritos con anterioridad en materia laboral en el Ecuador.

Frente al criterio de inestabilidad laboral que existe en la ciudad de Guayaquil, esto debido al débil accionar de las empresas en mantener la calma de sus empleados, por la falta de la ejecución de programas de comunicación interna y el riesgo existente en los efectos de la organización como la insatisfacción laboral en las labores diarias y el bajo desempeño del personal, se plantea la siguiente pregunta de investigación:

¿Existe incidencia entre el nivel de comunicación interna y el desempeño del personal de las empresas del grupo G453 que hace referencia a la venta de partes, piezas y accesorios para vehículos automotores, situadas en la ciudad de Guayaquil, frente a las nuevas condiciones laborales de reducción de jornada laboral y salarios fijos de remuneración provocadas por la emergencia sanitaria del COVID-19?

Para responder a esta pregunta de investigación, es necesario tener el conocimiento teórico de las variables presentadas, bajo las siguientes preguntas sistemáticas del problema:

- ¿Cómo incide el nivel de comunicación interna en el desempeño laboral de los trabajadores?

Las respuestas de las preguntas presentadas, serán tratadas de manera específica en el desarrollo de los capítulos de la presente investigación.

Justificación

El trabajo de investigación, se justifica en la teoría del refuerzo de Skinner, de acuerdo al tratamiento de Rodas (2009), el cual, argumenta que el talento humano, necesita una retroalimentación de la identidad corporativa a la cual pertenece, porque su conducta o comportamiento, depende del tratamiento y capacitación que reciba en su plaza de trabajo, proponiendo que, entre los planes para dirigir al personal a un resultado positivo en la compañía, es complementar su remuneración con planes de recompensa y reconocimiento a su labor dentro de la empresa.

Complementando la teoría de refuerzo, se presenta que el justificativo del proyecto también se basa en la teoría de la equidad de Adams (1963), que afirma la presencia de una distribución equitativa del beneficios, para lograr un desempeño del empleado compatible con los objetivos de la compañía, es decir una empresa con mejores prestaciones, beneficios y planificación de las operaciones laborales, contribuye a establecer una mejor relación de desempeño con sus colaboradores, más aún si éstos tienen una comunicación constante entre jefes, compañeros de trabajo y dirigentes de la organización.

En la realidad económica, la puesta en marcha de un modelo de negocios o la administración de los recursos, no se genera de manera teórica, porque existen un sin número de variables que afectan directamente al desarrollo de las actividades comerciales, sin embargo, pueden ser consideradas como fuentes base para el desarrollo de estrategias, o barreras para mitigar un impacto negativo en la generación de beneficios.

La actual emergencia sanitaria, ha provocado la migración del trabajo desde casa, dónde la administración trata de monitorear al colaborador a través del uso de herramientas tecnológicas, pero esto también ha ocasionado la limitación de ingresos en los negocios, más aún si requiere el contacto directo con el cliente, tal es el caso del segmento analizado, donde las compañías dedicadas a la venta de repuestos automotrices, reciben de manera física al cliente y promueven a través de su inventario la solución de problemas.

La falta de desarrollo económico de los negocios y la ausencia de técnicas de venta por internet, significó que las empresas promuevan una alerta a un posible quiebre y cese de sus actividades económicas, pero otras, a través del esfuerzo de la entrega a domicilio, han proyectado seguir participando en el mercado. La fuerte presencia de medios televisivos, han provocado miedo en la población, sobre la posibilidad que pierdan sus empleos, más aún en sectores públicos, donde los recortes han sido paulatinos desde el aislamiento en los hogares.

Para una compañía que ha desarrollado formas para mantener su nivel de ventas por encima del equilibrio, los efectos que provocan los noticieros y el temor de la ciudadanía hacia el retorno normal de actividades bajo estrictas normas de salubridad, han creado un antecedente para que los trabajadores sientan una percepción de inestabilidad laboral, que puede ser repercutido en el desarrollo de su trabajo, compatible con su desarrollo personal, al considerar si debe mantenerse en la organización o dedicarse a otras actividades que generen una mayor rentabilidad, esto debido al antecedente de un decremento en sus salarios mensuales.

Por lo tanto, el proyecto se justifica de manera práctica, porque se involucra conceptos relacionados al talento humano, un recurso que, en la actualidad, ha sido afectado por una variable externa como la pandemia y que repercute directamente en sus labores de trabajo. El beneficio obtenido a través de realizar una investigación relacionando variables como la comunicación interna y su influencia en la percepción de los trabajadores en términos de desarrollo del personal, es incorporar a las organizaciones, canales de comunicación que mantengan al día a los colaboradores sobre el desarrollo de las empresas y cómo éstas a través de su direccionamiento, deciden afrontar problemas externos, más aún si estos se enfocan en afectar sus recursos económicos.

La ausencia de la comunicación interna, puede provocar efectos negativos, como lo explica Organizaciones Privadas de Promoción al Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa (2009), como por ejemplo una disminución en el desempeño del trabajador y una pérdida de compromiso con la organización, porque podría sentir un abandono completamente en el mediano plazo, más aún si el ingreso que percibe aporta de manera total al presupuesto familiar; en el enfoque de las empresas, puede ocasionar una mayor rotación y lentitud en las actividades, siendo imposible con ello alcanzar sus metas tanto organizacionales como financieras.

Objetivos de la investigación

Objetivo General.

- Analizar el comportamiento de las variables comunicación interna y el desempeño del personal y su incidencia para el mejoramiento de la gestión del talento humano en la oferta de beneficios en sus plazas de trabajo, en las empresas del grupo G453 que hace referencia a la venta de partes, piezas y accesorios para vehículos automotores.

Objetivos Específicos.

- Desarrollar el marco teórico de las variables de estudio del nivel de comunicación interna en el desempeño del personal de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.
- Elaborar un marco metodológico partiendo de los estudios de investigación y análisis de comunicación interna en el desempeño del personal de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.
- Analizar un enfoque correlacional del grado de incidencia de la comunicación interna en el desempeño del personal de las empresas de la categoría G453 situadas en la ciudad de Guayaquil.

Hipótesis General

Con referencia a la relación entre variables se plantea las siguientes hipótesis general:

- Ho: No existe incidencia entre el nivel de comunicación interna y el desempeño del personal
- H1: Existe incidencia entre el nivel de comunicación interna y el desempeño del personal.

Con referencia a la presencia de factores externos a perpetuidad en la relación entre variables se plantea lo siguiente:

- Ho: La presencia del escenario de la pandemia y las condiciones de trabajo actuales, son factores externos que de manera perpetua no provocan la incidencia de la comunicación interna sobre el desempeño del personal de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.
- H1: La presencia del escenario de la pandemia y las condiciones de trabajo actuales, son factores externos que de manera perpetua provocan la incidencia de la comunicación interna sobre el desempeño del personal de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

Hipótesis Específicas

La división entre indicadores que se realiza en cada variable, tomando como referencia la base teórica, permite derivar de la hipótesis general, con más escenarios que toman como criterio el indicador. En referencia a la relación que existen entre variables independiente, se plantean los siguientes escenarios:

Escenario 1

Ho: No existe una parte significativa en los argumentos presentados en la comunicación interna en su indicador de identidad que incidan sobre el desempeño del personal en su indicador de condiciones personales de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

H1: Una parte significativa de los argumentos presentados en la comunicación interna en su indicador de identidad que incidan sobre el desempeño del personal en su indicador de condiciones personales de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

Escenario 2

Ho: No existe una parte significativa en los argumentos presentados en la comunicación interna en su indicador de imagen que incidan sobre el desempeño del personal en su indicador de habilidad de planteamiento de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

H1: Una parte significativa de los argumentos presentados en la comunicación interna en su indicador de imagen que incidan sobre el desempeño del personal en su indicador de habilidad de planteamiento de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

Escenario 3

Ho: No existe una parte significativa en los argumentos presentados en la comunicación interna en su indicador de imagen que incidan sobre el desempeño del personal en su indicador de iniciativa de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

H1: Una parte significativa de los argumentos presentados en la comunicación interna en su indicador de imagen que incidan sobre el desempeño del personal en su indicador de iniciativa de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

Escenario 4

Ho: No existe una parte significativa en los argumentos presentados en la comunicación interna en su indicador de imagen que incidan sobre el desempeño del personal en su indicador de iniciativa de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

H1: Una parte significativa de los argumentos presentados en la comunicación interna en su indicador de imagen que incidan sobre el desempeño del personal en su indicador de iniciativa de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

Escenario 5

Ho: No existe una parte significativa en los argumentos presentados en la comunicación interna en su indicador de información que incidan sobre el desempeño del personal en su indicador de esfuerzo y responsabilidad de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

H1: Una parte significativa de los argumentos presentados en la comunicación interna en su indicador de información que incidan sobre el desempeño del personal en su indicador de esfuerzo y responsabilidad de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

Escenario 6

Ho: No existe una parte significativa en los argumentos presentados en la comunicación interna en su indicador de información que incidan sobre el desempeño del personal en su indicador de esfuerzo y responsabilidad de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

H1: Una parte significativa de los argumentos presentados en la comunicación interna en su indicador de información que incidan sobre el desempeño del personal en su indicador de esfuerzo y responsabilidad de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

Escenario 7

Ho: No existe una parte significativa en los argumentos presentados en la comunicación interna en su indicador de información que incidan sobre el desempeño del personal en su indicador de habilidad para trabajar solo y en equipo de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

H1: Una parte significativa de los argumentos presentados en la comunicación interna en su indicador de información que incidan sobre el desempeño del personal en su

indicador de habilidad para trabajar solo y en equipo de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

Escenario 8

Ho: No existe una parte significativa en los argumentos presentados en la comunicación interna en su indicador de información que incidan sobre el desempeño del personal en su indicador de habilidad para trabajar solo y en equipo de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

H1: Una parte significativa de los argumentos presentados en la comunicación interna en su indicador de información que incidan sobre el desempeño del personal en su indicador de habilidad para trabajar solo y en equipo de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

Escenario 9

Ho: No existe una parte significativa en los argumentos presentados en la comunicación interna en su indicador de integridad que incidan sobre el desempeño del personal en su indicador de habilidad para trabajar solo y en equipo de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

H1: Una parte significativa de los argumentos presentados en la comunicación interna en su indicador de integridad que incidan sobre el desempeño del personal en su indicador de habilidad para trabajar solo y en equipo de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

Escenario 10

Ho: No existe una parte significativa en los argumentos presentados en la comunicación interna en su indicador de integridad que incidan sobre el desempeño del personal en su indicador de habilidad para trabajar solo y en equipo de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

H1: Una parte significativa de los argumentos presentados en la comunicación interna en su indicador de integridad que incidan sobre el desempeño del personal en su indicador de habilidad para trabajar solo y en equipo de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

Limitaciones

Las limitaciones que se tiene durante a elaboración del proyecto será el acceso físico a las empresas en forma personal, porque el desarrollo de esta investigación, se suscita en un periodo en el cual, el Ecuador se encuentra en emergencia sanitaria por el COVID-19, considerada una pandemia; por lo que las restricciones de movilidad y toque de queda en la ciudad de Guayaquil podrían impedir la entrada a la población sujeto de estudio

Delimitaciones

El presente estudio se realizará en base de las empresas de la ciudad de Guayaquil dedicadas a la actividad identificada con el CIU G4530: Venta de partes, piezas y accesorios para vehículos automotores, no incluye a las dedicadas a la venta de combustibles. En el período 2018, pues la información del 2019 no se encuentra actualizada en la página de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

Se utilizarán medios digitales para la obtención de la información debido a las restricciones de circulación derivadas de la emergencia sanitaria, tanto para la recolección de datos de fuentes primarias con la finalidad de establecer la percepción de los trabajadores en cuanto al impacto de la comunicación interna en el desempeño del personal.

Capítulo I. Marco teórico

En el marco teórico, se define el tratamiento de las variables expuestas, desde un enfoque de varios autores, que han comprobado su accionar en un escenario en particular, cabe recordar que tanto los términos de comunicación interna como de desempeño del personal, son aspectos internos propios de una organización y su presencia en los negocios, depende del manejo que cada administración realiza en su talento humano, sin que esta disponga o no de un departamento especializado en los trabajadores denominado recursos humanos.

Por ahora, en compatibilidad con el objetivo general planteado de analizar cómo incide la ausencia de programas de comunicación interna en el desempeño del personal en las empresas del grupo G453 que hace referencia a la venta de partes, piezas y accesorios para vehículos automotores, situadas en la ciudad de Guayaquil y la respuesta ante la propuesta del objetivo específico de desarrollar el marco teórico de las variables de estudio del nivel de comunicación interna en el desempeño del personal de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil, se presenta a continuación una estructura general de los puntos que se plantea en el presente capítulo:

Con relación a las teorías institucionales, muestra el tratamiento de las variables desde la perspectiva de expertos en el área, los cuales, a través de un estudio previo, realizan una relación con el ambiente organizacional, esto ayuda a identificar cómo influyen en el accionar del trabajador tanto los canales de comunicación que se presenten en la organización, como el efecto en el desempeño del personal hacia el cumplimiento de objetivos planeados por la gerencia de cada unidad de negocios.

En el marco conceptual, describe de manera más detallada, una explicación de las variables presentadas en el proyecto, dicha explicación ayuda al lector a relacionar cada indicador con un posible resultado que arroje los datos, una vez que se ejecute la herramienta de recolección de datos; al final de esta lectura, el lector tendrá la habilidad de establecer la relevancia de los mismos, en tratar de entender los problemas que tienen las organizaciones, cuando no disponen de una efectiva comunicación y que a

su vez concentran sus recursos de eficacia de resultados en otros planes, como por ejemplo despidos en el personal o programas de capacitación cuando los trabajadores no responden a los resultados esperados por la dirección.

En el marco referencial, presenta un tratamiento de datos, con estudios similares al problema presentado, a fin que sirva como guía, para modelar la herramienta de recolección de datos e identificar escenarios que en la actualidad los directivos de las organizaciones no pueden cualificar, ejemplo de ello, el planteamiento expuesto en la problemática, en cual consiste en el grado de incertidumbre que tienen los trabajadores frente a la estabilidad laboral, que influye en el desempeño del personal, si estos no son notificados a tiempo, todo esto, en asegurar que su participación en la empresa en el mediano plazo a pesar que exista una emergencia de la pandemia por el COVID 19.

Bases teóricas

En cuestión de las bases teóricas, se agrupa una explicación general, de las variables que componen la hipótesis planteada, esto permite apoyar su manejo de datos, a través de herramientas válidas que desarrollen una conclusión, que contenga el significado teórico y el escenario del mercado laboral ecuatoriano bajo la actividad de las empresas del grupo G453 que hace referencia a la venta de partes, piezas y accesorios para vehículos automotores, situadas en la ciudad de Guayaquil

La comunicación interna

Con referencia a Máynez indica que la comunicación interna se conceptualiza en:

Un proceso que se da dentro de la organización con las áreas funcionales, directivos y empleados, para crear, mantener y fortalecer la buena relación entre sus miembros, con la finalidad de que estos se mantengan informados y motivados, para lograr los objetivos organizacionales (2017).

En otras palabras, es el proceso que dirige al cliente interno, descrito como los trabajadores o miembros de una organización, frente a una respuesta descrita por la dirección, ante la necesidad de la entidad de dar motivación a su equipo para retener a los mejores colaboradores dentro de un entorno laboral adecuado (Muñiz, 2017).

Las pequeñas y medianas empresas son las que más presentan dificultades para desarrollar mecanismos de comunicación entre el personal y las jefaturas, provocando un clima laboral insatisfactorio que desencadena resultados de ineficiencia y por lo tanto eleva los costos de rotación (Drucker, 1999). Por este motivo se puede señalar que la comunicación interna es un elemento fundamental y estratégica de las organizaciones porque les brinda un sentido de pertenencia, obteniendo resultados positivos al difundir de manera correcta la misión, filosofía, valores, estrategias, etc., porque de ellos se derivan los mensajes empresariales (Chiang, Martín, & Núñez, 2010).

Se puede definir a la comunicación interna, como el proceso de poder informar a cierto grupo, sobre alguna actividad o escenario que se puede producir y que posiblemente altere los intereses o metas de los mismos, también es una forma de persuadir o lograr una respuesta, ante los aspectos técnicos de un proceso en particular de una organización (Scolari, 2008). La comunicación además es una actividad que puede lograr la productividad en una organización, porque trata de coordinar los esfuerzos de todos los integrantes de un área en particular, siendo sus efectos los resultados positivos en la misma (Dottori, 2010).

Este proceso va desde la transmisión del mensaje hasta su recepción y retroalimentación, es la actividad que permite difundir una idea de una persona a otra con códigos específicos, lenguaje particular y otros aspectos inclusive (Bigne, Front, y Andreu, 2000). De acuerdo con Shannon y Weaver (1949) la comunicación se compone de las siguientes actividades:

- El emisor, es el sitio donde nace la información.
- El receptor, es aquel público al cual se dirige el mensaje.
- Información: son los datos que componen el mensaje a transmitir.
- Mensaje: se compone de los criterios que se transmite entre el emisor y el receptor.
- Canales: son aquellos medios que trasladan la información desde el emisor y el receptor.

Para las características que aportan con la construcción del mensaje al momento de transmitirlo entre el emisor y el receptor, se tienen los siguientes:

- Característica de relevancia, porque se transfiere la importancia al receptor del mensaje.
- Característica de la exhaustividad, porque se basa en definir si existe información completa del mismo.
- Característica de la facilidad, es decir garantizar que el mensaje que se transmita sea entendible por parte del receptor.
- Característica del interés, porque los datos que se transfieren deben ser relevantes para los intereses del receptor (Baena & Moreno, 2011).

Según Muñiz, los tipos de comunicación interna se refieren a:

- Criterio horizontal porque se da entre los colaboradores y jefes, en función al nivel jerárquico.
- Criterio ascendente porque se da la interacción, entre los del nivel inferior con el nivel medio o superior.
- Criterio descendente porque existe criterios de relevancia entre lo opuesto al nivel ascendente (2017).

Para el autor Muñiz (2017) señaló que la comunicación interna tiene los siguientes beneficios:

- a) Impacta directamente en las actividades y resultados de los trabajadores.
- b) Brinda un mejor clima organizacional.
- c) Optimiza los procesos de la entidad.
- d) Difunde la identidad organizacional y las políticas internas.
- e) Motiva y compromete al personal.
- f) Incrementa los niveles de satisfacción laboral.
- g) Genera comunicación clara entre departamentos.

Según los criterios de Máynez (2017) se pueden construir herramientas de comunicación interna de acuerdo a las necesidades de las empresas, previo un análisis de las condiciones del personal y la organización, para ello se deben responder las siguientes interrogantes:

- ¿Existe una política interna de marketing para el personal?
- ¿Qué efectos genera el “rumor” en los colaboradores? ¿Cuál es el valor que se le da en la organización?
- ¿Se ha desarrollado en la empresa una cultura corporativa?
- ¿La empresa promociona de manera interna su marca?
- ¿Los colaboradores están informados sobre los objetivos de la empresa?
- ¿Se informa al personal la rotación de colaboradores (ingresos, salidas, cambios)?
- ¿El personal es informado sobre los resultados de la empresa?
- ¿Existe una planificación para el desarrollo profesional del personal?
- ¿Existen manuales de procesos y procedimientos?

Cuando se hayan podido responder estas preguntas, es posible contar con las bases para desarrollar un sistema de comunicación apegado a las estrategias de la organización. Generalmente, los resultados de estas preguntas permiten elaborar recursos internos como la intranet, manuales de procesos, diarios de bienvenida, revistas sobre la organización, redes sociales, entre otras (Muñiz, 2017).

Para Lozano (2015) la existencia de un feedback o retroalimentación es imprescindible, sobre todo entre los mandos medios y sus subordinados; de la misma forma entre la alta dirección y las jefaturas, por lo que la comunicación interna debe darse con el uso de:

- *Welcome pack* o también llamados manuales corporativos, que brindan operatividad y eficacia a los colaboradores poniéndolos al día desde el inicio de la contratación.
- Las convenciones o reuniones, siendo los más beneficiados el personal del área de comercialización, pues genera resultados en las ventas de la empresa.
- *Daily news* o revistas institucionales, que son herramientas de información para dar a conocer los acontecimientos más importantes generados al interior de la organización.
- Intranet, grupos de WhatsApp, redes sociales internas, que se apegan al uso de las nuevas tecnologías de la información dando inmediatez e interactividad al personal.

De acuerdo a los autores Molina (2014) y Fernández (2001), señalaron que los factores críticos dentro de la comunicación interna que hacen efectivo este proceso de las organizaciones son las 4I's: (a) información; (b) integridad; (c) imagen y (d) identidad, las cuales forman un ciclo importante que evidenciará sus resultados en el desempeño del personal.

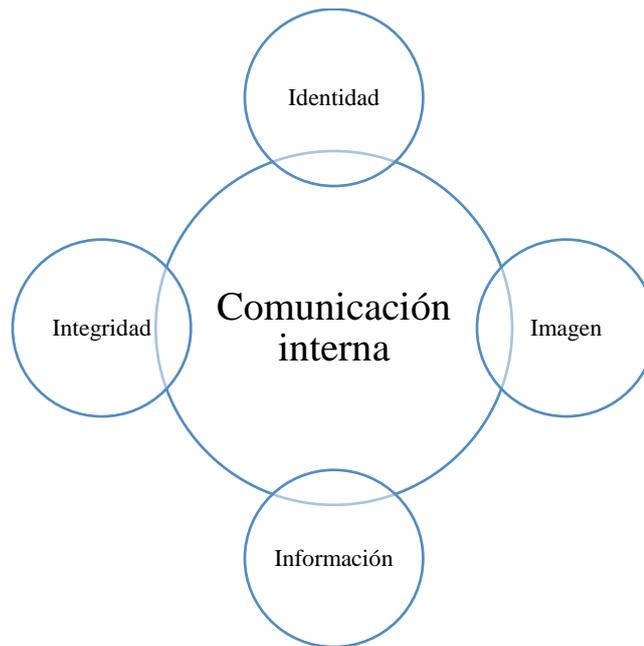


Figura 2.

Factores de la comunicación interna. Adaptado de Molina (2014) y Fernández (2001).

A continuación, se presenta el sustento de diversos autores que mencionan la interrelación de la comunicación interna con estos factores:

Identidad. - “La identidad, el ADN de la empresa, es finalmente la razón por la cual una marca u organización será preferida por encima de otras, y sin duda el activo intangible que muchas empresas deben empezar a mirar” (Costa, 2011, P. 5 - 9). De acuerdo con Van Riel y Balmer (1997, P. 37) citado por Ancín y Espinosa (2017) la identidad como parte de la comunicación es la auto presentación de la empresa, basado en el comportamiento individual de sus miembros. También señalaron que es la forma en la cual se logra expresar las características de la entidad, su distinción, especificidad, estabilidad y coherencia, factores que hacen posible su identificación.

Los autores Brandolini, Gonzalez y Natalia (2009) señalaron que es a través de la cultura organizacional y la comunicación interna que se pone en evidencia la forma en la que se hacen, interpretan y afrontan las actividades en la organización. Por otro lado, Currás (2010) estableció que estas características se manifiestan por medio del comportamiento de los trabajadores. En conclusión, se puede señalar que la identidad es la personalidad de la empresa, lo que es y lo que pretende ser (Ancín y Espinosa, 2017).

Con la fijación de valores, misión, visión, objetivos corporativos. Esto le otorga un sentido de pertenencia a los colaboradores, pues solidifica la identidad corporativa con la comprensión del por qué es importante su trabajo dentro de la organización (Molina, 2014). Como consecuencia de la generación de identidad, se produce la imagen de la empresa.

Imagen. - Es el segundo factor de la comunicación interna. Se refiere a la percepción de la entidad, derivada de la información, la impresión, las expectativas, creencias y sentimientos que pueden percibir sobre ella las audiencias internas o externas (Pérez y Rodríguez, 2014, P. 122). De esta manera, la organización busca influir en su imagen con la transmisión de una identidad atractiva, haciendo que sus grupos de interés mejoren la percepción que tienen de ella.

En relación con el personal, es la forma que tienen los empleados de hacer representaciones mentales del sitio en donde laboran. Incide directamente en la percepción de las condiciones de la empresa, refleja lo que ofrece al mercado en cuanto a sus productos o servicios, calidad y otros aspectos (Molina, 2014).

Información.- De acuerdo con Beger (2008) citado por Miquel y Aced (2018) para que la comunicación interna sea efectiva debe contener información de calidad, difundida a través de canales adecuados que ayuden al personal a mantener relaciones laborales que permitan generar significados, construir su cultura y valores organizacionales; así como a trabajar coordinadamente para lograr sus objetivos.

Este factor juega un papel importante en el *engagement* del personal con la organización (Sievert y Scholz, 2017). Se deben aprovechar las innovaciones

tecnológicas, ya que más allá de ser simplemente la fuente de comunicación, crea un sentido de comunidad al interior de las empresas manteniendo la idea de que los empleados son quienes deben defender la marca frente a los externos (clientes, accionistas) (Ingelmo, Navarro y Sanz, 2018). Si la alta dirección desea generar buenas relaciones, es necesario que los mensajes sean comprendidos, ya que este es un propósito de la comunicación interna.

En otras palabras, la información se refiere a lo que sucede dentro de la organización, cómo ocurre y las acciones que se ejecutarán como consecuencia de ello. Los equipos de trabajo requieren estar suficientemente informados sobre los temas relevantes del negocio, de manera oportuna, rápida, asegurando que los mensajes recibidos sean los que necesitan conocer (Molina, 2014).

Integridad. - Para el autor Lozano (2015) señala que la comunicación interna debe mantener los principios de la ética, pues los mensajes deben ser íntegros tanto por la fuente de la que proviene, como en su contenido. Debido a que el proceso comunicativo es una interacción de personas; la información y los medios deben ser utilizados en función de la integridad de la persona. Esto implica que cada colaborador de acuerdo a sus funciones, responsabilidades y tareas, conozcan las políticas, procesos y procedimientos para ejecutar adecuadamente su trabajo, acorde con la retribución económica percibida (Molina, 2014).

No es sencillo construir la integridad empresarial, ya que se requiere de inversión en programas de comunicación, capacitación, etc.; sin embargo, a largo plazo los beneficios para la reputación de la organización se reflejarán al cien por cien o más (Pérez, 2002). Según Caldevilla la integridad personal de los colaboradores involucra un comportamiento basado en las normas morales, buena reputación, así como del apego a las reglas y códigos establecidos por la entidad (2010).

Según los autores Costa y Morales (2005) argumentaron que la comunicación es un proceso que forma parte de la cotidianidad del ser humano, más aún cuando viven en sociedad, siendo su objetivo la agrupación de individuos para obtener un beneficio; en el ámbito empresarial, las formas de comunicarse deben evolucionar de acuerdo a las

necesidades del mercado, con la finalidad de que el mensaje sea claro y llegue al público objetivo, todo en favor de promover la productividad y el cumplimiento de los objetivos que plantea la dirección.

Enfoque social	Enfoque empresarial
<ul style="list-style-type: none"> • Beneficio común en • Agrupación en sociedades 	<ul style="list-style-type: none"> • Promover la productividad • Cumplir los objetivos de la dirección

Figura 3.

Enfoques de la comunicación interna en aspectos sociales y empresariales

Tomado de: Los profesores tienen la palabra, Costa y Morales (2005).

Con la exposición de los enfoques de la comunicación interna, se tiene que estas se caracterizan en función a su objetivo por quienes la ejecutan, partiendo de un enfoque social, que busca que los individuos se agrupen y que se basen en un beneficio en común y el enfoque empresarial, que busca promover la productividad, para cumplir los objetivos de la dirección, todo ello enmarcado por un eficiente desempeño de los trabajadores en la organización.

Según Fernández (2003) la comunicación interna como herramienta de gestión en el control de los procesos de la organización, es fundamental, principalmente para que el personal mejore su desempeño, debido a que una comunicación clara permite agilizar procesos y que los miembros del equipo trabajen en sinergia, es decir, todos enfocados a un solo escenario.

Cabe argumentar, de acuerdo a Werther (2012), que las organizaciones han existido desde la época de la prehistoria, siendo la base para el desarrollo de la humanidad y el concepto de evolución de las sociedades; sin embargo, se esperó hasta el siglo XX, para disponer de literatura teórica que traten formalmente estos conceptos, por la necesidad de incorporarlos a las organizaciones, sobre una solución de problemas

hacia el requerimiento de sistemas de comunicación que provean resultados óptimos, mediante el manejo eficiente de los recursos. Consecuentemente se analizan teorías que aportan con sobre la participación de la comunicación, en el desarrollo efectivo de actividades que tengan como resultado desempeños óptimos en la participación del talento humano, que labora en la empresa:

Teoría Motivación – Higiene. Con referencia al autor Herzberg (1968) indica que la teoría de la motivación- higiene, expone conceptos que relacionan la importancia de la gestión de los procesos hacia el control del talento humano, indicando que la comunicación interna, es una herramienta adicional que se utiliza para discernir los factores negativos que puedan afectar el eficiente trabajo de los empleados, es decir ejerce una relación directa porque se detallan componentes para influenciar un resultado positivo en el accionar del empleado, a fin que el mismo cumpla las metas planeadas de la compañía, porque ante un cambio de labores, principalmente cuando existe inestabilidad laboral a nivel general, el trabajador puede argumentar que su plaza de labores está en peligro, interrumpiendo sin ninguna razón su labor y condicionar su desempeño final, al momento de constatarlo en su evaluación de desempeño.

