



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
INTEGRACIÓN CURRICULAR

**Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto de
investigación previo a la obtención del Título de
Licenciadas en Administración de Empresas**

**TEMA: “La comunicación organizacional y los niveles
de producción en la empresa CIAUTO, sector
automotriz”**

AUTORAS:

Andrea Nicole Macías Carrasco

Nelly Estefanía Torres Álvarez

TUTOR: Dra. Mg. María Alexandra López Paredes

AMBATO – ECUADOR

Marzo 2023



APROBACIÓN DEL TUTOR

Dra. Mg. María Alexandra López Paredes

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación **“La Comunicación Organizacional y los Niveles de Producción en la Empresa CIAUTO, sector automotriz”** presentado por las señoritas **Andrea Nicole Macías Carrasco y Nelly Estefanía Torres Álvarez** para optar por el título de Licenciadas en Administración de Empresas, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 1 de marzo del 2023



Dra. Mg. María Alexandra López Paredes
C.I.:1802795714

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Nosotras, **Andrea Nicole Macías Carrasco** y **Nelly Estefanía Torres Álvarez**, declaramos que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciadas en Administración de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Andrea Nicole Macías Carrasco

C.I.: 180546467-2

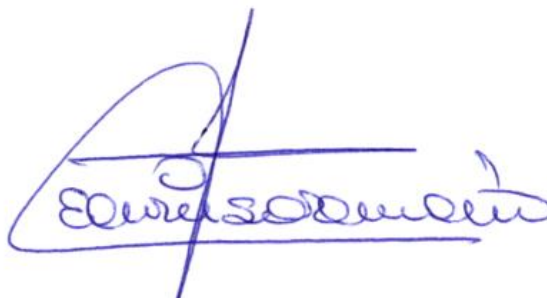


Nelly Estefanía Torres Álvarez

C.I.:180496943-2

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadoros, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.



Ing. Mg. Edwin César Santamaría Díaz
C.I.: 1801609445



Ing. Mg. Arturo Fernando Montenegro Ramírez
C.I.: 1803845385

Ambato, 1 de marzo del 2023

DERECHOS DE AUTOR

Autorizamos a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedemos los derechos en línea patrimoniales de nuestro proyecto de investigación con fines de difusión pública, además aprobamos la reproducción de este proyecto de investigación dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando nuestros derechos de autor.



Andrea Nicole Macías Carrasco

C.I.: 180546467-2



Nelly Estefanía Torres Álvarez

C.I.: 180496943-2

DEDICATORIA

A Dios por acompañarme desde el día uno en esta gran aventura llamada Universidad, por darme la sabiduría y fortaleza para cumplir nuestra meta.

A mis hijas Poleth y María Pía, quienes han sido mi motor e inspiración en todo este proceso, gracias por impulsarme a ser mejor cada día.

Andrea Nicole Macías Carrasco

DEDICATORIA

A Dios primeramente por darme la oportunidad de culminar mis estudios con éxito, darme fuerza, sabiduría, inteligencia, dedicación para cada día dar lo mejor de mí, siendo el pilar fundamental y dueño de mi vida.

A mi hija Eliet que ha sido el motor que impulsa cada meta en mi vida, por la cual he salido y saldré adelante cada día.

Nelly Estefanía Torres Álvarez

AGRADECIMIENTO

Gratitud absoluta con Dios por ser mi guía.

Agradezco a mi madre Verónica quien es mi ejemplo de lucha y crecimiento constante.

Agradezco a mi hermana Ariana por alentarme e incentivar me a cumplir mis sueños.

Agradezco a mi abuelita Zoila, por cuidar de mis hijas para que yo pueda superarme.

La gratitud es la memoria del corazón, a cada persona que formó parte de mi vida académica
GRACIAS.

Andrea Nicole Macías Carrasco

AGRADECIMIENTO

Primeramente, a mi Dios dueño de todo lo que soy y seré, el que ha estado en cada instante de mi vida, quien nunca me dejó siempre estuvo atento a mi clamor.

A mi hija Eliet que no solo fue mi motivo para salir adelante, sino que estuvo conmigo en mis aulas de clase, acompañándome en la mayor parte de mi vida estudiantil.

A mis padres y hermana que han estado desde el comienzo de mis estudios hasta el final, dándome ánimos, ayudándome con mi hija, apoyándome tanto emocional como económicamente en todo, gracias por creer en mi potencial.

A mi tío Nelson que me ha ayudado guiándome, mi tía Phina por apoyarme Dios los bendiga.

A ti persona especial Luis te prometí cuando inicié mis estudios que dedicaría parte de mi agradecimiento a usted, gracias por creer en mí.

Nelly Estefanía Torres Álvarez

INDÍCE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO	iv
DEDICATORIA	vi
DEDICATORIA	vii
AGRADECIMIENTO.....	viii
AGRADECIMIENTO.....	ix
INDÍCE DE CONTENIDOS	x
INDICE DE TABLAS	xiv
INDICE DE FIGURAS.....	xv
RESUMEN EJECUTIVO	xvi
ABSTRACT	xvii
CAPÍTULO I.....	1
MARCO TEÓRICO.....	1
1.1 Antecedentes Investigativos.....	1
1.2 Objetivos	3
1.2.1 Objetivo General	3
1.2.1 Objetivos Específicos.....	3
1.3 Problema de Investigación	3
1.4 Justificación.....	4
1.5 Marco Teórico.....	6
1.5.1 Comunicación organizacional (Variable independiente).....	6
Comunicación	6
Tipos de comunicación	7
Comunicación Ascendente	7
Comunicación Descendente.....	8
Comunicación Horizontal	8
Comunicación Diagonal	8

Comunicación Organizacional	9
Comunicación Interna	10
Comunicación Intrapersonal	10
Comunicación Interpersonal	10
Comunicación Formal.....	12
Comunicación Externa	13
Comunicación Informal.....	13
Teorías de la comunicación.....	13
<input type="checkbox"/> Teoría de la comunicación de David Berlo.....	13
<input type="checkbox"/> Teoría de Dwight Lasswell	14
<input type="checkbox"/> Teoría del funcionalismo.....	15
<input type="checkbox"/> Teoría del Estructuralismo	15
1.5.2 Niveles de producción (Variable dependiente)	16
Nivel de producción	16
Concepto de sistemas de producción	17
Tipos de sistemas de producción.....	17
<input type="checkbox"/> Producción lineal o de flujo continuo	17
<input type="checkbox"/> Producción por proyecto o bajo pedido	18
<input type="checkbox"/> Producción intermitente	19
<input type="checkbox"/> Producción en masa.....	19
<input type="checkbox"/> Producción por lotes.....	20
Factores de producción	20
<input type="checkbox"/> Capital	20
<input type="checkbox"/> Capital intelectual.....	21
Capital humano.....	21
<input type="checkbox"/> Tierra.....	22
<input type="checkbox"/> Trabajo	22
<input type="checkbox"/> Tecnología.....	23
Fuerzas productivas.....	23
<input type="checkbox"/> Fuerza de trabajo	23
<input type="checkbox"/> Humano	24

□ Conocimiento tecnológico.....	24
Medios de producción	24
□ Herramientas.....	24
□ Equipos.....	25
□ Materiales	25
CAPÍTULO II	26
METODOLOGÍA	26
2.2 Métodos.....	26
2.2.1 Método científico.....	26
2.2 Enfoque	27
Cuantitativo	27
2.3 Alcance o Tipo.....	27
2.3.1 Investigación descriptiva	27
2.3.2 Investigación Correlacional-Asociativa	28
2.4 Modalidad	28
2.4.1 Bibliográfica.....	28
2.4.2 Investigación de Campo	29
2.5 Población y muestra	29
2.5.1 Población	29
2.5.2 Muestra.....	29
2.6 Técnica	30
2.6.1 Encuesta.....	30
2.7 Instrumento	31
2.7.1 Cuestionario.....	31
2.7.2 Alfa de Cronbach.....	31
2.7.3 Recolección de información.....	32
2.8 Planteamiento de la Hipótesis	33
CAPÍTULO III.....	34
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	34
3.1 Análisis y discusión de los resultados.....	34
3.1.1.-RESUMEN DE RESULTADOS	63

3.2 Verificación de hipótesis.....	65
Coeficiente de correlación de Spearman	65
Interpretación de los valores del coeficiente de correlación de Spearman.....	65
CAPÍTULO IV	68
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	68
4.1 Conclusiones	68
4.2 Recomendaciones.....	69
MATERIALES DE REFERENCIA	70
Referencia Bibliográficas.....	70
ANEXOS.....	80

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Estadística de fiabilidad	32
Tabla 2 Valores de Alfa de Cronbach	32
Tabla 3 Edad y Género.....	34
Tabla 4. Pregunta 1.....	35
Tabla 5. Pregunta 2.....	37
Tabla 6. Pregunta 3.....	39
Tabla 7. Pregunta 4.....	41
Tabla 8. Pregunta 5.....	43
Tabla 9. Pregunta 6.....	45
Tabla 10. Pregunta 7.....	47
Tabla 11. Pregunta 8.....	49
Tabla 12. Pregunta 9.....	51
Tabla 13. Pregunta 10.....	53
Tabla 14. Pregunta 11.....	55
Tabla 15. Pregunta 12.....	57
Tabla 16. Pregunta 13.....	59
Tabla 17. Pregunta 14.....	61
Tabla 18 Resumen de Resultados.....	63
Tabla 19 Valores tabla de Spearman.....	65

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Pregunta 1	35
Figura 2. Pregunta 2	37
Figura 3. Pregunta 3	39
Figura 4. Pregunta 4	41
Figura 5. Pregunta 5	43
Figura 6. Pregunta 6	45
Figura 7. Pregunta 7	47
Figura 8. Pregunta 8	49
Figura 9. Pregunta 9	51
Figura 10. Pregunta 10	53
<i>Figura 11.</i> Pregunta 11	55
Figura 12. Pregunta 12	57
<i>Figura 13.</i> Pregunta 13	59
Figura 14. Pregunta 14	61

RESUMEN EJECUTIVO

La comunicación organizacional es una herramienta que facilita el flujo de información dentro de una empresa tanto a nivel interno, como externo que se reflejan en los niveles de producción, los mismos que se conocen como la cantidad de bienes que una empresa puede producir por medio de los recursos que dispone, pueden ser optimizados en la medida que la comunicación sea eficiente y orientada al cumplimiento de las metas.

La empresa Ciudad del Auto CIAUTO tiene un papel muy importante a nivel socioeconómico, al ser la única ensambladora de automóviles en la Ciudad de Ambato, que cuenta con cuatro fábricas internas (soldadura, pintura, ensamble y abastecimiento).

El objetivo de la investigación es indagar la comunicación organizacional y los niveles de producción en la empresa CIAUTO, sector automotriz. En la metodología se utilizó el enfoque cuantitativo, con el método científico, alcance descriptivo y correlacional, se aplicó como técnica de investigación la encuesta con el instrumento - cuestionario el mismo que se aplicó a 126 operarios de la empresa, el instrumento fue sometido a la validación del Alfa de Cronbach con el objetivo de medir la confiabilidad de las preguntas, y se obtuvo un resultado de (0,798) es decir que fue confiable aplicar el instrumento.

Finalmente, una vez ejecutada la verificación de la hipótesis con el coeficiente de Spearman, se concluye que existe una correlación entre la comunicación organizacional y los niveles de producción, es decir que la comunicación organizacional influye en los niveles de producción dentro de la empresa.

PALABRAS CLAVES: COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL - NIVELES DE PRODUCCIÓN - TIPOS DE COMUNICACIÓN - CANALES DE COMUNICACIÓN – FLUJO - OPERARIO

ABSTRACT

Organizational communication is a tool that facilitates the flow of information within a company both internally and externally that are reflected in production levels, which are known as the amount of goods that a company can produce through the resources available, can be optimized to the extent that communication is efficient and oriented to the achievement of goals.

The company Ciudad del Auto CIAUTO has a very important role at a socioeconomic level, being the only automobile assembler in the city of Ambato, which has four internal factories (welding, painting, assembly and supply). For the realization of the research work, the inadequate communication process was detected as a problem, which does not allow the activities to be carried out efficiently, causing many times that the information does not flow for the achievement of the objectives.

The objective of the research is to investigate organizational communication and production levels in the company CIAUTO, automotive sector. In the methodology the quantitative approach was used, with the scientific method, descriptive and correlational scope, the survey was applied as a research technique with the instrument - questionnaire which was applied to 126 operators of the company, the instrument was subjected to the validation of Cronbach's Alpha in order to measure the reliability of the questions, and a result of (0.798) was obtained, that is to say that it was reliable to apply the instrument.

Finally, once the hypothesis was verified with Spearman's coefficient, it was concluded that there is a correlation between organizational communication and production levels, i.e. organizational communication influences production levels within the company.

KEY WORDS: ORGANIZATIONAL COMMUNICATION - PRODUCTION LEVELS - TYPES OF COMMUNICATION - COMMUNICATION CHANNELS - FLOW - OPERATOR

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes Investigativos

Partiendo del hecho de que, ninguna idea a investigarse surge sin un antecedente previo, a fin de enriquecer los conocimientos sobre el tema de investigación intitulado: “La comunicación organizacional y los niveles de producción en la empresa CIAUTO, sector automotriz”, hemos procedido a recopilar información relacionada con los temas que se tratan dentro de la misma, del repositorio de diferentes Instituciones Académicas. De entre las más sobresalientes tenemos:

“La comunicación organizacional y la difusión de la información pública en el gobierno autónomo descentralizado municipal del cantón Patate” (Espinosa, 2019, p. 1-11), de la Universidad Técnica de Ambato, donde como objetivo general se plantea establecer el modo en que, la comunicación organizacional, incide en la difusión de la información pública en el Gobierno Autónomo descentralizado municipal del cantón Patate. Para ello se utilizó un tipo de investigación cualitativa, mediante la recopilación de información documental y la realización de encuestas dirigida a los funcionarios y moradores del GAD, lo que permitió diseñar los respectivos cuadros para sus correspondientes análisis e interpretaciones.

De dicho trabajo, dentro de las conclusiones más destacadas podemos señalar que: Los moradores de Patate, al no poseer acceso a importantes medios tecnológicos tales como el internet, carecen de las posibilidades de mantener un correcto flujo de información con el GAD Municipal de dicho sector, lo que, dificulta el direccionamiento de sus políticas gubernamentales y denota la carencia de estrategias de comunicación organizacional con sus moradores. Esto se resume, además, en la poca o nula interrelación entre la Institución y sus moradores, lo que dificulta incluso la capacidad de aceptación de la misma.

Se puede observar de la misma forma, que, pese a que el manejo comunicacional organizacional se realiza por profesionales, las labores de planificación y organización que gestiona el Municipio no son comunicados de forma correcta a sus moradores, lo que demuestra una total falta de fortalecimiento de los procesos comunicativos manejados en dicha Institución. Esto se debe así mismo, a la falta de dotación de herramientas comunicacionales a sus operarios externos e internos, lo que perjudica su comunicación y direccionamiento, al crear un problema de difusión de la información precisamente por la falta de acceso a internet, el poco interés en escuchar programas de noticias radiales, o peor aún, prensa escrita.

Con relación a éstos mismos temas, Maiza (2019) al investigar: “La comunicación organizacional en la optimización del desempeño laboral de las empresas del sector de lácteos de la provincia de Tungurahua” (p.1), en la Universidad Técnica de Ambato también se ha planteado como objetivo general, determinar cuál es el papel que cumple la comunicación organizacional en la optimización del desempeño laboral de las empresas del sector de Lácteos de la Provincia de Tungurahua.

Dentro del mismo se ha utilizado la metodología de paradigma cualitativo, pues analiza la realidad de la comunicación organizacional en las empresas lácteas de Tungurahua, es decir, obtiene información sobre las relaciones internas entre gerentes y socios comerciales.

De dicho trabajo, dentro de las conclusiones más destacadas podemos señalar que: En la investigación se identificó que los integrantes de las empresas lácteas de Tungurahua no entienden el sistema de comunicación, por lo que tienen problemas en el desempeño de sus actividades, lo que da como resultado un ambiente de trabajo inconsistente.

Se detectó que existe un incumplimiento por parte de la gestión de talento humano debido a que no se realiza procedimientos de inducción y capacitación al personal, dado que únicamente se enfocan en el conocimiento empírico que maneja el sistema productivo.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo General

Indagar la comunicación organizacional y los niveles de producción en la empresa CIAUTO, sector automotriz.

1.2.1 Objetivos Específicos

- Fundamentar teórico-científico la comunicación organizacional y los niveles de producción.
- Diagnosticar la comunicación organizacional y los niveles de producción a través de la recolección de información.
- Relacionar la comunicación organizacional y los niveles de producción.

1.3 Problema de Investigación

Teniendo en cuenta que, la comunicación organizacional se constituye en uno de los pilares fundamentales en el entendimiento de los objetivos y las estrategias de toda empresa, resulta fundamental en el presente caso, realizar un estudio de las principales falencias que aún, dentro de la empresa ecuatoriana en general, y, dentro de la empresa CIAUTO en particular, se vienen al mantener hoy en día. Esto, más aún, al considerar que la comunicación organizacional está obligada a transformarse conforme mutan o se modifican las necesidades y los requerimientos externos e internos de las empresas, de sus procesos de producción; y, en general, cualquier tipo de actividad relacionada con la comunicación entre el sector manufacturero y administrativo de dicha empresa.