Según este autor, manifestó la relación de higiene, debido a la presencia de escenarios, que son creados por los factores externos del mercado, que ocasionaban que los empleados tengan una evaluación negativa y que a su vez no eran controlados por los administradores, incluso no podían ser detectados, porque no se disponía de las herramientas adecuadas para realizarlo. Un ejemplo de los factores que componen la higiene, se la forma de aplicar el liderazgo por parte del jefe o gerente de turno, el compañerismo existente entre las personas, las políticas que condicionan o regulan el trabajo que se realiza, el nivel de salario que se cancela a los colaboradores, las exigencias de labores y los beneficios a futuro que ofrece la empresa por superar las expectativas en el puesto de trabajo (Manso, 2002).

En cuanto al segundo elemento de factores, descritos como motivación, se los agrupa por ser las causas de un desempeño laboral eficiente, es decir garantizar que los empleados cumplan las metas establecidas por la administración, todo esto basado

por una compensación externa al pago de la remuneración fija, un ejemplo de ello está el plan de desarrollo laboral en la empresa, oportunidades de crecimiento, concursos de selección interna y compensaciones por mejora de procesos en la empresa.

Teoría de Alderfer. De acuerdo a los argumentos de Naranjo (2009), descrita por la teoría base de Alderfer, considera relevante agregar dos tipos de necesidades del por qué los empleados se comprometen con la compañía, dónde las empresas deben de establecer una investigación, si tienen la finalidad de aplicar programas efectivos que no requieran costos relacionados al aumento de la remuneración, estos se los describen a continuación:

Las necesidades descritas como existencia, son determinadas como aquellas actividades que aseguran al empleado su subsistencia y garantía de la calidad de vida para su familia, esto quiere decir alimentación, salud, educación, vivienda, sin depender de la ayuda estatal.

En cuanto a la necesidad de diálogo o interpersonal, es la oportunidad de socializar en el grupo de trabajo, siendo posible que se escuche sus recomendaciones y diálogos en mesas de discusión.

Finalmente, las necesidades de crecimiento o plan de carrera, se observa el lugar a futuro que ocuparía el empleado, por desempeñar un buen trabajo, ya sea esto un nuevo cargo, o la oportunidad de especializarse en un área.

Por ahora, se infiere que los trabajadores del sector en análisis, tienen un conflicto sobre su importancia como elemento clave para generar ingresos, porque en la actualidad la pandemia, ha limitado la participación de las empresas en generar dinero, siendo la competitividad y preparación en la calidad del producto, conceptos secundarios, dónde el esfuerzo se enfoca en la creación de formas de abastecimiento claves, para seguir operando, siendo a su vez aquellas labores de presencia física las menos favorecidas, principalmente en áreas administrativas.

Por otro lado, la prioridad de mantener un trabajo, va de la mano con la influencia de noticias externas, como la flexibilidad laboral, que en conjunto, se ha formado un

criterio general en el Ecuador, el cual consiste, que las empresas están en periodo de austeridad con la imposibilidad de retener su gasto corriente, pero que no necesariamente sea la situación de todas las unidades de negocios, llevando al trabajador erróneamente a disminuir su capacidad de labores, dando hincapié a ser despedido por su bajo nivel de productividad, que por causas netamente referidas por la pandemia de COVID 19.

Teoría de McClelland. Según el autor McClelland (1989), argumenta una teoría que prioriza los intereses de los empleados, a fin que la conceptualización con sus empleadores quede en un acuerdo, es decir, tanto el objetivo de la remuneración, como la ayuda que aporta la labor del trabajador en la empresa, se cuantifique, siendo beneficioso para ambos, resultando una negociación ganar-ganar, un ejemplo de conseguir un acuerdo entre las partes, se trata que las condiciones de trabajo se basen en tres fuentes que son afiliación, logro y poder, que tengan en el área de trabajo, sin que ello influya de manera negativa en el trato con sus compañeros de trabajo (Aray & Pedreros, 2013).

Estos conceptos son complementados, por los autores Marulanda, Montoya y Vélez (2013), los cuales proponen que para lograr una eficiente productividad, es decir que los empleados trabajen las horas establecidas, sin que ello genere extensiones en la jornada laboral, deben contar con un escenario propicio para alcanzar los objetivos, y en caso que exista una sobrecarga laboral que beneficia a los directivos, inmediatamente el departamento de talento humano, debe proponer nuevos empleados o plazas de trabajo en la organización.

Teoría del Refuerzo de Skinner. La teoría de Skinner, cuyo tratamiento de bases teóricas, se actualiza con las investigaciones de Rodas (2009), describe que: los factores que condicionan o influyen en el ser humano, es una reacción directa, entre aquellos factores que han provocado un trato positivo o negativo, cuando el empleado ha estado desempeñando su labor encomendada, colocando dos resultados posibles: si el trabajador ha recibido reciprocidad con su esfuerzo, es evidente que el mismo se encarga de cumplir sus objetivos, caso contrario, trabajará con el mínimo esfuerzo,

justificando su accionar, con aquellos puntos donde la empresa no abastece con las herramientas necesarias para llegar a las metas.

Los trabajadores cuando entran a una organización, o están algún tiempo en ella, tienden a olvidar su direccionamiento de los objetivos, por ello, necesita una comunicación constante y sentido de pertenencia hacia la empresa, de manera que su accionar se vaya puliendo, en favor al cumplimiento de objetivos, siendo el desempeño, una variable que solo muestra el esfuerzo de una excelente decisión.

Con referencia a los conceptos publicados por Robbins y Judge (2009), el empleo de la teoría de Skinner, es una herramienta para facilitar el trabajo de los gerentes, porque tienen la habilidad de establecer estrategias que conduzcan el comportamiento del empleado hacia un esfuerzo positivo y retención a la organización, aislando los factores que posiblemente no han sido del todo positivos y que son un riesgo para las empresas, sobretodo si ponen en riesgo su normal desempeño, provocando una baja moral, inconformidad con su remuneración, ausentismo en la jornada laboral y altos índices de incidencia en la rotación de las plazas de trabajo.

Teoría de las Expectativas de Vroom. Según el argumento de Naranjo (2009), en respuesta al comportamiento teórico sobre el talento humano de Vroom, indica que la comunicación sirve para crear escenarios a futuro, que signifiquen resultados positivos para la empresa y el empleado, donde ambos obtienen beneficios y existe una dependencia entre ellos, sin embargo, se deben combinar las siguientes variables como:

- Cuantificar el valor de la persona, en función al costo de oportunidad de desarrollar una tarea, previamente planificada en el esquema organizacional.
- Por parte de la empresa, cuantificar el resultado de elaborar eficientemente las actividades descritas al empleado.
- Por parte del empleado, participar en las actividades de la empresa, con los criterios válidos para modificar un proceso o manifestar procesos que interrumpen su trabajo.

Es tarea de cada departamento de talento humano, identificar el compromiso y el esfuerzo que pone el empleado hacia beneficio de la empresa, porque dependiendo de su labor eficiente, se genera los recursos económicos para cubrir el valor de nómina que se establece en el contrato de trabajo.

Teoría Clásica. Para definir la teoría clásica, se tiene los criterios descritos por los autores Taylor (1911) Fayol (1929) y Weber (1903), los cuales aseveraron que en el tema de las empresas, es importante que exista de por medio una estructura jerárquica, a fin que garantice el desempeño operativos, porque trata de fijar reglamentos que aseguren las metas de la compañía y evite conflictos entre colaboradores.

Teoría Humanista. La teoría humanista, también renombrada como un movimiento sobre la gestión del talento humano, nace a partir de los años 30, producto de las diferentes corrientes teóricas de Rensis Likert (1932), a través de la teoría denominada jerarquía funcional de la organización, de Maslow (1952) con la teoría de las necesidades y lo referido por McGregor (1960) junto con Argyris (1991) quienes complementaban, que el talento humano debe establecer formas de administración a partir la compatibilidad entre los intereses de los empleados y de los directores de empresas.

Teoría de los Sistemas. Con referencia al autor Cazau (2012), indica que esta teoría se refiere a la necesidad de establecer canales de comunicación que permitan fomentar relaciones interpersonales, entre el trabajador y el jefe directo, porque permite indicar aquellos aspectos externos que condicionan la labor, incluso interferir en cumplir las expectativas del puesto de trabajo.

Teoría Contingente. Es necesario que el departamento de talento humano, disponga de programas de acción, enfocados a la estructura de trabajo de la empresa, porque de esta manera se puede optimizar las actividades del equipo de trabajo, controlar su compromiso hacia la entidad y derivar en planes de acción a fin que estas otorguen resultados positivos, como puede ser la competitividad entre cada grupo de trabajo (Fernández y Galguera, 2007).

Estas teorías mostraron a través de estudios realizados por expertos en el tratamiento del talento humano, que independientemente de la existencia de diversos climas laborales, es relevante que se desarrollen herramientas de comunicación interna, a fin de obtener resultados positivos hacia el desempeño de los trabajadores, porque a través de su aportación de trabajo, benefician a la compañía en su captura de beneficios económicos, dinero que servirá para la compensación del pago de remuneraciones y posibles planes de recompensa, cuando el talento humano supera las expectativas, porque se sobreentiende que su accionar en la organización maximiza la oportunidad de obtener beneficios.

Desempeño del personal

Para los autores Spencer y Spencer, citado por Alles (2019) argumentaron que existe una relación entre el desempeño del personal y la percepción del empleado hacia la organización; debido a que es considerado como un medio de prueba y constancia, sobre su grado de compromiso y eficiencia para el desarrollo de actividades. Sin embargo, estos autores también destacan, la importancia de ejecutar evaluaciones de manera constante, debido a que las organizaciones deben enfocarse en el desarrollo de competencias del personal hacia las metas y objetivos planteados, pero esto solo puede lograr cuando el empleado conozca las responsabilidades asignadas a su puesto de trabajo, es decir la presencia de un canal de comunicación interna.

De acuerdo con Montero (1998) la evaluación del desempeño consta de dos partes: factores de evaluación y plan de trabajo; en cuanto a los factores de evaluación se componen de dos aspectos, los críticos y los no críticos según las funciones que desarrolla el personal. Un correcto sistema de evaluación debe incluir una entrevista entre el evaluador y el evaluado con la finalidad de establecer los parámetros de evaluación y una reunión posterior para hacer ajustes al plan de trabajo y discutir el rendimiento del mismo.

Según Montero (1998) se debe seguir el siguiente esquema dentro de un sistema de evaluación:

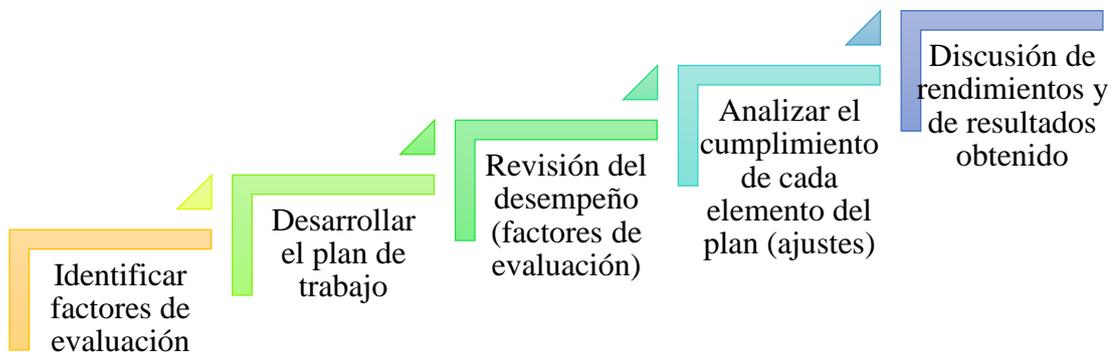


Figura 4.

Sistema de evaluación del desempeño.

Adaptado de *Sistema de Evaluación del Desempeño del Personal Gerencial, Técnico y de Apoyo técnico y Administrativo* (Montero, 1998).

Los factores de evaluación, pueden tener hasta seis componentes que son: cooperación técnica o administrativa, representación, desarrollo y administración de recursos humanos, manejo de recursos financieros y físicos, cumplimiento de controles internos y comunicaciones (Montero, 1998).

Para Alles (2019) señaló que la evaluación del desempeño 360° consiste en que un grupo de personas valore a otra a través de distintos ítems o factores, que son comportamientos observables de las personas dentro del día a día en su trabajo. Los colaboradores pueden ser evaluados, por ellos mismos, los clientes internos, sus subordinados o jefes directos, proveedores y otras personas, deben seleccionarse para ello dos o tres personas y no todos en cada nivel.



Figura 5.

Componentes de la evaluación 360°.

Tomado de *Desempeño por competencias (3ra edición): Estrategia, evaluación de personas: desarrollo 360°* (Alles, 2019, pág. 323)

Se tomará como referencia a Maynez (Mayo, 2017) quien señaló que los elementos que componen el desempeño laboral son:

- a) Los conocimientos relacionados a su experiencia y aprendizaje.
- b) Las habilidades que forman parte del desarrollo laboral del individuo.
- c) Las capacidades que evidencia la manera de gestionar las actividades productivas, así como las soluciones frente a las problemáticas.
- d) La motivación que comprende el conjunto de factores internos que son influenciados por los externos y que condicionan el comportamiento.
- e) Las características individuales que lo componen los patrones de comportamiento de cada persona de acuerdo a la reacción derivada de las acciones.

Mientras que los principales factores que influyen directamente en el desempeño laboral son: capacitación, satisfacción, trabajo en equipo y autoestima.

La presente investigación se basará en la medición del desempeño laboral por las conductas, que se refieren a un marco temporal que no pretende juzgar a la persona, sino más bien al empleado dentro de la organización, evaluando los comportamientos relacionados al puesto de trabajo y sus competencias (Jiménez P. , 2016, pág. 251). En este sentido se analizan las conductas de búsqueda de información, orientaciones al logro, iniciativa, flexibilidad, pensamiento conceptual, trabajo en equipo y cooperación, así como conocimiento organizativo.

Teorías X y Y de Robbins y Judge. Según los autores Robbins y Judge (2009), los cuales centraron su investigación de dos teorías creadas por McGregor, donde concluyen que los canales de comunicación son efectivos, dependiendo del tipo de empleados que se presenten en la organización y el grado de confianza que se perciba por los directores de las compañías, ello genera una perspectiva hacia un desempeño del personal, una vez que se pongan en marcha herramientas de evaluación de desempeño, categorizando el accionar del trabajador en dos criterios teoría x, teoría y.

Para el concepto de la teoría Y, se manifiesta que, son el tipo de personas que se sienten motivados hacia su trabajo, mostrando un concepto de responsabilidad y que su resultado en la gestión de labores no requieren de supervisión constante, es decir, representan menos costos para la empresa y garantizan excelentes beneficios y rentabilidad, incluso pueden ser tomadas como referencias para aquellos grupos de empleados que muestren un desempeño negativo en la organización.

Con respecto a los trabajadores con perspectiva X, se indica que son lo contrario al comportamiento de las personas Y, es decir, son empleados que no les gusta desarrollar sus labores, por ende, la dirección debe de obligarlos, controlarlos y amenazarlos para que realicen sus tareas; incluso con la finalidad de evitar sus laborales, pondrán excusas que necesitan capacitación, exhibiendo pocas ambiciones de sobresalir, conformándose con el pago de su remuneración.

Con la exposición de estos dos criterios, se resalta la importancia de definir herramientas de comunicación, de acuerdo al grado de compromiso del trabajador, porque un empleado que se encuentra enfocado hacia el aporte de una labor que

cumpla las expectativas de la compañía, no requiere de una comunicación constante, porque se asegura que su resultado es positivo, sin embargo, para aquellas situaciones donde la organización del talento humano, se encuentra en riesgo del compromiso con la dirección, la herramienta de comunicación interna, es eficaz, para redireccionar el recurso humano hacia los objetivos de la administración.

Teoría Z de Ouchi. De acuerdo al autor Ouchi (1984), enfoca un tercer elemento de recurso humano a la organización, denominado bajo el criterio de la Teoría Z, el cual consiste en un grado de confianza que va relacionada con la productividad, es decir que el director de la organización, a través de canales de comunicación interna, provee de información relevante para crear un estado de confianza en el trabajador, sobre sus actividades productivas, posteriormente la intensidad del trabajo se ve reflejada en las evaluaciones de desempeño, donde el accionar del empleado sirvió para obtener beneficios positivos a la empresa.

El autor Ouchi (1984) afirma que es relevante establecer relaciones interpersonales de comunicación entre trabajadores, porque la confianza que se establece en el modelo de trabajo, debe ser alimentado con manifestaciones de cada parte, más aún si los factores externos influyen sobre el resultados, a fin que se notifique antes que los malos resultados, sean tomados como referencia a un concepto erróneo de desempeño por parte del empleado, argumentando que estos resultados se deben por factores que no pueden ser controlados por el propio trabajador.

Dentro del criterio de la teoría Z, la propuesta de canales de comunicación, aseguran un grado de confianza del trabajador en sus relaciones laborales diarias, porque permite conocer la perspectiva que los directivos tienen sobre el trabajo que desempeña, siendo permanente su participación en la compañía, porque les aseguran obtener ingresos para la empresa.

Teoría de Jerarquía de las Necesidades de Maslow. Para los autores Aray y Pedreros (2013) “explican en sus investigaciones, que se ha detectado que existe una relación directa entre las necesidades de los empleados, con sus esfuerzos para realizar una actividad, como es el caso de las descritas por Maslow (1948), que ayudan a

identificar en qué escala se encuentran los trabajadores a fin que puedan ser satisfechas y con ello la oportunidad de los directores de las compañías, para obtener grupos de trabajo eficientes, entre los peldaños de necesidades, se describen los siguientes:

- Necesidades Fisiológicas: son actividades de vivencia diaria de las personas, que se ejecutan, por el requerimiento de función en su organismo y que, sin ellos no podría existir un desempeño de trabajo óptimo.
- Necesidades de Seguridad: se refiere al estado de confianza en disponer de un trabajo, que les asegure una remuneración estable, cuyo recurso económico logre mantener la salud de su familia y mantenga en armonía el desarrollo o la calidad de vida.
- Necesidades Sociales: se refiere a la oportunidad del empleado de ser aceptado y admirado en la organización, recibiendo afecto y gratificación por el trabajo realizado.
- Necesidades de Estima: se refiere aquellos conceptos donde se crean en el empleado resultados de automotivación, excelente imagen frente a la sociedad y el respeto de sus allegados.
- Necesidades de Autorrealización: logra cumplir las metas de vida y considera que el trabajo es un medio para lograrlo.

Según los apuntes de Naranjo (2009), asegura que Maslow ratificó que existen dos necesidades adiciones que logran generar en el individuo un concepto de motivación al cumplimiento de sus actividades, estas son:

- Necesidad de conocimiento: considera las oportunidades que tiene la persona para especializarse en un área, posteriormente actúan como herramientas para lograr la autorrealización.
- Necesidad de cobertura estética: se refiere al concepto de estética y simetría del aspecto físico, que considera la persona necesaria para sentirse aceptado por el medio.

Teoría de la Equidad de Adams. Para el autor Adams (1963), en base a su tratamiento de equidad de beneficios y que fue referenciado por los autores Pimentel,

Mendoza y García (2015), indican que toda plaza de trabajo, debe tener una remuneración justa en función a la tarea realizada y al grado de responsabilidad y compromiso de ejecutarla; si éste escenario no se cumple, difícilmente los trabajadores sentirán que deben dar lo mejor de sí hacia la organización que los contrata.

Para comprender esta teoría, Adams recomienda identificar primero las aportaciones que el empleado puede hacer a la organización, segundo qué pasaría sino se llevan a cabo, tercero, conseguir un puesto similar o referentes y finalmente la inequidad, que sucede si los candidatos aceptan a pesar que no exista una compatibilidad entre el beneficio económico. Según el concepto de Naranjo (2009), asevera que, esta teoría ofrece mostrar los factores decisivos para lograr entender el punto de vista del trabajador hacia la empresa, porque agrega su esfuerzo si considera que su beneficio corresponde al nivel de responsabilidad que ellos requieren.

Sector empresarial venta de partes, piezas y accesorios para vehículos automotores

El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2020), en su reporte económico sobre el desarrollo de las empresas dentro de la categoría de venta de partes, piezas y accesorios para vehículos automotores en la ciudad de Guayaquil entre los años 2009 al 2018, presentó un informe sobre el número de empresas que actualmente laboran en este sector, cuyos resultados tuvieron las siguientes estadísticas..

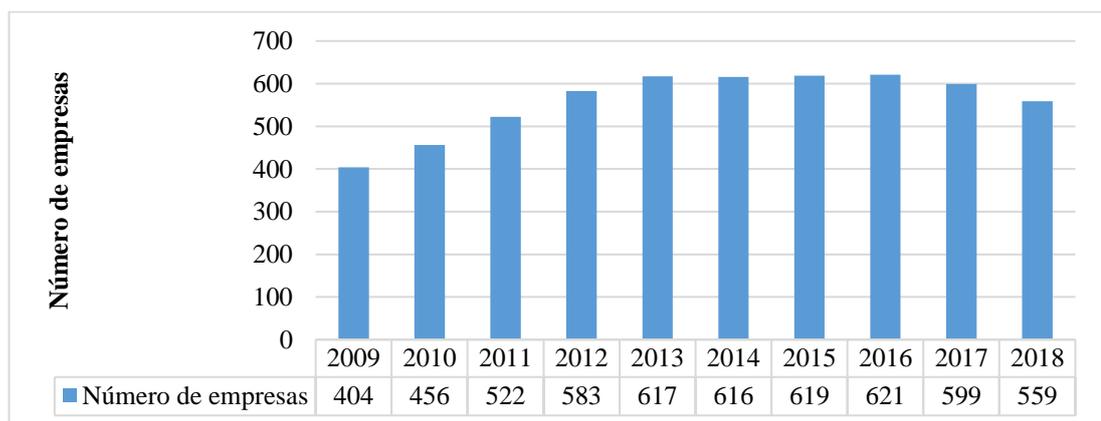


Figura 6. *Número de empresas del sector G453 entre los años 2009 – 2018*
Tomado de: Laboratorio empresarial, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2020).

Como se observa en la figura 6, en cuanto al número de empresas del sector G453, se tiene que durante los años 2009 al 2013, fue un periodo de crecimiento, dónde los emprendedores observaron este sector, como un ambiente de oportunidades, sin embargo para los años 2014 al 2016, estos se mantuvieron estables, es decir, no se registraron salidas de empresas, pero para los año 2017 al 2018, es notorio que la crisis económica en el Ecuador, impactó a esta clases de negocios, pasando de 621 empresa en 2016 a 559 compañías en 2018.

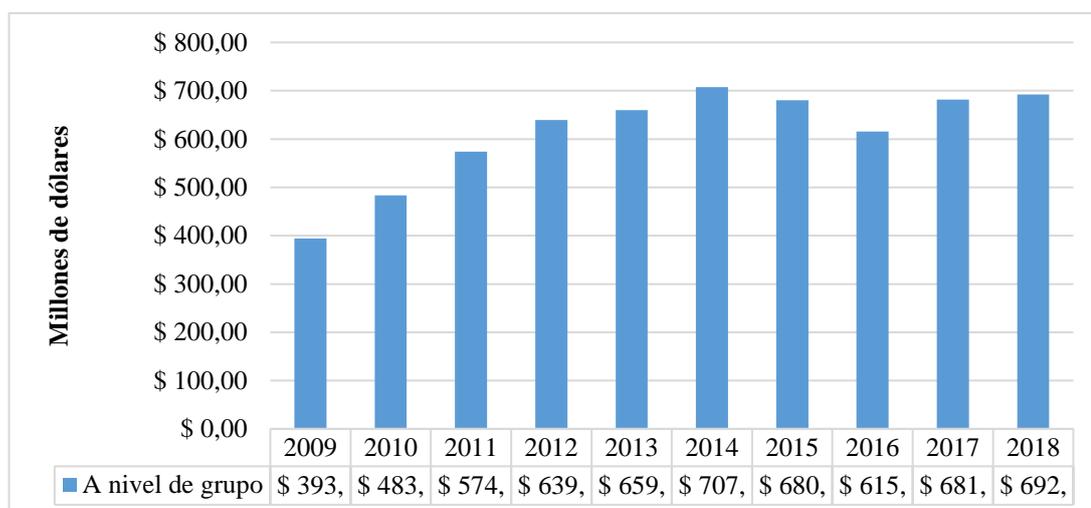


Figura 7.

Ventas en millones de dólares del sector G453 entre los años 2009 – 2018.

Tomado de: Laboratorio empresarial, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2020)

Para la figura 7, sobre la referencia de las ventas en millones de dólares, los negocios incrementaron sus ingresos desde el año 2009 al 2014, reduciendo sus valores económicos en 2015 y 2016, para una recuperación en el 2017 al 2018. Cabe destacar que las medidas económicas en contra de la importación fueron a partir del 2012, pero según la gráfica, solo fue hasta el 2015 y 2016, donde estas influencias fueron más notorias, quedando el 2017 y 2018 como periodos de recuperación, porque en estos escenarios, las resoluciones ya habían sido derogadas.

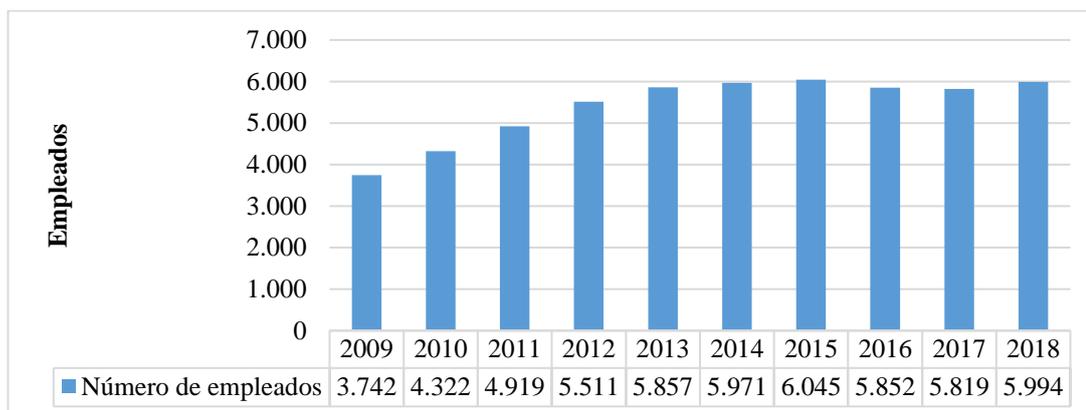


Figura 8.

Número de empleados afiliados G453 entre los años 2009 – 2018.

Tomado de: Laboratorio empresarial, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2020)

Según la figura 8 que muestra la evolución de las plazas de trabajo, se observa que, se incrementaron, de 3.742 puestos en 2009 a 6045 en 2015, siendo un aporte para que miles de profesionales desarrollen su perfil y con ello acceder a una remuneración con todos los cumplimientos legales; posteriormente para el 2016, 2017 y 2018, se presentan recortes, momento que la restricción de partes y piezas ya había afectado el stock de muchas compañías.

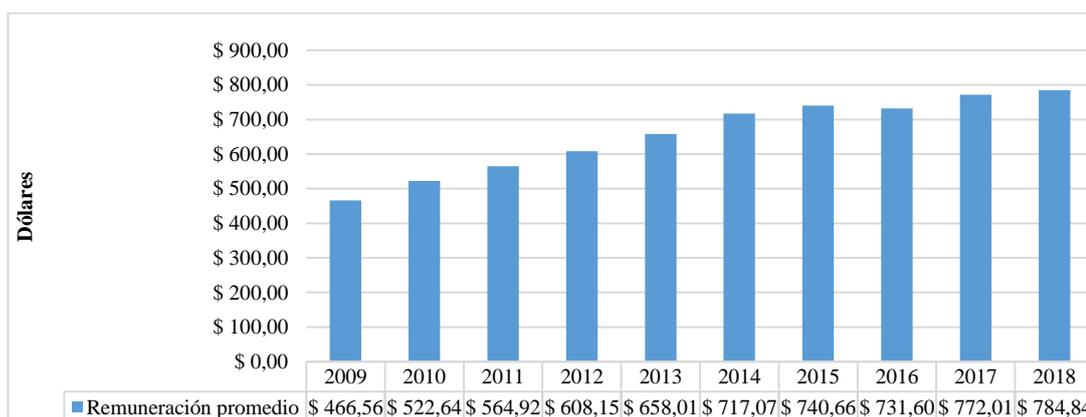


Figura 9.

Remuneración promedio del sector G453 entre los años 2009 – 2018.

Tomado de: Laboratorio empresarial, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2020)

Una vez descrita la interacción de las variables en análisis en la organización, se procede a detallar el significado. En el presente marco conceptual, se agrupa en dos subtemas, la comunicación interna y el desarrollo personal, definido como las variables que componen el tratamiento del problema presentado en el planteamiento de la presente investigación:

Marco conceptual

Desempeño efectivo: conjunto de parámetros o indicadores de desarrollo de actividades catalogadas como eficientes y que deben de cumplir los trabajadores de una organización (Corvo, 2018).

Empresa: unidad de trabajo que coordina el uso de recursos físicos, talento humano, recursos financieros y cuantificación de beneficios o metas de la organización (Chiavenato, 2012).

Trabajador: Persona que se compromete a realizar una actividad a cambio de una remuneración fija o variable (Código de Trabajo, 2016, pág. Artículo 9).

Comunicación: se refiere al conjunto de datos que se transmite a través de una frecuencia, con el fin de entregar información para el desarrollo de las actividades propias de la organización (Torres, 2018).

Comunicación interna: se refiere al intercambio de información entre los trabajadores y los jefes de una empresa, a fin de establecer un diálogo directo con el trabajo que se debe de ejecutar en algún momento de la planificación (Muñiz, 2017).

Desempeño laboral: se refiere a un conjunto de criterios que son evaluados en función a escenarios eficientes y eficaces del colaborador, con lo cual se decide si el trabajador debe continuar o no en la organización (Corvo, 2018).

Eficiencia: se define como aquellas metas que establece la planificación para utilizar los recursos (Koontz & Weihrich, 2004)

Evaluación de desempeño: Es el instrumento utilizado para comprobar el nivel de cumplimiento de los objetivos propuestos, a través de una medición sistemática, objetiva e integral de la conducta profesional de los individuos; es decir lo que las personas son, lo que hacen y lo que logran (Matos, 2013).

Marco referencial

El tratamiento del marco referencial, se enfoca directamente a la exposición de trabajos que abordan una temática similar al planteamiento del problema, con el objetivo de observar, tanto el análisis de datos, como las conclusiones obtenidas, luego del estudio de las variables; aporta con un conocimiento teórico comprobado, a los argumentos que se pretenden comprobar en el siguiente capítulo, con el fin de comparar si los resultados son compatibles con alguno de estos trabajos.

Según el autor Álvarez (2007) en su estudio sobre la comunicación interna, la implementación de teorías, hacia el manejo del talento humano por parte de la organización, es un enfoque que han tomado relevancia en los últimos años, esto debido a la presencia de la revolución industrial, dónde las decisiones se basaban en la productividad de los recursos; es decir a través del manejo eficiente de las materias primas, se buscaba obtener una ventaja competitiva, prolongando extensas horas de trabajo y limitando el pago de remuneraciones, para obtener costos relativamente bajos y contrarrestar con ello una influencia en la determinación de precios atractivos a los consumidores (Alles, 2019).

Para el año 1900, el manejo del recurso humano, se direccionó a mejorar la relación con los empleados, dirigiendo sus intereses al desarrollo económico de las prácticas y persuadirlos hacia la ejecución de un trabajo eficiente, dónde la compensación a recibir sería mucho mayor, porque su trabajo estaría enfocado a incrementar los ingresos de las fábricas, obteniendo el ingreso suficiente para dar los respectivos incentivos, resumiendo una compatibilidad a nivel económico, entre la cobertura de necesidades financieras de los trabajadores y las perspectivas de los empleados en consolidar unidad de negocios productivas (Caldevilla, 2010).

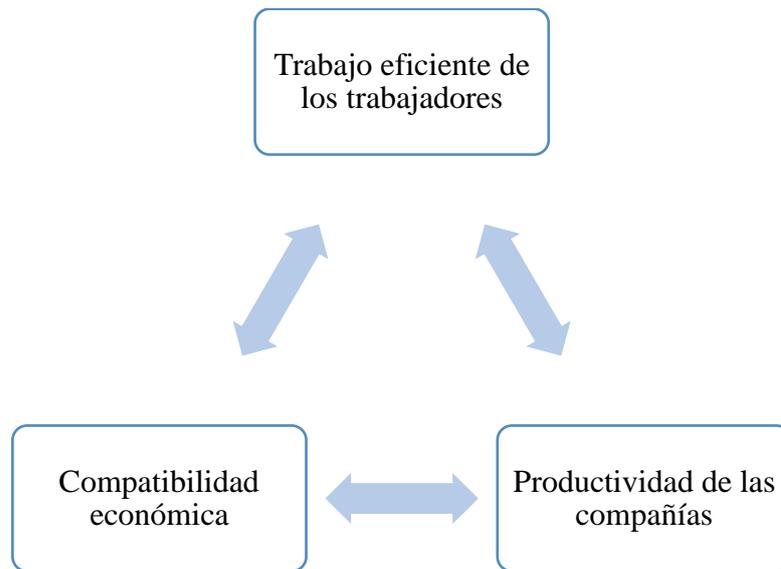


Figura 10.

Ejes sobre el desarrollo económico entre trabajadores y empleadores.

Tomado de: La cara interna de la comunicación en la empresa, Caldevilla (2010).

De acuerdo a la figura 10, se muestra en resumen, el nuevo manejo del talento humano, enfocado en la persuasión en los trabajadores en la promoción de un trabajo eficiente, esto permite que las empresas puedan alcanzar una productividad que les ayude a incrementar los ingresos y una vez obtenido este escenario, las unidades de negocios gozarían de beneficios suficientes para incrementar sus remuneraciones, compensando el esfuerzo en sus trabajadores, logrando una compatibilidad económica entre ambos (Caldevilla, 2010).

Según Álvarez (2007) para el año 1940, el cambio de la administración del talento humano se renombró bajo la premisa de Movimiento de las Relaciones Humanas, partiendo su aplicación en la organización, con el nacimiento de la “era de la información” que buscó promover la comunicación entre los mandos medios y los colaboradores, siendo analizados los resultados de esta teoría a través de la percepción que se podría crear en los trabajadores el compromiso de formar parte de una institución, con ello elevar sus posibilidades de lograr un mejorar el desempeño en sus plazas de trabajo, formando el siguiente argumento un empleado, informado es un

empleado motivado y productivo, enfocando la prioridad en el establecimiento de canales de comunicación eficientes.



Figura 11.

Fórmula para mejorar el desempeño de las plazas de trabajo en la organización.

Tomado de: Tratamiento de la comunicación interna en las organizaciones, Álvarez (2007)

En cuanto a la figura 11, se muestra la fórmula aplicada en 1940, propuesta por Álvarez (2007), que busca directamente la mejora del desempeño en las plazas de trabajo, incorporando a la organización canales de comunicación, que creen en la mente del trabajador, un concepto de compromiso hacia la organización, es decir, los colaboradores comprendan, que a raíz de un eficiente trabajo, se emplean menos recursos, significando un aumento de beneficios, suficientes para la cobertura de remuneraciones y posibles bonos a su desempeño laboral.

Con relación al autor Goldhaber (1984), indica que el impulso de la comunicación interna sobre el desempeño laboral para el año 1950, fue sobresaliente, principalmente en su aplicación en la organización, para lo cual se migró a la innovación de los medios de comunicación, incorporando redes, climas y retroalimentación, es decir un canal que traslada información, dejando evidencia de los diálogos, así como las decisiones establecidas, cuando el problema no ha sido solucionado, evaluando las condiciones que el jefe del área, ha modificado, para facilitar el trabajo de sus empleados.

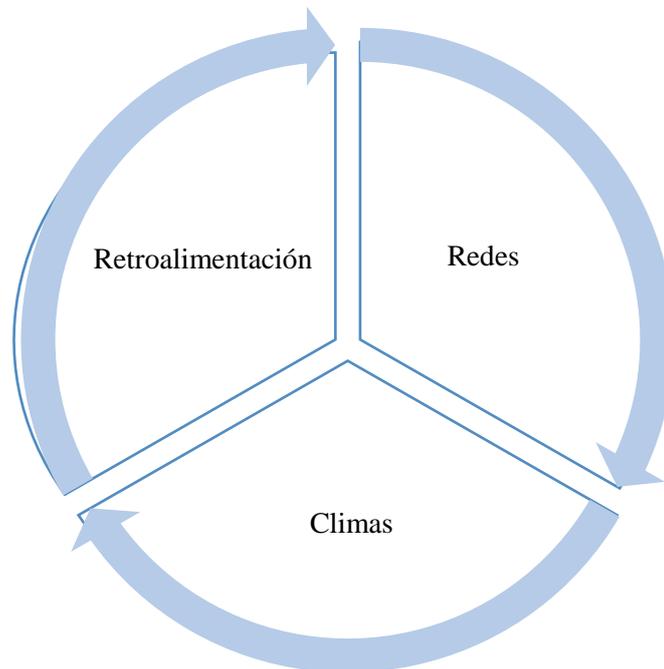


Figura 12.

Componentes en la innovación de la comunicación interna en la organización.

Tomado de: Comunicación Organizacional, Goldhaber (1984)

Para el autor Pozo (1997) con la aplicación del enfoque de que las redes de comunicación, se relacionaban las necesidades, a través de puntos críticos, que eran tomados los directivos de las empresas, para motivar a su personal y con ello asegurar la productividad de los colaboradores, así mismo, evidenciaba los conflictos que se producían a partir de la distorsión de los mensajes en la comunicación ascendente y descendente; el hallazgo más importante fue el impacto que tuvo el apoyo de los mandos altos, en los medios en el rendimiento y desempeño del personal.

En el año 1960, los estudios del clima laboral y su relación con el desempeño del personal, buscaron otorgar un papel fundamental a la comunicación interna; teniendo como conclusión que las personas que comunican de manera eficiente, también son sujetos que atienden, solicitan y persuaden; haciendo que sus subordinados escuchen, esto influye de manera directa en el desempeño laboral, porque permite establecer

puntos críticos que posiblemente sean un factor negativo en la evaluación de resultados (Fernández, 2001).

En el año 1970, las relaciones entre los mandos medios y sus subordinados se profundizan, donde se consideró que la eficiencia en la relación laboral se manifestaba con la apertura de la comunicación y retroalimentación, se resalta que la distorsión de los mensajes provoca deficiencia en la comunicación, generando un ambiente negativo y por ende resultados negativos en el desempeño del personal (Pavía, 2012).

Según Fernández (2003) en el año de 1980, se forma la era del proceso de la comunicación organizacional, porque se generaron diversos estudios enfocados a reconocer a las empresas como sistemas e incluyendo a la comunicación como un proceso más a la interacción de los trabajadores ya sea con su misma línea de mando o jefaturas superiores, los resultados de esta investigación evidenciaron que la comunicación y el desempeño del personal son fenómenos intersubjetivo, esto quiere decir que se estructuran de manera continua a través de reglas de interacción y recursos, modelando un ambiente que se asemeje al cumplimiento de los objetivos de la organización.

Actualmente, después de cuarenta años, la comunicación interna busca manejar un ambiente adecuado de trabajo, en donde los colaboradores puedan acceder a la información necesaria y oportuna para el desarrollo eficiente de sus responsabilidades, innovando cada vez más los canales de transmisión de los mensajes que se apegan a las nuevas tecnologías y sistemas.

Para el autor Manzano (2017) enfocó su análisis en la influencia de estos factores como delimitantes para el desarrollo organizacional, donde la comunicación interna es un factor que incide de manera directa en el desempeño y evaluación de cada recurso humano contratado. El perfil de sus colaboradores analizados, desarrollaban actividades analíticas y de atención al cliente, donde la importancia de su gestión, definen el posicionamiento de una credibilidad en el sector económico en el cual se desarrolla, además que la atención al usuario, es catalogada como una característica de valor agregado y ventaja competitiva sobre las empresas existentes en el segmento. La

aplicación metodológica, consistía en un análisis descriptivo del perfil de cada puesto, así como los informes de evaluación de desempeño en los últimos seis meses. Se concluyó que, la ausencia de medios de comunicación interna, mal uso de canales de comunicación, genera falta de compromiso de las personas y desenfoca la importancia del puesto de trabajo en la organización, evitando que el recurso humano, manifieste su malestar una vez que un factor externo este influyendo en su normal gestión operativa dentro de la plaza de trabajo.

Para los autores Buenaño y Córdova (2014) en su trabajo de investigación, establecieron que la falta de comunicación formal con los trabajadores genera un incumplimiento de las funciones o actividades asignadas y por ende bajo desempeño laboral. Mencionaron que es importante que la entidad establezca modelos de comunicación y los ejecuten para mejorar los resultados obtenidos.

En cuanto a Salazar (2009) en su estudio, su problemática se basa en la importancia de establecer programas de capacitación, que ayuden a trata la atención del usuario, enfocado en un trato cordial y con la habilidad de otorgar respuestas rápidas y oportunas, sin embargo, la finalidad es tener una mejor imagen institución del municipio, pero con la exposición de teorías, para lo cual aplicó una encuesta tomando como variables comunicación interna y desempeño laboral, procesando los resultados cuantitativamente y cualitativamente, con mediciones de intervalo (media, desviación estándar y correlación de Pearson), sus conclusiones se basaron en la relevancia de proponer estrategias de talento humano basados en la comunicación, porque existen factores que comprometían con su trabajo, esto argumentando la dirección, que eran totalmente invisibles, como una resolución en temas técnico o la disponibilidad de una herramienta para dar seguimiento a los casos de los usuarios.

Para Molina (2014) en su estudio organizacional de la PYMES en Argentina, indica que la problemática se basa en la poca planificación de la dirección de esta clase de compañías, para dirigir a su talento humano, contratando personal exclusivamente para labores repetitivas, centralizando las decisiones intelectuales a la gerencia general, provocando con ello exceso de trabajo; en cuanto al canal de comunicación es totalmente inexistente, debido al poco atractivo de la remuneración, porque los

empleados consideran que ganan el mínimo para cubrir sus actividades fisiológicas y con ello un aporte exclusivo hacia el cumplimiento de su trabajo. Por lo tanto, se levantó información a través de la herramienta de recolección de datos como la encuesta, concluyendo que, es importante que este tipo de empresas, adicional a un manual de procesos, realice reuniones periódicas con su talento humano, estableciendo relaciones interpersonales, que genere confianza entre los afectados.

En referencia al planteamiento del objetivo específico de desarrollar el marco teórico de las variables de estudio del nivel de comunicación interna en el desempeño del personal de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil, se tiene que el complemento tanto del tratamiento de la comunicación como el desempeño de los empleados, trabajan conjuntamente en la organización, en favor hacia el cumplimiento de objetivos dictado por la dirección; no basta que exista recursos para el desarrollo de las labores diarias, sino una transferencia de información, que sustente la participación del empleado en la empresa, su contribución a la generación de beneficios y con ello asegurar un desarrollo profesional en el largo plazo, es decir contar con una alternativa que le provea de recursos económicos permanentes, referidos en estabilidad laboral, si el mismo se cumple, el trabajador obtendrá mejores resultados en su desempeño dentro de la institución.

Capítulo II. Marco Metodológico

El tratamiento de la información, es el siguiente punto a efectuar en el presente trabajo de investigación, criterio que se selecciona en el marco metodológico, dónde se exponen puntos de vista de expertos en materia de transformación de datos, a fin de obtener informes que corroboren el escenario plasmado en la problemática, junto con argumentos válidos tomados de la exposición de teorías descritos en el marco teórico.

Este capítulo se divide en los siguientes subtemas:

- Diseño de la investigación, describe la finalidad de la investigación en cuanto a su interacción con el fenómeno investigado, es decir asegurar si los datos que se recopilan, son efectos de una interacción de variables que no se han visto influenciado por el investigador o a su vez el mismo ha ejercido en su manipulación.
- Enfoque de la investigación, muestra cómo la investigación categoriza los datos, según su naturaleza, de esta forma se clasifica el tipo de información que se puede obtener del objeto en estudio.
- Tipo de investigación, define cómo se trata los datos, partiendo de la naturaleza de la información y el objeto de estudio que se identifica; el investigador puede elegir diversas clasificaciones, según se requiera para la descripción de su conclusión.
- Métodos aplicados, define bajo el criterio del tipo de investigación, la forma como se procesa la información, tomando como partida el criterio del autor y el grado de conocimiento teórico que se tenga con las variables en análisis, a través de este proceso, se selecciona información relevante, posteriormente se describe las conclusiones sobre una solución o comportamiento del problema.
- Población y muestra, detalla en características, los objetos que forman parte del estudio, en este caso el tipo de personas que se va a exponer la herramienta de recolección de datos, su relación con la problemática y sus efectos ante la ausencia de una solución viable al mismo.
- Técnica de recogida de datos, selecciona los tipos de formatos y cuestionarios, que contienen premisas que ayudan a describir el escenario de la problemática, a fin

que sean seleccionados y posteriormente evidenciar si los puntos críticos descritos empíricamente, existen en el escenario de análisis.

- Detalle de la escala de medición adecuada al tratamiento de los datos.
- Análisis de las escalas de distribución presenten en teorías estadísticas, a fin de relacionar dicho comportamiento a los resultados de la recopilación de datos.
- Operacionalización de las variables, resume de forma sintetizada, la estructura del problema, desde la referencia del concepto teórico, hasta la descripción de la herramienta de recolección de datos, para argumentar la presencia o no del mismo, en el escenario de estudio.

Una vez presentado el marco metodológico, el lector tendrá definido los procesos de análisis de información, el tipo de datos recolectados y los métodos para desarrollar informes que permitan comprobar el argumento empírico de la problemática, de esta manera comprender el grado de incidencia del nivel de comunicación interna en el desempeño del personal de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

Diseño de la investigación

Partiendo de la definición del concepto de diseño de la investigación según Hernández, Fernández y Baptista (2014), el diseño de la investigación, se describe como, la selección de procesos que encaminan al estudio, a buscar un argumento válido a los objetivos previamente planteados, obteniendo conclusiones que respondan a cada uno de estos enfoques, es decir, tratar de buscar respuestas a las premisas que se plantea el investigador y que una vez resueltas, el estudio puede ser finalizado.

Cabe resaltar que para selección el diseño de la investigación, es necesario conocer la perspectiva que se espera sobre el estudio, si la misma está encaminada a una propuesta, un análisis o la implementación de un criterio que influya sobre los resultados de un escenario en el corto plazo. Por ahora se conoce que la investigación planteada, busca comprobar si dos variables, como la comunicación interna y el desempeño del personal inciden entre ellas, permitiendo conocer un modelo estadístico

que sirva como punto de partida, cuando las empresas tienen problemas de productividad en la ejecución de trabajos de su personal.

Consecuentemente, se ha investigado estudios, que comprueban la dependencia de ambas variables y que a su vez son descritas como puntos que influyen en el escenario de un clima laboral hacia el cumplimiento de los objetivos de la dirección, por lo tanto, los hallazgos obtenidos con el planteamiento de la problemática, referencias teóricas y finalidad del estudio, se muestra a continuación:

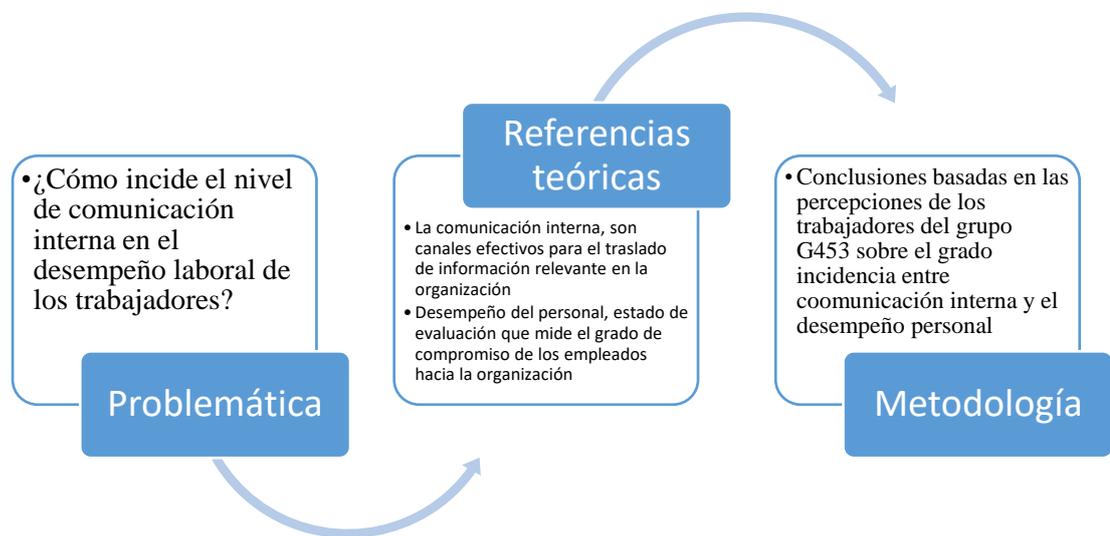


Figura 13.

Tratamiento de información planteada en el trabajo de investigación.

En referencia a la figura 13, se observa que la meta a obtener de la investigación, es presentar un informe válido, para constatar si las variables expuestas de comunicación interna y desempeño laboral tiene alguna incidencia, tomando como origen de los datos la percepción que se pretende tomar de los trabajadores que laboran en el sector G453, es decir, se presenta una investigación que solo describe los datos presentes y emite una conclusión, en ninguna fase del análisis, se pretende influir sobre el grado de decisión de los mismos, esto genera sus conclusiones servirán para el desarrollo de otro documento, que busque mejorar una posible relación de variables, a fin de obtener resultados positivos.

Para el argumento de Moguel (2011), existen dos tipos de clases o criterios que definen el diseño de la investigación, los cuales se manifiestan a continuación:

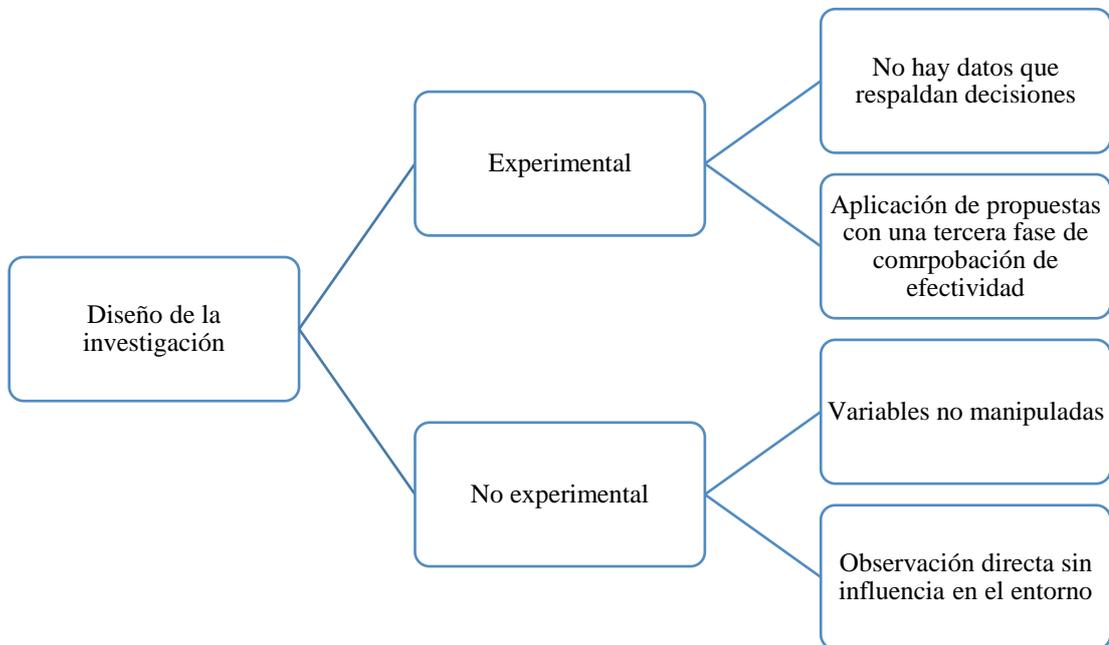


Figura 14.

Diseño de investigaciones en función al objeto de estudio.

Tomado de: Desarrollo de técnicas basadas en la metodología de la Investigación, Moguel (2011)

En referencia a la figura 14, se observan los diseños de investigaciones que se pueden aplicar, así mismo la característica de cada una de ellos, además el criterio de Moguel sobre el significado y aporte al tratamiento de datos de cada investigación, se basa en la finalidad que se estableció a los inicios de la problemática.

La investigación experimental se refiere al tratamiento de estudios, cuando el investigador manipula las variables, a fin de definir las causas de un fenómeno o escenario particular, en la mayoría de los casos se usa cuando no existe información relevante y se busca presentar una investigación pionera en este campo, puede disponer de tres fases, en la primera fase se identifica el objeto de estudio, se conoce las variables a tratar, explica el fenómeno, en la segunda fase, el investigador propone una solución y la aplica en el escenario, finalmente en la tercera fase, se comprueba el

grado de efectividad, levantando un informe de los nuevos problemas detectados (Moguel, 2011).

La investigación no experimental, se caracteriza porque las variables no son manipuladas ni controladas, es decir no se trata de conseguir un resultado a favor o en contra de los posibles escenarios a comprobar, el investigador solo actúa como un observador, redactando su informe final, sobre las características que ocurren sobre el fenómeno, exponiéndolos tal como ocurren en la naturaleza, siendo su procesamiento de información, obtener datos de manera directa y estudiarlos posteriormente (Moguel, 2011).

En base a estos criterios, se expone las características del tema de investigación, ajustado a los diseños presentados.

Los trabajadores que se toma como referencia para recolectar la información, son aquellos que previamente están laborando en las compañías del grupo G453, teniendo un comportamiento histórico sobre la presencia de canales de comunicación en su organización y que en algún momento han sido expuestos a criterios de evaluación por parte de sus empleadores, es decir, las respuestas se presenta al como lo perciben en la naturaleza del campo del trabajo, posteriormente estos argumentos son sujetos a los análisis de resultados.

Con referencia a esta premisa, se selecciona el diseño de investigación no experimental, asegurándose que los resultados obtenidos son propios de los pensamientos de cada empleado, sin que el investigador determine un aspecto positivo o negativo en los indicadores descritos en la Operacionalización de la variable. Esto asegura que se establezca una investigación preliminar, hacia el concepto de la relevancia de la comunicación interna y el desempeño del personal en las organizaciones.

Enfoque de investigación

En cuanto al enfoque de la investigación, se pueden aplicar dos tipos como son: (a) cualitativo y (b) cuantitativo. El primero se utiliza con datos que son descritos en

literales, donde se manifiestan mediante argumentos el comportamiento del estudio, permitiendo que a través de la recolección de las percepciones, se establezcan bases de datos que permitan posteriormente un análisis de relaciones; mientras que el segundo se orienta al análisis de datos numéricos; es decir, información que se puede cuantificar a través de la aplicación de métodos estadísticos matemáticos (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

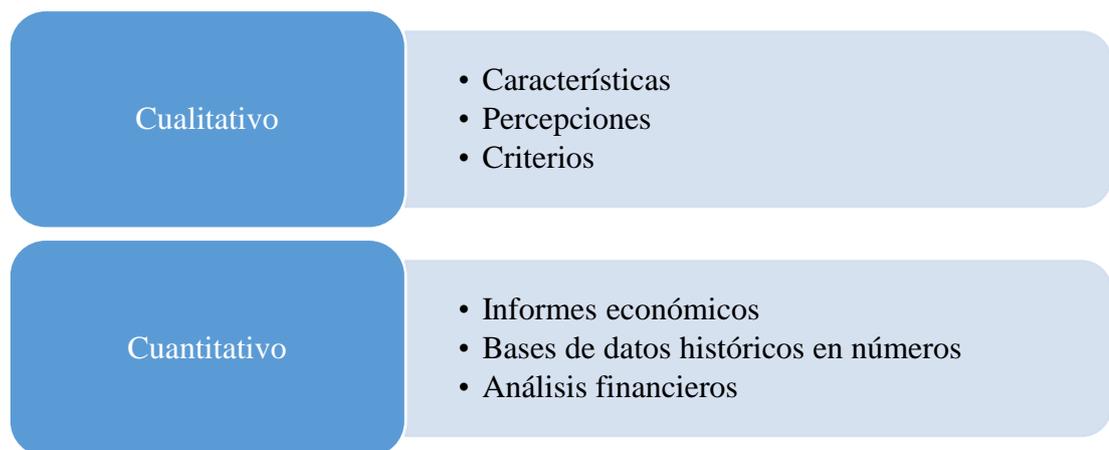


Figura 15.

Enfoque de la investigación de acuerdo al tipo de datos.

Tomado de: Metodología de la investigación, Hernández, Fernández, & Baptista (2014)

De acuerdo al planteamiento del problema, se tiene que la investigación, al momento de recopilar datos, tendrá un criterio totalmente de percepción, que no está sujeto de comprobación numérica, pero que basa en la experiencia recibida, que en el periodo del corto plazo puede ser sujeto a cambios; se establece que la investigación tiene un enfoque cualitativo, por la naturaleza de los datos que se obtiene y que de manera adicional, en el presente estudio, no se toman resultados de trabajos similares.

Tipo de investigación

De acuerdo al diseño de la investigación seleccionada como no experimental, se deriva el tratamiento de la información en otros tipos, que sirven para detallar los argumentos que se manifestaran en las conclusiones, por lo tanto, a continuación, se expiden algunos conceptos que se complementan con el procesamiento de los datos:

Investigación exploratoria.

En el uso de la investigación exploratoria, se realiza con el objetivo de investigar el problema en estudio con la finalidad de obtener mayores conocimientos en relación al fenómeno, a fin de aportar con soluciones futuras, es decir comprobar si dentro del escenario del análisis, existen más criterios que se pueden aportar a un nuevo conocimiento y dejarlo en las conclusiones para que sea tomado como base en el desarrollo de nuevos trabajos de investigación (Muñoz, 2016). Con referencia al tema de análisis, frente a la ausencia de estos componentes en la administración del talento humano, dónde la mayoría de las organizaciones no enfocan sus planes de mejora en promover mejores ambientes de trabajo a sus colaboradores.

Cabe resaltar, que el estudio de interacción de variables, es un escenario que ha sido de análisis para múltiples trabajos de investigación, los cuales fueron presentados y constatados en el marco referencial, siendo el concepto diferencial, la presentación de un estudio que reúna las percepciones a nivel de sector, a fin de definir si existe un criterio en común que desemboque la falta de un canal de comunicación interna y el mismo ha afectado al desempeño laboral del empleado.

Investigación descriptiva.

En cuanto al tratamiento teórico de la investigación descriptiva, Muñoz (2016) indica que la información consisten en detallar las características del problema a fin de que se pueda comprender su realidad actual y la de los involucrados, en este caso si existe una incidencia de la comunicación interna en el desarrollo profesional, considerando que en la mayoría de organizaciones de este grupo en análisis, no tienen estructurados en su totalidad departamento de talento humano, que ayuden a establecer falencias sobre factores que involucran un deficiente desarrollo humano.