La información como se observa se constituye entonces en un factor preponderante a la hora de optimizar y perfeccionar, cualquier sistema de producción con miras a mejorar la ejecución oportuna de los objetivos y la satisfacción eficaz de todo proyecto. Por el contrario, una débil comunicación, entre el personal operario y el administrativo, se refleja en los altos índices de fracasos en las metas y objetivos propuestos, así como en los procesos de producción y elaboración de los diversos bienes y servicios que toda empresa desea satisfacer.

CIAUTO, como una empresa posicionada en el sector automotriz dentro del cantón Ambato, no se encuentra exenta de sufrir este tipo de inconvenientes, donde existe la posibilidad que se vean reflejados en la escasa comunicación entre el personal operario y el administrativo, lo que provoca un retraso de los procesos de producción e inconformidad entre el sector operario, y disconformidad en el área administrativa.

Existe un deficiente proceso de comunicación que a menudo determina la tergiversación de las comunicaciones, cuellos de botella donde la información se estanca y se reproduce de forma inadecuada, se genera desinformación y entorpecimiento en el desarrollo de las actividades de cada operario por la falta de claridad de los requerimientos que, desde estándares más amplios se desea cumplir.

Información inexacta, deficiente, incompleta, son solo algunos de los problemas comunicacionales que a breves rasgos se pueden suscitar y que demandan una mayor investigación a fin de indagar cuales podrían ser las falencias o errores en tales procesos de comunicación, y cuyos efectos o reacción en cadena, perjudiquen el progreso de las actividades propias de cada uno de sus departamentos.

1.4 Justificación

La empresa Ciudad del Auto CIAUTO S.A. tiene un papel muy importante a nivel socioeconómico, al ser la única ensambladora de automóviles en la Ciudad de Ambato, que cuenta con cuatro fábricas internas, trae una gran riqueza económica con las importaciones y exportaciones que la misma mantiene diariamente, al tener como aliadas grandes sucursales automovilísticas donde sus productos son comercializados y entregados al público.

Según Rodríguez y Vásquez (2019) manifiesta que la comunicación organizacional ha sido un área importante de desarrollo en los últimos años, que se ha posicionado como una de las profesiones con mayor crecimiento de empleo.

Además, la comunicación organizacional es objetiva y observable: se puede medir, categorizar y correlacionar con otros procesos organizacionales. De la misma forma los investigadores examinaron las estructuras de comunicación (formales e informales), las prácticas de comunicación y sus interacciones con la producción, la satisfacción de los empleados, la retención organizacional y la innovación (Contreras y Garibay, 2020).

Gracias a estas investigaciones realizadas por diversos autores se llega a que el objetivo principal de esta comunicación es promover conexiones sólidas entre las empresas y sus partes interesadas que pueden influir en sus operaciones, que solo se entendía internamente, de esta forma se reconoció que la comunicación busca razonar a partir del intercambio de información (Arévalo y Ortiz, 2019).

En la presente investigación se indagó sobre la comunicación organizacional y los niveles de producción en CIAUTO, donde se puso énfasis a sus diversos tipos de comunicación, los cuales ayudaron a encontrar las falencias en los procesos para mejorar los canales de información dentro de la organización y evitar retrasos en sus entregas en las áreas correspondientes e incluso despilfarros en las diversas piezas pertenecientes a los automóviles.

En cuanto al estudio de la investigación en la empresa, fue factible debido que sus diversos productos son totalmente aceptados ante el público y tiene gran cantidad de operarios, recursos económicos, materiales propios de la empresa, que no solo le permiten tener un auge en sus ventas, sino, tomar decisiones que ayuden al crecimiento de esta, tanto interno como de manera externa.

Desde el punto de vista de los factores internos, la comunicación organizacional permite gestionar y adquirir la cultura organizacional, al compartir el significado de la cultura empresarial a través de las relaciones con los colaboradores, las cuales están íntimamente relacionadas con el comportamiento organizacional, mientras que la comunicación permite gestionar una fácil percepción del clima organizacional (Pineda, 2020).

La presente investigación tuvo como beneficiarios directos a los accionistas, directivos, personal administrativo y operativo de la empresa con la finalidad de que conozcan la realidad en la que se desenvuelve la empresa y se tome correctivos para el incremento de la producción dentro de la empresa y alcanzar una ventaja competitiva en el mercado; los beneficiarios indirectos fueron los proveedores y clientes porque a través de esta investigación mejoraron los canales de comunicación.

Finalmente, la utilidad del proyecto se enmarcó en un mejoramiento continuo de los procesos dentro de la organización debido que la comunicación organizacional es un factor fundamental dentro del desarrollo de las actividades de los operarios a fin de conseguir el cumplimiento de los objetivos.

1.5 Marco Teórico

1.5.1 Comunicación organizacional (Variable independiente)

Comunicación

La comunicación es el proceso que nos permite intercambiar información y crear relaciones sociales con los demás. Por lo tanto, es un comportamiento dinámico y sistemático, llegar a un entendimiento mutuo entre las personas y formarse opiniones o actitudes relacionadas con una situación dada (Morales, 2019).

Por lo que se refiere como el proceso de transmitir un conjunto de significados a una persona o grupo de personas en forma de mensaje, de tal manera que los significados percibidos deben equipararse con los mismos significantes que tratan de transmitir (Charry, 2018).

En cuanto la comunicación se enfoca en solo tres tipos de transferencia: Vertical de información: fuerza de trabajo (condiciones de trabajo y pago), Operaciones (qué hacer y cómo) y Organización (protocolos, políticas, reglas, historia y cultura interna) (Cuenca y Verazzi, 2019).

Con respecto a la comunicación en el sentido más amplio es un medio importante para establecer relaciones sociales a través de símbolos. Estos signos se expresan principalmente a través del lenguaje (especialmente el habla o la escritura). Pero otros símbolos, como banderas e himnos, pueden desempeñar un papel importante en la formación de la opinión pública y, de manera similar, hay muchos sonidos que no se pueden traducir en palabras que indiquen comunicación (González et al.,2018).

Por otra parte, en las organizaciones la comunicación es integral, aun cuando existen medios de comunicación con diferentes propósitos y son utilizados en ámbitos internos o externos y ésta fluya de manera formal o informal, pues sus medios, ámbitos o tipos de comunicación deben ser vistos como complementos de algo global, asimismo incorpora diversos elementos que la hacen posible como son la estructura, organización jerárquica, cultura de sus miembros y sus comportamientos. (Montoya, 2018, p.778)

En definitiva, la comunicación es un elemento fundamental en la cotidianidad de todo individuo. El aprendizaje de la lengua, la apropiación del lenguaje y el ejercicio del habla pueden parecer tareas poco especializadas. Sin embargo, aprenderlas involucra esfuerzo, tiempo y, por qué no decirlo, muchas frustraciones. (Santos, 2019, p.5)

Tipos de comunicación

Comunicación Ascendente

Según Papic (2019) la comunicación ascendente se considera comunicación que viaja a niveles más altos en un grupo u organización, se utiliza para proporcionar retroalimentación a los niveles superiores sobre el progreso hacia las metas y problemas actuales. En general, indica y apoya el desarrollo de flujos de comunicación bidireccionales.

En particular, la información es transmitida desde los subalternos hasta los altos mandos jerárquicos (gerentes, supervisores y directores), cabe destacar que una correcta y eficaz comunicación permite un buen desenvolvimiento laboral.

Comunicación Descendente

Según Petrone (2021) dice que la información se envía desde los cargos superiores a cargos inferiores, es parte de la cultura organizacional de una empresa centralizada. Las tareas o responsabilidades se declaran en el orden de otras dependencias y sus responsabilidades.

Es aquella información que es transmitida por los altos mandos jerárquicos hasta sus subalternos, quiere decir que comunican las actividades a ejecutarse. Esta comunicación es confiable debido que quienes dan la información son los jefes los cuales mantienen un perfil de liderazgo.

Comunicación Horizontal

Según (Pinzón et al.,2021) la comunicación horizontal es cualquier interacción entre personas con una posición relacionada o lateral en el mismo nivel o jerarquía. En este sentido, la comunicación horizontal ayuda a coordinar adecuadamente las actividades de las personas en otras áreas.

Se considera que la comunicación horizontal es transmitida entre miembros del mismo nivel, es decir operarios que comparten el espacio en áreas de la organización, entre departamentos, sin la presencia de los altos mandos de la organización.

Comunicación Diagonal

La comunicación diagonal es un canal en el que la información fluye a través de diferentes niveles, es decir la comunicación es transmitida por personas de niveles superiores, inferiores o que correspondan a otras áreas. Por lo que se refiere a la comunicación

diagonal, esta ocurre cuando las partes involucradas en el proceso de comunicación pertenecen a diferentes niveles de jerarquía y no existen dependencias entre ellos.

Comunicación Organizacional

La comunicación organizacional ha sido un área clave de enfoque en los últimos años y se ha posicionado como una de las áreas de empleo de mayor crecimiento, perspectivas económicas, tecnológicas, sociales y perspectivas de un mayor fortalecimiento de la industria (Rodríguez y Vázquez, 2019).

Con esto se quiere decir que en una organización la comunicación es indispensable, si bien existen tipos de comunicación que sirven para diferentes propósitos y se utilizan interna o externamente, y fluye de manera formal o informal, por su modalidad, el campo o tipo de comunicación debe ser considerado como algo complementario. Global, que incluye además los diversos elementos que la hacen posible, como la estructura, la organización jerárquica, la cultura de los integrantes y su comportamiento (Montoya, 2018).

Por otra parte, la comunicación organizacional facilita la gestión y el uso de la cultura organizacional a medida que los empleados interactúan con el comportamiento organizacional. La comunicación externa, por su parte, facilita el trabajo reputacional de la organización ante diversos grupos objetivo (clientes, medios de comunicación, asociaciones, sindicatos, etc.) (Pineda, 2020).

En otras palabras, la comunicación organizacional favorece la relación entre las partes de la empresa que les permite interactuar y desarrollar información relevante. También actúa como un mecanismo para que los empleados se adapten a su entorno, facilita los procesos, de comunicación internos y externos, y ayuda a los miembros a alcanzar los objetivos personales y organizacionales (Aguirre, 2018).

En definitiva, la relación entre la comunicación organizacional dentro de un grupo u organización es parte del fortalecimiento e impulso institucional, que se manifiesta especialmente en actividades de comunicación a partir de contactos y expresiones dentro y fuera de la organización, con el objetivo de incrementar la destreza y visibilidad de la institución y su misión (Valenzuela et al.,2020).

Comunicación Interna

La comunicación interna es un componente y un requisito previo para conseguir una excelente comunicación corporativa y relaciones públicas mismas que acabarán por aflorar en el exterior. No obstante, para lograr que la comunicación interna contribuya a alcanzar la excelencia, es requisito imprescindible que se aborde de forma estratégica dentro de las organizaciones. (Aced & Miquel, 2021, pág. 246)

Considero que la comunicación interna es una de las bases fundamentales en la integración organizacional, puesto que permite una mejora en todos los procesos, además permite desarrollar soluciones dentro de la empresa y posteriormente brindar un servicio o producto de calidad al exterior.

Comunicación Intrapersonal

Mediante la interacción humana y social es por donde se encuentra la posibilidad de objetivar el porte activo de un sujeto que puede orientarse hacia el objeto, percibirlo, experimentarlo, valorarlo, razonarlo, manipularlo, imaginarlo y representárselo y de esa manera aprenderlo y desarrollar las habilidades para asumirlo, saber hacer cosas con él y transformarlo. (Blas, 2019)

La interacción humana y social es la manera directa de interactuar con el público objetivo y ponerse a disposición, es importante analizar los alcances para poder satisfacer los requerimientos del mismo.

Comunicación Interpersonal

La comunicación interpersonal es una comunicación lejana en la cual no hay cara a cara y el contacto personal requiere mediadores técnicos y sistemas interpuestos como

el teléfono, el correo postal o electrónico u otras formas de interacción mediadas tecnológicamente. En ambas dimensiones hay un elemento común: la interacción recíproca entre los actores del proceso. (Brito, González, González, Preciado, & Abreus, 2021, pág. 7)

La buena comunicación es absolutamente necesaria para las relaciones sanas y el éxito profesional, pero la comunicación falla muchas veces porque nos damos cuenta de que no entendemos lo que se dice, o ellos no nos entienden (Hernández y Duana, 2021).

De acuerdo con el proceso de comunicación existen varios elementos básicos de una comunicación efectiva: el emisor, el receptor, el código, el mensaje y el medio, todos ellos necesarios para un buen entendimiento entre las partes. Gracias a los ñmedios de comunicación masiva estamos segmentados, divididos y agrupados en categorías y subcategorías, al permitir que los mensajes y la información nos lleguen de manera eficiente y directa (Villa, 2019).

Es decir, la comunicación es importante, pero esta tiende a ser compleja cuando el mensaje no es percibido de la forma en que se desea comunicar. De manera que la comunicación es esencial y para que esta sea útil consta de varios procesos, los mismos que permiten que la información sea transmitida por el emisor y que llegue al receptor de manera clara.

Según Alonzo (2019) dice que emirec es la unión de la palabra emisor y receptor que se consideran un centro de comunicación para enviar y recibir, por lo que la preferencia por usarlo parece natural, pero también crea una carga económica al globalizar la comunicación en presencia de emirec.

Según Contreras y Garibay (2020) afirman que:

La comunicación como fenómeno, disciplina y conjunto de técnicas y actividades se ha abordado como objeto de estudio desde perspectivas interesantes en todo el

continente, sin olvidar los aportes norteamericanos y europeos sobre estudios organizacionales y el proceso comunicacional. (p.65)

Los canales de comunicación son la difusión de información a través de canales tanto formales como informales, el primero corresponde a la información publicada en libros, revistas u otros medios similares, donde el editor juega un papel esencial, un número limitado de segundos, determinados destinatarios, existe una interacción directa o inmediata entre el emisor y el receptor de la información (Vidal y Zayas, 2018).

Comunicación Formal

Dentro de la comunicación formal juegan un papel importante los canales formales los cuales sirven para promover el desarrollo de las tareas productivas, su coordinación y cumplimiento (Díaz y Guzmán, 2020).

“Por consiguiente, la comunicación en la organización puede ser - formal, estructurada por la organización - informal, donde la comunicación fluye libremente y no es vinculante para la organización, es decir, la empresa no la controla” (Ruiz, 2021, p.61).

También la comunicación formal se entiende como formas de comunicación planificadas, organizadas y descriptivas desarrollado por una organización que requiere el cumplimiento de las reglas y el tiempo establecidos por la organización, y “necesita que sus miembros reconozcan y sigan la jerarquía de autoridad y las pautas formales descritas en el organigrama” (Chávez et al., 2019).

En conclusión, los canales formales se encuentran establecidos por la organización misma que proporciona información relevante para la realización y ejecución de esta en el tiempo establecido por la empresa.

Comunicación Externa

Según Suintaxi y Tomalá (2022) nos manifiesta que la comunicación externa de carácter empresarial es informar sobre el funcionamiento y desarrollo de la institución y llegar a todos los grupos objetivo-externos, con la finalidad de fortalecer vínculos con los socios de la organización.

En definitiva, la comunicación externa es la comunicación con los departamentos externos relacionados con la empresa. Pongamos por caso los clientes, proveedores, accionistas, administraciones o agencias, dicha comunicación tiene como objetivo mejorar y fortalecer la relación entre los distintos agentes asociados a la empresa.

Comunicación Informal

Los canales informales fluyen en la organización, no existen canales preestablecidos y surgen de la espontaneidad de los empleados y generalmente se refiere a problemas personales de individuos o grupos dentro de la organización.

Esta forma de comunicación surge de las relaciones sociales dentro de la institución. Toda esta información se genera de manera informal y puede estar relacionada con diversas actividades de la agencia, o se puede generar de manera espontánea y en gran medida es percibida por los empleados (Lucen, 2021).

Para terminar la comunicación informal hace referencia a que la información no es oficial, puede ser engañosa y generada a partir de fuentes desconocidas, es transmitida fuera de los canales oficiales de la organización.

Teorías de la comunicación

- **Teoría de la comunicación de David Berlo**

Desde la posición de Berlo, la comunicación es el valor del diálogo, el dominio y el control. La comunicación es el proceso por el cual una fuente crea el mensaje que quiere enviar, lo codifica y lo envía por un canal a un receptor para que lo decodifique y lo reciba.

Los elementos del modelo de Berlo:

Fuente: Es quien desea dar una información y tiene un propósito

Mensaje: Es la conversión de pensamientos en códigos simbólicos

Canal: Es el medio por el cual se entrega el mensaje.

Receptor: Es el que descifra el mensaje

Un rasgo característico del modelo de Berlo es que la comunicación tiene una intención, es decir el objeto de la comunicación es creada por la fuente de comunicación, así pues, desea influir en los demás. A medida que las fuentes entiendan mejor el propósito de la comunicación, será más eficaz y eficiente.