En el análisis de datos, se detalla la situación actual del grupo seleccionado, mostrando las percepciones de los trabajadores, a través de la medición de una escala de Likert, siendo este sistema, un elemento evaluador para identificar, qué tanto un indicador incide en el trabajo y si los mismos tienen un comportamiento dependiente

entre variables, el método culmina, cuando se constata que los elementos de la problemática, están presentes en el escenario de análisis.

Investigación explicativa.

Para la investigación explicativa Muñoz (2016), trata de buscar un argumento válido sobre el comportamiento del objeto de investigación, frente a una serie de variables, para conocer el origen y los posibles resultados en el futuro, en este caso se plantea la hipótesis de definir el grado de incidencia en la cual la presencia o ausencia de canales de comunicación interna sobre el desempeño del personal, variable que es utilizada para justificar en muchas ocasiones la rotación de cada trabajador.

En el siguiente gráfico, se resumen la finalidad de la aplicación de cada tipo de investigación seleccionada:

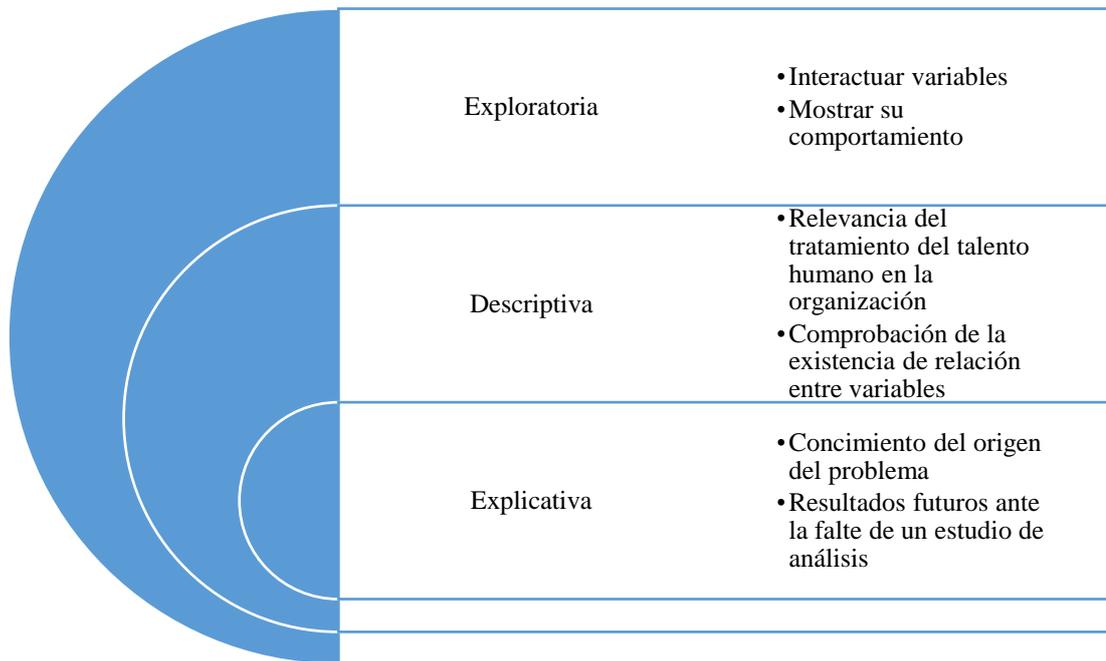


Figura 16.

Tipos de investigación aplicados.

Tomado de: Metodología de la investigación, Muñoz (2016)

En referencia a la figura 16, se muestra los detalles que sustenta la elección de cada tipo de investigación, con la finalidad que los mismos puedan ser un elemento de apoyo en el tratamiento de datos y la obtención de conclusiones relacionados a la pregunta de investigación planteada.

Métodos aplicados

En función al criterio de Baena (2017) se conocen como métodos de investigación a las formas que existen para obtener la información sobre el fenómeno, posteriormente argumentar el procesamiento de datos para recibir conclusiones que respondan al comportamiento del problema, todo esto identificando los indicadores relevantes del estudio, estos pueden combinarse de acuerdo a las necesidades de la investigación y al enfoque obtenido con la presentación de datos; los métodos que se utilizaron son los siguientes

El método inductivo – deductivo en este caso se describe la relevancia de la comunicación, desde un enfoque general, porque se recopilan percepciones de colaboradores que laboran en diferentes instituciones que manejan de manera diferente el talento humano, así como cada colaborador presenta de manera distinta su compromiso ante sus labores diarias, siendo el factor específico de constatar, si los comportamiento de ambas variables inciden entre ellas, esto obtenido a través de procedimientos estadísticos.

El método analítico – sintético permite establecer si existe una incidencia de las variables a través de una explicación del comportamiento de los indicadores y resume aquellos criterios relevantes, es decir los que componen la presencia del problema, los cuales serán descritos en las conclusiones (Muñoz, 2016). En cuanto al tema de estudio, tratar de explicar cómo ambas variables de comunicación interna y desarrollo personal, coexisten en el mismo escenario, relacionando el resultado de una como efecto de la otra.

Población

Según Hernández, Fernández & Baptista (2014) se detalla como población al conjunto de personas, cosas, etc., que guardan una o varias características en común y que además contiene la información relevante, para obtener una conclusión que explique el fenómeno presentado o compruebe la existencia del problema, de acuerdo al número de elementos, la población puede ser descrita con características finita e infinita; la primera puede ser contada teniendo un límite o número específico, para la segunda contiene un número de elementos que no tienen fin, es decir difícil de contar, sin límite alguno.

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2020), para el año 2018, el número de trabajadores que esta enrolados en las empresas agrupadas bajo la actividad CIIU G4530: Venta de partes, piezas y accesorios para vehículos automotores en la ciudad de Guayaquil, la componen las siguientes estadísticas:

Tabla 1.

Total de empleados según tamaño de empresa del año 2018

Tipo de empresa	Número de empleados
Microempresa	324
Pequeña	1864
Mediana A	689
Mediana B	444
Grande	2673
Total	5994

Tomado de: Estadísticas socioeconómicas, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2020)

En referencia a la información mostrada en la tabla 1, se tiene que el número de empleados que registra las empresas de la actividad G4530 en la ciudad de Guayaquil, suman un total de 5994 personas, cantidad que se la toma como base para la definición de la población.

Muestra.

La muestra se calcula cuando no es posible acceder a toda la población, obteniendo una cantidad lo suficientemente significativa y que represente a todo el conjunto investigado (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014). Se pueden dar dos tipos de muestreo:

- Muestreo probabilístico.
- Muestreo no probabilístico.

La aplicación de un muestreo probabilístico corresponde a la capacidad del investigador de elegir de manera aleatoria sin ningún criterio de por medio a los integrantes de la población, porque considera que no se difiere de respuestas entre los integrantes del objeto de estudio que se seleccione. Para el caso del muestreo no probabilístico, se trata de seleccionar una parte de la población bajo ciertas características y estándares del estudio.

En cuanto a la investigación que se desarrolla, no existen criterios que difieran la selección de trabajadores, siendo la alternativa más viable el muestreo probabilístico. Para la determinación del número de trabajadores a tomar su perspectiva sobre las variables en análisis, se emplea la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot \sigma^2 \cdot N}{(e)^2 (N-1) + Z^2 \cdot \sigma^2}$$

Fórmula 1. Fórmula del cálculo población finita

$$n = \frac{1.96^2 \times (0.5)^2 \times 5994}{(0.05)^2 (5994-1) + 1.96^2 \times (0.5)^2}$$

$$n = \frac{5756.64}{15.94}$$

$$n = 361.07$$

n= 361 empleados a encuestar

De acuerdo a la aplicación de la fórmula 1, que se refiere al cálculo de la población finita, se observa que, tomando un nivel de confianza del 95%, un margen de error del 5%, y constatando que los empleados de las empresas del sector de repuestos vehiculares en la ciudad de Guayaquil, no tienen puntos a favor y en contra de la consulta de la interacción entre la comunicación interna y el desempeño por ello se toma el 0.5 de la varianza, da como resultado 361 individuos a encuestar, siendo sus opiniones, aquellos datos base, para la argumentación del modelo de comprobación de la hipótesis.

Técnica de recogida de datos.

Se define de acuerdo al criterio de Baena (2017), que las técnicas de recolección de datos, son instrumentos que ayudan a tomar información del objeto de estudio, a fin que se aporten con criterios para evaluar un escenario que corrobore la existencia del

problema; según el tipo de investigación seleccionado como la descriptiva, se afirma que la herramienta de datos adecuada es la encuesta, bajo los siguientes criterios:

Encuesta

Se define a la encuesta bajo el argumento de Aquiahuatl (2015) como la técnica de recolección de datos, que expone una serie de preguntas o requerimientos que componen un problema, a fin que se cree un escenario del mismo; la ventaja de su uso, permite aseverar que se adapten a las necesidades de la problemática, modelando la presencia de las causas y simulación de efectos. El formato que se presenta a los encuestados es el siguiente:

Para la elaboración del instrumento de medición como se construyó sobre la referencia teórica de los autores expertos en el tema, del mismo modo a través de su argumentación se clasificaron cada pregunta de acuerdo al indicador que modela el comportamiento de cada variable expuesta, tal como se lo describe a continuación.

Según el autor Van Riel y Balmer (1997) la identidad es un escenario que se pretende obtener con la comunicación interna, porque el trabajador debe establecer el grado de compromiso que tiene hacia la organización, para ella se colocaron las siguientes aseveraciones:

- La empresa brinda capacitación de bienvenida para dar a conocer su misión, visión y objetivos organizacionales
- Mi trabajo es indispensable en la operación de la empresa.
- Formo parte de un equipo de trabajo sólido, que se apoya constantemente
- Mi jefe directo se identifica conmigo y me apoya en mi trabajo
- Sin mi aporte personal las actividades de la empresa no tendrían valor agregado.

En cuanto a Pérez y Rodríguez (2014), complementa esta explicación, constatando el grado de la influencia de la imagen de la corporación, es decir si la empresa se encuentra consolidada en el sector, asegurando con ello un sitio propicio para el desarrollo profesional en el mediano plazo, en la que se seleccionaron los siguientes argumentos:

- La imagen corporativa que expone la empresa es una clara señal de su misión y visión
- A través de la imagen corporativa mis clientes internos y externos conocen cuál es el corazón (giro) del negocio.
- Considero que se debe mejorar la imagen corporativa
- Mi uniforme forma parte de la imagen que reflejo al cliente
- Una buena presentación refleja el trato que se recibe de los directivos de la empresa.

Para los autores Miquel y Aced (2018), la influencia de los canales de información, es un buen elemento para consolidar las relaciones profesionales en la organización, siendo el medio para indicar problemas en el lugar de trabajo, por lo tanto, es uno de los criterios que se toma en consideración en el documento y que entra como parte de la comunicación interna. Para medir su influencia, se plantearon los siguientes escenarios:

- La empresa cuenta con un adecuado sistema de comunicación interna
- Si tengo algún problema, puedo conversarlo directamente con la alta dirección de la empresa.
- Mis jefes toman en cuenta mis opiniones
- Hay una adecuada comunicación entre los departamentos de la empresa
- Es necesario crear canales de comunicación para el personal

Finalmente, este tratamiento de la variable concluye con la referencia de Lozano (2015), quien afirma que la integración es un elemento clave para fomentar una excelente comunicación, porque asegura que el empleado tenga todos los recursos a su disposición para determinar si existe o no impedimentos para lograr los objetivos que ha planteado la alta dirección. Para medir este indicador, se establecieron las siguientes situaciones:

- Tengo acceso a la información de la empresa de manera transparente
- Dentro de los departamentos de la empresa se le da poca valoración "al rumor"

- Siento que la retribución que recibo por mi trabajo justifica la labor que realizo en la institución.
- La comunicación en el área operativa permite que los procesos fluyan de manera adecuada
- Las actividades del personal operativo se encuentran establecidas en un manual de funciones

En cuanto a la variable de desempeño del personal, se tomó únicamente los criterios de Jiménez y Jiménez (2016) que, a través de la exposición de sus teorías, ratificaron indicadores que describen la participación de estas variables en la organización, como: asegurar que las condiciones personales no influyan en el posible riesgo de despido por parte de las jefaturas, además que el empleado cuente con los conocimientos necesarios para realizar su trabajo.

También se constata que el empleado, tenga la opción de opinar sobre posibles soluciones en un proceso, por su habilidad de planeamiento, muestre iniciativa para ser eficiente en sus actividades, demuestre esfuerzo y responsabilidad con los procesos encomendados y que tenga la habilidad para trabajar solo y en equipo, los cuales se representa a través de los siguientes argumentos:

- Falta mucho a su trabajo
- Es puntual en su jornada laboral
- Cumple con su horario de trabajo
- Tiene dificultades para realizar su trabajo
- Considera que tiene los conocimientos necesarios y suficientes para realizar su trabajo
- Da su punto de vista en las reuniones departamentales para contribuir al mejoramiento de los procesos
- Planea sus actividades
- Realiza sus actividades sin esperar que otros se lo pidan
- Emprende en sus actividades sin necesidad de se lo soliciten
- Tiene constancia en la ejecución de sus tareas

- Se siente responsable de las tareas que le encomiendan
- Es persistente hasta cumplir con los objetivos planteados
- Puede trabajar sin necesidad de estar con alguien más
- Realiza su trabajo sin ayuda de otros
- Es capaz de tomar decisiones para resolver problemas dentro de su nivel jerárquico
- Tiene una actitud conciliadora cuando se presentan conflictos
- Impone sus puntos de vista sobre los demás
- Le gusta cooperar durante las tareas en equipo

Escalas de medición para el tratamiento de datos.

Dentro del argumento empírico mostrado en la investigación en el esquema de su problemática, se refirió a la relación existente entre la comunicación interna y el desempeño del personal en una organización en particular, que se encuentre dentro de la actividad de venta de repuestos automotrices, para lo cual, se investigó a través de fundamentos teóricos, el tratamiento conceptual, que trajo consigo el establecimiento de indicadores para cada una de las variables clasificadas, generando con ello la presentación de diferentes escenarios, los cuales pueden presentarse o no dependiendo del manejo de la organización.

Debido al poco acceso que se tiene al estudio organizacional de las empresas y más aún en épocas de pandemia por COVID 19, donde la movilidad humana es restringida, se procedió a proponer una investigación basada en la opinión del objeto investigado, es decir, basado en el criterio de cada empleado con referencia hacia el cumplimiento de cada escenario que se comprende en los indicadores antes clasificados, sin embargo, estas respuestas a simple vista presentan una categoría cualitativa de las respuestas, que para efectos de medición se asignó un criterio en función al grado positivo o negativo del cumplimiento del escenario, por ello se recurre a seleccionar la escala de medición adecuada al tratamiento de los datos.

De acuerdo con Gamboa (2018) las escalas de medición, son procesos que se basan las investigaciones científicas, para estudiar las variables que componen una problemática, los cuales arrojan resultados como la validez de los datos, confiabilidad y criterio de análisis sobre la relación que pueden guardar las mismas, todo

dependiendo de la finalidad que el investigador requiera al momento de concluir el tratamiento del fenómeno.

En base a Coronado (2013) el tratamiento de las escalas de medición, se pueden dar en tres escenarios: nominal o clasificatoria, cuantitativas discontinuas y cuantitativas continuas, cuyo análisis específico se lo muestra en el siguiente cuadro:

Tabla 2.

Tipos de escala de medición.

Tipo de escala de medición	Conceptualización	Investigación
VARIABLES cualitativas ordinal o nominal	No admiten modalidades numéricas	No aplica porque en la investigación se desea medir las opiniones y para ello se limita bajo el número de opciones en cada argumento de la técnica de recolección de datos
VARIABLES cuantitativas discontinuas	No pueden adoptar cualquier valor, se limitan a un conjunto de datos definido	No se aplica, porque se desconoce las opiniones de los trabajadores encuestados, sobre los escenarios planteados en la premisa de la técnica de recolección de datos
VARIABLES cuantitativas continuas	Pueden adoptar cualquier valor en el marco de un determinado intervalo	Las variables se miden en una escala de Likert del 1 al 5, siendo uno negativo y 5 positivo

Tomado de: Escalas de medición., Coronado (2013)

Tal como lo refiere la tabla 2, al implementar la medición ordinal o nominal, se especifica el tratamiento de una investigación que solo admite variables cualitativas,

por la ausencia de números que permitan al investigador utilizar cualquier otro elemento para llegar a su conclusión, según lo aplicado en este trabajo, la aplicación de este método impide que se observe la relevancia para cada encuestados sobre la influencia de los escenarios que se presentan en cada indicador, esto a su vez impide que se finalice con una conclusión y por ende no se procese la existencia de un grado de incidencia, tal como se lo describe en el título que se presenta al inicio del trabajo, por ello queda totalmente descartada.

Con referencia a las escalas de medición de variables cuantitativas, la restricción de no poder adoptar cualquier valor o que se trate de influir en la decisión de los encuestados, genera que su aplicación no sea la adecuada en la investigación, principalmente, porque no se tiene un estudio previo como antecedente, que anteriormente exponga un resultado a favor o en contra de los indicadores que complementan la presencia de las variables, ocasionando que se mantenga un criterio aleatorio, es decir, que se tenga la necesidad de tomar los datos según cada opinión del encuestado y con ello posteriormente argumentar la existencia de una correlación, por lo tanto, esta escala de medición no es compatible con los resultados que se pretenden analizar al finalizar la investigación.

Para las variables cuantitativas continuas, su naturaleza de permitir al investigador, obtener datos sin ningún tipo de restricción pero asegurándose que las opiniones puedan ser medidas a través de rangos, permiten modelar los datos en base a los argumentos que se presentan en el escenario de la problemática de la comunicación interna y el desempeño del personal de las empresas comercializadoras de repuestos automotrices, porque al desconocer el tratamiento organizacional, permite generar un criterio promedio de cuál es el tratamiento a nivel del talento humano de estas dos variables y constatar en que escenarios se pueden crear estrategias no solo para generar un buen ambiente laboral, sino también incrementar la productividad de la compañías, porque existiría un cumplimiento de intereses de cada parte y con ello alcanzar las metas trazadas por la dirección.

Cabe acotar según Gure (2015), que las variables cuantitativas continuas se derivan de las ordinales, porque estas utilizan escalas que convierten los datos cualitativos en

números por medio de técnicas como la Thrustone, Osgood y Likert, esta última empleada en la encuesta, sin embargo, esta modificación se la acepta, porque se requiere el empleo de una estadística paramétrica, porque se desea indagar el conocimiento empírico, validando con un instrumento la incidencia entre las dos variables y con ello aportar con una herramienta válida para el departamento de talento humano de este tipo de compañías, en implementar estrategias que ayuden a mejorar su direccionamiento organizacional.

Tabla 3.

Escala de Likert empleado en la técnica de recolección de datos

Opciones	Calificación
Muy de acuerdo	5
Algo de acuerdo	4
Neutral	3
En desacuerdo	2
Total desacuerdo	1

Tomado de: Escalas de medición., Coronado (2013)

En la tabla 3, se muestra que cada encuestado tendrá las opciones que pueden manejar los encuestados, donde, el escenario presentado por cada indicador de las variables, tendrá que ser seleccionada bajo una escala del 1 al 5, donde 1 representa un concepto negativo de total desacuerdo y 5 un aspecto positivo aprobando que el escenario presentado existe en la organización.

Tipos de distribución de datos

La selección de la distribución de datos, parte de la presencia inferencial de un escenario que se plantea en la problemática, donde se desea comprobar la incidencia entre las variables, esto debido al comportamiento de las opiniones de los encuestados, que pueden ser atribuidos cada respuesta como una probabilidad de mostrar un aspecto positivo o negativo hacia la presencia de cada escenario mostrado en los indicadores.

Para Walpole (1998), aplicar una distribución de datos continua corresponde a mostrar una probabilidad donde cada dato tendrá un comportamiento diferente, sin

existir influencia alguna y que su resultado ayuda a entender cómo se relaciona la existencia del fenómeno y parámetros para definir sus resultados, sin embargo, en la actualidad se ha investigado muchos escenarios que demuestren un comportamiento estándar de las variables, todo esto para facilitar la comprobación de hipótesis. Entre las distribuciones de datos más utilizadas, se detallan las siguientes:

- Uniforme discreto. - Es una distribución que asigna probabilidades iguales a un conjunto finito del espacio.
- Bernoulli. - Admite solo dos resultados, siendo estos fracaso o éxito, aplicando una condición, donde su resultado se mide por el número de éxitos que se disponga.
- Binomio. - Se utiliza cuando se trata de verificar el comportamiento de la variable aleatoria discreta como el número de éxitos obtenidos de una muestra frente a n observaciones que se realiza.
- Binomio negativo. - Es un modelo adecuado para tratar aquellos procesos en los que se repite un determinado ensayo o prueba hasta conseguir un número determinado de resultados favorables (por vez primera).
- Poisson. - Sus principales aplicaciones hacen referencia a la modelización de situaciones en las que nos interesa determinar el número de hechos de cierto tipo que se pueden producir en un intervalo de tiempo o de espacio, bajo presupuestos de aleatoriedad y ciertas circunstancias restrictivas
- Geométrica. - Es un modelo adecuado para aquellos procesos en los que se repiten pruebas hasta la consecución del éxito a resultado deseado y tiene interesantes aplicaciones en los muestreos realizados de esta manera.
- Uniforme continuo. - Corresponde al caso de una variable aleatoria que sólo puede tomar valores comprendidos entre dos extremos a y b , de manera que todos los intervalos de una misma longitud (dentro de (a, b)) tienen la misma probabilidad.
- Normal (curva de campana). - es una distribución con forma de campana donde las desviaciones estándar sucesivas con respecto a la media establecen valores de referencia para estimar el porcentaje de observaciones de los datos. Estos valores de referencia son la base de muchas pruebas de hipótesis, como las pruebas Z y t .
- Exponencial. - Es modelo adecuado para la distribución de probabilidad del tiempo de espera entre dos hechos que sigan un proceso de Poisson.

- Gamma y beta. - Modelo Gamma Este modelo es una generalización del modelo Exponencial ya que, en ocasiones, se utiliza para modelar variables que describen el tiempo hasta que se produce p veces un determinado suceso. Modelo Beta La distribución beta suele utilizarse para modelar la distribución de estadísticos de orden (por ejemplo, el estadístico de orden k ésimo de una muestra de variables n uniformes $(0, 1)$ tiene una distribución beta $(k, n + 1 - k)$) y para modelar eventos que se definen por valores mínimos y máximos.

Dependiendo del comportamiento de los datos presentados en un histograma o gráfico entre variables, se puede asegurar, qué tipo de distribución de datos se debe aceptar para el tratamiento de las variables, tanto para hallar su estadístico como el valor crítico, a fin de considerar si los resultados de los datos se encuentran en la zona de aceptación. Para el presente tratamiento de datos de la investigación, es necesario primero mostrar los datos obtenidos de la encuesta y posteriormente aplicar la distribución de acuerdo a las clases presentadas, argumentando posteriormente el por qué cada una de las clases de distribución son aceptadas o rechazadas para la comprobación estadística.

Según Coronado (2013), se deben seguir una serie de pasos, para seleccionar la distribución de datos adecuada en una investigación, para lo cual recomienda los siguientes procesos:

- Realiza una representación gráfica de tus datos.
- Descarta primero lo que no puede ser.
- Si hay algún pico en el conjunto de datos, no puede ser una distribución uniforme discreta.
- Si los datos tienen más de un pico, no es Poisson o binomio.
- Si tiene una sola curva, no hay picos secundarios, y tiene una pequeña pendiente en cada lado, podría ser una distribución Poisson o gamma. Pero no podrá ser una distribución uniforme discreta.
- Si los datos se distribuyen de manera uniforme, y es sin inclinar hacia un lado, es seguro excluir una distribución gamma o Weibull.

- Si la función tiene una distribución uniforme o un pico en el medio de los resultados graficados, no es una distribución geométrica o una distribución exponencial.
- Después de que el tipo de distribución de probabilidad se ha reducido, haz un análisis de R cuadrado de cada posible tipo de distribución de probabilidad. El que tenga el mayor valor R cuadrado es probablemente el correcto.
- Elimina un dato atípico. A continuación, vuelve a calcular R cuadrado. Si el mismo tipo de distribución de probabilidad aparece como la coincidencia más cercana, luego hay un alto grado de confianza de que se trate de la distribución de probabilidad correcta para utilizar en el conjunto de datos.

Operacionalización de las variables de las variables

En base a la definición de la problemática, a continuación, se muestra el tratamiento de variables, conjunto con los indicadores y técnicas de recolección de datos, para emitir el posterior análisis y relación entre variables utilizando indicadores estadísticos de correlación.

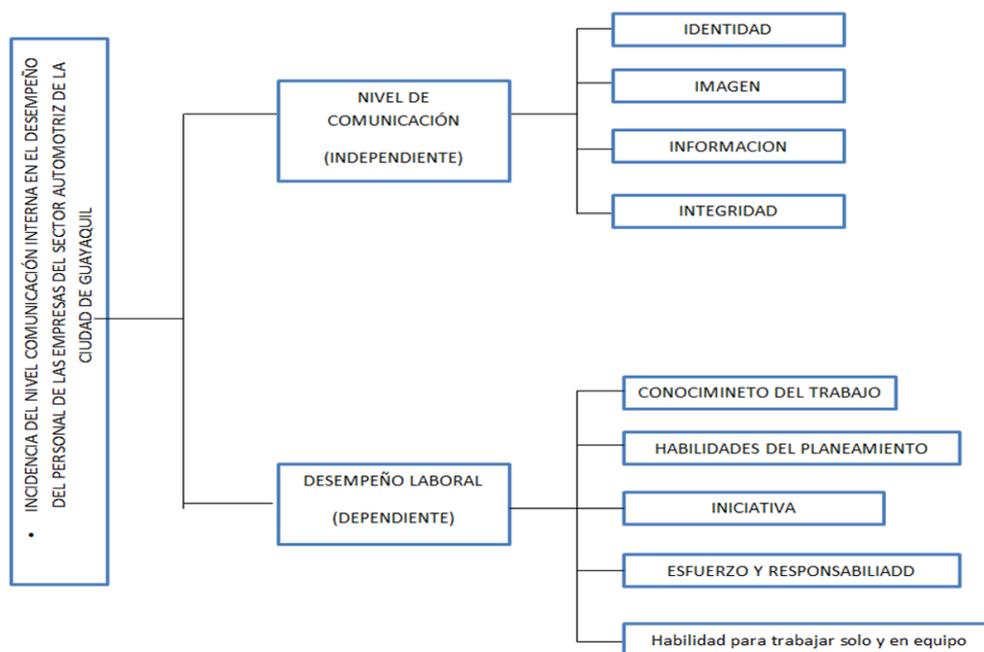


Figura 17.

Operacionalización de las variables

De acuerdo a la figura 17, se observa que, los indicadores que complementan el entendimiento de las variables culminan con la gráfica de la Operacionalización, constando que esta agrupación que a su vez está formada por preguntas, demostrarán los grados de relación entre la interacción de estas variables, siendo el resultado final, un escenario, donde a través de las opiniones de los empleados, se demostrará a nivel general las falencias que existen en la dirección organizacional de este tipo de compañías.

A través de la metodología, se podrá analizar los datos obtenidos de los empleados de las empresas comercializadoras de repuestos, previo al análisis inferencial de la correlación de las variables expuestas, en cuanto al apoyo del procesamiento de información, estas serán consideradas con la aplicación de los tipos de investigación exploratoria, descriptiva y explicativa, principalmente para identificar los puntos relevantes en cuanto a los indicadores que se relacionan entre los conceptos de los empleados con relación a la opinión del incidencia de dos variables como comunicación interna y desempeño del personal.

Capítulo III. Análisis de resultados

Los criterios referidos en la técnica de recolección de datos referida en la encuesta, sirven para determinar, qué tipo de indicadores con referencia a cada variable dependiente e independiente están relacionadas, para lo cual, se realizó una recopilación de opiniones a personas que se encuentran laborando en empresas dentro del segmento de venta de repuestos de vehículos, de manera aleatoria y sin ningún tipo de restricción si el negocio es micro o una gran compañía.

En el presente capítulo de análisis de resultados, se observa, cuál fue el comportamiento de estos indicadores, su posterior argumento y proyección hacia un mercado laboral que se encuentra en contracción, debido a la influencia de la pandemia por COVID 19 que en la actualidad está afrontando el Ecuador y el mundo entero, lo que ha generado de manera indirecta que muchos negocios deban afrontar formas de comercialización innovadoras a través de medios digitales.

Para determinar la relación existente entre variables, la investigación requirió la implementación de los siguientes puntos previos, los cuales se basaron técnicamente en referencias de métodos estadísticos y además mostrar los resultados en escalar Likert, razón por la cual, el capítulo guarda el siguiente esquema:

- En el análisis descriptivo donde se muestra los resultados de acuerdo a cada indicador y su comportamiento en escala de Likert.
- Herramienta de análisis de confiabilidad describe los resultados de los indicadores estadísticos empleados para conocer la relación.
- Análisis correlacional describe la argumentación de la escala de medición que garantice la correlación de las variables, así como la selección de aquellos puntos que no muestran relación alguna con las variables presentadas.
- Finalmente se comprueba la hipótesis a través de los estadísticos F y Durbin – Watson.

A continuación, se muestra el desarrollo de la investigación:

Levantamiento de la Información

La recolección de datos, estuvo destacada por la limitación generada por las restricciones actuales de la pandemia por COVID 19, principalmente en los meses de junio y julio tiempo en el cual, la ciudad de Guayaquil pasó a semáforo amarillo y la tranquilidad volvía a los trabajadores, tomando las medidas necesarias para evitar el contagio nuevamente al volver a sus puestos de trabajo.