- **Teoría de Dwight Lasswell**

“La propuesta de Lasswell implica "pasar de un paradigma racionalista a uno que tenga más en cuenta la persuasión, el argumento y la evidencia como materia prima del proceso” (Canel, 2019, p.23).

El paradigma de Lasswell es un modelo de comunicación que se propuso en el año 1948 el cual muestra a través de la respuesta a las siguientes preguntas:

¿Quién? - Análisis del control (Comunicador)

¿Qué dice? - Análisis de contenido (Mensaje)

¿Por dónde? - Análisis de los medios (Canal)

¿A quién? - Análisis de la audiencia (Receptor)

¿Con qué efecto? - Análisis de los efectos (Impacto sobre el diálogo)

Esta teoría estructura correctamente el mensaje para quienes están involucrados, sin dejar de lado la dinámica de la comunicación. Con relación al estudio de Lasswell, además plantea estudiar la comunicación a partir de su estructura y funciones:

1. Supervisión del entorno
2. Correlación
3. Transmisión de cultura y

4. Entretenimientos

Al mismo tiempo se considera los efectos de la comunicación de masas y se reconoce que la comunicación interpersonal y la comunicación masiva en efecto siempre sigue una estrategia que se esfuerza por lograr resultados con un alto grado de propósito.

- **Teoría del funcionalismo**

Se entiende que la comunicación juega un rol importante pues ayuda a construir relaciones en los sistemas sociales, desde la posición de la teoría funcionalista debido a que se enfoca en la función que realiza el medio de comunicación y cuán importante papel cumple en la sociedad, Antonio Paoli menciona cuatro separaciones para comprender el funcionalismo.

Las funciones y las instituciones. - La comunicación es la forma en que los miembros del grupo tratan de cumplir con los requerimientos para la toma de decisiones grupal exitosa.

Equilibrio y conflicto. - Las contrariedades fomentan la exploración de nuevas soluciones para mantener el equilibrio.

La estructura social. - La teoría pretende ser buena para las variaciones de soluciones proporcionadas por las capacidades de rendimiento del sistema.

La historia. - Paoli plantea que las instituciones evolucionan para mejorar sus funciones y de esta forma responder a las nuevas interrogantes.

- **Teoría del Estructuralismo**

Esta teoría ve la vida social como un sistema complejo de comunicación. Todos los fenómenos sociales y culturales son símbolos, y su comprensión requiere una perspectiva integral. A partir de aquí, el análisis se centra en la "estructura" de la información, el "método de producción" de la información y la forma en que interactúa la audiencia.

Para entender esta teoría, cita cuatro partes en las que se basa el estructuralismo.

El modelo estructural. - En el estructuralismo, los modelos se emplean para estudiar el significado del comportamiento humano en su contexto.

Estructuralismo y lingüística. - La estructura en el estructuralismo se refiere a un conjunto establecido de elementos que proporcionan una entidad que está sujeta a ciertas leyes o, si se prefiere, a ciertos estándares de relación.

La semiología. - El objeto de la semiología es cualquier sistema de signos, independientemente de su naturaleza, independientemente de sus limitaciones, ya sean imágenes, gestos, melodías u objetos. Es entonces comprensible que el estructuralismo busque comprender o explicar las estructuras que conducen a la formación de la comunicación social.

Estructuralismo e historia. - Es el conjunto de “abreviaturas” que en determinados momentos históricos nos brindan elementos para explicar el proceso de significación, y posiblemente nos brindan patrones de evolución estructural a lo largo del tiempo.

Para concluir, la importancia del estructuralismo radica en la forma en que se transmite la información más que en su contenido, pero no aisladamente de cómo se interpreta y qué respuestas produce.

1.5.2 Niveles de producción (Variable dependiente)

Nivel de producción

El nivel de producción o también conocida como capacidad de producción, hace referencia a la facultad que tiene una empresa, para elaborar su máximo nivel de bienes o servicios, esto por medio de una serie de recursos que cada empresa tiene al depender de su rama de trabajo.

Por ello para Robert (2022) la “Producción” viene del verbo latino *producere*, que significa “estirar”, “prolongar”, pero también “sacar a la luz”, “hacer visible”, literalmente: “jalar hacia la visibilidad” (p.199).

Concepto de sistemas de producción

Según Fonnegra (2019): “Un sistema de producción es la manera en que se ordenan física y metodológicamente los recursos empresariales, al tener en cuenta un control adecuado del mismo, desde un punto de vista de la distribución de la planta” (p.13).

Además, los sistemas de producción son aquellos modelos que permiten tener un orden físico de los recursos, estrategias, para emitir resultados, donde se mantiene un orden, tanto en el proceso como en los resultados.

De esta manera “La estructura de producción es una estrategia funcional, que debe dirigirse a la estrategia empresarial, al ser congruente con ella, así como las estrategias funcionales y emitir como resultado, un patrón consistente en la toma de decisiones” (Grate, 2018,p.6).

Tipos de sistemas de producción

- **Producción lineal o de flujo continuo**

La producción continua o de flujo continuo, es una fabricación especializada en la que las máquinas producen el mismo producto a plena capacidad: la fabricación continua suele implicar una gran cantidad de productos y una gran demanda.

Además, se emplea principalmente en los casos en que existe una elevada demanda de productos estandarizados de una misma familia o referencias similares. En este caso, toda la maquinaria y equipo necesarios para fabricar determinado producto se ordenan secuencialmente con el proceso de fabricación. (Fonnegra, 2019,p.20)

- **Producción por proyecto o bajo pedido**

Según Salgado (2018) manifiesta que el sistema bajo pedido o en sus cifras en ingles " Make to order" es un método de producción donde el proceso de producción, comienza sólo después de recibir órdenes de los clientes, por tal motivo, es común que exista bajos niveles de inventario en el producto terminado, pues existe mucha variación de productos debido que los clientes piden con personalización sus productos.

A este modelo de producción, en el cual los recursos y procesos se adaptan al producto, también se le denomina producción bajo pedido y concentra la totalidad de los esfuerzos en fabricar un solo producto a la vez y con características únicas. (Díaz Reina et al., 2020,p.557)

Es por ello que los productos con una indecisión baja son aquellos que son consumidos por las masas, por lo que sus ventas son seguras. Para estos productos, se utiliza una estrategia de producción continua basada en datos de consumo.

Pero para los productos que no se venden de manera regular, al conocer el comportamiento normal de sus clientes más cercanos, generalmente adoptarán una estrategia de fabricación por pedido si la producción es limitada y la producción se basa en ventas pasadas (González et al.,2018).

Por lo general los resultados, en este tipo de sistema de producción, serán diferentes en cada proyecto, pues se puede decir que esta actividad esta asociada a una intensa mano de obra, es decir que aunque el proyecto sea dado a un par de hermanos que trabajan en la misma actividad, nunca van a ser iguales, siempre tendran similitud pero nunca exactamente iguales, debido que no tienen una producción estándar o estable.

- **Producción intermitente**

Según Espejo (2019) este tipo de sistema se caracteriza por realizar su producción por lotes o de intervalo intermitente, debido que cuando se produce no tiene un flujo permanente o regular por ende no necesita de todos los procesos operativos que tenga la empresa, puede realizar un sin fin de productos solo con pequeñas modificaciones, se dice también que la carga de trabajo de cada área o equipo varía mucho, pues algunos están sobrecargados y otros poco utilizados.

Además, este sistema se usa cuando se necesita crear una mínima cantidad de productos que sean iguales o idénticos, aquí es necesario también el trabajo intensivo de la mano de obra, trabajan con modelos para que la producción sea más rápida, produce lotes que solo sean necesarios, aquí se adaptan o se sustituyen las máquinas de una manera más fácil para poder sacar adelante el proyecto.

- **Producción en masa**

El sistema de producción en masa es aquel que permite alcanzar por medio de la automatización el mejor rendimiento, se emplea menor cantidad de trabajadores o mano de obra, es común ver en este sistema que se da la producción en línea, donde las piezas son adquiridas de otras empresas.

De esta forma durante la primera mitad del siglo XX se contagió a varios sectores el concepto de la producción en masa concebida y desarrollada en el sector del automóvil, la cual encontró su máxima expresión en el fordismo y el taylorismo, pero por no solo significar la producción de objetos en grandes cantidades, sino que abarca todo un sistema de tecnologías, de mercados, economías de escala y reglas rígidas, dejó de ser factible. (Vargas et al., 2018,p.83)

Por consiguiente, es la fabricación que se ocupa de miles de productos semejantes, comúnmente en una sola línea de producción. Esta opción suele implicar el montaje de un número desconocido de componentes individuales que se pueden comprar a otras

empresas. Por lo general, cuando se trata de este tipo de sistemas de fabricación industrial, hay tareas que se automatizan para que se puedan producir más productos con menos (Chain, 2022).

- **Producción por lotes**

El sistema de producción por lotes, consiste en la creación de productos idénticos, que tengan las mismas características, se asocian más a pedidos que están dados por clientes con características específicas, es decir que se puede terminar de manera individual, sino todos los productos del lote pasan a la siguiente fase juntos.

Además, la producción en lotes consiste en la fabricación de un número de artículos idénticos, ya sea para satisfacer un pedido específico o para cubrir una demanda continua. Al finalizar la producción de una tanda, la fábrica y el equipo quedan disponibles para la fabricación de otros productos similares. (Fonnegra, 2019,p.29)

Factores de producción

Los factores de producción, en un contexto económico, hace referencia a los recursos que participan en el proceso de producción para la creación de bienes o servicios, los cuales satisfacen las necesidades de las personas; dentro de los factores existe cuatro tipos de producción: tierra, trabajo, capital y tecnología.

Además, en las ciencias económicas se ha señalado que la base principal del desarrollo está compuesta por tres elementos o factores de producción: Capital, tierra y trabajo. Esta trilogía funcionó en las primeras etapas del desarrollo de la producción agrícola e industrial. (Márquez et al., 2020,p.243)

- **Capital**

Según Manrique (2019) “El capital o también denominado patrimonio son aquellas aportaciones de los socios o accionistas, es decir, es una inversión que los propietarios de una empresa realizan para la apertura de un negocio” (p.24).

También se dice que, al referirse por capital, se hace énfasis en los bienes y servicios que dan utilidad para realizar el proceso de producción, es así que se contribuye para la elaboración del producto final.

- **Capital intelectual**

Según Sánchez (2020) “El capital intelectual es la suma de todos los conocimientos que pueden ser convertidos en beneficios en el futuro, el mismo está formado por ideas, las tecnologías, los programas informáticos, los procesos y los diseños” (p.15).

Además, “Se identifica al capital intelectual como el componente nuevo y principal para formar la riqueza de las instituciones, además de la información que se pueda obtener y la manera que sea utilizada” (Pérez, 2020,p.16).

Por tal motivo se puede conceptualizar al capital intelectual como aquel conocimiento adquirido por experiencia o las habilidades adoptadas en el transcurso de cierto tiempo, lo cual ha permitido interactuar con elementos internos y externos de la organización para generar un valor añadido a los bienes que la organización oferta, lo que provoca un incremento o disminución en la rentabilidad de la entidad. (Manrique, 2019,p.21)

Capital humano

Según Ruiz (2020):

El capital humano es un activo intangible que apoya a una mayor productividad e impulsa la innovación, lo que hace que una organización sea competitiva, por tal razón el éxito de cualquier organización depende del desempeño de todos los colaboradores. (p.18)

Por ello, “El capital humano puede ser definido como el valor económico que se le da a las capacidades profesionales de una persona. Es por lo que se le considera como el principal factor de producción de trabajo” (Manrique, 2019, p.25).

- **Tierra**

Según Roldán (2020): La tierra hace énfasis a los materiales y fuerzas que la naturaleza da gratuitamente para ayudar al hombre en su desarrollo, parte de esta el suelo, el agua, el aire, la luz y el calor, la tierra hace referencia a los recursos naturales que se pueden utilizar para generar ingresos que está en la naturaleza en cantidades limitadas, pero es un factor de producción muy útil.

Dentro del factor de producción tierra se manifiesta que existen recursos renovables y no renovables, según Vuan (2018):

El término “recursos renovables” se refiere a aquellos recursos naturales que luego de su explotación, pueden retornar a sus niveles de existencia anteriores, a una velocidad superior o igual a la de su consumo, a diferencia de los recursos no renovables, algunos recursos renovables como la energía solar, eólica y la presión geotermal presentan esencialmente un suministro interminable, mientras que otros, como las plantas o animales, se consideran renovables, aunque se deba dedicar algún tiempo o esfuerzo para su regeneración. (p.7)

- **Trabajo**

El trabajo hace referencia al esfuerzo tanto físico como mental, pero en términos económicos el trabajo hace semejanza al esfuerzo que se ha realizado para producir bienes o servicios, donde incluye el esfuerzo físico, intelectual, mental, entre otros, el cual se lo realiza a cambio de una recompensa y está relacionado directamente con el ser humano, donde interfiere la mano de obra, al ser el factor de producción más flexible porque se puede utilizar en diversas etapas de producción, especialización, crecer en número y adquirir nuevas habilidades a través de la capacitación.

- **Tecnología**

Según Álvarez (2019):

La ciencia y la tecnología constituyen hoy un poderoso pilar del desarrollo cultural, social, económico y, en general, de la vida en la sociedad moderna. Es tanta su influencia, que todos los ámbitos se han visto inundados por una creciente avalancha de productos procedentes de diversas esferas, cuya utilización sistemática se ha impuesto como condición para el desarrollo. (p.2)

Por lo tanto la tecnología es la capacidad de transformar algo que ya existe, en algo completamente nuevo o darle una nueva función, pues agiliza procesos y corta tiempos en la realización de los productos.

Fuerzas productivas

Según Montoro (2018):

El desarrollo de las fuerzas productivas depende del trabajo y los medios de producción disponibles. Es decir, resulta de las combinaciones que se pueden establecer entre el trabajo vivo disponible (de acuerdo con su cantidad y su cualificación) y los medios de producción o trabajo ya solidificado (en función de su cantidad y del progreso técnico que contengan). (p.4)

De esta forma se refiere al conjunto de medios de producción y trabajo, es decir, la capacidad productiva real de las personas, aquí se incluye el trabajo realizado por las personas, la ciencia y la tecnología utilizadas o adaptadas a la producción, y el sistema organizativo del proceso de trabajo.

- **Fuerza de trabajo**

La fuerza de trabajo es la habilidad física como intelectual para desarrollar actividades, al ser la capacidad que tiene una persona de manera mental y motriz para realizar o desempeñar las tareas o actividades encomendadas, tales como una ocupación o trabajo, es así que la diferencia entre trabajo y fuerza de trabajo se da que por medio de una

ocupación se tiene un producto final, mientras que la fuerza de trabajo es el esfuerzo que se tiene para realizar esa ocupación.

- **Humano**

Desde una perspectiva económico y política, se define el trabajo humano como la actividad humana ya sea de forma deliberada o no deliberada, que está dirigida a un fin específico, la creación de bienes específicos, tanto materiales como inmateriales y se la aprueba si su aplicabilidad deriva de razones económicas y por ende sociales. En otras palabras, el trabajo puede definirse como la actividad humana que tiene como objetivo la creación de valor.

- **Conocimiento tecnológico**

“Conocimiento tecnológico y de contenido (TCK): es el conocimiento que permite comprender las vinculaciones entre tecnología y contenido” (Cenich et al., 2020, p.56).

Además, este conocimiento se lo define como aquella capacidad o habilidad que tiene un individuo para poder primero crear y consecutivamente desarrollar de mejor manera objetos de una forma más eficiente y creativa.

Medios de producción

- **Herramientas**

Una herramienta es un instrumento el cual permite realizar algunos trabajos, las cuales permiten facilitar una tarea donde se necesite la fuerza de un ser humano.

Por ello, “Las empresas con frecuencia emplean diferentes técnicas y herramientas para optimizar la productividad en sus sistemas de fabricación al buscar la ventaja competitiva, esto entrega los productos adecuados en el lugar correcto y cumplir con la entrega a tiempo” (Muñoz et al.,2018, p.81)

- **Equipos**

Según Rangel et al. (2018):

Diferenciar entre equipo y grupo de trabajo permite comprender las formas de trabajar colectivamente, dos conceptos con varias divergencias. El trabajo en grupo es útil cuando se realizan tareas de baja complejidad; bajo esta forma de trabajo, el líder delega a sus miembros las actividades bajo un enfoque tayloriano, de manera que un grupo sería un conjunto de personas que comparten información, ideas y formas para resolver problemas, con tareas rutinarias y mecánicas. (p.3)

Además, “La autoridad competente logra sus objetivos en cierta medida al satisfacer las necesidades del cliente, para lograrlo se necesita un equipo de trabajo de alto rendimiento, una persona educada y experimentada en el tema al ser habilidoso y decidido a organizar y perfeccionar la tarea impuesta” (Cardona y Trejos, 2020, p.72).