En primera instancia, para facilitar la contestación de los sujetos de estudios, se tomó como referencia el uso de la herramienta de Google Formularios para enviarlos vía correo al departamento de talento humano de cada empresa, sin embargo no se obtuvo de manera oportuna la información, argumentando que el trabajo en casa les impedía a cada departamento, realizar la consulta a su personal, además que la permanencia del negocio estaría en riesgo, por la limitación en ventas que tenían a causa de la pandemia.

En segunda instancia, la exposición de las preguntas a los trabajadores, generaba un poco de desconfianza, porque sus disconformidades en referencia a su empleador estarían expuestas a una comunicación directa con el mismo, lo que generaría un ambiente de problemas y posterior despido, más aún en estos momentos, donde la pandemia provocó que miles de personas queden sin plazas de trabajo, para ello, se propuso a los encuestados mantener el anonimato, tanto con el nombre de la empresa para la cual laboran así como su nombre de autoría.

En proceso de la recolección de información se dio de manera presencial, a lo largo de la calle Ayacucho, partiendo de los locales situados en la avenida Quito hasta llegar a Gallegos Lara, esto permitió que se pueda consultar y abordar a los sujetos de estudio, descartando aquellos que no querían ser parte de la investigación. La presentación de la herramienta de recolección de datos fue formal, para evitar el contagio se procedió a tomar las opiniones a través de una Tablet, la cual alimentaba directamente la información en un Excel.

En promedio se puede argumentar que 6 de cada 10 personas accedían a responder el cuestionario mientras que la diferencia es decir 4, tenían un prejuicio de contestar a

estos argumentos. Se trató de indicar que las respuestas sean apegadas a la realidad actual de su plaza de trabajo y se garantizó a los mismos la confidencialidad entre su respuesta y el argumento de direccionar a un determinado local.

La mayor parte de las respuestas se llevaron a cabo en el mes de julio, porque más locales se sumaron al normal desarrollo de actividades, tal como muestra la bitácora que se encuentra en el anexo 1 y 2.

Análisis descriptivo

En función a la distribución de la Operacionalización de las variables, cada variable independiente y dependiente se dividió en indicadores, los cuales, a través de diferentes escenarios, tratan de explicar su presencia en el desarrollo organizacional de las empresas comercializadoras de repuestos, tanto en comunicación interna como desempeño del personal; una vez recopilada las opiniones, el comportamiento de cada indicador se muestra de la siguiente manera.

Con referencia a la variable independiente de comunicación interna, se muestra los siguientes comportamientos:

Tabla 4.

Comportamiento sobre el grado de aceptación indicador identidad

Opciones	Calificación	Encuestados
Muy de acuerdo	5	142
Algo de acuerdo	4	137
Neutral	3	476
En desacuerdo	2	535
Total desacuerdo	1	515

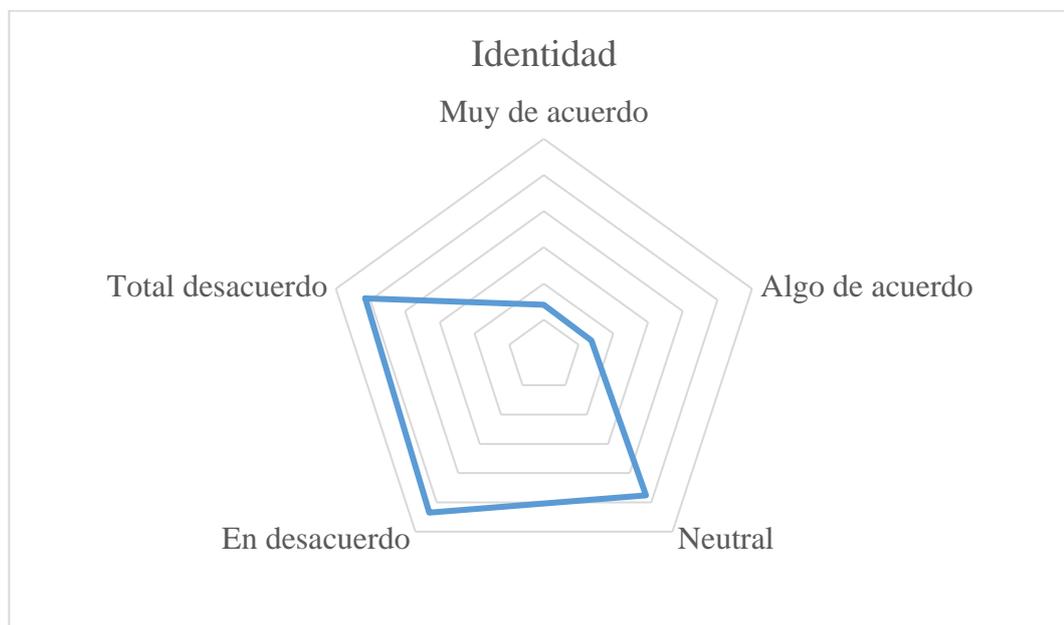


Figura 18.

Comportamiento sobre el grado de aceptación indicador identidad.

En términos globales, los resultados del grado de aceptación de los escenarios relacionados a la identidad, se tiene que la tendencia apunta a un total desacuerdo y en desacuerdo, es decir la mayor parte de las compañías no muestran estrategias enfocadas a promover al empleador una identidad compatible con la organización, por ende, no se sienten parte de un proyecto de vida u observan un futuro de crecimiento a lado del empleador.

Tabla 5.

Comportamiento sobre el grado de aceptación indicador imagen

Opciones	Calificación	Encuestados
Muy de acuerdo	5	179
Algo de acuerdo	4	316
Neutral	3	569
En desacuerdo	2	447
Total desacuerdo	1	294

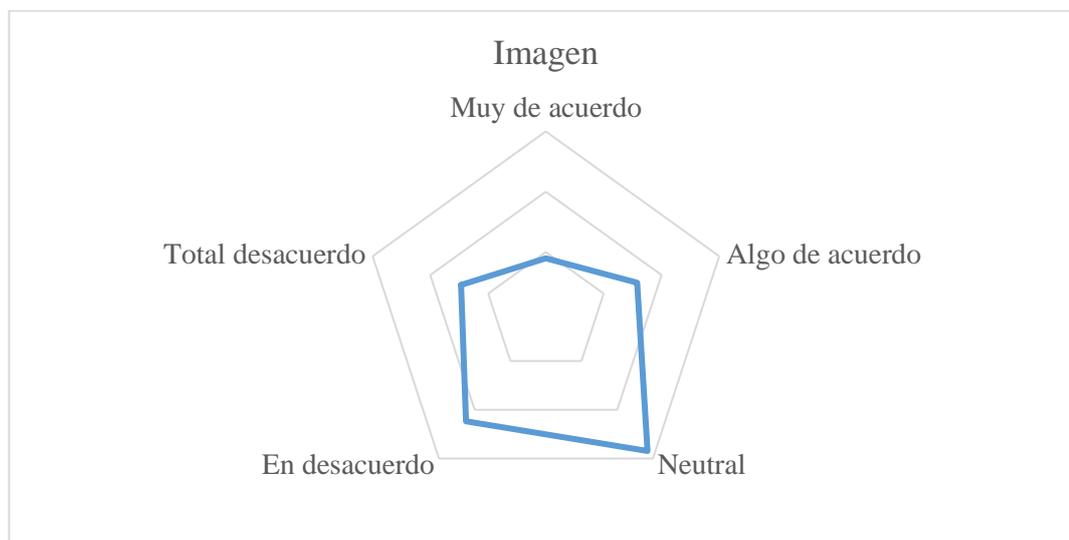


Figura 19.

Comportamiento sobre el grado de aceptación indicador imagen.

En referencia al indicador de la imagen, los esfuerzos de las diferentes empresas para conocer la influencia en temas de mostrar un puesto de trabajo sólido, con aspiraciones de crecimiento y además de aportar con una especialidad al trabajador, las opiniones muestran un criterio neutral, es decir, existen opiniones divididas conforme a la presencia de estos escenarios. Con estos datos se argumenta que las empresas realizan pocas capacitaciones y reuniones para promover los objetivos de la gerencia o quizás son inexistentes, ello genera que la razón del empleado sea únicamente de cumplir sus actividades diarias, sin que exista la conexión de un propósito, por ende, su única motivación es la remuneración percibida.

Tabla 6.

Comportamiento sobre el grado de aceptación indicador información

Opciones	Calificación	Encuestados
Muy de acuerdo	5	354
Algo de acuerdo	4	318
Neutral	3	459
En desacuerdo	2	347
Total desacuerdo	1	327

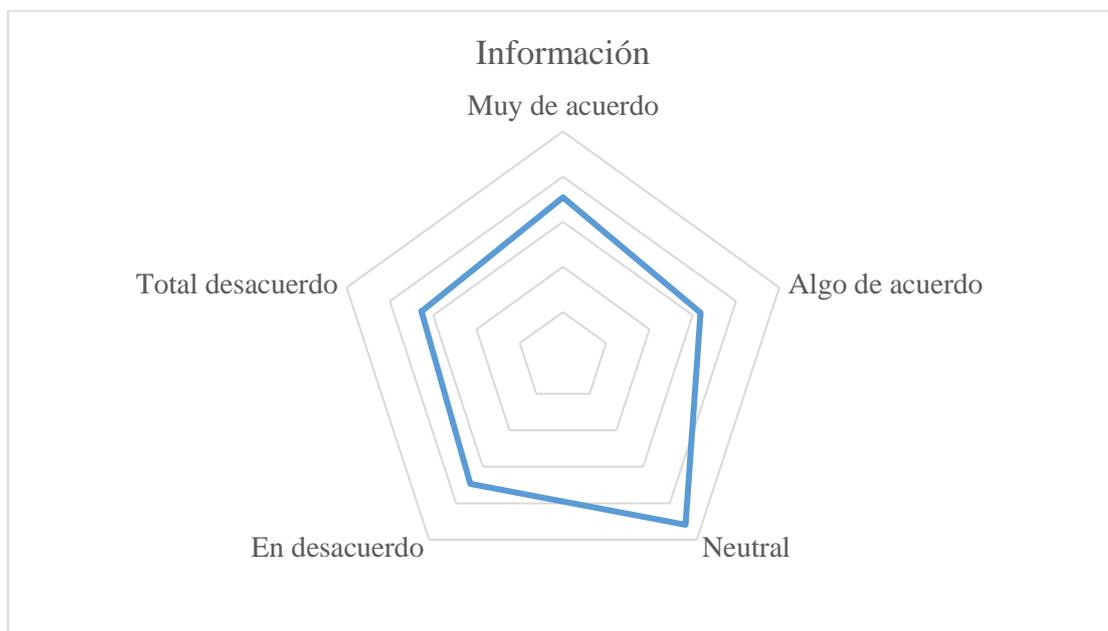


Figura 20.

Comportamiento sobre el grado de aceptación indicador información

La presencia de canales de diálogo directo entre empleados de diferentes escalas en la organización es el argumento que trata el indicador de la información, de acuerdo a los encuestados la presencia de este elemento en la empresa donde laboran es neutral en gran proporción, sin embargo cabe acotar que el resultado más cercano, es la presencia total de este criterio, concluyendo que existe una conversión interna en caso de existir algún problema en el puesto de trabajo o se presenten factores internos que podrían comprometer la operatividad diaria de los procesos o responsabilidades de cada empleado.

Tabla 7.

Comportamiento sobre el grado de aceptación indicador integridad

Opciones	Calificación	Encuestados
Muy de acuerdo	5	269
Algo de acuerdo	4	226
Neutral	3	446
En desacuerdo	2	419
Total desacuerdo	1	445

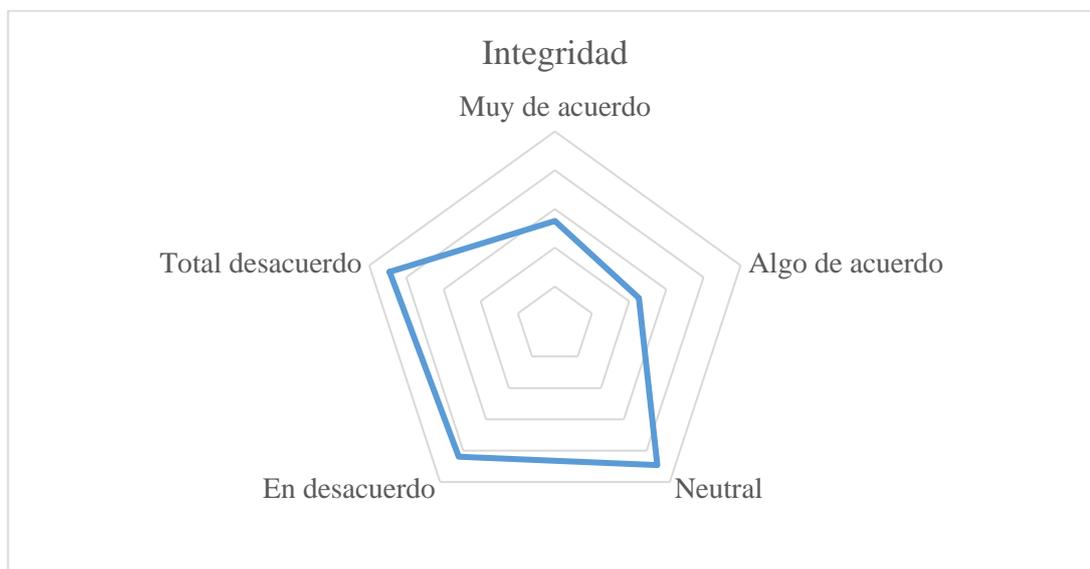


Figura 21.

Comportamiento sobre el grado de aceptación indicador integridad

Con referencia al indicador de la integridad, reúne criterios en los cuales, se establece que, el empleado cuente con todos los respaldos para realizar una labor de manera correcta y que estos a su vez, se determinen como un control para que los resultados finales puedan desembocar en una compensación adicional para el trabajador. Conforme a este criterio, se establece que, el grado de aceptación es un total desacuerdo, es decir, muchas empresas no cuentan con manuales que respaldan las responsabilidades de cada puesto de trabajo, llevan a conflictos que conllevan a despidos o sanciones.

Tabla 8.

Comportamiento sobre el grado de aceptación del componente Condiciones personales

Opciones	Calificación	Frecuencia
Muy de acuerdo	5	70
Algo de acuerdo	4	73
Neutral	3	343
En desacuerdo	2	300
Total desacuerdo	1	297

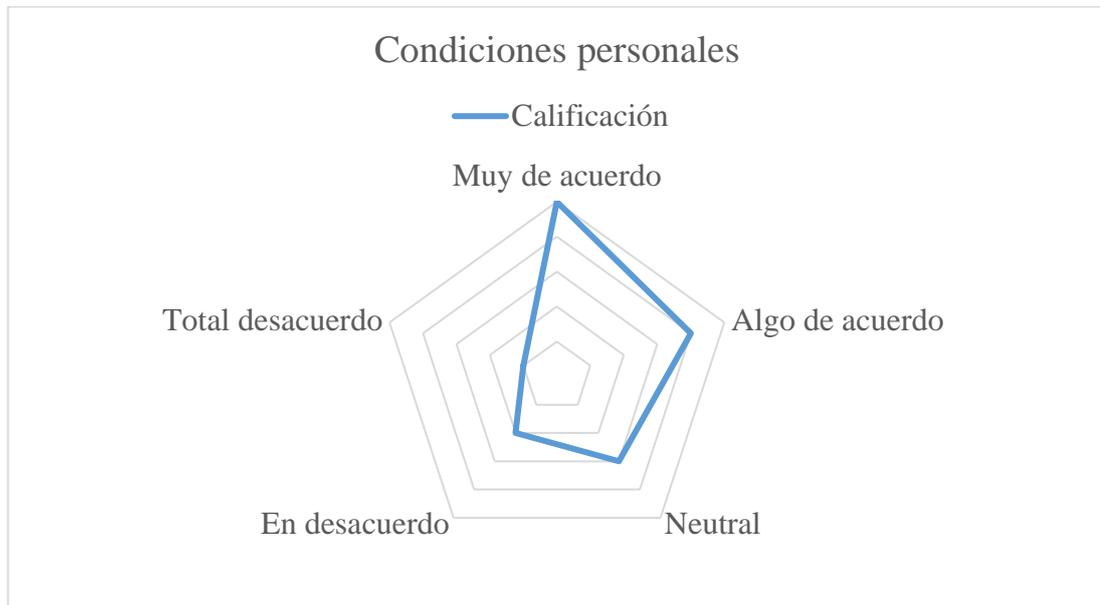


Figura 22.

Comportamiento sobre el grado de aceptación del componente Condiciones personales

Las condiciones personales abordan aspectos como las ausencias laborales, puntualidad y cumplimiento del horario de trabajo; en donde existe un porcentaje de personas que reconocen las faltas al trabajo, pero que perciben que su trabajo lo realizan en el cumplimiento de su jornada laboral.

Tabla 9.

Comportamiento sobre el grado de aceptación del componente Conocimiento del trabajo

Opciones	Calificación	Frecuencia
Muy de acuerdo	5	0
Algo de acuerdo	4	0
Neutral	3	243
En desacuerdo	2	235
Total desacuerdo	1	244

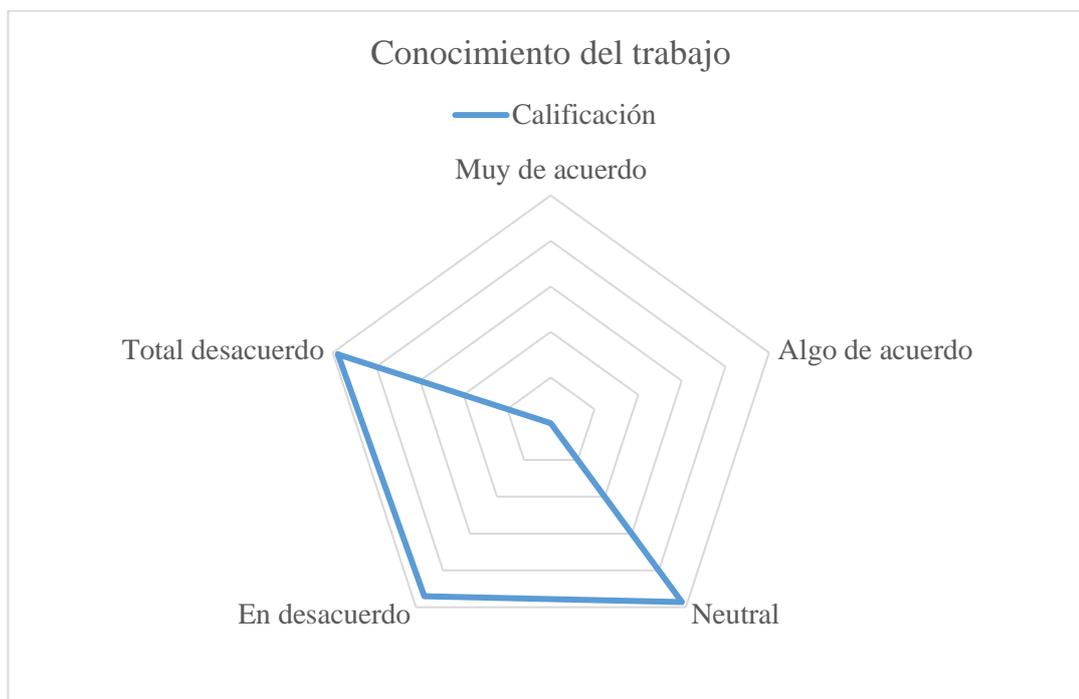


Figura 23.

Comportamiento sobre el grado de aceptación del componente Conocimiento del trabajo

Sobre el componente conocimiento del trabajo, la gran mayoría permanece en un escenario neutral sobre los argumentos de dificultad para realizar el trabajo y el nivel de conocimientos que se tienen en relación al cargo.

Tabla 10.

Comportamiento sobre el grado de aceptación del componente Habilidad de planeamiento

Opciones	Calificación	Frecuencia
Muy de acuerdo	5	127
Algo de acuerdo	4	106
Neutral	3	166
En desacuerdo	2	151
Total desacuerdo	1	172

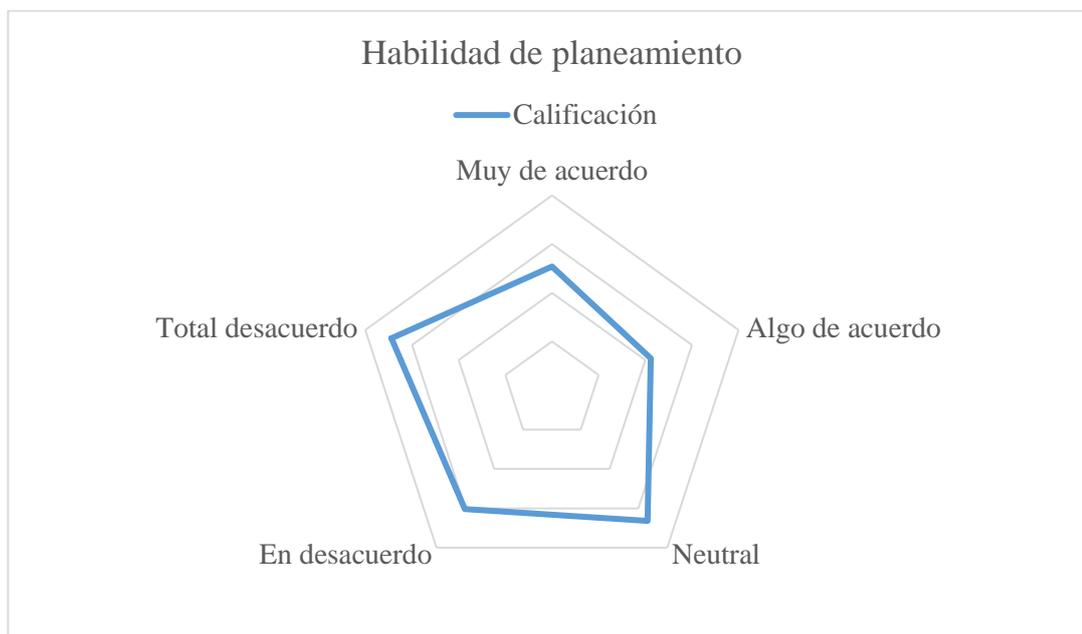


Figura 24.

Comportamiento sobre el grado de aceptación del componente Habilidad de planeamiento

Sobre la habilidad de planeamiento, se puede mencionar que se refiere a la posibilidad de dar opiniones en cuanto a las reuniones departamentales, mejoramiento de los procesos y planificación de las actividades. Estos se ponderaron con la calificación más baja pues el personal no considera que tiene la oportunidad de participar de esta manera en la empresa.

Tabla 11.

Comportamiento sobre el grado de aceptación del componente Iniciativa

Opciones	Calificación	Frecuencia
Muy de acuerdo	5	142
Algo de acuerdo	4	120
Neutral	3	140
En desacuerdo	2	154
Total desacuerdo	1	166

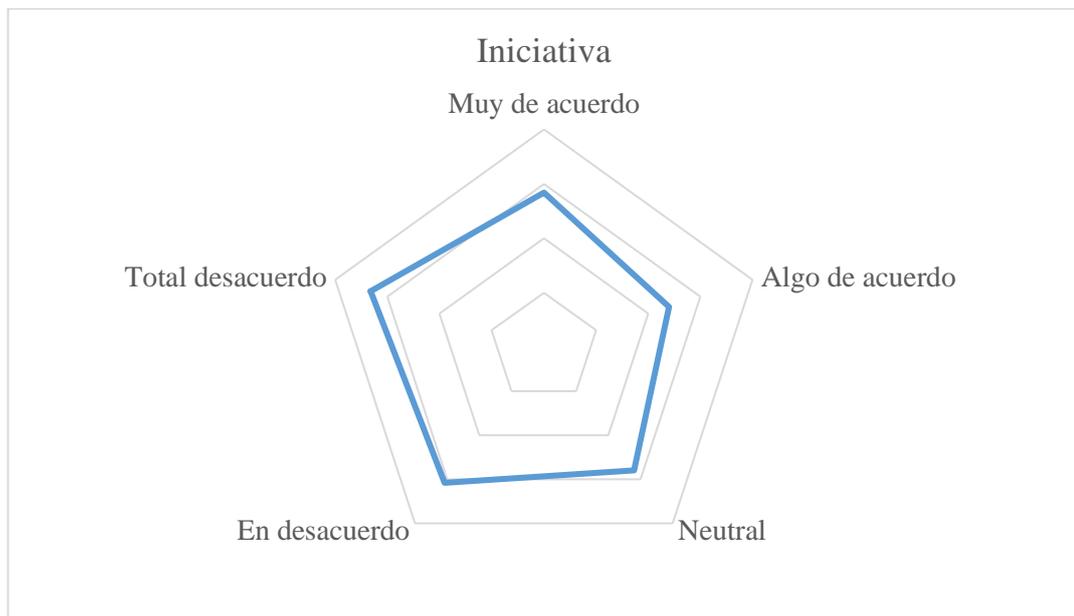


Figura 25.

Comportamiento sobre el grado de aceptación del componente Iniciativa

Se compone de factores como la realización de actividades sin supervisión o solicitudes previas. El gráfico precedente se refiere a que el personal no se encuentra de acuerdo con estas aseveraciones, lo que afecta al desempeño de las actividades pues no se ejecutan sin supervisión.

Tabla 12.

Comportamiento sobre el grado de aceptación del componente Esfuerzo y Responsabilidad

Opciones	Calificación	Frecuencia
Muy de acuerdo	5	142
Algo de acuerdo	4	144
Neutral	3	253
En desacuerdo	2	256
Total desacuerdo	1	288

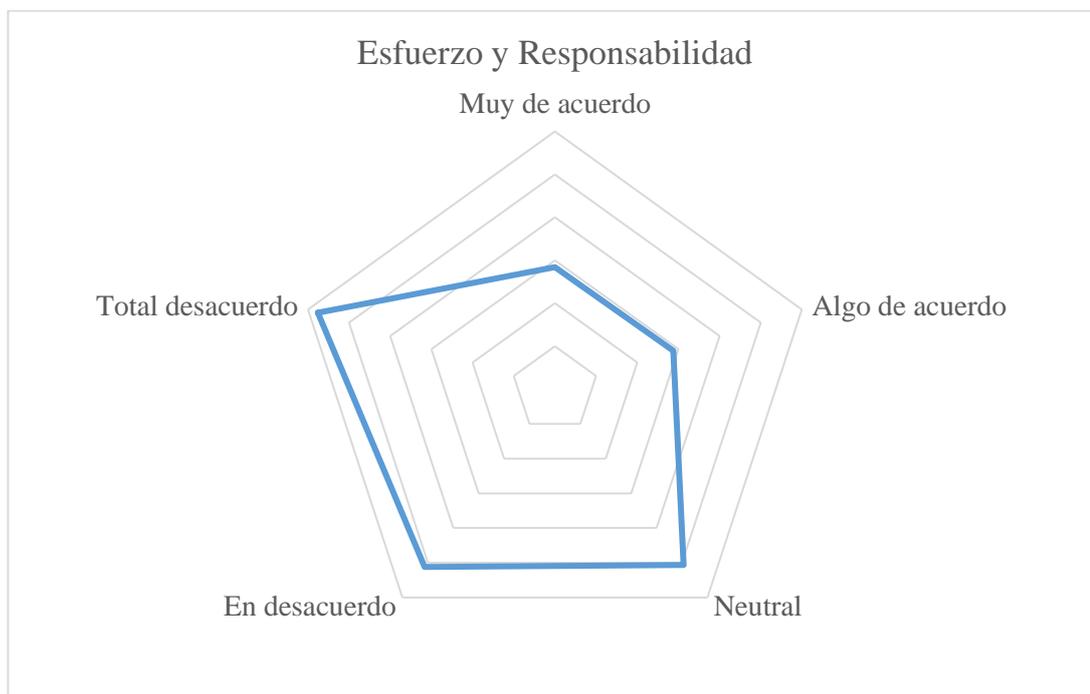


Figura 26.

Comportamiento sobre el grado de aceptación del componente Esfuerzo y Responsabilidad

Este componente evalúa las tareas a cargo del personal en relación a la percepción sobre la responsabilidad y la persistencia en el cumplimiento de objetivos. Por lo cual la gran mayoría indicó que no se encuentran de acuerdo con esas aseveraciones.

Tabla 13.

Comportamiento sobre el grado de aceptación del componente Habilidad para trabajar solo o en equipo

Opciones	Calificación	Frecuencia
Muy de acuerdo	5	342
Algo de acuerdo	4	335
Neutral	3	495
En desacuerdo	2	487
Total desacuerdo	1	507

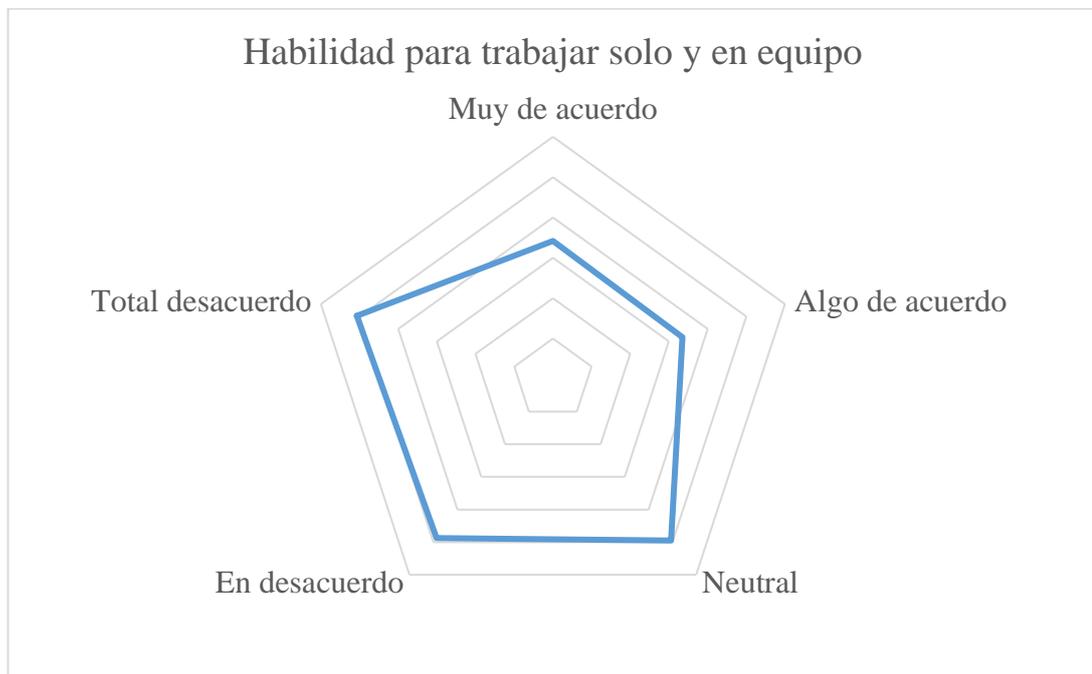


Figura 27.