- **Materiales**

Según Callister (2019):

La disciplina ciencia de los materiales implica investigar la relación entre la estructura y las propiedades de los materiales, por el contrario, la ingeniería de los materiales se fundamenta de un material para conseguirlo un conjunto predeterminado de propiedades, donde se hace hincapié en las relaciones existentes entre las propiedades de los materiales y sus elementos estructurales. (p.2)

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

2.2 Métodos

2.2.1 Método científico

Según Calva et al. (2018):

El método científico es la serie de pasos que se ejecutan para llevar a cabo un proceso de investigación, al partir desde: el fenómeno en cuestión, las hipótesis, la comprobación de las hipótesis y en base a resultados, el establecimiento de teorías acerca de lo estudiado. No obstante, este proceso no es de carácter rígido, puesto que se adecúa a las necesidades de quien investiga. Este es el principio básico para la construcción de nuevos conocimientos. (p.41)

Además, el Método Científico se basa en lo empírico, en la medición, sujeto a principios específicos de pruebas de razonamiento. Planteado formalmente en el siglo XVII, consiste en la observación sistemática de los fenómenos naturales, medición, experimentación, formulación de hipótesis, análisis y modificación de las hipótesis del comportamiento de estos fenómenos. (Jaime y Ladino, 2018, p.5)

El método científico como se puede prever, está constituido por una serie de etapas que en conjunto, permiten obtener un conocimiento válido; en el presente caso dicho método se puede observar, en el cumplimiento de etapas como la de observación del fenómeno de estudio, la extracción de un problema a investigar, el planteamiento de la hipótesis, la recolección bibliográfica desarrollada conforme al tema, el desarrollo de encuestas que permiten contrastar los criterios obtenidos; y, el posterior desarrollo de las conclusiones y recomendaciones, que constituyen el pináculo de la investigación.

2.2 Enfoque

Cuantitativo

Según Ortega (2018) el enfoque es aquel cuyo proceso de investigación se centra en la medición cuantitativa, utiliza observaciones del proceso en forma de recopilación de datos y analizándolos para encontrar respuestas a sus preguntas de investigación. Este método utiliza análisis estadístico.

Dado que el enfoque cuantitativo, permite recoger y analizar datos cuantitativos obtenidos conforme las variables del fenómeno que analiza; dichos datos en el presente caso han sido recabados mediante la aplicación de encuestas a 126 operarios dentro de la empresa CIAUTO. Esto permitió obtener información real y palpable del fenómeno en estudio al objeto de poder contrastar la hipótesis planteada.

2.3 Alcance o Tipo

2.3.1 Investigación descriptiva

Según Guevara et al. (2020): La investigación descriptiva es aquella que da las características fundamentales de conjuntos que van a ser estudiados, donde se usa criterios que permite establecer un comportamiento y una estructura de aquellos fenómenos en estudio, al dar una información que permite ser comparada con otras fuentes, donde el investigador tiene la posibilidad de observar de manera completa o como participante observador.

En el presente caso, la investigación descriptiva se presenta como la mejor forma de poner de manifiesto, las características del sector poblacional sujeto a la investigación, su comportamiento y sus elementos particulares tan necesarios para el desarrollo del presente trabajo; más aún, dada su manifiesta correspondencia con las metodologías de la investigación cuantitativa, que permiten recopilar información de manera abundante y sobre todo cuantificable y contrastable.

2.3.2 Investigación Correlacional-Asociativa

En la investigación correlacional “se asocian las variables del estudio mediante un patrón predecible para un grupo o población” (Hernández et al.,2018, p.93). Es decir, los estudios correlacionales tienen la finalidad de encontrar o no la relación/grado de asociación existente entre dos variables en una muestra determinada. Estas correlaciones establecidas se sustentan en la formulación de una hipótesis previa que es sometida a una evaluación, para validarla o refutarla. Su utilidad se sustenta en que permite predecir el comportamiento de una variable al conocer su relación con otras variables vinculadas.

A través de esta investigación, se determinó la relación existente entre la comunicación organizacional y la producción, entre un elevado nivel de producción y una correcta información de los procesos de fabricación, al permitir con ello predecir el comportamiento de ambas variables pues se considera aquellas que de una u otra forma se encuentran así mismo vinculadas.

2.4 Modalidad

2.4.1 Bibliográfica

Según Reyes y Alvarado (2020) La investigación bibliográfica se caracteriza por el uso de datos secundarios como fuente de información. Su objetivo principal es llevar a cabo la investigación de dos maneras. Comienza al conectar los datos existentes de varias fuentes y luego proporciona una descripción completa y sistemática de problemas específicos de varias fuentes.

La investigación bibliográfica es parte de una etapa en el proceso de investigación llamada etapa de exploración donde se cita el conocimiento existente. Incluye el proceso de búsqueda y selección de fuentes de información relevantes para la pregunta de investigación. (Maraza et al., 2020).

En el presente caso, la información bibliográfica recolectada, permite acrecentar los conceptos y criterios relacionados con temas tales como comunicación organizacional, niveles de producción, tipos de comunicación, entre otros; que son claves en el tratamiento de las variables manejadas dentro del presente asunto. Para ello se ha enriquecido los conocimientos con artículos científicos, estudios de pre-grado, y textos relacionados con los diversos temas tratados dentro de la investigación.

2.4.2 Investigación de Campo

Según Plata (2019) Expresa que la investigación de campo es la base de un trabajo de campo práctico, donde el investigador desarrolla proposiciones razonables sobre un tema específico, al contrastar la realidad con la teoría, para obtener nuevos conocimientos.

La investigación de campo, manifestada a través de la aplicación de encuestas, permite recopilar la información necesaria y de primera mano, referente al proceso comunicacional que se lleva a cabo dentro de la empresa CIAUTO; esto, a fin de poder contrastar los objetivos e hipótesis planteados en el presente trabajo.

2.5 Población y muestra

2.5.1 Población

“La población así también llamada universo de estudio, es el conjunto total de personas u objetos que tienen una característica en común de interés para un estudio” (Castro, 2019, p.53).

El presente trabajo investigativo tuvo como población a los operarios de la empresa La Ciudad del Auto CIAUTO, ubicada en la ciudad de Ambato, con un total de 189 operarios en el área de producción de ensamblaje.

2.5.2 Muestra

Según Pacheco (2019) afirma que la muestra como procedimiento para la selección de datos y observación individual, ayuda a hacer inferencia estadística sobre la

representación completa de los datos de manera adecuada al tomar una parte o pequeña cantidad de la población total la cual se considera representativa para analizarla.

Al realizar los cálculos pertinentes la muestra tuvo como resultado 126 encuestas que se realizó específicamente al área de producción.

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{Z^2 P Q + N e^2}$$

N: población

n: Tamaño de la muestra

Z: Valor para un nivel de confianza del 95%

P: Probabilidad a favor 50%

Q: Probabilidad en contra 50%

e: Margen de error 5%

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(189)}{1.96^2(0.50)(0.50) + (189)(0.05)^2}$$

$$n = 126 \text{ personas}$$

2.6 Técnica

2.6.1 Encuesta

Según Sarabia y Alconero (2019) manifiestan que la encuesta se define como un documento estructurado que recoge la información mediante la realización de un conjunto de preguntas dirigidas a una muestra representativa con el fin de cuantificar y generalizar los resultados.

La realización de las encuestas no solo permite involucrar a las investigadoras con el universo investigado, sino que, además, permite a los mismos encuestados, poner de

manifiesto sus criterios y opiniones amparados en el anonimato. Con ello, además, se accedió a la posibilidad de enfocar las interrogantes desarrolladas dentro de la misma, hacia los puntos más sobresalientes de la investigación.

2.7 Instrumento

El instrumento en la investigación cuantitativa permite recolectar y registrar la información, mediante la selección de métodos de acuerdo con los objetivos planteados previamente (Monge, 2019). En algunos casos es necesario emplear más de un instrumento, pues de esta manera los datos serán más consistentes.

Teniendo en cuenta que los instrumentos cuantitativos, dado el enfoque que se viene al mantener dentro del presente estudio, se encuentran clasificados en cuestionarios, pruebas proyectivas y protocolos, se optó por utilizar el primero, mismo que fue implementado a través de las encuestas.

2.7.1 Cuestionario

La recolección de datos en fenómenos sociales se realiza comúnmente mediante un cuestionario. El cual se refiere al “conjunto de preguntas respecto de una o más variables que se van a medir” (Hernández et al., 2018, p.217). Las preguntas se caracterizan por la congruencia que guardan con el planteamiento de la hipótesis de la investigación.

El cuestionario, mencionado con anterioridad, forma parte de los instrumentos cuantitativos, el que permitió desarrollar las preguntas conforme las variables propuestas en el desarrollo del trabajo, encaminadas a obtener una muestra real de la información necesaria para el contraste de la hipótesis y de los objetivos.

2.7.2 Alfa de Cronbach

El coeficiente Alfa de Cronbach se interpreta como un indicador de la consistencia interna de los ítems, porque se calcula a partir de la covarianza entre los mismos, es la forma más sencilla y conocida de medir la consistencia interna y es la primera

aproximación a la validación del constructo de una escala. (Gustavo et.al., 2019, p.155)

Tabla 1 Estadística de fiabilidad

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,760	13

La encuesta suministró información general acerca de cómo se lleva a cabo la comunicación organizacional dentro de la empresa, sus resultados fueron puesto a prueba a un análisis de fiabilidad bajo la prueba de Alfa de Cronbach, a través de la utilización del SPSS Statistics 22. Al dar como resultado una fiabilidad del $\alpha = 0.7$ es decir esta es positiva y denominada como aceptable.

Tabla 2 Valores de Alfa de Cronbach

Índice	Nivel de fiabilidad	Valor de Alfa de Cronbach
1	Excelente	> 0.90
2	Bueno	0,80 - 0,90
3	Aceptable	0,70 - 0,79
4	Cuestionable	0,60 - 0,69
5	Pobre	0,50 – 0,59
6	Inaceptable	< 0,50

Fuente: (Vargas G. , 2017)

2.7.3 Recolección de información

Para la presente investigación se utilizó el cuestionario el cual está estructurado y diseñado bajo la herramienta de Microsoft Forms, el mismo que fue dividido en dieciséis preguntas 15 preguntas ordinales con escala de Likert y una pregunta nominal. Su proceso consistió

en recolectar información del personal operario de la empresa CIAUTO, quienes contestaron a las encuestas y se procedió a descargar el Excel de la herramienta de Forms e importar la información al SPSS en el cual se reemplazó los valores a numéricos.

2.8 Planteamiento de la Hipótesis

“Las hipótesis deben expresar una situación real de forma clara, concisa y precisa, al mostrar relaciones verosímiles entre las variables que la componen, con posibilidades de observación o medición de acuerdo con las técnicas más adecuadas para cada caso” (Amaiquema et.al, 2019, p.356).

“Hipótesis alternativas: solo pueden formularse cuando hay necesidad de plantear otras explicaciones complementarias a la hipótesis original. Estas hipótesis generalmente ayudan a argumentar cuando la hipótesis que se ha puesto a prueba no tiene resultados concluyentes” (Espinoza, 2018, p.133).

“Hipótesis Nula: “no hay diferencias de eficacia entre A y B”, o lo que es lo mismo, la diferencia de proporciones no es distinta de 0” (Ochoa et.al.,2020, p.2).

Hipótesis alternativa: La comunicación organizacional se relaciona con los niveles de producción en la empresa CIAUTO, sector automotriz.

Hipótesis Nula: La comunicación organizacional no se relaciona con los niveles de producción en la empresa CIAUTO, sector automotriz.

CAPÍTULO III.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Análisis y discusión de los resultados.

Tabla 3 Edad y Género

Edad y Género

		¿Cuál es su edad?		
		Entre 25 y 30 años	Entre 31 y 40 años	Más de 41 años
		Recuento	Recuento	Recuento
Género	Masculino	57	53	10
	Femenino	6	0	0

Análisis

De acuerdo a los datos obtenidos se puede establecer que el 95,2% corresponde al género masculino, comprendido entre las edades de 25 a 41 años; mientras que el 4,8% corresponde al género femenino ente la edad de 25 y 30 años.

Interpretación

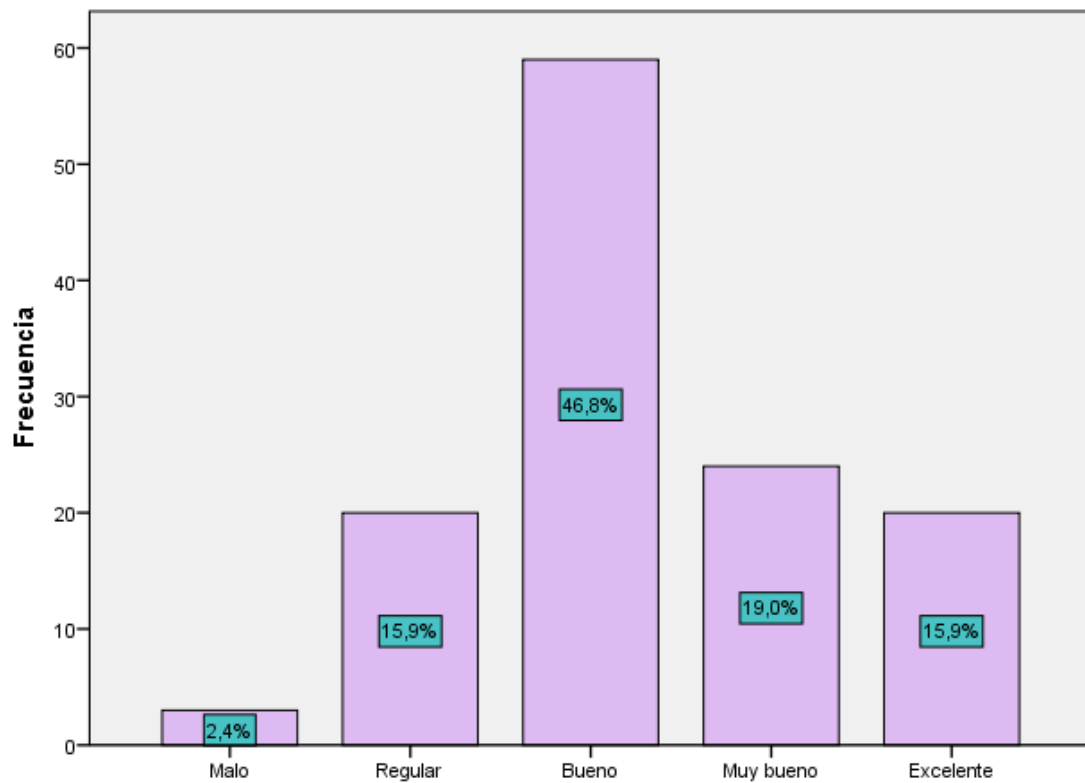
Con la información obtenida se puede manifestar que en la empresa CIAUTO en las áreas de producción predomina el género masculino. Debido a que las actividades que realizan requieren de mayor esfuerzo físico.

1.- ¿Cómo califica usted la información que recibe para realizar sus actividades?

Tabla 4. Pregunta 1

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Malo	3	2,4	2,4	2,4
Regular	20	15,9	15,9	18,3
Bueno	59	46,8	46,8	65,1
Muy bueno	24	19,0	19,0	84,1
Excelente	20	15,9	15,9	100,0
Total	126	100,0	100,0	

Figura 1. Pregunta 1



Análisis

De acuerdo con los resultados obtenidos en lo que se refiere a la información que reciben los operarios para realizar sus actividades, el 81,7% lo califican como excelente, muy bueno y bueno. Mientras que el 18,3% restante como regular y malo.

Interpretación

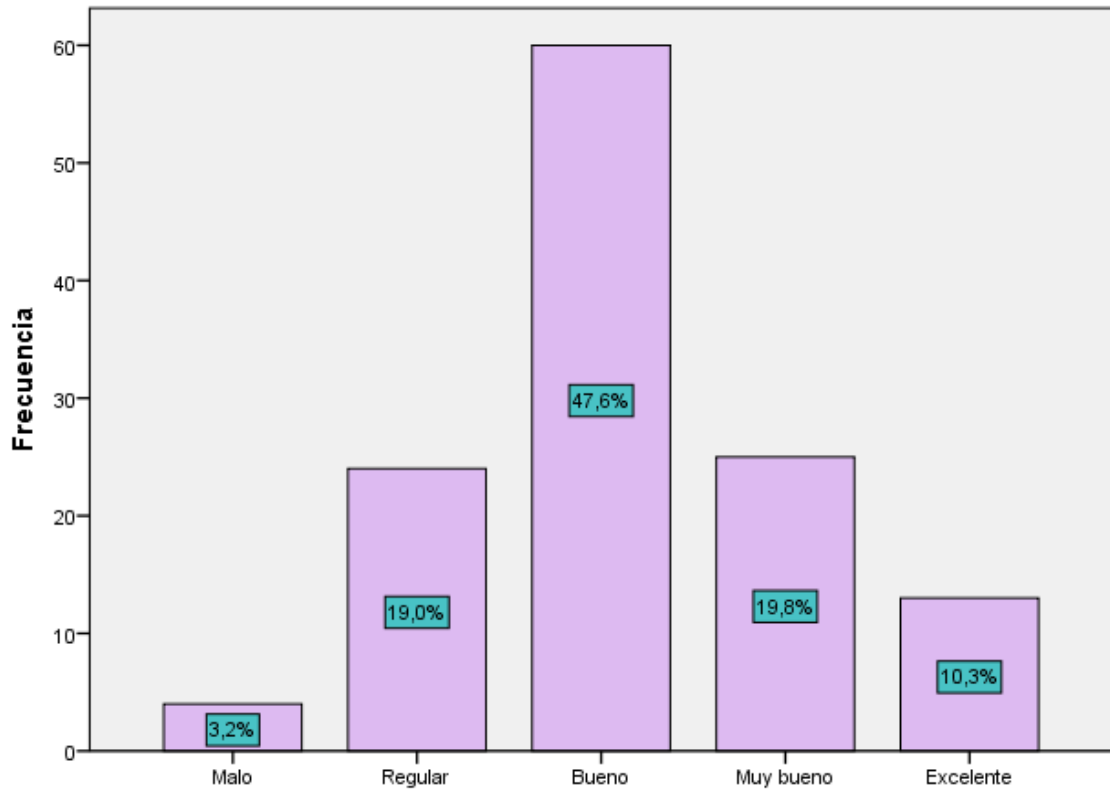
La información que reciben los operarios para realizar sus actividades radica en la claridad del mensaje que se quiere transmitir. Es decir, se debe mantener un lenguaje apropiado y conciso, de esta forma las empresas toman decisiones con mayor convicción para que sus receptores capten el mensaje y las directrices a realizar, al alcanzar altos niveles de competencia y crecimiento.