Comportamiento sobre el grado de aceptación del componente Habilidad para trabajar solo o en equipo

En cuanto al componente de habilidad para trabajar solo, esto incluye factores como trabajar sin necesidad de estar con alguien más; sin ayuda de otros; la capacidad de tomar decisiones para resolver problemas dentro de su nivel jerárquico; su actitud conciliadora frente a los conflictos; imposición de su punto de vista; y cooperación en equipo. Su percepción general es negativa pues rechazan las aseveraciones sobre los puntos detallados.

Análisis de confiabilidad

Para la medición de los resultados se procedió a aplicar el modelo estadístico con el Alfa de Cronbach, que es un coeficiente que sirve para medir la fiabilidad de una escala de medida. Es decir, se utiliza para conocer la fiabilidad de una escala o test principalmente en estudios relacionados a la medición y cuantificación de variables psicológicas. En donde “el valor mínimo aceptable para el coeficiente alfa de Cronbach es 0.7; por debajo de ese valor la consistencia interna de la escala utilizada es baja” (Celina y Campo, 2005, p. 572). Su fórmula es:

$$\alpha = \frac{k}{K - 1} \left[1 - \frac{\sum Vi}{VT} \right]$$

Fórmula 2. Fórmula del cálculo Alfa de Cronbach

Tomado de: Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach, (Celina & Campo, 2005)

Tabla 14.

Prueba de correlación de las variables aplicando el Alfa de Cronbach

Prueba 1	
a (Alfa)	0,445986
k (número de ítems)	38
Vi (Varianza de cada ítem)	50,2951635
Vt (Varianza total)	88,8999777

Los resultados del Alfa de Cronbach a nivel general tiene un coeficiente de 0.445986; es decir, la consistencia de la escala fue baja porque existen variables que no tienen una interrelación. Sin embargo, con la eliminación de los indicadores de correlación negativos el coeficiente cuyos escenarios se detallan luego de la presentación de la matriz de correlaciones, apenas llega a 0.474586 como se observa en la tabla siguiente:

Tabla 15.

Prueba de correlación eliminando los indicadores de correlaciones negativas

Prueba 2	
a (Alfa)	0,474586
k (número de ítems)	38
Vi (Varianza de cada ítem)	45,6914542
Vt (Varianza total)	84,9436699

Con un valor de 0.474586, a pesar que no se constata que la mayoría de escenarios muestran una correlación, se toma como criterio suficiente para hallar las

argumentaciones específicas de cada escenario mostrado en cada indicador tanto de la variable dependiente como independiente.

En cuanto al tipo de distribución, se comprueba bajo el siguiente esquema de exposición de datos:

Tabla 16.

Análisis de distribución de datos

Indicadores	Intervalo	Frecuencia	Distr. Normal	Distr. Poisson	Distr. Exponencial
Total desacuerdo	1	3262	0,136673089	0,1864763	0,1864763
En desacuerdo	2	3372	0,269195909	0,247681253	0,013090246
Neutral	3	3610	0,295047133	0,219316532	0,000918908
Algo de acuerdo	4	1765	0,179949995	0,145650126	6,45054E-05
Muy de acuerdo	5	1709	0,061073073	0,077382071	4,52814E-06
		13718			

De acuerdo a la tabla, se observa la exposición de la frecuencia de cada argumento Likert, conforme a la distribución normal, Poisson y exponencial, el siguiente paso consiste en describir la semejanza de la distribución de los resultados de acuerdo a la tendencia de distribución:

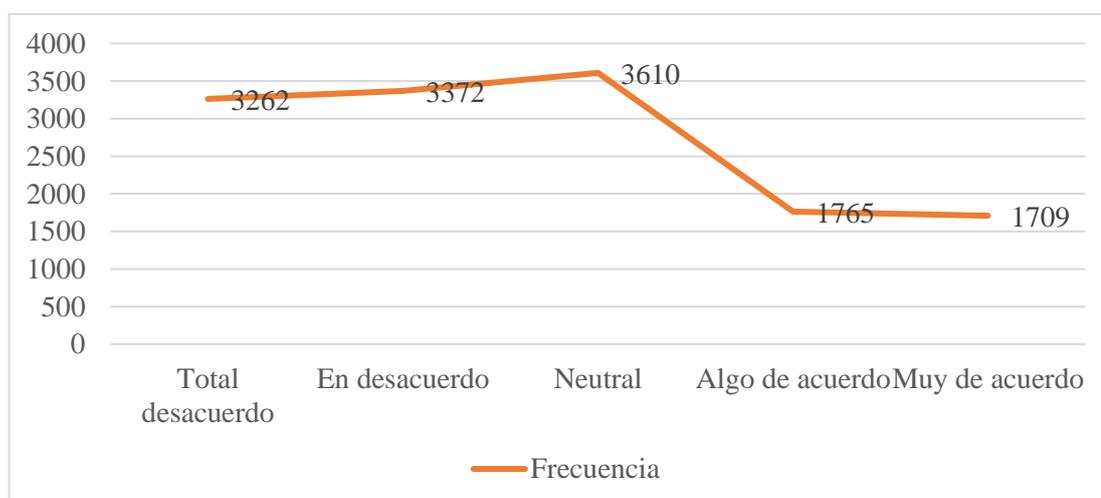


Figura 28.

Distribución de datos de frecuencia

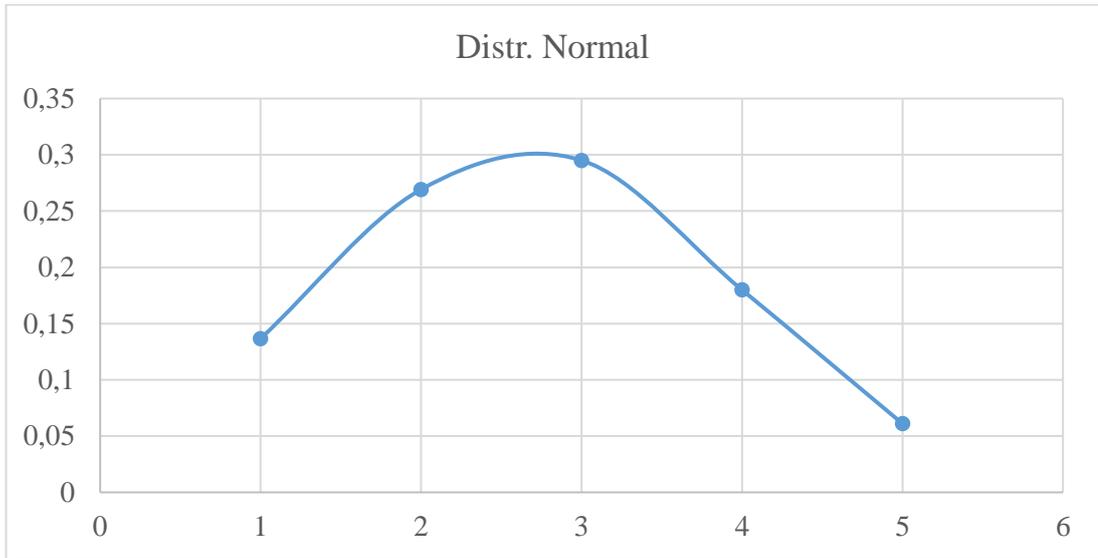


Figura 29.
Distribución normal

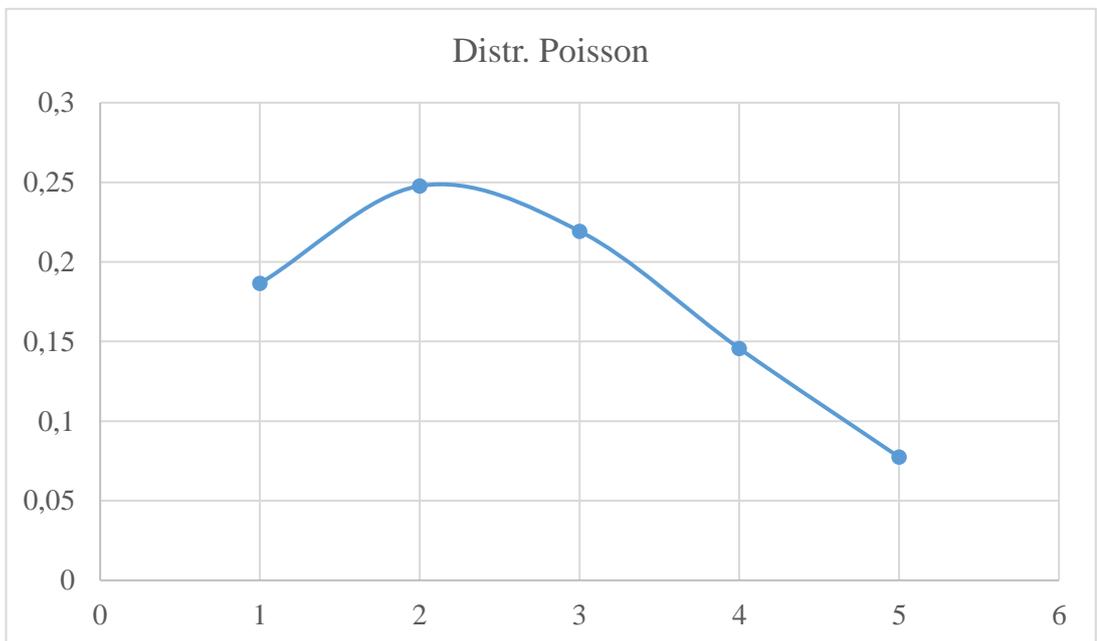


Figura 30.
Distribución Poisson

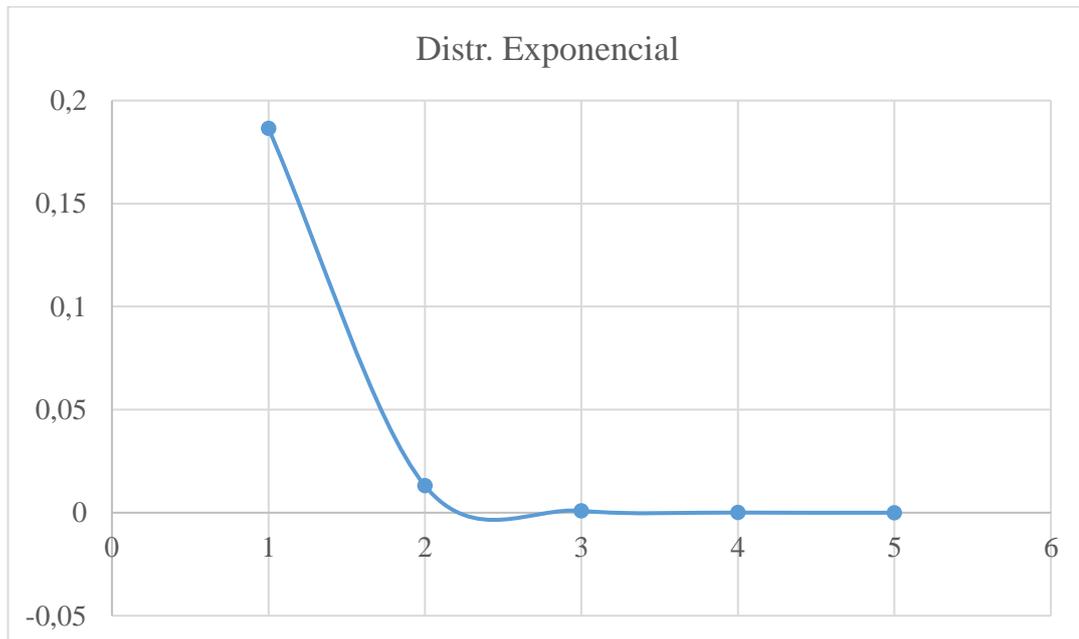


Figura 31.

Distribución exponencial

En función al comparativo de la distribución de frecuencias con Normal, Poisson y Exponencial, se establece que los datos tienen un criterio normal, debido a que la tendencia apunta un crecimiento del indicador 1 y 2 y un decrecimiento de datos para 3, 4 y 5, esto quiere decir que tanto Poisson como Exponencial quedan descartadas para cualquier sistema de hipótesis.

Análisis correlacional

A través del coeficiente de correlación se interpreta, si la influencia de los datos de la variable independiente, guardan relación o incidencia con los datos obtenidos de la variable dependiente, esto con ayuda del coeficiente de Pearson, cuya metodología guarda interpretación con los siguientes valores:

- Los valores de este indicador parten entre -1 a 1
- Si el resultado es negativo, la interpretación se basa que las variables presentadas presentan resultados contrarios, es decir, mientras una exista, los efectos en la variable dependiente son opuestos.
- Si los resultados son positivos es decir entre 0 y 1 se debe tomar en cuenta

- 0 – 0.25 correlación escasa o nula
- 0.26 – 0.50 correlación débil
- 0.51 – 0.69 correlación entre moderada y fuerte
- 0.70 – 1.00 correlación fuerte y perfecta

Aunque este modelo indique que las opiniones con referente a un argumento de la variable independiente, pueden tener un resultado influyente en los argumentos de la variable dependiente, se debe tomar en cuenta pruebas de hipótesis que aseguren si las opiniones de cada encuestado mantienen el mismo patrón o quizás la interpretación de este instrumento es demasiado débil para asegurar que las empresas que deseen mejorar el desempeño de su personal tengan la garantía suficiente de cumplir este objetivo con el mejoramiento de la comunicación interna en su esquema organizacional.

A continuación, se puede observar los coeficientes obtenidos por cada uno de los argumentos por variables:

Tabla 17.

Matriz de correlación Desempeño laboral y Nivel de Comunicación (Identidad)

Correlación de las variables		Nivel de comunicación Identidad					
		1. La empresa brinda capacitación de bienvenida para dar a conocer su misión, visión y objetivos organizacionales	2. Mi trabajo es indispensable en la operación de la empresa.	3. Formo parte de un equipo de trabajo sólido, que se apoya constantemente	4. Mi jefe directo se identifica conmigo y me apoya en mi trabajo	5. Sin mi aporte personal las actividades de la empresa no tendrían valor agregado.	
Desempeño laboral	Condiciones personales	21. Falta mucho a su trabajo	0,113072116	0,734323528	0,069917728	-0,037466188	0,006991005
		22. Es puntual en su jornada laboral	-0,011904948	0,03824985	0,031197622	0,037674197	0,007738413
		23. Cumple con su horario de trabajo	-0,028000834	0,047574786	-0,085876231	-0,044217327	0,036307437
	Conocimiento del trabajo	24. Tiene dificultades para realizar su trabajo	-0,049738603	-0,039902731	-0,017420936	0,134664167	-0,011850196
		25. Considera que tiene los conocimientos necesarios y suficientes para realizar su trabajo	0,086766197	-0,026644704	0,004275897	-0,01575315	-0,084804535
	Habilidad de planeamiento	26. Da su punto de vista en las reuniones departamentales para contribuir al mejoramiento de los procesos	0,003855055	-0,009681961	-0,080573165	0,018975708	0,052135112
		27. Planea sus actividades	0,06770313	-0,016654148	0,025789719	-0,007888666	0,113753855
	Iniciativa	28. Realiza sus actividades sin esperar que otros se lo pidan	0,077418747	0,098657056	0,05619432	-0,044174469	0,00519292
		29. Emrende en sus actividades sin necesidad que se lo soliciten	-0,000470084	0,021085002	-0,052137792	0,048854753	0,023103507
	Esfuerzo y Responsabilidad	30. Tiene constancia en la ejecución de sus tareas	0,05676554	-0,020942786	0,00478642	0,0645099	-0,000125886
		31. Se siente responsable de las tareas que le encomiendan	0,060254234	0,008128542	-0,02927408	-0,037150547	0,12279635
	Habilidad para trabajar solo y en equipo	32. Es persistente hasta cumplir con los objetivos planteados	-0,062823819	0,004936201	-0,086689617	0,093784946	-0,017656891
		33. Puede trabajar sin necesidad de estar con alguien más	-0,095365124	0,002679709	-0,015475878	0,014645057	-0,063019698
		34. Realiza su trabajo sin ayuda de otros	-0,092651212	0,043620086	0,075302022	-0,032397875	-0,023869024
		35. Es capaz de tomar decisiones para resolver problemas dentro de su nivel jerárquico	0,031953218	-0,004900807	-0,026344144	0,010949218	-0,068190286
		36. Tiene una actitud conciliadora cuando se presentan conflictos	0,085924107	0,004366158	0,036130157	-0,029654026	-0,064468805
		37. Impone sus puntos de vista sobre los demás	0,017611269	-0,014808931	0,036896747	0,038941764	-0,002656258
		38. Le gusta cooperar durante las tareas en equipo	0,029390753	0,008794515	0,024098873	0,092678926	-0,0600685
Promedios totales		0,016097763	0,048826631	-0,001622352	0,017054244	-0,001593971	

Tabla 18.

Matriz de correlación Desempeño laboral y Nivel de Comunicación (Imagen)

Correlación de las variables		Nivel de comunicación					
		6. La imagen corporativa que expone la empresa es una clara señal de su misión y visión	7. A través de la imagen corporativa mis clientes internos y externos conocen cuál es el corazón (giro) del negocio.	Imagen 8. Considero que se debe mejorar la imagen corporativa	9. Mi uniforme forma parte de la imagen que reflejo al cliente	10. Una buena presentación refleja el trato que se recibe de los directivos de la empresa.	
Desempeño laboral	Condiciones personales	21. Falta mucho a su trabajo	-0,013004522	0,00397341	0,014174734	0,075802555	0,089617818
		22. Es puntual en su jornada laboral	-0,033589662	0,006248734	0,003240643	0,050102276	-0,086939907
		23. Cumple con su horario de trabajo	0,029695817	-0,082526921	-0,006693695	0,07974629	0,03364407
	Conocimiento del trabajo	24. Tiene dificultades para realizar su trabajo	-0,011193128	-0,004497971	0,031153547	-0,123949235	0,095881102
		25. Considera que tiene los conocimientos necesarios y suficientes para realizar su trabajo	-0,060386893	0,029673071	-0,01014619	0,000665983	0,022820355
	Habilidad de planeamiento	26. Da su punto de vista en las reuniones departamentales para contribuir al mejoramiento de los procesos	0,062504204	-0,040497288	0,084558694	-0,007324161	0,078916907
		27. Planea sus actividades	-0,03680742	-0,036347568	0,757169022	0,01303172	0,010375115
	Iniciativa	28. Realiza sus actividades sin esperar que otros se lo pidan	0,038144281	-0,013126727	-0,027256857	0,789085919	-0,025260673
		29. Emprende en sus actividades sin necesidad que se lo soliciten	-0,005529869	-0,122358905	0,006876379	0,052985305	0,712530256
	Esfuerzo y Responsabilidad	30. Tiene constancia en la ejecución de sus tareas	0,036062012	-0,028652818	0,033077668	0,001376359	0,047886808
		31. Se siente responsable de las tareas que le encomiendan	0,008148758	-0,042384695	0,077699633	0,105172962	-0,026839797
	Habilidad para trabajar solo y en equipo	32. Es persistente hasta cumplir con los objetivos planteados	-0,042510883	0,059840649	0,003614371	-0,01731036	0,012954284
		33. Puede trabajar sin necesidad de estar con alguien más	0,007492407	-0,015403095	-0,02502336	-0,015166797	-0,015813575
		34. Realiza su trabajo sin ayuda de otros	0,100254155	0,044963345	0,014183161	0,065074445	0,03113889
		35. Es capaz de tomar decisiones para resolver problemas dentro de su nivel jerárquico	0,021224081	0,046626602	0,023144506	0,023935798	0,046240751
		36. Tiene una actitud conciliadora cuando se presentan conflictos	0,08605579	0,023588482	-0,10310658	-0,044066548	-0,062117778
		37. Impone sus puntos de vista sobre los demás	-0,138838072	0,001398859	-0,035703636	-0,041730636	-0,020194194
		38. Le gusta cooperar durante las tareas en equipo	0,044580415	0,031240035	0,036555307	0,088408234	0,019235407
Promedios totales		0,005127859	-0,007680156	0,048750964	0,060880006	0,053559769	

Tabla 19.

Matriz de correlación Desempeño laboral y Nivel de Comunicación (Información)

	Correlación de las variables	Nivel de comunicación Información					
		11. La empresa cuenta con un adecuado sistema de comunicación interna	12. Si tengo algún problema, puedo conversarlo directamente con la alta dirección de la empresa.	13. Mis jefes toman en cuenta mis opiniones	14. Hay una adecuada comunicación entre los departamentos de la empresa	15. Es necesario crear canales de comunicación para el personal	
Desempeño laboral	Condiciones personales	21. Falta mucho a su trabajo	0,021548785	-0,0256347	0,079226375	0,013514466	0,003215542
		22. Es puntual en su jornada laboral	0,044015817	-0,066461822	-0,031186312	-0,09142655	-0,087968515
		23. Cumple con su horario de trabajo	-0,005390532	-0,027717029	-0,098246409	-0,035637829	0,039071907
	Conocimiento del trabajo	24. Tiene dificultades para realizar su trabajo	0,021235006	0,020831667	0,098145691	0,055230409	0,07744222
		25. Considera que tiene los conocimientos necesarios y suficientes para realizar su trabajo	0,032399661	-0,062247236	0,071473162	0,023056884	-0,022296869
	Habilidad de planeamiento	26. Da su punto de vista en las reuniones departamentales para contribuir al mejoramiento de los procesos	0,014186234	0,010878099	-0,059271925	0,062727282	-0,033375484
		27. Planea sus actividades	-0,001528893	0,074673623	0,004988394	-0,073060061	-0,053660415
	Iniciativa	28. Realiza sus actividades sin esperar que otros se lo pidan	-0,033193964	0,035717178	0,026919923	-0,035736421	0,083378386
		29. Emprende en sus actividades sin necesidad que se lo soliciten	0,080999678	-0,039405068	0,017080942	0,0492615	-0,041931694
	Esfuerzo y Responsabilidad	30. Tiene constancia en la ejecución de sus tareas	0,771429428	-0,018556549	-0,004572462	0,004206122	-0,014310119
		31. Se siente responsable de las tareas que le encomiendan	-0,041598748	0,765431716	0,052843099	0,103404701	-0,044068237
		32. Es persistente hasta cumplir con los objetivos planteados	-0,004483582	-0,082404529	0,050470848	-0,01929793	-0,114208216
	Habilidad para trabajar solo y en equipo	33. Puede trabajar sin necesidad de estar con alguien más	0,013620891	0,052526647	-0,012057801	0,752287598	-0,033393743
		34. Realiza su trabajo sin ayuda de otros	0,00225659	-0,044509456	-0,021661967	-0,01025949	0,771297048
		35. Es capaz de tomar decisiones para resolver problemas dentro de su nivel jerárquico	0,018937368	-0,041934349	-0,010663503	0,032033935	-0,013022555
		36. Tiene una actitud conciliadora cuando se presentan conflictos	0,032033683	0,011556563	-0,020962673	0,028892209	-0,082409964
		37. Impone sus puntos de vista sobre los demás	-0,059639951	-0,021853747	-0,010024434	-0,078878549	0,003207549
		38. Le gusta cooperar durante las tareas en equipo	0,028234463	0,013177437	0,000486515	-0,003963446	-0,068534284
	Promedios totales	0,051947885	0,03078158	0,007388192	0,043130824	0,020468476	

Tabla 20.

Matriz de correlación Desempeño laboral y Nivel de Comunicación (Integridad)

	Correlación de las variables	Nivel de comunicación Integridad					
		16. Tengo acceso a la información de la empresa de manera transparente	17. Dentro de los departamentos de la empresa se le da poca valoración "al rumor"	18. Siento que la retribución que recibo por mi trabajo justifica la labor que realizo en la institución.	19. La comunicación en el área operativa permite que los procesos fluyan de manera adecuada	20. Las actividades del personal operativo se encuentran establecidas en un manual de funciones	
Desempeño laboral	Condiciones personales	21. Falta mucho a su trabajo	-0,064996674	0,098970603	-0,017313745	-0,012182544	0,094197627
		22. Es puntual en su jornada laboral	0,071404165	0,044661132	-0,03224231	0,100663719	-0,012164306
		23. Cumple con su horario de trabajo	-0,044731357	0,102991457	0,045760745	-0,056783743	0,036579742
	Conocimiento del trabajo	24. Tiene dificultades para realizar su trabajo	-0,031405292	0,001741212	0,033927405	-0,036735733	-0,062245542
		25. Considera que tiene los conocimientos necesarios y suficientes para realizar su trabajo	-0,026943515	-0,008908056	0,027827008	0,060715074	0,056256857
	Habilidad de planeamiento	26. Da su punto de vista en las reuniones departamentales para contribuir al mejoramiento de los procesos	0,140997477	0,032873678	0,032360337	-0,010449694	-0,042257947
		27. Planea sus actividades	0,075056162	-0,06182849	0,031152122	-0,009192591	0,014663033
	Iniciativa	28. Realiza sus actividades sin esperar que otros se lo pidan	0,007715653	-0,040429083	0,048305947	0,076896492	-0,010832416
		29. Emrende en sus actividades sin necesidad que se lo soliciten	0,043301563	-0,138702978	-0,01576684	-0,006903954	0,044929216
	Esfuerzo y Responsabilidad	30. Tiene constancia en la ejecución de sus tareas	-0,040146694	-0,001377789	0,011677065	0,027904641	0,05625763
		31. Se siente responsable de las tareas que le encomiendan	0,044861543	-0,038250219	-0,001807388	-0,023931771	0,040141902
	Habilidad para trabajar solo y en equipo	32. Es persistente hasta cumplir con los objetivos planteados	0,00780784	-0,019468744	0,020777924	0,111641403	-0,067929828
		33. Puede trabajar sin necesidad de estar con alguien más	0,033041181	0,005186733	-0,034144997	0,006083892	-0,091084922
		34. Realiza su trabajo sin ayuda de otros	0,08935842	-0,035694772	0,077910168	-0,014082353	-0,068267511
		35. Es capaz de tomar decisiones para resolver problemas dentro de su nivel jerárquico	-0,001449979	-0,007274746	0,069032148	0,115095459	0,067381533
		36. Tiene una actitud conciliadora cuando se presentan conflictos	0,081543185	0,733675439	0,011795468	-0,020525797	0,038859923
		37. Impone sus puntos de vista sobre los demás	0,026789203	-0,021863852	0,065904271	-0,02174276	0,033024199
		38. Le gusta cooperar durante las tareas en equipo	0,092646538	0,013013603	-0,048837724	0,731379959	-0,020627878
Promedios totales		0,02804719	0,036628618	0,018128756	0,056547206	0,005937851	

De acuerdo a la necesidad de eliminar de la recolección de datos, aquellas respuestas que posiblemente no guardan correlación entre las variables, con los resultados de incidencia entre la variable independiente y dependiente, que posiblemente afecta el resultado del alfa de Cronbach, se identifican a los siguientes argumentos como escenarios no correlacionados o negativos:

Eliminar variable independiente los siguientes argumentos:

- Argumento 3. Formo parte de un equipo de trabajo sólido, que se apoya constantemente
- Argumento 5. Sin mi aporte personal las actividades de la empresa no tendrían valor agregado.
- Argumento 7. A través de la imagen corporativa mis clientes internos y externos conocen cuál es el corazón (giro) del negocio.

Con sus respectivas contrapartes de variable dependiente:

- Argumento 22. Es puntual en su jornada laboral.
- Argumento 23. Cumple con su horario de trabajo.
- Argumento 32. Es persistente hasta cumplir con los objetivos planteados.
- Argumento 37. Impone sus puntos de vista sobre los demás.

Eliminando de la data principal estas respuestas o escenarios, permite que la confiabilidad de la información para el cálculo de la correlación se incremente, tal como lo muestra la segunda prueba del Alfa de Cronbach, sin embargo, no se incrementa más de las cifras decimales de su indicador

Para definir la correlación existente entre variables se procedió a elaborar el análisis estadístico en donde se ha señalado por colores aquellos que guardan una mayor relación o confiabilidad entre variables; siendo las cifras de color verde las seleccionadas por su elevada relación. Estas se resumen a continuación:

- Condiciones personales e identidad: 0,734323528
- Habilidad de planeamiento e imagen: 0,757169022
- Imagen e iniciativa: 0,789085919

- Imagen e iniciativa: 0,712530256
- Esfuerzo y responsabilidad e información: 0,771429428; 0,765431716
- Habilidad para trabajar solo o en equipo e información: 0,752287598 y 0,771297048
- Habilidad para trabajar solo o en equipo e integridad: 0,733675439 y 0,731379959

En total, los argumentos con correlación superior a 0.70 generaron como resultado 10 escenarios, los cuales se resumen en la siguiente tabla:

Tabla 21.