2.- ¿Cómo califica usted los canales de comunicación dentro de la empresa?

Tabla 5. Pregunta 2

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Malo	4	3,2	3,2	3,2
Regular	24	19,0	19,0	22,2
Buena	60	47,6	47,6	69,8
Muy buena	25	19,8	19,8	89,7
Excelente	13	10,3	10,3	100,0
Total	126	100,0	100,0	

Figura 2. Pregunta 2



Análisis

Del total de encuestados en base a los datos recolectados, el 77,7% califica a los canales de comunicación dentro de la empresa como excelente, muy bueno y bueno. Mientras que el 22,3% restante como regular y malo.

Interpretación

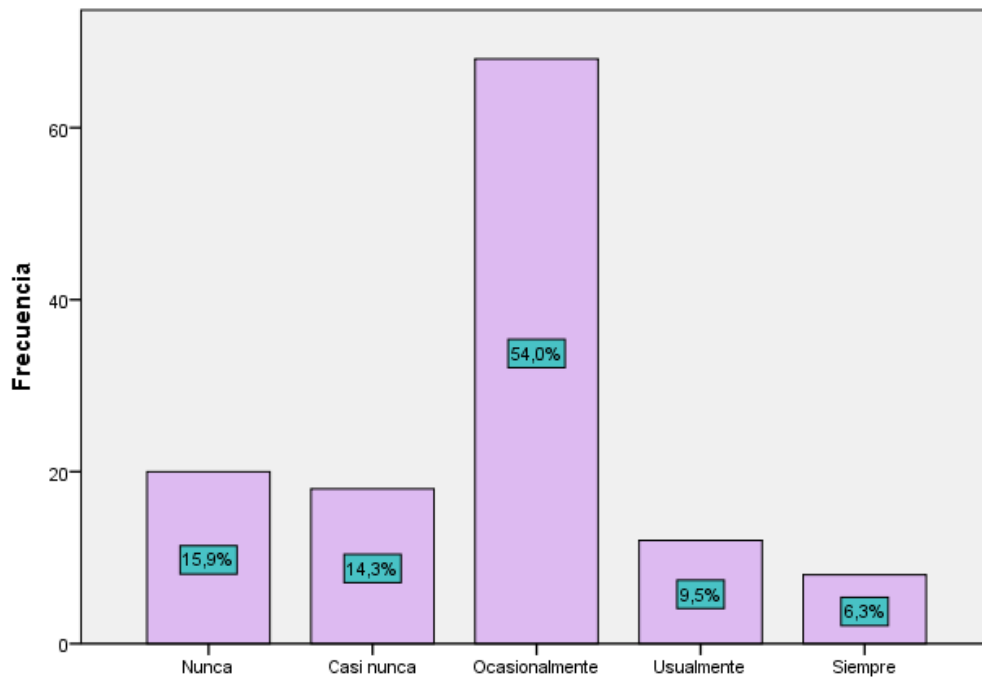
Los canales de comunicación dentro de las organizaciones desempeñan un rol importante, puesto que, estas vías mantienen precisión y permiten que la información llegue a sus destinatarios. Además, son esenciales en la relación que mantiene la empresa con los clientes, pues mejora el flujo de la información interna y externa dentro de una organización.

3.- ¿Con qué frecuencia existe un interés al comunicarle temas relacionados con el entorno familiar al líder de equipo?

Tabla 6. Pregunta 3

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	20	15,9	15,9	15,9
Casi nunca	18	14,3	14,3	30,2
Ocasionalmente	68	54,0	54,0	84,1
Usualmente	12	9,5	9,5	93,7
Siempre	8	6,3	6,3	100,0
Total	126	100,0	100,0	

Figura 3. Pregunta 3



Análisis

De acuerdo con los resultados obtenidos, los operarios manifiestan que existe un interés por parte del líder de equipo con temas relacionados al entorno familiar con un porcentaje del 69,8% correspondiente a Siempre, Usualmente y Ocasionalmente. Mientras que el 30,2% restante corresponde a Nunca y casi nunca.

Interpretación

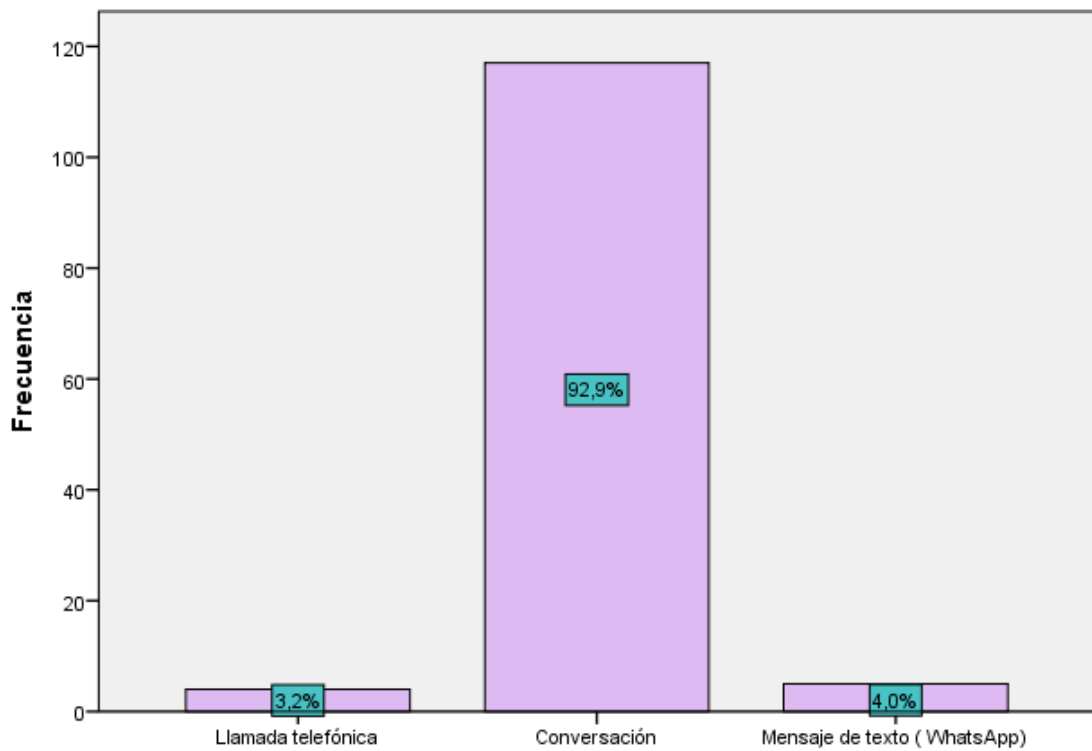
En el ámbito laboral es esperado que se presenten crisis normativas como un factor que generalmente se produce en entorno familiar. Este influye de manera directa en el declive del desempeño laboral en los operarios. Por lo tanto, al existir el interés por parte del líder en este tema con actitud empática, genera seguridad y un sentimiento de pertenencia en los operarios. De tal manera, que se enfatiza en la importancia de la empatía del líder hacia sus operarios con la finalidad de mejorar la gestión administrativa y que los resultados se reflejen en la fidelización hacia la empresa.

4.- ¿De qué manera usted informa al líder de equipo los inconvenientes que se presenten en el desarrollo de sus actividades?

Tabla 7. Pregunta 4

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Llamada telefónica	4	3,2	3,2	3,2
Conversación	117	92,9	92,9	96,0
Mensaje de texto (WhatsApp)	5	4,0	4,0	100,0
Total	126	100,0	100,0	

Figura 4. Pregunta 4



Análisis

Según los resultados obtenidos en la gráfica, el 92,9% informa los inconvenientes que se presentan en el desarrollo de sus actividades con una conversación; el 4% mediante un mensaje de texto y el 3,2% restante con llamada telefónica.

Interpretación

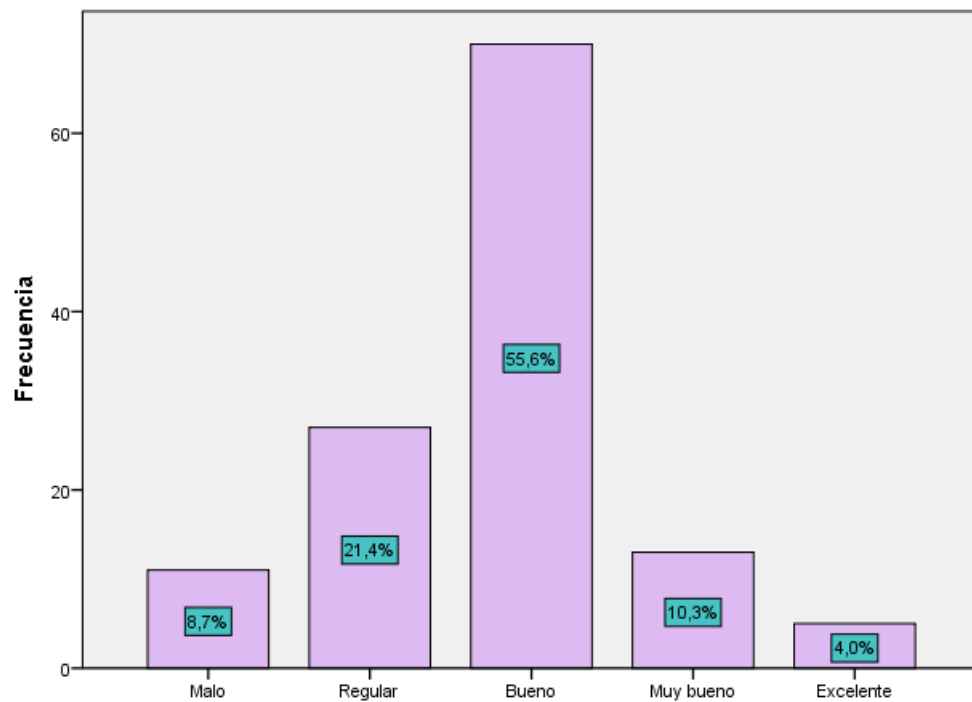
La comunicación debe ser eficaz en toda organización entre los operarios, puesto que esto aporta significativamente a las empresas una gran cantidad de información acerca de falencias que se puedan suscitar en la empresa, lo que reduce la incidencia de despilfarros de materiales y de tiempo. Así, los operarios al transmitir estos inconvenientes por medio de una conversación, le permite al líder de la empresa encontrar errores de manera temprana y solucionarlos oportunamente.

5.- ¿Cómo califica usted la comunicación con los departamentos de Talento Humano y seguridad?

Tabla 8. Pregunta 5

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Malo	11	8,7	8,7	8,7
Regular	27	21,4	21,4	30,2
Bueno	70	55,6	55,6	85,7
Muy bueno	13	10,3	10,3	96,0
Excelente	5	4,0	4,0	100,0
Total	126	100,0	100,0	

Figura 5. Pregunta 5



Análisis

En base a los resultados se observa que los operarios califican la comunicación con el departamento de talento humano y seguridad como excelente, muy bueno y bueno con un porcentaje de 69,9%. Mientras que el 30,1% restante corresponde a regular y malo.

Interpretación

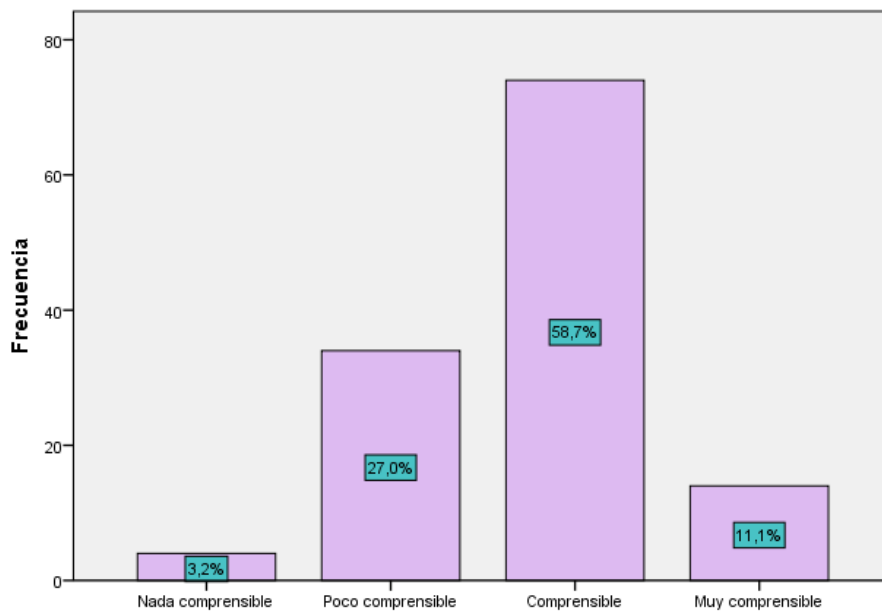
El departamento de seguridad juega un papel fundamental en la empresa, pues la correcta distribución de materiales disminuye posibles accidentes de trabajo. Al mismo tiempo, su correcto proceder en cuanto a su normativa evita retrasos de producción, pérdidas humanas y monetarias para la empresa, cabe recalcar que la comunicación interna cuando es gestionada desde la dirección de talento humano trae consigo una orientación dirigida a la orientación laboral. En este caso, los operarios al tener la apertura para solicitar lo que requiere para la ejecución de su trabajo diario, permite establecer el cumplimiento a las normas impartidas por la empresa y salvaguardar la vida de los mismos.

6.- ¿Cuán comprensible es para usted la forma en que su líder de equipo trasmite la información dada por los coordinadores?

Tabla 9. Pregunta 6

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada comprensible	4	3,2	3,2	3,2
Poco comprensible	34	27,0	27,0	30,2
Válido Comprensible	74	58,7	58,7	88,9
Muy comprensible	14	11,1	11,1	100,0
Total	126	100,0	100,0	

Figura 6. Pregunta 6



Análisis

En base a los resultados se aprecia en la gráfica, que el 69,8% manifiesta que la forma en que el líder de equipo trasmite la información a los operarios es de manera muy comprensible y comprensible. Mientras que el 30,2% establece que es poco comprensible y nada comprensible.

Interpretación

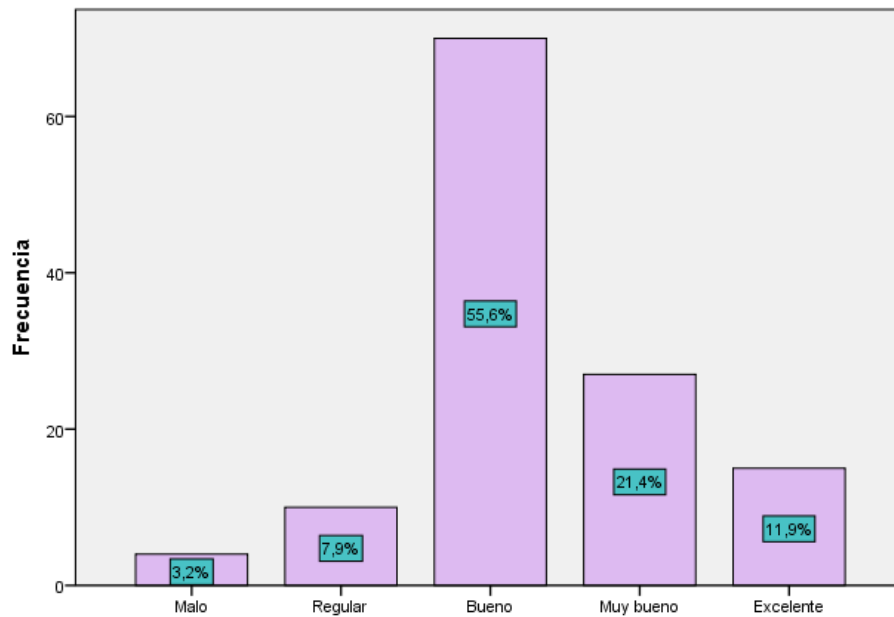
Una correcta transmisión de la información permite que todos quienes forman parte de la organización trabajen con la finalidad de concretar un mismo objetivo. Esta al ser comprensible permite a los operarios tener una mejor evolución de las tareas y por supuesto un trabajo exitoso. De tal manera, al llevar un adecuado proceso de transmisión de datos se genera una comunicación organizacional favorable.