Escenarios de correlación 1 al 4

Escenarios	VARIABLES	Indicador	Argumentos
Escenario 1	Nivel de comunicación	Identidad	2. Mi trabajo es indispensable en la operación de la empresa.
	Desempeño laboral	Condiciones personales	21. Falta mucho a su trabajo
Escenario 2	Nivel de comunicación	Imagen	8. Considero que se debe mejorar la imagen corporativa
	Desempeño laboral	Habilidad de planteamiento	27. Planea sus actividades
Escenario 3	Nivel de comunicación	Imagen	9. Mi uniforme forma parte de la imagen que reflejo al cliente
	Desempeño laboral	Iniciativa	28. Realiza sus actividades sin esperar que otros se lo pidan
Escenario 4	Nivel de comunicación	Imagen	10. Una buena presentación refleja el trato que se recibe de los directivos de la empresa.
	Desempeño laboral	Iniciativa	29. Emprende en sus actividades sin necesidad que se lo soliciten

Tabla 22.*Escenarios de correlación 5 al 8*

Escenarios	VARIABLES	Indicador	Argumentos
Escenario 5	Nivel de comunicación	Información	15. Es necesario crear canales de comunicación para el personal
	Desempeño laboral	Esfuerzo y responsabilidad	34. Realiza su trabajo sin ayuda de otros 12. Si tengo algún problema, puedo conversarlo
Escenario 6	Nivel de comunicación	Información	directamente con la alta dirección de la empresa. 31. Se siente responsable de las tareas que le encomiendan
	Desempeño laboral	Esfuerzo y responsabilidad	14. Hay una adecuada comunicación entre los departamentos de la empresa
Escenario 7	Nivel de comunicación	Información	33. Puede trabajar sin necesidad de estar con alguien más
	Desempeño laboral	Habilidad para trabajar solo y en equipo	15. Es necesario crear canales de comunicación para el personal
Escenario 8	Desempeño laboral	Habilidad para trabajar solo y en equipo	34. Realiza su trabajo sin ayuda de otros
	Desempeño laboral	Habilidad para trabajar solo y en equipo	38. Le gusta cooperar durante las tareas en equipo

Tabla 23.*Escenarios de correlación 9 al 10*

Escenarios	Variables	Indicador	Argumentos
Escenario 9	Nivel de comunicación	Integridad	17. Dentro de los departamentos de la empresa se le da poca valoración "al rumor"
	Desempeño laboral	Habilidad para trabajar solo y en equipo	36. Tiene una actitud conciliadora cuando se presentan conflictos 19. La comunicación en el área operativa permite que los procesos fluyan de manera adecuada
Escenario 10	Nivel de comunicación	Integridad	38. Le gusta cooperar durante las tareas en equipo
	Desempeño laboral	Habilidad para trabajar solo y en equipo	

Cada uno de estos argumentos que se los renombra como escenarios de dependencia se explican a continuación:

Escenarios de dependencia

En cuanto a los escenarios de dependencia se puede identificar a las siguientes correlaciones de los factores según las variables de comunicación y desempeño laboral que fueron las que se acercaron a 0.7 que da la confiabilidad a los datos del Alfa de Cronbach:

Tabla 24.*Correlación entre la identidad y las condiciones personales*

Correlación	0,734323528	
Variables	Indicador	Argumentos
Nivel de comunicación	Identidad	2. Mi trabajo es indispensable en la operación de la empresa.
Desempeño laboral	Condiciones personales	21. Falta mucho a su trabajo

La relación entre la identidad y las condiciones personales vienen dadas por dos argumentos como son el reconocimiento propio que tiene el empleado de la importancia que tiene dentro de su área de trabajo y las ausencias temporales (faltas) ya sean por permisos o enfermedades. La correlación llega a un factor de 0,734323528, lo que implica que cuando el personal se encuentra consciente de la necesidad que tiene la empresa de sus labores diarias; entonces estos procuran asistir con regularidad.

Tabla 25.

Correlación entre la imagen y la habilidad de planeamiento

Correlación		0,757169022
VARIABLES	INDICADOR	ARGUMENTOS
Nivel de comunicación	Imagen	8. Considero que se debe mejorar la imagen corporativa
Desempeño laboral	Habilidad de planteamiento	27. Planea sus actividades

La relación entre la imagen y la habilidad de planeamiento se da por los argumentos de que es necesaria una mejora de la imagen corporativa de la empresa y la planificación de las actividades del personal. El factor de correlación es de 0,757169022; lo que significa que existe una relación entre la realización de cronogramas o planificaciones de trabajo con la imagen proyectada de la empresa.

Esto puede darse inclusive por la imagen proyectada al cliente interno (personal) y externo (consumidor final); pues de la misma manera en que el personal es eficiente en el cumplimiento de las labores con sus superiores; se proyecta en la atención a los consumidores.

Tabla 26.*Correlación entre la imagen y la iniciativa*

Correlación		0,789085919
Variabes	Indicador	Argumentos
Nivel de comunicación	Imagen	9. Mi uniforme forma parte de la imagen que reflejo al cliente
Desempeño laboral	Iniciativa	28. Realiza sus actividades sin esperar que otros se lo pidan

El factor de correlación entre la imagen y la iniciativa fue de 0,789085919; se refleja en los argumentos sobre la percepción que tiene el personal en relación al uso del uniforme como parte fundamental de la imagen corporativa y la realización de las actividades autónomas.

Esto confirma que un empleado bien uniformado encuentra un sentido de pertenencia en la organización, volviendo su actitud hacia la efectividad en la realización de sus actividades diarias sin que exista un nivel de supervisión. Por lo tanto, se puede indicar que el personal necesita de este tipo de herramientas para tomar con seriedad la operación del negocio e identificarse con él, tomando como suyas las actividades que debe realizar, esto le brinda un empoderamiento en el lugar del trabajo.

Tabla 27.*Correlación entre la imagen y la iniciativa*

Correlación		0,712530256
Variabes	Indicador	Argumentos
Nivel de comunicación	Imagen	10. Una buena presentación refleja el trato que se recibe de los directivos de la empresa.
Desempeño laboral	Iniciativa	29. Emprende en sus actividades sin necesidad que se lo soliciten

La correlación entre la imagen y la iniciativa teniendo como argumentos la buena presentación del personal y la ejecución de las actividades sin que se lo soliciten tiene un factor de 0,712530256. Esto se refiere a la necesidad que tiene el personal de reflejar ante los consumidores la forma en la que son tratados por la alta dirección, inclusive si son remunerados puntualmente o no; pues, dependiendo de ello se tomarán actitudes o comportamientos deseados o no, entre ellas realizar sus actividades pendientes sin que se los soliciten.

Tabla 28.

Correlación entre la información y el esfuerzo y la responsabilidad

Correlación	0,771429428	
VARIABLES	INDICADOR	ARGUMENTOS
Nivel de comunicación	Información	11. La empresa cuenta con un adecuado sistema de comunicación interna
Desempeño laboral	Esfuerzo y responsabilidad	30. Tiene constancia en la ejecución de sus tareas

Sobre la correlación entre la información, el esfuerzo y responsabilidad se puede mencionar que los principales argumentos fueron que la empresa cuente con sistemas de comunicación adecuados y la constancia en la elaboración de las tareas; en este sentido, el factor fue de 0,771429428.

Se refiere a las necesidades que tienen los empleados de contar con sistemas de comunicación interna que sean efectivos, sin ruidos o tergiversaciones a fin de que exista claridad en los mensajes y que estos puedan incidir de manera positiva en la resolución de las actividades del personal.

Tabla 29.*Correlación entre la información y el esfuerzo y la responsabilidad*

Correlación	0,765431716	
VARIABLES	INDICADOR	ARGUMENTOS
Nivel de comunicación	Información	12. Si tengo algún problema, puedo conversarlo directamente con la alta dirección de la empresa.
Desempeño laboral	Esfuerzo y responsabilidad	31. Se siente responsable de las tareas que le encomiendan

En cuanto a la correlación de la información con el esfuerzo y la responsabilidad el factor fue de 0,765431716. Los argumentos planteados fueron en primer lugar la facilidad que tiene el personal para conversar con la alta dirección sobre la resolución de conflictos o problemas y la responsabilidad sobre sus tareas o funciones.

Esto se da porque al momento de entablar comunicaciones asertivas y efectivas con el personal, es posible que ellos puedan asumir la responsabilidad implícita en el cargo, para que se aseguren de cumplir eficientemente sus funciones.

Tabla 30.*Correlación entre la información y la habilidad para trabajar solo y en equipo*

Correlación	0,752287598	
VARIABLES	INDICADOR	ARGUMENTOS
Nivel de comunicación	Información	14. Hay una adecuada comunicación entre los departamentos de la empresa
Desempeño laboral	Habilidad para trabajar solo y en equipo	33. Puede trabajar sin necesidad de estar con alguien más

La correlación entre la información y la habilidad para trabajar solo y en equipo, dio como resultado del factor 0,752287598. Los argumentos planteados señalan que se relaciona a la comunicación departamental de la empresa y la posibilidad de laboral sin compañía. Este punto es muy importante, pues en caso de que la empresa cuente

con canales de comunicación adecuados será posible que se ejecute el trabajo desde cualquier sitio, un ejemplo de ello es la situación actual por la pandemia del Covid – 19; en donde se ha priorizado el teletrabajo. Se puede señalar que es necesario plantear escenarios de teletrabajo en el futuro, pues ahorran recursos a la empresa y relajan las condiciones en las que el personal puede ejecutar sus actividades dentro de la organización.

Tabla 31.

Correlación entre la información y la habilidad para trabajar solo y en equipo

Correlación 0,771297048

Variables	Indicador	Argumentos
Nivel de comunicación	Información	15. Es necesario crear canales de comunicación para el personal
Desempeño laboral	Habilidad para trabajar solo y en equipo	34. Realiza su trabajo sin ayuda de otros

En cuanto a otros argumentos de las mismas variables como son la creación de canales de comunicación para el personal y la posibilidad de realizar el trabajo sin ayuda de terceros; el factor de correlación fue de 0,771297048. Es decir, si se espera que los empleados realicen sus actividades sin depender de la ayuda de terceros, entonces se debe facilitar la comunicación para que puedan despejar cualquier inconveniente sobre sus actividades.

Esto también se relaciona a los escenarios en donde por decreto no es posible asistir de manera presencial a laborar, ya que estos canales permitirán difundir la información necesaria para que se ejecuten las actividades del personal.

Tabla 32.*Correlación entre la integridad y la habilidad para trabajar solo y en equipo***Correlación 0,771297048**

Variables	Indicador	Argumentos
Nivel de comunicación	Integridad	17. Dentro de los departamentos de la empresa se le da poca valoración "al rumor"
	Habilidad	
Desempeño laboral	para trabajar solo y en equipo	34. Realiza su trabajo sin ayuda de otros

Con referencia a la combinación de los argumentos dentro de los departamentos de la empresa se le da poca valoración al rumor con realiza su trabajo sin ayuda de otros, indica que, los encuestados o trabajadores, perciben que la administración de cada empresa, ante un problema trata de comprobar previamente el accionar a través de reuniones y de ser el caso buscar las prueba suficiente ante un posible error en las labores diarias; esto permite que al momento de trabajar, los empleados realicen sus actividades de manera independiente, sin influencia de terceros que posiblemente pueden asesorar mal en su accionar.

En este escenario es importante que la implementación de una política que busque promover reuniones de trabajo, comprobar por el jefe directo errores e identifique culpables, genera una mayor tranquilidad en la organización, esto ayuda a eliminar el temor por parte del trabajador a tomar sus propias decisiones y así establecer que una independencia de los procesos, todo en favor de optimizar el tiempo invertido.

Tabla 33.

Correlación entre la integridad y la habilidad para trabajar solo y en equipo

Correlación 0,731379959

Variables	Indicador	Argumentos
Nivel de comunicación	Integridad	19. La comunicación en el área operativa permite que los procesos fluyan de manera adecuada
	Habilidad	
Desempeño laboral	para trabajar solo y en equipo	38. Le gusta cooperar durante las tareas en equipo

Finalmente, la correlación entre la integridad y la habilidad para trabajar solo o en equipo, tuvo un factor de 0,731379959; siendo sus argumentos que la comunicación del área operativa permite que los procesos fluyan de manera adecuada y la cooperación del personal cuando se asignan tareas en equipo. Esto porque el hecho de contar con procesos estandarizados y canales de comunicación efectivos permite que cada trabajador realice su aporte individual para lograr la meta conjunta.

Una vez que se ha explicado de acuerdo al índice de correlación de Pearson, la presencia de una incidencia entre ambos argumentos de la variable independiente, se realizan pruebas de hipótesis tomando en consideración dos argumentos:

- Si al menos una parte significativa de los argumentos presentados en la comunicación interna inciden sobre el desempeño del personal de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.
- Si la presencia del escenario de la pandemia y las condiciones de trabajo actuales, son factores externos que de manera perpetua provocan la incidencia de la comunicación interna sobre el desempeño del personal de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

Prueba de hipótesis

Para la comprobación de las hipótesis alternativas propuestas en el inciso anterior, se utilizan el cálculo del estadístico F para conocer el grado de significancia de los argumentos presentados y la prueba de Durbin – Watson para comprobar si los factores externos actúan de manera perpetua, estos cálculos se muestran a continuación:

Estadístico F

El estadístico F, muestra ayuda a establecer si dentro del grupo de datos que constituye la variable independiente, al menos una parte presenta la suficiente significancia para explicar el comportamiento de la variable dependiente, en el caso del proyecto en estudio, se plantea la comprobación de los siguientes escenarios:

Ho: No existe una parte significativa en los argumentos presentados en la comunicación interna que incidan sobre el desempeño del personal de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

H1: Una parte significativa de los argumentos presentados en la comunicación interna inciden sobre el desempeño del personal de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

Una vez obtenido el estadístico F, se procede a obtener el valor crítico de la distribución F, con la finalidad de aceptar o rechazar la hipótesis nula, estos cálculos se muestra a continuación:

Se toma un nivel de significancia de $\alpha = 5\%$

Con referencia a los grados de libertad numerador 1 por el número de variables independientes que se toma en cada modelo y grados de libertad denominador 360 por el número de $n = 361 - 1$, esto da como resultado un valor crítico 3,87 en las tablas de distribución F.

Validando los resultados con el siguiente escenario: rechazar Ho si estadístico $f >$ valor crítico, por ello se procede a comparar cada escenario con el valor crítico

obtenido de las tablas de distribución F. La mayor parte de las distribuciones de probabilidad de valor f es $0 < 0.05$ por lo tanto se rechaza la hipótesis nula.

El resultado del estadístico F para cada uno de los escenarios, se lo obtuvo a través del cálculo del análisis ANOVA, cuyos datos se presentan a continuación en el mismo orden que los datos expuestos en las tablas 20, 21 y 22 del presente capítulo III de análisis de resultados con la respectiva hipótesis específica en función a cada indicador:

En referencia a la teoría donde cada uno de los escenarios con estadístico F tabla 44, presentan un valor superior a crítico de las tablas de distribución y adicionalmente que la probabilidad del Valor p presenta una probabilidad a cero, se concluye que los resultados analizados son significativos, es decir, se rechaza la hipótesis nula, por lo tanto:

H1: Una parte significativa de los argumentos presentados en la comunicación interna inciden sobre el desempeño del personal de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

Es decir que, cada una de las opiniones vertidas por los trabajadores encuestados del sector automotriz, demuestra que en su organización, la falta de un control o estrategias enfocadas en fomentar una excelente comunicación interna, en la actualidad están incidiendo sobre el desempeño reflejado en sus actividades diarios, garantizando a los departamentos de talento humano de este tipo de sectores, incluir en su planificación, mayores esfuerzos para que la administración central destine recursos sobre el mejoramiento de canales oficiales sobre el manejo de la comunicación y así mejorar los resultados que pueden aportar cada trabajador.

Para comprobar la aceptación o rechazo de la hipótesis nula en cada uno de los indicadores de los escenarios obtenidos en el coeficiente de correlación, a continuación, se presenta tanto el planteamiento de las hipótesis específicas para cada uno de los indicadores como la comprobación de las mismas con el estadístico F.

Escenario 1

Se plantea las siguientes hipótesis específicas:

Ho: No existe una parte significativa en los argumentos presentados en la comunicación interna en su indicador de identidad que incidan sobre el desempeño del personal en su indicador de condiciones personales de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

H1: Una parte significativa de los argumentos presentados en la comunicación interna en su indicador de identidad que incidan sobre el desempeño del personal en su indicador de condiciones personales de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

Tabla 34.

Estadístico F escenario 1

	<i>Grados de libertad</i>	<i>Suma de cuadrados</i>	<i>Promedio de los cuadrados</i>	<i>F</i>	<i>Valor crítico de F</i>
Regresión	1	366,8802554	366,8802554	420,13235	0,00
Residuos	359	313,4964759	0,873249236	2	
Total	360	680,3767313			

Estadístico F 420, 13 > 3,87 valor tablas distribución F, se rechaza la hipótesis nula, por ende, se comprueba que:

H1: Una parte significativa de los argumentos presentados en la comunicación interna en su indicador de identidad que incidan sobre el desempeño del personal en su indicador de condiciones personales de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

Escenario 2

Se plantea las siguientes hipótesis específicas:

Ho: No existe una parte significativa en los argumentos presentados en la comunicación interna en su indicador de imagen que incidan sobre el desempeño del personal en su indicador de habilidad de planteamiento de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

H1: Una parte significativa de los argumentos presentados en la comunicación interna en su indicador de imagen que incidan sobre el desempeño del personal en su indicador de habilidad de planteamiento de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

Tabla 35.

Estadístico F escenario 2

	<i>Grados de libertad</i>	<i>Suma de cuadrados</i>	<i>Promedio de los cuadrados</i>	<i>F</i>	<i>Valor crítico de F</i>
Regresión	1	387,90669	387,90669	482,3502371	0,00
Residuos	359	288,7082684	0,804201305		
Total	360	676,6149584			

Estadístico F 420, 13 > 3,87 valor tablas distribución F, se rechaza la hipótesis nula, por ende, se comprueba que:

H1: Una parte significativa de los argumentos presentados en la comunicación interna en su indicador de imagen que incidan sobre el desempeño del personal en su indicador de habilidad de planteamiento de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

Escenario 3

Se plantea las siguientes hipótesis específicas:

Ho: No existe una parte significativa en los argumentos presentados en la comunicación interna en su indicador de imagen que incidan sobre el desempeño del personal en su indicador de iniciativa de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

H1: Una parte significativa de los argumentos presentados en la comunicación interna en su indicador de imagen que incidan sobre el desempeño del personal en su indicador de iniciativa de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

Tabla 36.

Estadístico F escenario 3

	<i>Grados de libertad</i>	<i>Suma de cuadrados</i>	<i>Promedio de los cuadrados</i>	<i>F</i>	<i>Valor crítico de F</i>
Regresión	1	482,1707732	482,1707732	592,3880154	0,00
Residuos	359	292,2059581	0,813944173		
Total	360	774,3767313			

Estadístico F 592,38 > 3,87 valor tablas distribución F, se rechaza la hipótesis nula, por ende, se comprueba que:

H1: Una parte significativa de los argumentos presentados en la comunicación interna en su indicador de imagen que incidan sobre el desempeño del personal en su indicador de iniciativa de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

Escenario 4

Se plantea las siguientes hipótesis específicas:

Ho: No existe una parte significativa en los argumentos presentados en la comunicación interna en su indicador de imagen que incidan sobre el desempeño del personal en su indicador de iniciativa de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

H1: Una parte significativa de los argumentos presentados en la comunicación interna en su indicador de imagen que incidan sobre el desempeño del personal en su indicador de iniciativa de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

Tabla 37.

Estadístico F escenario 4

	<i>Grados de libertad</i>	<i>Suma de cuadrados</i>	<i>Promedio de los cuadrados</i>	<i>F</i>	<i>Valor crítico de F</i>
Regresión	1	364,8150437	364,8150437	370,2292041	0,00
Residuos	359	353,7500533	0,985376193		
Total	360	718,565097			

Estadístico F 370, 22 > 3,87 valor tablas distribución F, se rechaza la hipótesis nula, por ende, se comprueba que:

H1: Una parte significativa de los argumentos presentados en la comunicación interna en su indicador de imagen que incidan sobre el desempeño del personal en su indicador de iniciativa de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

Escenario 5

Se plantea las siguientes hipótesis específicas:

Ho: No existe una parte significativa en los argumentos presentados en la comunicación interna en su indicador de información que incidan sobre el desempeño del personal en su indicador de esfuerzo y responsabilidad de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

H1: Una parte significativa de los argumentos presentados en la comunicación interna en su indicador de información que incidan sobre el desempeño del personal en su indicador de esfuerzo y responsabilidad de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

Tabla 38.

Estadístico F escenario 5

	<i>Grados de libertad</i>	<i>Suma de cuadrados</i>	<i>Promedio de los cuadrados</i>	<i>F</i>	<i>Valor crítico de F</i>
Regresión	1	374,2393468	374,2393468	527,1990498	0,00
Residuos	359	254,8409856	0,70986347		
Total	360	629,0803324			

Estadístico F 527, 1990 > 3,87 valor tablas distribución F, se rechaza la hipótesis nula, por ende, se comprueba que:

H1: Una parte significativa de los argumentos presentados en la comunicación interna en su indicador de información que incidan sobre el desempeño del personal en su indicador de esfuerzo y responsabilidad de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

Escenario 6

Se plantea las siguientes hipótesis específicas:

Ho: No existe una parte significativa en los argumentos presentados en la comunicación interna en su indicador de información que incidan sobre el desempeño del personal en su indicador de esfuerzo y responsabilidad de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

H1: Una parte significativa de los argumentos presentados en la comunicación interna en su indicador de información que incidan sobre el desempeño del personal en su indicador de esfuerzo y responsabilidad de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

Tabla 39.

Estadístico F escenario 6

	<i>Grados de libertad</i>	<i>Suma de cuadrados</i>	<i>Promedio de los cuadrados</i>	<i>F</i>	<i>Valor crítico de F</i>
Regresión	1	448,0776017	448,0776017	507,9104391	0,00
Residuos	359	316,7091019	0,882198055		
Total	360	764,7867036			

Estadístico F $507,9104 > 3,87$ valor tablas distribución F, se rechaza la hipótesis nula, por ende, se comprueba que:

H1: Una parte significativa de los argumentos presentados en la comunicación interna en su indicador de información que incidan sobre el desempeño del personal en su indicador de esfuerzo y responsabilidad de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

Escenario 7

Se plantea las siguientes hipótesis específicas:

Ho: No existe una parte significativa en los argumentos presentados en la comunicación interna en su indicador de información que incidan sobre el desempeño del personal en su indicador de habilidad para trabajar solo y en equipo de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

H1: Una parte significativa de los argumentos presentados en la comunicación interna en su indicador de información que incidan sobre el desempeño del personal en su indicador de habilidad para trabajar solo y en equipo de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

Tabla 40.

Estadístico F escenario 7

	<i>Grados de libertad</i>	<i>Suma de cuadrados</i>	<i>Promedio de los cuadrados</i>	<i>F</i>	<i>Valor crítico de F</i>
Regresión	1	438,7654959	438,7654959	468,0681769	0,00
Residuos	359	336,5253628	0,937396554		
Total	360	775,2908587			

Estadístico F $468,0681 > 3,87$ valor tablas distribución F, se rechaza la hipótesis nula, por ende, se comprueba que:

H1: Una parte significativa de los argumentos presentados en la comunicación interna en su indicador de información que incidan sobre el desempeño del personal en su indicador de habilidad para trabajar solo y en equipo de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

Escenario 8

Se plantea las siguientes hipótesis específicas:

Ho: No existe una parte significativa en los argumentos presentados en la comunicación interna en su indicador de información que incidan sobre el desempeño del personal en su indicador de habilidad para trabajar solo y en equipo de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

H1: Una parte significativa de los argumentos presentados en la comunicación interna en su indicador de información que incidan sobre el desempeño del personal en su indicador de habilidad para trabajar solo y en equipo de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

Tabla 41.

Estadístico F escenario 8

	<i>Grados de libertad</i>	<i>Suma de cuadrados</i>	<i>Promedio de los cuadrados</i>	<i>F</i>	<i>Valor crítico de F</i>
Regresión	1	374,2393468	374,2393468	527,1990498	0,00
Residuos	359	254,8409856	0,70986347		
Total	360	629,0803324			

Estadístico F $527,1990 > 3,87$ valor tablas distribución F, se rechaza la hipótesis nula, por ende, se comprueba que:

H1: Una parte significativa de los argumentos presentados en la comunicación interna en su indicador de información que incidan sobre el desempeño del personal en su indicador de habilidad para trabajar solo y en equipo de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

Escenario 9

Se plantea las siguientes hipótesis específicas:

Ho: No existe una parte significativa en los argumentos presentados en la comunicación interna en su indicador de integridad que incidan sobre el desempeño del personal en su indicador de habilidad para trabajar solo y en equipo de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

H1: Una parte significativa de los argumentos presentados en la comunicación interna en su indicador de integridad que incidan sobre el desempeño del personal en su indicador de habilidad para trabajar solo y en equipo de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

Tabla 42.

Estadístico F escenario 9

	<i>Grados de libertad</i>	<i>Suma de cuadrados</i>	<i>Promedio de los cuadrados</i>	<i>F</i>	<i>Valor crítico de F</i>
Regresión	1	380,2282195	380,2282195	418,5269161	0,00
Residuos	359	326,1485118	0,908491676		
Total	360	706,3767313			

Estadístico F $418,5269 > 3,87$ valor tablas distribución F, se rechaza la hipótesis nula, por ende, se comprueba que

H1: Una parte significativa de los argumentos presentados en la comunicación interna en su indicador de integridad que incidan sobre el desempeño del personal en su indicador de habilidad para trabajar solo y en equipo de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

Escenario 10

Se plantea las siguientes hipótesis específicas:

Ho: No existe una parte significativa en los argumentos presentados en la comunicación interna en su indicador de integridad que incidan sobre el desempeño del personal en su indicador de habilidad para trabajar solo y en equipo de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

H1: Una parte significativa de los argumentos presentados en la comunicación interna en su indicador de integridad que incidan sobre el desempeño del personal en su indicador de habilidad para trabajar solo y en equipo de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

Tabla 43.

Estadístico F escenario 10

	<i>Grados de libertad</i>	<i>Suma de cuadrados</i>	<i>Promedio de los cuadrados</i>	<i>F</i>	<i>Valor crítico de F</i>
Regresión	1	368,1293381	368,1293381	412,904639	0,00
Residuos	359	320,0701079	0,891560189		
Total	360	688,199446			

Estadístico F $412,9046 > 3,87$ valor tablas distribución F, se rechaza la hipótesis nula, por ende, se comprueba que

H1: Una parte significativa de los argumentos presentados en la comunicación interna en su indicador de integridad que incidan sobre el desempeño del personal en su indicador de habilidad para trabajar solo y en equipo de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

Tabla 44.*Comprobación de hipótesis estadístico F escenarios 1 al 5*

Escenarios	Variables	Indicador	Argumentos	F	F Crítico	Conclusión
Escenario 1	Nivel de comunicación	Identidad	2. Mi trabajo es indispensable en la operación de la empresa.	420,132352	3,87	Hay Significancia
	Desempeño laboral	Condiciones personales	21. Falta mucho a su trabajo			
Escenario 2	Nivel de comunicación	Imagen	8. Considero que se debe mejorar la imagen corporativa	482,350237	3,87	Hay Significancia
	Desempeño laboral	Habilidad de planteamiento	27. Planea sus actividades			
Escenario 3	Nivel de comunicación	Imagen	9. Mi uniforme forma parte de la imagen que reflejo al cliente	592,388015	3,87	Hay Significancia
	Desempeño laboral	Iniciativa	28. Realiza sus actividades sin esperar que otros se lo pidan			
Escenario 4	Nivel de comunicación	Imagen	10. Una buena presentación refleja el trato que se recibe de los directivos de la empresa.	370,229204	3,87	Hay Significancia
	Desempeño laboral	Iniciativa	29. Emprende en sus actividades sin necesidad que se lo soliciten			
Escenario 5	Nivel de comunicación	Información	15. Es necesario crear canales de comunicación para el personal	527,19905	3,87	Hay Significancia
	Desempeño laboral	Esfuerzo y responsabilidad	34. Realiza su trabajo sin ayuda de otros			

Tabla 45.

Comprobación de hipótesis estadístico F escenarios 6 al 10

Escenarios	Variables	Indicador	Argumentos	F	F Crítico	Conclusión
Escenario 6	Nivel de comunicación	Información	12. Si tengo algún problema, puedo conversarlo directamente con la alta dirección de la empresa.	507,910439	3,87	Hay Significancia
	Desempeño laboral	Esfuerzo y responsabilidad	31. Se siente responsable de las tareas que le encomiendan			
Escenario 7	Nivel de comunicación	Información	14. Hay una adecuada comunicación entre los departamentos de la empresa	468,068177	3,87	Hay Significancia
	Desempeño laboral	Habilidad para trabajar solo y en equipo	33. Puede trabajar sin necesidad de estar con alguien más			
Escenario 8	Nivel de comunicación	Información	15. Es necesario crear canales de comunicación para el personal	527,19905	3,87	Hay Significancia
	Desempeño laboral	Habilidad para trabajar solo y en equipo	34. Realiza su trabajo sin ayuda de otros			
Escenario 9	Nivel de comunicación	Integridad	17. Dentro de los departamentos de la empresa se le da poca valoración "al rumor"	418,526916	3,87	Hay Significancia
	Desempeño laboral	Habilidad para trabajar solo y en equipo	36. Tiene una actitud conciliadora cuando se presentan conflictos			
Escenario 10	Nivel de comunicación	Integridad	19. La comunicación en el área operativa permite que los procesos fluyan de manera adecuada	412,904639	3,87	Hay Significancia
	Desempeño laboral	Habilidad para trabajar solo y en equipo	38. Le gusta cooperar durante las tareas en equipo			

Estadístico Durbin – Watson

La exposición de los datos a un modelo de correlación, genera que se pronostiquen las respuestas sobre la incidencia de las variables antes presentadas, sin embargo, los residuos de los pronósticos, muchas veces difieren de la respuesta real de los encuestados, volviendo un comportamiento aleatorio ante futuras recolecciones de datos que consulten los mismos argumentos presentados en esta investigación, por ello es importante comprobar, si los factores que en la actualidad existen, aseguran o no la reacción al mismo concepto.