7.- ¿Cómo califica usted la comunicación impartida sobre las metas y objetivos estratégicos de su área de trabajo?

Tabla 10. Pregunta 7

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Malo	4	3,2	3,2	3,2
Regular	10	7,9	7,9	11,1
Bueno	70	55,6	55,6	66,7
Muy bueno	27	21,4	21,4	88,1
Excelente	15	11,9	11,9	100,0
Total	126	100,0	100,0	

Figura 7. Pregunta 7



Análisis

Del total de encuestados los resultados muestran que la comunicación impartida sobre las metas y objetivos estratégicos en el área de trabajo es excelente, muy buena y buena con un porcentaje del 88,9%. Mientras que el 11,1% indica es regular y malo.

Interpretación

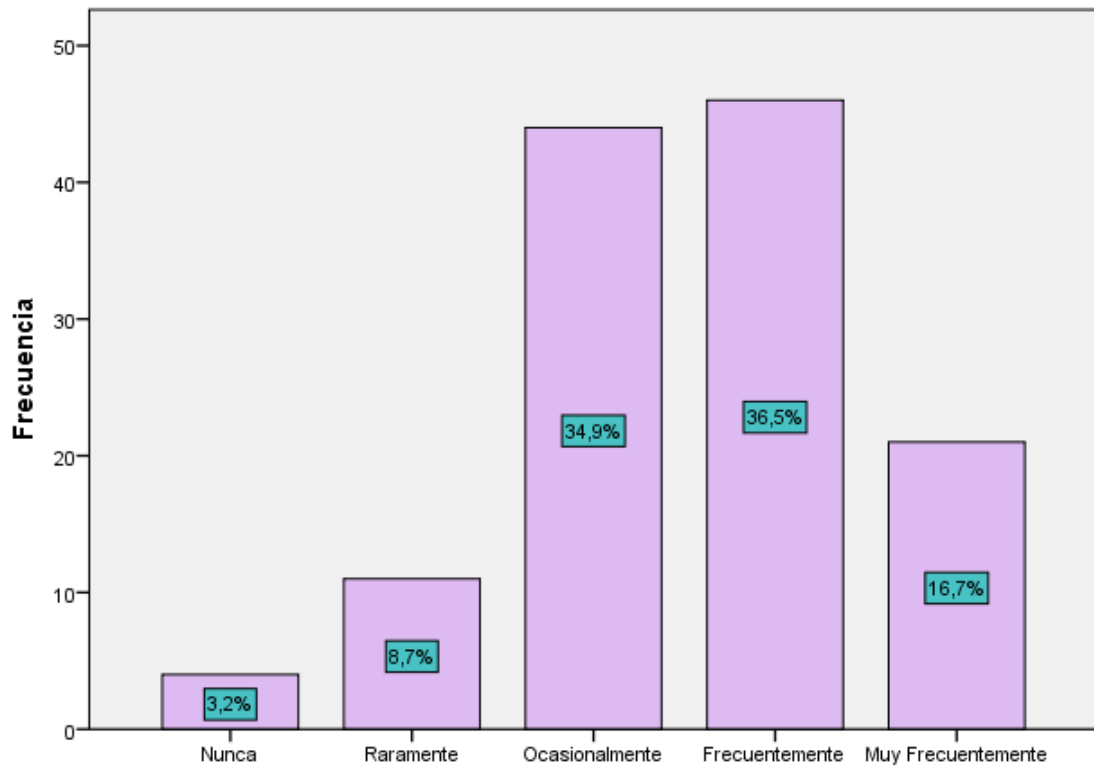
El plan estratégico que se imparte a las empresas tiene su origen en la planificación estratégica y táctica. La cual es dirigida por los directivos organizacionales en donde las metas y objetivos toman forma para que la planificación operacional ejecute lo realizado por sus superiores. Esa al ser impartida correctamente a los operarios genera la posibilidad de que los objetivos de la empresa se cumplan en las actividades cotidianas.

8.- ¿Con qué frecuencia se comunica la política de calidad que tiene la empresa?

Tabla 11. *Pregunta 8*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	4	3,2	3,2	3,2
Raramente	11	8,7	8,7	11,9
Ocasionalmente	44	34,9	34,9	46,8
Válido Frecuentemente	46	36,5	36,5	83,3
Muy Frecuentemente	21	16,7	16,7	100,0
Total	126	100,0	100,0	

Figura 8. *Pregunta 8*



Análisis

Por medio de los resultados obtenidos, el 88,1% manifiesta que la política de calidad se comunica de manera muy frecuente, frecuente y ocasionalmente. Mientras que el 11,9% restante indica que lo hace raramente y nunca.

Interpretación

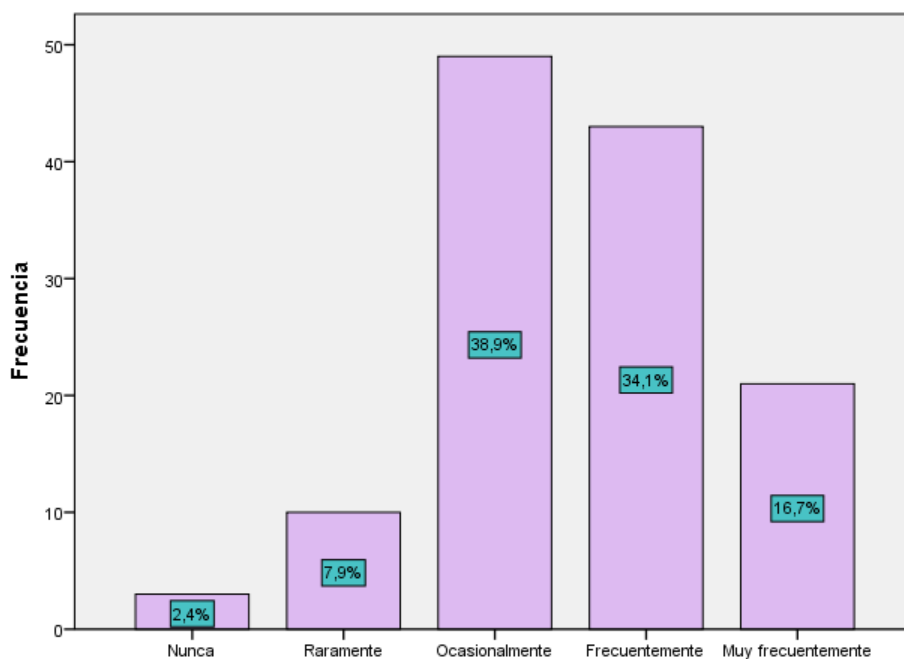
La política de calidad permite que la organización mejore sus procesos internos, por lo que darla a conocer, es de vital importancia pues la empresa se rige en hacer las cosas de mejor manera diariamente. Es decir que, al comunicar a sus operarios esta política permite tener un punto de vista adecuado y la comunicación organizacional mejora considerablemente.

9.- ¿Con qué frecuencia se comunica los valores de la empresa?

Tabla 12. Pregunta 9

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	3	2,4	2,4	2,4
Raramente	10	7,9	7,9	10,3
Ocasionalmente	49	38,9	38,9	49,2
Válido Frecuentemente	43	34,1	34,1	83,3
Muy frecuentemente	21	16,7	16,7	100,0
Total	126	100,0	100,0	

Figura 9. Pregunta 9



Análisis

En base a los resultados presentados en el gráfico, el 89,7% manifiesta que se comunica los valores de la empresa de manera muy frecuente, frecuente y ocasional. Mientras que el 10,3% hace énfasis en que es raramente y nunca.

Interpretación

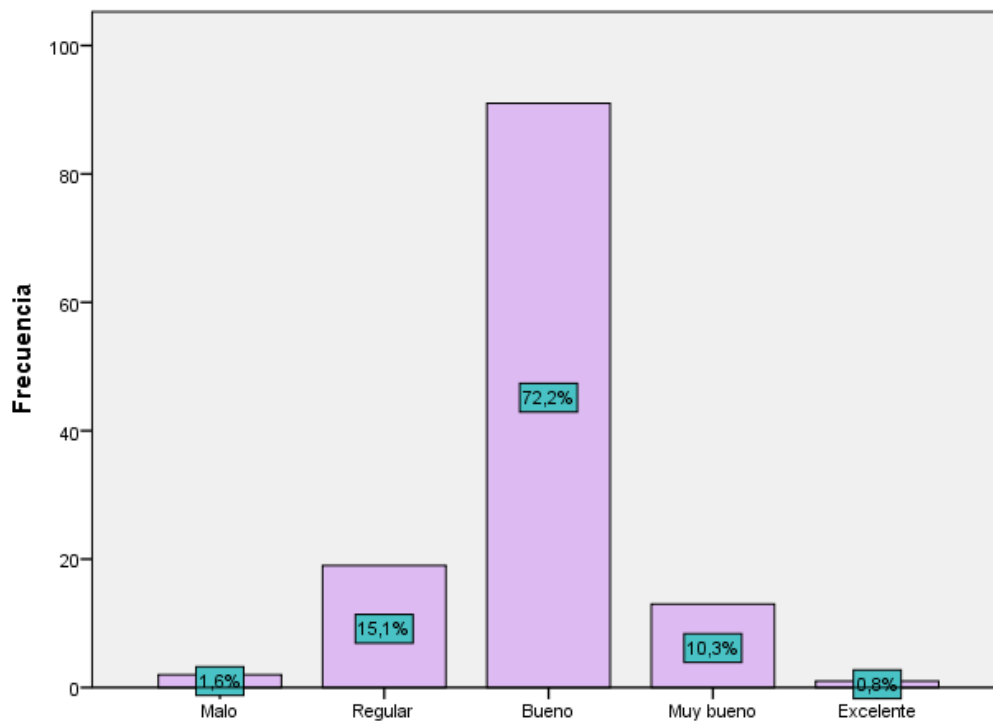
En la organización empresarial, los valores denotan gran importancia en la consecución de las metas de la empresa. Puesto que, estos son cualidades y pensamientos que la empresa desea transmitir; además, tienen el potencial para motivar a sus operarios para que actúen acorde al sistema de creencias empresarial. Esto es fundamental para el grupo social en el que se relacionan, pues si estos valores son comunicados ocasionalmente se genera confusión en su aplicación y provoca actitudes inadecuadas en la empresa.

10.- ¿Cómo califica usted el plan de trabajo en el área de producción?

Tabla 13. *Pregunta 10*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Malo	2	1,6	1,6	1,6
Regular	19	15,1	15,1	16,7
Bueno	91	72,2	72,2	88,9
Muy bueno	13	10,3	10,3	99,2
Excelente	1	,8	,8	100,0
Total	126	100,0	100,0	

Figura 10. *Pregunta 10*



Análisis

De acuerdo con los resultados obtenidos el 83,3% califica el plan de trabajo del área de producción como excelente, muy bueno y bueno. Mientras que el 16,7% manifiesta que es regular y malo.

Interpretación

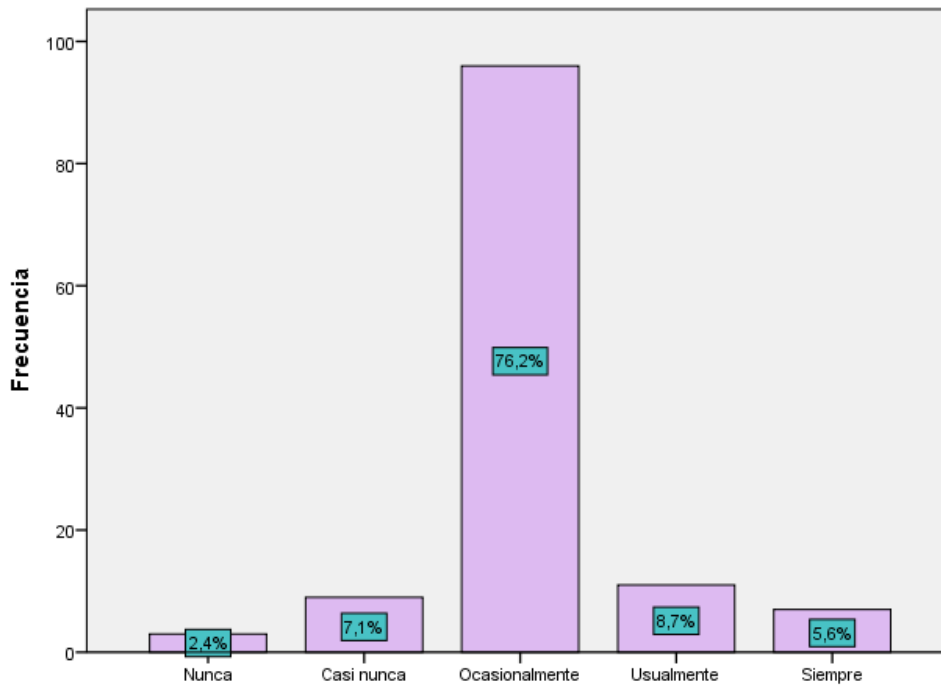
El plan de trabajo al ser un instrumento que permite ordenar y planificar la información, permite visualizar el trabajo que se planifica realizar dentro de las organizaciones. Esto favorece a que la empresa cumpla con sus objetivos exitosamente, pues se establece una dirección sólida que consiste en organizar el plan para cumplir la meta fijada al inicio de la planificación.

11.- ¿Cuán probable es que se mejoren los planes para el área de producción?

Tabla 14. *Pregunta 11*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	3	2,4	2,4	2,4
Casi nunca	9	7,1	7,1	9,5
Ocasionalmente	96	76,2	76,2	85,7
Usualmente	11	8,7	8,7	94,4
Siempre	7	5,6	5,6	100,0
Total	126	100,0	100,0	

Figura 11. *Pregunta 11*



Análisis

De acuerdo con los resultados obtenidos, el 90,5% considera que los planes deben mejorarse siempre, usualmente, y ocasional. Mientras que el 9,5% restante corresponde a casi nunca y nunca.

Interpretación

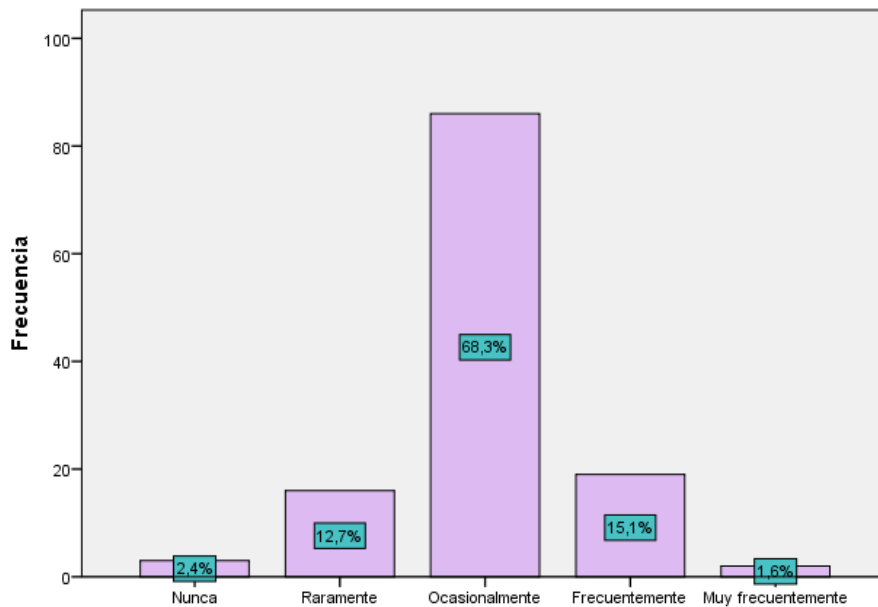
Los planes de producción son una herramienta de vital importancia para identificar tareas de un proyecto a realizar, en el que se incluye el factor tiempo y personal de acuerdo con la tarea asignada. Se describen las operaciones en el proceso de fabricación del producto, en este se incluyen los recursos humanos, tecnológicos y materiales que son necesarios para que la producción funcione correctamente y se llegue al cumplimiento de los objetivos empresariales planteados.

12.- ¿Con qué frecuencia se realiza evaluaciones a los procesos en el área de producción?

Tabla 15. Pregunta 12

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	3	2,4	2,4	2,4
Raramente	16	12,7	12,7	15,1
Ocasionalmente	86	68,3	68,3	83,3
Válido Frecuentemente	19	15,1	15,1	98,4
Muy frecuentemente	2	1,6	1,6	100,0
Total	126	100,0	100,0	

Figura 12. Pregunta 12



Análisis

En base a los resultados mostrados en el gráfico, el 85% manifiesta que se realiza evaluaciones a los procesos del área de producción de manera muy frecuente, frecuente y ocasional. Mientras que el 15% refiere que se lo realiza raramente y nunca.

Interpretación

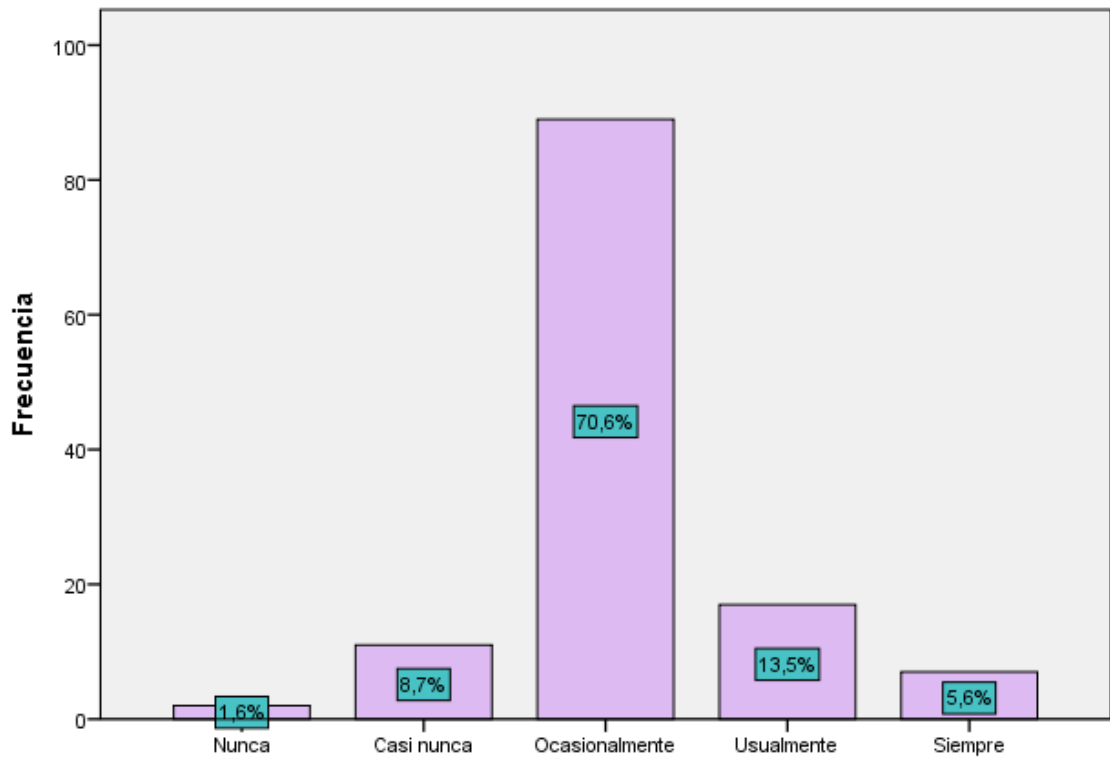
El proceso de producción es un conjunto de diversas actividades que se orientan a transformar recursos en bienes o servicios. En esta interviene la información y la tecnología que realiza una interacción continua con las personas, en el cual el objetivo es satisfacer la demanda que se realiza a la empresa mediante los canales de comunicación.

13.- ¿Cada que tiempo el área de producción recibe retroalimentación sobre su desempeño?

Tabla 16. Pregunta 13

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	2	1,6	1,6	1,6
Casi nunca	11	8,7	8,7	10,3
Ocasionalmente	89	70,6	70,6	81,0
Usualmente	17	13,5	13,5	94,4
Siempre	7	5,6	5,6	100,0
Total	126	100,0	100,0	

Figura 13. Pregunta 13



Análisis

En base a los resultados obtenidos el 89,7% manifiesta que siempre, usual y ocasionalmente recibe retroalimentación sobre su desempeño. Mientras que el 10,3% afirma que casi nunca y nunca se recibe retroalimentación sobre el desempeño de los operarios.

Interpretación

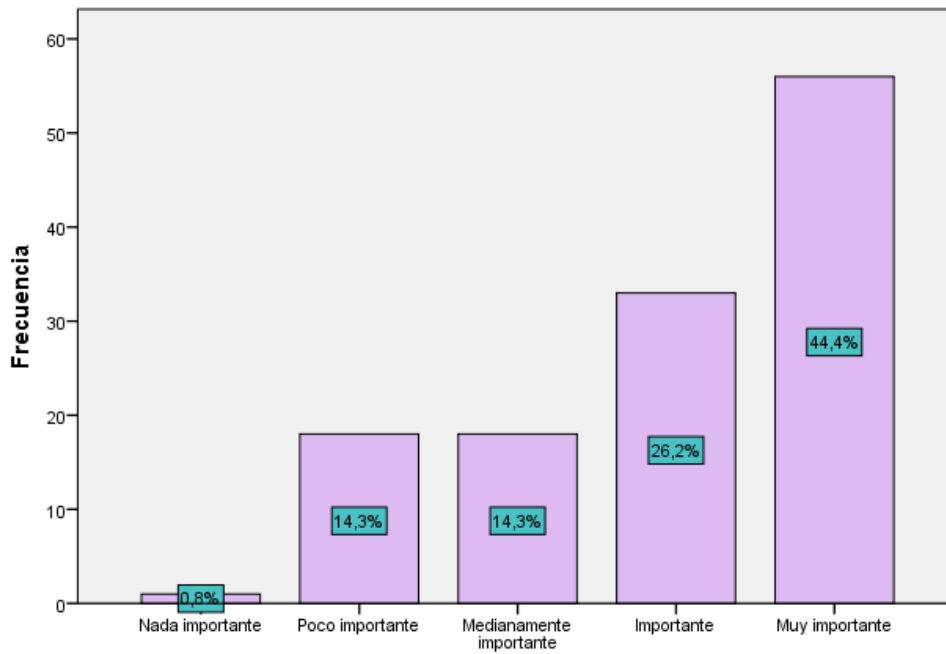
La retroalimentación al ser un método de control permite reintroducir los resultados obtenidos. De esta forma se controlan y optimizan las tareas designadas a los diferentes operarios en sus áreas de trabajo. Por lo que, el desempeño de estos tendrá mejoras a nivel personal y profesional.

14.- ¿Es un factor importante la mano de obra calificada para desempeñar actividades de producción?

Tabla 17. Pregunta 14

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada importante	1	,8	,8	,8
Poco importante	18	14,3	14,3	15,1
Medianamente importante	18	14,3	14,3	29,4
Importante	33	26,2	26,2	55,6
Muy importante	56	44,4	44,4	100,0
Total	126	100,0	100,0	

Figura 14. Pregunta 14



Análisis

De acuerdo con los resultados obtenidos, se observa que el 84,9% de los encuestados expresa que es muy importante, importante y medianamente importante la mano de obra calificada para desempeñar actividades de producción. Mientras que el 15,1% manifiesta que es poco importante y nada importante la mano de obra calificada.

Interpretación

La mano de obra calificada es un pilar fundamental en todas las organizaciones especialmente en las empresas automotrices. Por lo tanto, es fundamental mencionar la importancia y la influencia que tiene un personal calificado y capacitado adecuadamente en la ejecución de tareas propias de cada área empresarial. Es decir que, sus habilidades bien aprovechadas generan resultados positivos a las empresas, pues aumenta la materia prima que se transforma en el producto final.

3.1.1.-RESUMEN DE RESULTADOS

Tabla 18 Resumen de Resultados

Variable Comunicación Organizacional								
Como califica usted la información que recibe para realizar sus actividades	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Perpectiva (+)</th> <th>Perpectiva (-)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>81,70%</td> <td>18,30%</td> </tr> </tbody> </table>		Perpectiva (+)	Perpectiva (-)	81,70%	18,30%		
Perpectiva (+)	Perpectiva (-)							
81,70%	18,30%							
Cómo califica usted los canales de comunicación dentro de la empresa	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Perpectiva (+)</th> <th>Perpectiva (-)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>77,70%</td> <td>22,30%</td> </tr> </tbody> </table>		Perpectiva (+)	Perpectiva (-)	77,70%	22,30%		
Perpectiva (+)	Perpectiva (-)							
77,70%	22,30%							
Con qué frecuencia existe un interés al comunicarle temas relacionados con el entorno familiar al líder de equipo	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Perpectiva (+)</th> <th>Perpectiva (-)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>69,80%</td> <td>30,20%</td> </tr> </tbody> </table>		Perpectiva (+)	Perpectiva (-)	69,80%	30,20%		
Perpectiva (+)	Perpectiva (-)							
69,80%	30,20%							
De qué manera usted informa al líder de equipo los defectos generados en sus actividades	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Watsap</th> <th>Conversación</th> <th>Llamada</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>4%</td> <td>92,90%</td> <td>3,20%</td> </tr> </tbody> </table>		Watsap	Conversación	Llamada	4%	92,90%	3,20%
Watsap	Conversación	Llamada						
4%	92,90%	3,20%						
Cómo califica usted la comunicación con el departamento de seguridad	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Perpectiva (+)</th> <th>Perpectiva (-)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>69,90%</td> <td>30,10%</td> </tr> </tbody> </table>		Perpectiva (+)	Perpectiva (-)	69,90%	30,10%		
Perpectiva (+)	Perpectiva (-)							
69,90%	30,10%							
Cuán comprensible es para usted la forma en que su líder de equipo trasmite la información dada por los coordinadores	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Perpectiva (+)</th> <th>Perpectiva (-)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>69,80%</td> <td>30,20%</td> </tr> </tbody> </table>		Perpectiva (+)	Perpectiva (-)	69,80%	30,20%		
Perpectiva (+)	Perpectiva (-)							
69,80%	30,20%							
Cómo califica usted la comunicación impartida sobre las metas y objetivos	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Perpectiva (+)</th> <th>Perpectiva (-)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>88,90%</td> <td>11,10%</td> </tr> </tbody> </table>		Perpectiva (+)	Perpectiva (-)	88,90%	11,10%		
Perpectiva (+)	Perpectiva (-)							
88,90%	11,10%							

estratégicos de su área de trabajo					
Con qué frecuencia se comunica la política de calidad que tiene la empresa	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Perpectiva (+)</th> <th>Perpectiva (-)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>88,10%</td> <td>11,90%</td> </tr> </tbody> </table>	Perpectiva (+)	Perpectiva (-)	88,10%	11,90%
Perpectiva (+)	Perpectiva (-)				
88,10%	11,90%				
Con qué frecuencia se comunican los valores de la empresa	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Perpectiva (+)</th> <th>Perpectiva (-)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>89,70%</td> <td>10,30%</td> </tr> </tbody> </table>	Perpectiva (+)	Perpectiva (-)	89,70%	10,30%
Perpectiva (+)	Perpectiva (-)				
89,70%	10,30%				
Variable Nivel de Producción					
Cómo califica usted el plan de trabajo en el área de producción	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Perpectiva (+)</th> <th>Perpectiva (-)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>83,30%</td> <td>16,70%</td> </tr> </tbody> </table>	Perpectiva (+)	Perpectiva (-)	83,30%	16,70%
Perpectiva (+)	Perpectiva (-)				
83,30%	16,70%				
Cuán probable es que se mejoren los planes para el área de producción	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Perpectiva (+)</th> <th>Perpectiva (-)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>90,50%</td> <td>9,50%</td> </tr> </tbody> </table>	Perpectiva (+)	Perpectiva (-)	90,50%	9,50%
Perpectiva (+)	Perpectiva (-)				
90,50%	9,50%				
Con qué frecuencia se realiza evaluaciones a los procesos en el área de producción	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Perpectiva (+)</th> <th>Perpectiva (-)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>85%</td> <td>15%</td> </tr> </tbody> </table>	Perpectiva (+)	Perpectiva (-)	85%	15%
Perpectiva (+)	Perpectiva (-)				
85%	15%				
Cada que tiempo el área de producción recibe retroalimentación sobre su desempeño	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Perpectiva (+)</th> <th>Perpectiva (-)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>89,70%</td> <td>10,30%</td> </tr> </tbody> </table>	Perpectiva (+)	Perpectiva (-)	89,70%	10,30%
Perpectiva (+)	Perpectiva (-)				
89,70%	10,30%				
Es un factor importante la mano de obra calificada para desempeñar actividades de producción	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Perpectiva (+)</th> <th>Perpectiva (-)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>84,90%</td> <td>15,10%</td> </tr> </tbody> </table>	Perpectiva (+)	Perpectiva (-)	84,90%	15,10%
Perpectiva (+)	Perpectiva (-)				
84,90%	15,10%				

3.2 Verificación de hipótesis

Coefficiente de correlación de Spearman

Según Roy et al. (2019) la correlación de Spearman o también conocida como rho de Spearman es el análogo no paramétrico de la correlación de Pearson. Se utiliza para variables cuantitativas de libre distribución o con datos ordinales (p.355).

En otras palabras, el coeficiente de correlación de Spearman se usa para analizar datos, y tiene como función medir la dirección y fuerza es decir la relación que tienen dos variables donde esta conexión no sea eventual, pues debe tener una relación estadística comprobable.

Interpretación de los valores del coeficiente de correlación de Spearman

Tabla 19 Valores tabla de Spearman

Valor de rho	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0.9 a -0.99	Correlación negativa muy alta
-0.7 a -0.89	Correlación negativa alta
-0.4 a -0.69	Correlación negativa moderada
-0.2 a -0.39	Correlación negativa baja
ñ-0.01 a -0.19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Fuente: (Martínez y Campos , 2015)

Hipótesis alternativa: La comunicación organizacional se relaciona con los niveles de producción en la empresa CIAUTO.

Hipótesis Nula: La comunicación organizacional no se relaciona con los niveles de producción en la empresa CIAUTO.

Al identificar los coeficientes de correlación se verificó que las variables de estudio están ligadas, pues demostraron una correlación positiva. En este sentido, se comprobó que la comunicación organizacional *si se relaciona* con los niveles de producción en la empresa CIAUTO ($p < ,000$). Por otro lado, la relación de las variables fue de nivel positivo alto ($Rho = ,813 = 81\%$), lo cual permitió corroborar la hipótesis alternativa planteada. Es decir, a mayor mejoramiento de la comunicación organizacional, mayores serán los niveles de producción en la empresa CIAUTO.

	Rho Spearman	¿Cómo califica usted el plan de trabajo en el área de producción?	¿Cuán probable es que se mejoren los planes para el área de producción?	¿Con qué frecuencia se realiza evaluaciones a los procesos en el área de producción?	¿Cada que tiempo el área de producción recibe retroalimentación sobre su desempeño?	¿Es un factor importante la mano de obra calificada para desempeñar actividades de producción?
¿Cómo califica usted la información que recibe para realizar sus actividades?	Coeficiente p valor	.811** ,000	.760** ,000	.857** ,000	.813** ,000	.860** ,000
¿Cómo califica usted los canales de comunicación dentro de la empresa?	Coeficiente p valor	.808** ,000	.743** ,000	.823** ,000	.796** ,000	.844** ,000
¿Con qué frecuencia existe un interés al comunicarle temas relacionados con el entorno familiar al líder de equipo?	Correlación p valor	.847** ,000	.788** ,000	.880** ,000	.803** ,000	.850** ,000
¿De qué manera usted informa al líder de equipo los defectos generados en sus actividades?	Coeficiente p valor	.531** ,000	.589** ,000	.511** ,000	.542** ,000	.343** ,000
¿Cómo califica usted la comunicación con el departamento de seguridad?	Coeficiente p valor	.822** ,000	.818** ,000	.835** ,000	.792** ,000	.840** ,000

¿Cuán comprensible es para usted la forma en que su líder de equipo trasmite la información dada por los coordinadores?	Coeficiente p valor	.823** ,000	.726** ,000	.770** ,000	.717** ,000	.832** ,000
¿Cómo califica usted la comunicación impartida sobre las metas y objetivos estratégicos de su área de trabajo?	Coeficiente p valor	.765** ,000	.802** ,000	.815** ,000	.848** ,000	.802** ,000
¿Con qué frecuencia se comunica la política de calidad que tiene la empresa?	Coeficiente p valor	.756** ,000	.763** ,000	.832** ,000	.809** ,000	.883** ,000

En función al coeficiente de correlación Rho de Spearman se identificaron relaciones positivas altas entre la calificación de la información recibida que permiten evaluar de manera periódica los procesos ($\rho=,857$). Asimismo, se identificó que es muy importante calificar a la mano de obra para desempeñar las actividades ($\rho=,860$).

Con relación a los canales de comunicación influye positivamente hacia la evaluación del desempeño laboral de los colaboradores de la empresa CIAUTO ($\rho=,844$). Por otro lado, al relacionar temas personales familiares de los colaboradores y el líder del equipo, se identificó que influiría positivamente con los planes de trabajo ($\rho=,847$). Por ende, afecta a su evaluación de procesos ($\rho=,880$) y el desempeño laboral ($\rho=,850$). Por el contrario, se identificó que existe limitados niveles de confianza hacia el líder, lo cual podría ocasionar insatisfacción laboral.