Con referencia al argumento basado en los residuos obtenidos del pronóstico de respuestas frente a la relación de las dos variables presentadas, donde se trata de comprobar que los factores externos como la pandemia y las condiciones laborales actuales que se mantienen en la ciudad de Guayaquil, podrían generar un comportamiento perpetuo de las opiniones de los encuestados o trabajadores de las empresas del sector automotriz, se tiene el planteamiento de las siguientes hipótesis:

Ho: La presencia del escenario de la pandemia y las condiciones de trabajo actuales, son factores externos que de manera perpetua no provocan la incidencia de la comunicación interna sobre el desempeño del personal de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

H1: La presencia del escenario de la pandemia y las condiciones de trabajo actuales, son factores externos que de manera perpetua provocan la incidencia de la comunicación interna sobre el desempeño del personal de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

Para usar el estadístico de Durbin – Watson, se debe hacer referencia al concepto de la auto-correlación, el mismo que comprueba si existe un patrón que se repite en los resultados del residuo de los modelos estadísticos de cada escenario, es decir, si la misma respuesta tendrá la elección del mismo argumento a futuro y si las empresas de talento humano, puede considerar pertinente que la reacción de los trabajadores frente a un desempeño negativo en sus labores, se debe exclusivamente a la falta de

estrategias basadas en la comunicación interna a pesar que las condiciones externas cambien.

Para calcular el estadístico de cada escenario presentado en el presente trabajo de investigación se emplea la siguiente fórmula:

$$Dw = \frac{(et - et - 1)^2}{et^2}$$

Fórmula 3. Fórmula del cálculo Estadístico Durbin – Watson

Tomado de: Aproximación al uso del Estadístico Durbin – Watson, (Celina & Campo, 2005)

Dónde:

- Dw = estadístico Durbin - Watson
- et = cada uno de los residuos o diferencias entre el valor pronosticado y el dato real de la variable dependiente.
- et – 1= cada uno de los residuos o diferencias entre el valor pronosticado y el dato real de la variable dependiente del periodo anterior.

Los resultados de esta operación se clasifican a continuación en la siguiente tabla por escenario:

Tabla 46.*Comprobación de hipótesis estadístico de escenarios 1 al 4*

Escenarios	VARIABLES	Indicador	Argumentos	Dw	DL	Du
Escenario 1	Nivel de comunicación	Identidad	2. Mi trabajo es indispensable en la operación de la empresa.	1,884	1,758	1,778
	Desempeño laboral	Condiciones personales	21. Falta mucho a su trabajo			
Escenario 2	Nivel de comunicación	Imagen	8. Considero que se debe mejorar la imagen corporativa	1,916	1,758	1,778
	Desempeño laboral	Habilidad de planteamiento	27. Planea sus actividades			
Escenario 3	Nivel de comunicación	Imagen	9. Mi uniforme forma parte de la imagen que reflejo al cliente	1,823	1,758	1,778
	Desempeño laboral	Iniciativa	28. Realiza sus actividades sin esperar que otros se lo pidan			
Escenario 4	Nivel de comunicación	Imagen	10. Una buena presentación refleja el trato que se recibe de los directivos de la empresa.	2,050	1,758	1,778
	Desempeño laboral	Iniciativa	29. Emprende en sus actividades sin necesidad que se lo soliciten			

Tabla 47.*Comprobación de hipótesis estadístico Dw escenarios 5 al 7*

Escenarios	Variables	Indicador	Argumentos	Dw	DL	Du
Escenario 5	Nivel de comunicación	Información	15. Es necesario crear canales de comunicación para el personal	1,984	1,758	1,778
	Desempeño laboral	Esfuerzo y responsabilidad	34. Realiza su trabajo sin ayuda de otros			
Escenario 6	Nivel de comunicación	Información	12. Si tengo algún problema, puedo conversarlo directamente con la alta dirección de la empresa.	2,10	1,758	1,778
	Desempeño laboral	Esfuerzo y responsabilidad	31. Se siente responsable de las tareas que le encomiendan			
Escenario 7	Nivel de comunicación	Información	14. Hay una adecuada comunicación entre los departamentos de la empresa	2,04	1,758	1,778
	Desempeño laboral	Habilidad para trabajar solo y en equipo	33. Puede trabajar sin necesidad de estar con alguien más			

Tabla 48.*Comprobación de hipótesis estadístico Dw escenarios 8 al 10*

Escenarios	VARIABLES	Indicador	Argumentos	Dw	DL	Du
Escenario 8	Nivel de comunicación	Información	15. Es necesario crear canales de comunicación para el personal	1,98	1,758	1,778
	Desempeño laboral	Habilidad para trabajar solo y en equipo	34. Realiza su trabajo sin ayuda de otros			
Escenario 9	Nivel de comunicación	Integridad	17. Dentro de los departamentos de la empresa se le da poca valoración "al rumor"	2,02	1,758	1,778
	Desempeño laboral	Habilidad para trabajar solo y en equipo	36. Tiene una actitud conciliadora cuando se presentan conflictos			
Escenario 10	Nivel de comunicación	Integridad	19. La comunicación en el área operativa permite que los procesos fluyan de manera adecuada	1,94	1,758	1,778
	Desempeño laboral	Habilidad para trabajar solo y en equipo	38. Le gusta cooperar durante las tareas en equipo			

Los datos referidos en los estadísticos DL y Du, corresponden a los límites expuestos en las tablas de estadísticas de Durbin – Watson, cuya interpretación es la siguiente:

- Si $D_w > D_u$ no existe auto-correlación se acepta la hipótesis nula
- Si $D_w < D_L$ Existe auto-correlación positiva, se rechaza la hipótesis nula
- Si $D_L < D_w < D_U$ la prueba no es concluyente

De acuerdo a lo observado en la tabla 45, 46 y 47, los estadísticos D_w son mayores a los valores presentados por D_u , por lo tanto, se acepta la hipótesis nula, es decir:

Ho: La presencia del escenario de la pandemia y las condiciones de trabajo actuales, son factores externos que de manera perpetua no provocan la incidencia de la comunicación interna sobre el desempeño del personal de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.

Es decir, los resultados expuestos por los trabajadores son variables dependiendo de los factores externos que se encuentran presentes en el ámbito laboral, donde la actual pandemia crea un grado de nerviosismo en la estabilidad laboral, esto genera que la mayoría de las respuestas, generen que todos argumenten que existe una buena comunicación entre jefes con personal operativo, ratificando con ello el compromiso de tener un buen desempeño en sus actividades diarias, más aún si tienen un sentimiento de temor al ser despedidos.

A futuro se estima que las perspectivas de los trabajadores de este sector cambien, lo que demandaría una nueva recolección de datos y argumentar resultados de acuerdo a los acontecimientos que se suscitan en el presente, aunque la aplicación de este estadístico no genere un resultado contrario al coeficiente de correlación de Pearson usado para identificar las combinaciones de argumentaciones entre la variable independiente y dependiente, advierte que el grado de incidencia puede cambiar, ya que no existe un patrón de comportamiento establecido y que cada encuestado maneja

su propio criterio de opinión frente a la exposición del cuestionario utilizado en la recolección de datos.

Cabe acotar que el manejo empírico de los negocios en la ciudad de Guayaquil en el aspecto administrativo, sobre todo en las empresas micro y pequeñas, el destino de los recursos se concentra en el capital de trabajo y que su nivel de contratación en relación de dependencia sea bajo, debido a la naturaleza prematura de ventas, escenario que provoca un encarecimiento de un departamento de talento humano, evitando con ello poner en marcha manuales de proceso, o describan la jerarquía que mantiene el modelo de negocios, incentivando que muchos empleados se sientan a la deriva y con ello buscar mejores prestaciones en una empresa más grande, con mayor poder de mejorar su remuneración.

Lo descrito en el análisis de resultados, comprueba que, las opiniones de las personas actúan en función a sus impulsos y sentimientos, si un individuo se siente amenazada o no guarda una armonía con su trabajo, las referencias que aporte serán contrarias a la administración, mientras que, un escenario contrario colocaría a la administración como un ejemplo de gestión.

Por ahora se observa que la pandemia y las condiciones laborales, invitan al trabajador en adaptarse a las condiciones que proponga la empresa para cuidar su plaza de trabajo y que el mismo está dispuesto en aceptarlas; queda a criterio de cada administración, utilizar canales de comunicación eficientes para dar a conocer su situación y solicitar el compromiso de cada trabajador, para mantener en marcha operaciones y se capten los ingresos adaptados al nuevo estilo de vida que recomienda el Gobierno Central como el uso de mascarillas, el distanciamiento, el lavado de mandos, que deben ser comunicados por cada empresa a su recurso humano, para evitar problemas de salud dentro de la propia compañía.

Conclusiones

Una vez culminado el proyecto de titulación, se procede a establecer las siguientes conclusiones tomando como referencia, los objetivos propuestos al inicio del documento:

Con relación al objetivo específico de desarrollar el marco teórico de las variables de estudio del nivel de comunicación interna en el desempeño del personal de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil, se concluye que, ambos criterios forman parte del clima organizacional que debe tener una compañía, cuyo desarrollo está a cargo del departamento de talento humano, quienes a través de su personal, deben evaluar los conflictos que se manejan dentro de la empresa, medir el grado de percepción de los colaboradores y establecer criterios válidos para promover la armonía en el lugar de trabajo.

La comunicación interna, acota la relevancia de mantener canales efectivos, para motivar el diálogo en situaciones de conflicto o establecer un reconocimiento al trabajador en la situación donde supere las expectativas de la gerencia general, todo esto en base al orden y políticas bien establecidas. En cuanto al desempeño del personal, esta permite conocer el grado de compromiso del trabajador con la compañía, influenciado por situaciones externas, que quizás sus efectos pueden tornarse en el futuro dando lugar a dos resultados, el ascenso del empleado con mayores responsabilidades y mejores prestaciones o el retiro de la organización por desperdicio de recursos e incompatibilidad de intereses.

De acuerdo al objetivo específico de elaborar un marco metodológico partiendo de los estudios de investigación y análisis de comunicación interna en el desempeño del personal de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil, se identificó la implementación de argumentos e indicadores a cada variable, facilitando con esto la selección de criterios que compaginen con la realidad que muestra la percepción de las variables expuestas en cada compañía donde el encuestado labora.

Pese al manejo de un criterio cualitativo por presentación de argumentos en las encuestas, se utilizó el criterio de escala de Likert, para asignar un nivel de evaluación con referente a la presencia de cada escenario en la organización, además de tratar de tomar las opiniones exclusivamente de empleados en el sector designado en el análisis, sin seleccionar de manera estratificada el tipo de empresa al cual pertenece cada encuestado, es decir, se seleccionó de manera aleatoria a los prospectos y se fijó más en la experiencia que tienen laborando en el sector automotriz.

Finalmente, a través de la exposición de datos bajo el análisis correlacional de Pearson, estadístico F y Durbin – Watson, se argumenta que existen incidencia entre la variable dependiente e independiente bajo los siguientes indicadores, con referencia a la variable comunicación interna: Identidad, Imagen, Información, Integridad, mientras que para la variable dependiente, se argumenta que: Condiciones personales, habilidad de planteamiento, Iniciativa, Esfuerzo y responsabilidad, Habilidad para trabajar solo y en equipo son compatibles ante la influencia de la variable dependiente.

Recomendaciones

Con relación al objetivo específico de desarrollar el marco teórico de las variables de estudio del nivel de comunicación interna en el desempeño del personal de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil, se recomienda mejorar las condiciones laborales del personal, principalmente en los aspectos relacionados a los sistemas de comunicación, pues es la clave para que los procesos internos fluyan de manera correcta, optimizando el tiempo y recursos de las empresas, haciendo que estas se vuelvan más productivas, además de capacitar al personal dentro de sus puestos de trabajo, pues es fundamental para que desarrollen sus actividades de manera adecuada, a fin de que se obtengan las metas corporativas propuestas por la alta dirección.

De acuerdo al objetivo específico de elaborar un marco metodológico partiendo de los estudios de investigación y análisis de comunicación interna en el desempeño del personal de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil, se recomienda definir modelos de liderazgo que permitan al personal participar en el mejoramiento de los procesos internos y los relacionados con la atención al cliente, ya que al ser quienes los ejecutan conocen de mucho más acerca de las problemáticas que se presentan en el día a día laboral, por el lado de garantizar un excelente desempeño del personal, se recomienda ejecutar evaluaciones mensuales que permitan una retroalimentación de la forma en la que se están ejecutando sus actividades.

Finalmente, el mejoramiento de las condiciones laborales, no garantiza un compromiso de los colaboradores, ya que existen otras variantes en la comunicación interna que se desarrollan e inciden en el desempeño de todo el personal como Identidad, Imagen, Información, Integridad, y sus efectos como: Condiciones personales, habilidad de planteamiento, Iniciativa, Esfuerzo y responsabilidad, Habilidad para trabajar solo y en equipo, por ende las estrategias a consolidar deben tomar en cuenta establecer estas variantes.

Bibliografía

- Adams, J. (1963). *Wage Inequities, Productivity and Work Quality*. Atlanta: Industrial Relations.
- Alles, M. (2019). *Desempeño por competencias (3ra edición): Estrategia, evaluación de personas: desarrollo 360°*. Ediciones Granica.
- Álvarez, J. (2007). *Comunicación Interna*. Atizapán: Razón y palabra. Obtenido de https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/17211/file_1.pdf;jsessionid=7C38DB4CBB67C3625C4AA7563D9105CF?sequence=1
- Ancín, I., & Espinosa, J. (2017). La Relación entre la Comunicación Interna y el Clima Laboral: Estudio de Caso en PYMES de la Ciudad de Guayaquil. *PODIUM Edición Especial, Universidad Espiritu Santo - UEES*, 65-77.
- Aquiahuatl, E. C. (2015). *Metodología de la investigación interdisciplinaria: Tomo I*. Self published Ink.
- Aray, L., & Pedreros, M. (2013). Análisis de las teorías de motivación de contenido: una aplicación al mercado laboral de Chile del año 2009. *Ciencias Sociales Universidad de Costa Rica, IV(142)*, 47.
- Argyris, C. (1991). *Overcoming Organizational Defenses*. Oxford University Press.
- Baena, G. (2017). *Metodología de la investigación*. México D. F.: Grupo Editorial Patria S. A de C. V.. Tercera Edición.
- Baena, V., & Moreno, M. (2011). *Instrumentos de marketing*. Colombia: UOC.
- Barquero, A. (2011). *Administración de recursos humanos*. San José: Universidad Estatal a Distancia.
- Berger, B. (2008). Employee/ organizational communications. *Institute for Public Relations*.
- Brandolini, A., Gonzalez, F., & Natalia, H. (2009). Comunicación interna clave para una gestión exitosa. *DIRCOM - Argentina*.
- Buenaño T., D. V., & Córdova, V. (2014). *La comunicación interna y su incidencia en el desempeño laboral de la empresa Jean Up*. Ambato, Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.
- Caldevilla, D. (2010). *La cara interna de la comunicación en la empresa*. Madrid, España: Editorial Visión Libros.

- Cazau, P. (2012). *Diccionario de Teoría General de Los Sistemas*. Madrid, España: EAE.
- Celina, H., & Campo, A. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. *Revista colombiana de psiquiatría vol. XXXIV, número 004, Asociación Colombiana de Psiquiatría*, 572 - 580.
- Chiang, M., Martín, M., & Núñez, A. (2010). *Relaciones entre el clima organizacional y la satisfacción laboral*. Madrid, España: ICAI .
- Chiavenato, I. (2012). *Gestión del Talento Humano*. Mexico: MC Graw Hill.
- Código de Trabajo. (28 de marzo de 2016). Obtenido de <http://www.ecuadorlegalonline.com/laboral/codigo-de-trabajo/>
- Coronado, J. (2013). *Escalas de medición*. Paradigmas.
- Corvo, H. S. (2018). *Administración y Finanzas*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/desempeno-laboral/>
- Costa, J., & Morales, O. (2005). *Los profesores tienen la palabra*. España: Editorial Design.
- Currás, P. (2010). Identidad e imagen corporativas: revisión conceptual e interrelación. *Teorlay Praxis*, 9 - 34.
- Dottori, E. (15 de Noviembre de 2010). *Medios de comunicación efectivos*. Obtenido de <https://marketingdirectoyrelacional.wordpress.com/2010/11/08/%C2%BFcuales-son-los-medios-de-comunicacion-mas-efectivos-que-utiliza-el-marketing-directo/>
- Drucker, P. (1999). *La sociedad Post-Capitalista*. Colombia: Grupo Editorial Norma.
- Duarte, H. (2017). *análisis del impacto comercial de la cláusula de salvaguardias para las importaciones de repuestos automotrices en la empresa AVISAN CIA LTDA*. Guayaquil: Universidad Laica Vicente Rocafuerte.
- Fayol, H. (1929). *Administration industrielle et générale*.
- Fernández, C. (2001). *La Comunicación Humana*. México: McGraw-Hill.
- Fernández, C. (2003). *La Comunicación en las Organizaciones*. México: Editorial Trillas.

- Gamboa, M. (2018). *Escalas de medición y análisis de datos estadísticos aplicados A LA*. Obtenido de <http://roa.ult.edu.cu/bitstream/123456789/3675/1/Escalas-de-medicion-Evenhock-2017.pdf>
- Goldhaber, G. M. (1984). *Comunicación Organizacional*. México: Diana Editorial.
- Gure, G. (2015). *Different scale construction approaches used to attitude measurement in social science research*. International Journal of Research in Economics and Social Sciences.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico: McGRAW-HILL.
- Herzberg, F. (1968). *Una Vez Más: ¿Cómo Motiva Usted A Sus Empleados?* Cambridge: World Publishing Company.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2020). *Clasificador industrial internacional uniforme CIU Rev. 4*. Quito: INEC.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2020). *Directorio de empresas*. Obtenido de <http://aplicaciones3.ecuadorencifras.gob.ec/VDATOS2-war/paginas/administracion/direcEmpresarial.xhtml>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2020). *Laboratorio empresarial*. Obtenido de https://produccion.ecuadorencifras.gob.ec/geoqlik/proxy/QvAJAXZfc/opendoc.htm?document=empresas_test.qvw&host=QVS%40virtualqv&anonymous=true
- Jiménez, P. (2016). *Manual de recursos humanos 3ª edición*. Madrid, España: ESIC Editorial.
- Koontz, H., & Weihrich, H. (2004). *Administración Un Perspectiva Global, 12a. Edición*. McGraw-Hill Interamericana.
- Likert, R. (1932). *Escalas de Likert, Tesis doctoral*.
- Lozano, C. (2015). *Ética en la comunicación interna como vía para mejorar el clima organizacional. PODIUM Edición Especial, Universidad EspÍritu Santo - UEES*.
- Lucas, A. (1997). *La Comunicación en las empresa y en las organizaciones*. Barcelona, España: Bosch Editorial.

- Manso, J. (Octubre, noviembre, diciembre de 2002). El legado de Frederick Irving Herzberg. *Revista Universidad EAFIT*(128), 80-81.
- Manzano, H. (2017). *La comunicación interna y el desempeño laboral del talento humano*. Puno, Perú: Universidad Nacional del Altiplano.
- Marulanda, F., Montoya, I., & Vélez, J. (2013). Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento. *Pensamiento y gestión*(36), 211-212.
- Maslow, A. (1948). *Higher and lower needs*. Atlanta: Journal of Psychology.
- Maslow, A. (1952). *Motivation and personality* .
- Matos, F. (11 de marzo de 2013). *Executive Master en Administración y Dirección de Empresas (On Line)*. Obtenido de <https://www.eoi.es/blogs/madeon/2013/03/11/evaluacion-del-desempeno-laboral/>
- Máynez, A. (2017). Comunicación Organizacional como estrategia para un buen desempeño laboral. *ACACIA - Academia de Ciencias Administrativas A.C de la Universidad Católica del Valle de Atemaja*, 2478 - 2486.
- Máynez, A. (Mayo, 2017). Comunicación Organizacional como estrategia para un buen desempeño laboral. *ACACIA - Academia de Ciencias Administrativas A.C de la Universidad Católica del Valle de Atemajac*, 2478 - 2486.
- McClelland, D. (1989). *Estudio de la motivación humana*. Madrid: Editorial Narcea.
- McGregor, D. (1960). *El lado humano de las organizaciones*. McGraw Hill.
- Miquel, S., & Aced, C. (2018). El rol de la comunicación interna ante los desafíos de la digitalización. *Dialnet: Communication papers - Media Literacy & Gender Studies– Vol.7 - No15*, 27 - 41.
- Moguel, E. (2011). *Desarrollo de técnicas basadas en la metodología de la Investigación*. México D.F.: Editorial Merino.
- Molina, A. (12 de Septiembre de 2014). *Grandes PYMES Argentina*. Obtenido de <https://www.grandespymes.com.ar/2014/09/12/4-factores-criticos-en-la-comunicacion-organizacional-de-tu-empresa/>
- Montenegro, J., & Zambrano, L. (30 de Abril de 2020). Coronavirus: La cuarentena liquidó a las pequeñas empresas. Obtenido de <https://www.expreso.ec/actualidad/cuarentena-liquido-pequenas-empresas-coronavirus-10344.html>

- Montero, C. (1998). *Sistema de Evaluación del Desempeño del Personal Gerencial, Técnico y de Apoyo técnico y Administrativo*. Venezuela: IICA Biblioteca Venezuela .
- Muñiz, R. (2017). *Marketing en el siglo XXI*. Madrid, España: Centro de Estudios Financieros.
- Muñoz, C. (2016). *Metodología de la investigación*. México D. F: Oxford University Press.
- Muñoz, Y. (2016). *Análisis del sector importador de repuestos de vehículos en el período 2010-2014 y sus efectos en el comercio exterior ecuatoriano: caso Guayaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/10563>
- Naranjo, M. (2009). Motivación: perspectivas teóricas y algunas consideraciones de su importancia en el ámbito educativo. *Revista Educación*, 33(2), 157-158.
- Organizaciones Privadas de Promoción al Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa. (2009). *Medición del clima laboral para IMF's*. Madri: Ford Foundation.
- Ouchi, W. (1984). *Teoría Z*. (C. Cortés, & P. Argüelles, Trads.) Ediciones Orbis.
- Pavía, I. (2012). *Comunicación en las relaciones profesionales*. Málaga: IC Editorial.
- Pérez. (2002). Ética y Comunicación Interna en las Organizaciones: Estudio Exploratorio en Dos Multinacionales de Origen Mexicano. *Departamento de Comunicación ITESM, Campus Monterrey*.
- Pérez, A., & Rodríguez, I. (2014). Identidad, imagen y reputación de la empresa: integración de propuestas teóricas para una gestión exitosa. Cuadernos de Gestión, vol. 14, núm. 1. *Redalyc.org: Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 97 - 126.
- Pimentel, A., Mendoza, J., & García, M. (Noviembre de 2015). El desarrollo profesional de los proesores de la UANL en función de la personalidad, liderazgo, motivación y competencias. *Red Internacional de Investigadores en competitividad*, 1351.
- Pozo, M. (1997). *Cultura Empresaria y Comunicación Interna*. Madrid, España: Fragua Editorial.
- PROEcuador. (23 de febrero de 2017). www.proecuador.gob.ec. Obtenido de [www.proecuador.gob.ec: http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2017/02/Perfil-automotriz-final.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/content/uploads/2017/02/Perfil-automotriz-final.pdf)

- Robbins, S., & Judge, T. (2009). *Comportamiento Organizacional* (Décimo tercera ed.). Juárez, México: Pearson Educación.
- Rodas, R. (2009). *Análisis conductual aplicado*. Manizales, Colombia: Univeridad de Manizales.
- Salazar, J. (2009). *Comunicación interna y desempeño laboral* . Huancayo, Perú: Universidad Nacional del Centro de Perú.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para un Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Editorial Gedisa S.A.
- Shannon, & Weaver. (1949). *Teoría de la comunicación*.
- Smith, A. (1776). *Investigacion de la naturaleza y causa de la riqueza de las naciones*. Londres.
- Taylor, F. (1911). *Principles of Scientific Management* .
- Torres, J. (2018). *Cultura general*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/definicion-comunicacion-autores/>
- Van Riel, C., & Balmer, J. (1997). Corporate identity: The concept, its measurement and management. *European Journal of Marketing*, 340 - 355.
- Véliz, J., & Díaz, S. (2014). *El fenómeno de la informalidad y su contribución al crecimiento económico: el caso de la ciudad de Guayaquil*. Madrid: Journal of Economics, Finance and Administrative Science. Obtenido de <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S2077188614000249?token=AA18DBDC5ADB2BD4C74AED120C5F14365B0A120326EBB8680448AC9091CB2AF04F0B4CCD699935F75B4C676B80FBAC29>
- Walpole, R. (1998). *Probabilidad y estadística para ingenieros*. México DF: Prentice - Hall.
- Weber, M. (1903). *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*.
- Werther, W. B. (2012). *Administración de personal y Recursos Humanos*. Atlanta: McGraw-Hill.

Anexos

Anexo 1. Bitácora de recolección de encuestas en el mes de junio

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Día 22							
Día 23		12					
Día 24			6				
Día 25							
Día 26					21		
Día 27						15	
Día 28							
Día 29							
Día 30		18					

Anexo 2. Bitácora de recolección de encuestas en el mes de julio

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Día 1			19				
Día 2							
Día 3					19		
Día 4						15	
Día 5							
Día 6							
Día 7		12					
Día 8			13				
Día 9							
Día 10					12		
Día 11						21	
Día 12							
Día 13							
Día 14		25					
Día 15			17				
Día 16							
Día 17					26		
Día 18						18	
Día 19							
Día 20							
Día 21		17					
Día 22			7				
Día 23							
Día 24					11		
Día 25						6	

Día 26							
Día 27							
Día 28		14					
Día 29			11				
Día 30							
Día 31					26		



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Chilibingua Caamaño Xavier Alejandro con C.I. 092685656 – 8 autor del trabajo de titulación: **INCIDENCIA DEL NIVEL DE COMUNICACIÓN INTERNA EN EL DESEMPEÑO DEL PERSONAL DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR AUTOMOTRIZ DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**, previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial, en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 14 de septiembre del 2020

f. _____

Nombre: Chilibingua Caamaño Xavier Alejandro

C.C. 092685656 – 8



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Lara Reyes Javier Andrés con C.I. 092341466 – 8, autor del trabajo de titulación: **INCIDENCIA DEL NIVEL DE COMUNICACIÓN INTERNA EN EL DESEMPEÑO DEL PERSONAL DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR AUTOMOTRIZ DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**, previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial, en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 31 de agosto del 2020

f. _____

Nombre: Lara Reyes, Javier Andrés

C.C. 092341466 – 8



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Incidencia del nivel de comunicación interna en el desempeño del personal de las empresas del sector automotriz de la ciudad de Guayaquil.		
AUTOR	Chiliquina Caamaño, Xavier Alejandro y Lara Reyes, Javier Andrés		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Eco. Govea Andrade, Flor Karina, Mef		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas		
CARRERA:	Administración de Empresas		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniero Comercial		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	31 de agosto del 2020	No. DE PÁGINAS:	138
ÁREAS TEMÁTICAS:	Economía, Empresa, Recursos Humanos,		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Desempeño del Personal, Comunicación Interna, Sector Automotriz		
RESUMEN/ABSTRACT:	<p>El presente trabajo de investigación tiene el objetivo de analizar la incidencia entre la comunicación interna y el desempeño del personal para las empresas del grupo G453 que hace referencia a la venta de partes, piezas y accesorios para vehículos automotores, como punto de partida para el mejoramiento de la gestión del talento humano en la oferta de beneficios en sus plazas de trabajo, a través de indicadores estadísticos de correlación, que muestren la interacción y dependencia de las variables. La referencia teórica expuesta por Máynez (2017), argumenta una relación existente entre la presencia de la comunicación interna con el desempeño del personal, clasificándolos como puntos referidos del ambiente laboral; para conocer si la relación está presente en las empresas de venta de partes, piezas y accesorios se toma la base metodológica de los argumentos de Chiavenato (2012) y Molina (2014) en la cual se establece el documento de un enfoque mixto, de tipo exploratorio, descriptivo y explicativo, no experimental, lo cual permite la construcción de los cuestionarios destinados a conocer esta problemática más a fondo en las entidades seleccionadas como población y muestra del sector basados en las variables independiente y dependiente. Se concluye que, la hipótesis alternativa fue aceptada, la misma que manifiesta "Existe incidencia entre el nivel de comunicación interna y el desempeño del personal", se recomienda el desarrollo de estrategias que incentiven el compromiso del personal con la entidad y trabajo de acuerdo a las expectativas de la alta dirección.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTORES/ES:	Teléfono: +593 96 892 0920 +593 98 8409078	E-mail: javicolarah@hotmail.com xavier.chiliquina01@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):	Nombre: Arévalo AVECILLAS, Danny Xavier		
	Teléfono: +593-991048220 Extensión: 1610		
	E-mail: danny.arevalo@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			