Al evaluar la correlación existente entre la comunicación impartida sobre las metas y objetivos estratégicos de área y la retroalimentación del desempeño laboral de los colaboradores de CIAUTO demostró un efecto positivo alto ($\rho=,848$). Es decir, a medida que incrementa los niveles de comunicación del eje estratégico empresarial, mayor será la retroalimentación acerca del desempeño del trabajador. No obstante, la política de calidad de la empresa automotriz es socializada con el propósito de mejorar constantemente la mano de obra para desempeñar actividades de producción ($\rho=,883$).

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

La comunicación organizacional como herramienta de agilización de los procesos de comunicación entre los miembros de una empresa tanto internos como externos, es un factor fundamental en el fortalecimiento y desarrollo de las relaciones laborales, cuyo mayor o menor nivel de integración y perfeccionamiento, a menudo se ve reflejado en sus altos o escasos niveles de producción.

El desarrollo del trabajo de investigación permitió llevar a cabo un diagnóstico sobre la comunicación organizacional y los niveles de producción de la empresa CIAUTO en la ciudad de Ambato. Respecto a los canales de comunicación dentro de la empresa, los operarios se encuentran conformes con el flujo de información que se maneja en la misma en un 67,4%; mientras que la comunicación influye de forma eficiente al momento que los operarios informan al líder de equipo los inconvenientes que se presenten en el desarrollo de sus actividades en un 92,9%; es importante también manifestar que se sienten conformes en la manera que el líder transmite la información, políticas de calidad y valores de la empresa. La evaluación del desempeño laboral se realiza de manera ocasional al personal del área de ensamblaje razón por la cual algunos procesos se vuelven lentos lo que ocasiona que los operarios no mejoren el rendimiento en sus actividades.

Finalmente, una vez ejecutada la verificación de la hipótesis con el coeficiente de Spearman, se concluye que existe una correlación entre la comunicación organizacional y los niveles de producción, es decir que la comunicación organizacional influye en los niveles de producción dentro de la empresa.

4.2 Recomendaciones

Se sugiere además que la información que se da entre los colaboradores y los superiores dentro de la organización, en los distintos departamentos que la conforman, sea efectiva, y permita que las actividades que se desarrollan estén en caminadas al logro de objetivos.

Se recomienda que la empresa evalúe permanentemente a sus empleados con la finalidad de que se realice una verificación integral de cada persona dentro del puesto de trabajo que desempeña, para tener en cuenta las competencias, habilidades, metas que tiene en la organización en un tiempo determinado. Es importante manifestar que el proceso de comunicación se maneja de manera eficiente en la empresa, al tomar en consideración que existe un liderazgo que a través de este el desarrollo de actividades funcionan correctamente por lo que es necesario que la empresa mantenga las estrategias para la difusión de la información.

Las habilidades, capacidades y calidad de trabajo de la empresa se ven reflejado en sus distintos niveles de producción por lo tanto es propicio que la empresa genere un adecuado clima organizacional en el cual las personas se sientan comprometidas y motivadas para desarrollar las tareas a ellos encomendados y lograr de esta manera el bienestar organizacional.

MATERIALES DE REFERENCIA

Referencia Bibliográficas

- Aced, C., & Miquel, S. (2021). La comunicación interna de las empresas españolas en clave estratégica. 245-261. Obtenido de <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.18692>
- Aguirre, P. (2018). Las TIC en la gestión del proceso de enseñanza-aprendizaje en el área Comunicación Organizacional: licenciatura en Ciencias de la Comunicación. *RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*. doi:<https://doi.org/10.23913/ride.v8i16.368>
- Alonzo, R. (2019). Sobre el uso de los conceptos prosumer y emirec para estudios sobre comunicación mediada por internet. *Revista de ciencias sociales y de la comunicación* , 2-23. Obtenido de <https://sphera.ucam.edu/index.php/sphera-01/article/view/361/14141441>
- Álvarez, R. B. (2019). Las finanzas: una mirada desde el enfoque ciencia, tecnología y sociedad. *Scielo*, 1-8. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/cofin/v13n2/2073-6061-cofin-13-02-e14.pdf>
- Amaiquema, F., Vera, J., & Zumba, I. (2019). Enfoques para la formulación de la hipótesis en la investigación científica. *SciELO*, 354-360. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442019000500354&lng=es&nrm=iso
- Arévalo, R., & Ortiz, H. (2019). Comunicación organizacional web de la ética en las organizaciones del tercer sector. *El profesional de la información*. doi:<https://doi.org/10.3145/epi.2019.sep.22>
- Blas, E. (2019). *Comunicación interna: Una visión enfocada en las organizaciones*. Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.500.12840/2584>

- Borgas, J. (2021). Validez y confiabilidad en la recolección y análisis de datos bajo un enfoque cualitativo. *SciELO Analytics*. Obtenido de <https://doi.org/10.36791/tcg.v0i15.90>
- Brito, D., González, Y., González, V., Preciado, M., & Abreus, J. (2021). Influencia de la utilización de las redes sociales en el proceso de comunicación interpersonal. 6-13. Obtenido de <https://rccd.ucf.edu.cu/index.php/aes/article/view/307>
- Callister, W. (2019). Ciencia e Ingeniería de los materiales. *Reverté*. Obtenido de https://books.google.es/books?id=38n7DwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Calva, D., Granda, D., & Daquilema, B. (2018). La ciencia como medio para alcanzar el conocimiento científico. *Sociedad & Tecnología*, 1(1), 38-48. Obtenido de <https://institutojubones.edu.ec/ojs/index.php/societec/article/view/83>
- Canel, M. (2019). La comunicación de la administración pública: Para gobernar con la sociedad. Fondo de Cultura Económica. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=PM6FDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=la+comunicaci%C3%B3n+&ots=LVvb4TnYNr&sig=1QbOnlWglr48fUtXIDYMOhgOMe0#v=onepage&q=la%20comunicaci%C3%B3n&f=false>
- Cardona, C., & Trejos, J. (2020). Estudio cualitativo del aprendizaje experiencial para equipos de trabajo organizacional. *Revista de ciencias sociales*, 26(3), 71-82. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7565468>
- Castro, M. (2019). Bioestadística aplicada en investigación clínica: conceptos básicos. *Biostatistics applied in clinical research: basic concepts. Revista médica clínica las Condes*, 50-65. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0716864019300045>
- Cenich, G., Araujo, S., & Santos, G. (2020). Conocimiento tecnológico pedagógico del contenido en la enseñanza de matemática en el ciclo superior de la escuela secundaria. *Perfiles educativos*, 42(167), 53-67. Obtenido de

<https://www.scielo.org.mx/pdf/peredu/v42n167/0185-2698-peredu-42-167-53.pdf>

Chain, S. (22 de Julio de 2022). *Los tipos de sistemas de producción industrial y sus características*. Obtenido de Retos en Supply Chain: <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/tipos-de-sistemas-de-produccion-industrial-y-sus-caracteristicas/#:~:text=Existen%20cinco%20tipos%20principales%20de,flujo%20continuo%20y%20producci%C3%B3n%20intermitente>.

Charry, H. (2018). La gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en el sector público. Obtenido de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682018000100003&lng=es&tlng=es.

Chávez, A., Alina , P., García, Y., & Sally , L. (2019). Comunicación interna en organizaciones agrarias administradoras de agua, Perú. *Revista Venezolana de Gerencia*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29063446031>

Contreras, O., & Garibay, N. (2020). Comunicación organizacional. Historia, desarrollo y perspectivas de un concepto en constante construcción en América Latina. *Inmediaciones de la Comunicación*, 15(2), 43-70. doi:<https://doi.org/10.18861/ic.2020.15.2.3018>

Cuenca, J., & Verazzi, L. (2019). En *Guía fundamental de la comunicación interna*. Editorial UOC. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=mxSzDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=la+comunicaci%C3%B3n+&ots=eP7xqE70nh&sig=dwpGfL7s4KthAKzoY4SeQ5JOBdU#v=onepage&q=la%20comunicaci%C3%B3n&f=false>

Díaz Reina, J., Fajardo Toro, C., Mayorga Torres, O., Riola Rodríguez, J., & Garnica López, M. (2020). Consideraciones para un modelo de simulación de procesos aplicado en construcción naval: Caso armada de Colombia. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, E29(2020), 553-569. Obtenido de <https://repositorio.ufps.edu.co/handle/ufps/761>

- Díaz, S., & Guzmán, C. d. (2020). *Una mirada a la racialidad desde la comunicación organizacional*. Editorial Universitaria (Cuba). Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=6V74DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA3&dq=canales+de+comunicaci%C3%B3n+formal+&ots=eMalDCO6b4&sig=liMvZLOq8PWG4TzuMAn4wG6yNBE#v=onepage&q=canales%20de%20comunicaci%C3%B3n%20formal&f=false>
- Espejo Martinez, L. D. (2019). *Plan de mejoramiento del proceso de producción y gestión operativa para Nacional de Cortes SAS*. Politécnico Gran Colombiano. Obtenido de <https://alejandria.poligran.edu.co/bitstream/handle/10823/1630/PLAN%20DE%20MEJORAMIENTO%20DEL%20PROCESO%20DE%20PRODUCCION%20Y%20GESTION%20OPERATIVA%20NC.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Espinosa, G. (2019). La comunicación organizacional y la difusión de la información pública en el gobierno autónomo descentralizado municipal del cantón Patate. *Universidad Técnica de Ambato*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/28215/1/FJCS-CS-533.pdf>
- Espinoza, E. (2018). La hipótesis en la investigación. *SciELO*, 122-139. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-76962018000100122&lng=es&nrm=iso
- Fonnegra, G. P. (2019). Programación y control para sistemas productivos y de servicios. *Textos Académicos*. Repositorio Institucional ITM. Obtenido de <http://repositorio.itm.edu.co/handle/20.500.12622/1905>
- González, A., Aponte F, B., González, A., & Vasquez S, F. (2018). Procesos de negocio de la cadena de suministro avícola. *Revista Venezolana de gerencia*, 23(82), 479-495. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/290/29056115014/29056115014.pdf>

- Grate, F. A. (2018). *PLANIFICACIÓN DE LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN DEL VINO EN LA VITIVINÍCOLA SAN LEONARDO CHINCHA - ICA, 2018*. Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/32175/Alvarado_GFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Guevara, G., Verdesoto, A., & Castro, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Recimundo*, 4(3), 163-173. doi:[https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173)
- Gustavo, R., Ludivia, H., & Nubia, T. (2019). Validación de un cuestionario para evaluar valores personales y sociales en jóvenes deportistas. *Dialnet*, 152-158. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7260897>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2018). *Metodología de la investigación* (6 ed.). México: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Hernández, S., & Duana, D. (2021). Barreras de comunicación. *Boletín Científico De Las Ciencias Económico Administrativas Del ICEA*, 47-48. doi:<https://doi.org/10.29057/icea.v9i18.7125>
- Jaime, G., & Ladino, L. (2018). El método científico como alternativa didáctica de educación en valores para escuelas de ingeniería. *Formación universitaria*, 11(15), 3-10. Obtenido de <https://www.scielo.cl/pdf/formuniv/v11n5/0718-5006-formuniv-11-05-00003.pdf>
- Katayama, R. J. (2018). *Introducción a la investigación cualitativa*. Lima: Fondo Editorial de la UIGV.
- Lucen, C. (29 de Noviembre de 2021). *Repositorio Institucional Continental*. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12394/10364>

- Maiza, A. (2019). La comunicación organizacional en la optimización del desempeño laboral de las empresas del sector de lácteos de la provincia de Tungurahua. Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/29292>
- Manrique Toapanta, J. C. (2019). *El capital intelectual como factor determinante del rendimiento financiero en las compañías de fabricación de prendas de vestir en Tungurahua.* Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/30074/1/T4619ig.pdf>
- Maraza, B., Oviedo, A., Fernández, W., Cisneros, B., & Choquehuanca, W. (2020). Análisis de YouTube como herramienta de investigación documental en estudiantes de educación superior. *Publicaciones*. doi:10.30827/publicaciones.v50i2.13949
- Márquez Ortiz, L., Cuétara Sánchez, L., & Cartay Angulo, R. (2020). Desarrollo y crecimiento económico: Análisis teórico desde un enfoque cuantitativo. *Revista de ciencias sociales*, 26(1), 233-253. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7384417>
- Martínez , R., & Campos , F. (2015). Correlación entre Actividades de Interacción Social Registradas con Nuevas Tecnologías y el grado de Aislamiento Social en los Adultos Mayores. *Revista Mexicana de Ingeniería Biométrica*, 36(3), 181-191. Obtenido de <https://www.scielo.org.mx/pdf/rmib/v36n3/v36n3a4.pdf>
- Matheus, M., López, R., & Amaya, P. (2018). Validación por expertos de un instrumento para la identificación de Habilidades y Competencias de un profesional en el área de Logística. *Cultura Científica Y Tecnológica*. doi:<http://erevistas.uacj.mx/ojs/index.php/culcyt/article/view/2206>
- Mocha, J. A., & Freire, W. Y. (2021). *El método inductivo en la enseñanza de la educación física de los estudiantes de 8vo año EGB de la Unidad Educativa Quisapincha.* Universidad Técnica de Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/32408>
- Monge, C. (2019). *Metodología de la investigación cualitativa y cuantitativa. Guía didáctica.* Universidad Sur Colombiana., 2019. Obtenido de

<https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>

Montoro, X. A. (2018). Imperialismo, destrucción de fuerzas productivas y crisis crónica del capitalismo: El Capital, instrumento imprescindible para comprender la economía mundial actual (primera parte). *Economía y Desarrollo*, 160(2), 1-21. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/eyd/v160n2/0252-8584-eyd-160-02-e21.pdf>

Montoya, M. (2018). Comunicación organizacional revisión de su concepto y prácticas de algunos autores mexicanos. *Razón y palabra*, 778-795. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6469935>

Morales, A. (2019). *Qué es la comunicación*. Venezuela: Todamateria. com. Obtenido de https://moodle.uneg.edu.ve/pluginfile.php/108397/mod_resource/content/1/GUIA%20C.E.L.pdf

Muñoz, D., Arteaga, W., & Villamil, D. (2018). Uso y aplicación de herramientas del modelo de producción Toyota: una revisión de literatura. *Revista Politécnica*, 14(27), 80-92. Obtenido de <https://revistas.elpoli.edu.co/index.php/pol/article/view/1348/1087>

Ochoa, S., Molina, A., & Ortega. (2020). Inferencia estadística: contraste de hipótesis. *Evid Pediatr*, 11. Obtenido de <https://evidenciasenpediatria.es/articulo/7537/inferencia-estadistica-contraste-de-hipotesis>

Ortega, A. O. (2018). *Enfoques de investigación*. Métodos para el diseño urbano—Arquitectónico. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Alfredo-Otero-Ortega/publication/326905435_ENFOQUES_DE_INVESTIGACION/links/5b6b7f9992851ca650526dfd/ENFOQUES-DE-INVESTIGACION.pdf

Pacheco, J. (2019). Muestra estadística (características, tipos y ejemplo). *Empresas*. Obtenido de <https://www.webyempresas.com/muestra-estadistica/>

- Papic, K. (2019). Los tipos de comunicación organizacional interna en establecimientos educacionales municipalizados en Chile. *Cuadernos de Investigación Educativa*. doi:<https://doi.org/10.18861/cied.2019.10.1.2881>
- Pérez Campos, E. M. (2020). *Medición del capital intelectual y la sostenibilidad financiera en las empresas de fabricación de cueros y productos conexos de la provincia de Tungurahua*. Universidad Técnica de Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/31843/1/T4888ig.pdf>
- Petrone, P. (2021). Principios de la comunicación efectiva en una organización de salud. *Revista Colombiana de Cirugía*. doi:<https://doi.org/10.30944/20117582.878>
- Pineda, A. (2020). La comunicación organizacional en la gestión empresarial: retos y oportunidades en el escenario digital. *GEON Journal*, 9-25. doi:<https://doi.org/10.22579/23463910.182>
- Pineda, H., & Alejandra, E. (2020). La comunicación organizacional en la gestión empresarial. *Revista GEON: Gestión - Organización - Negocios*, 9-25. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7828548>
- Pinzón, M., Pérez, A., Ramírez, R., & Miquilena, D. (2021). Descripción de los niveles de comunicación organizacional. *Revista Interdisciplinaria De Investigación*, 76-93. Obtenido de <http://pragmatika.cl/review/index.php/consensus/article/view/84>
- Plata, D. (2019). *Cómo hacer un perfil proyecto de investigación científica*. Palibrio. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=Q-GCDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT6&dq=como+hacer+una+investigaci%C3%B3n+de+campo+&ots=bJ-2J9BfkS&sig=IJSAP4jCUHmSFUarz4fN3zCeDa8#v=onepage&q=como%20hacer%20una%20investigaci%C3%B3n%20de%20campo&f=false>
- Ramón-Poma , G., & Hinojosa Cruz , A. (2020). Capital intelectual y sus dimensiones: Una revisión de literatura. *Vinculatégica*, 624-635.

- Rangel, T., Lugo, I., & Calderón, M. (2018). Revisión bibliográfica equipos de trabajo: enfoque cuantitativo, características e identificación de variables que afectan la eficiencia. *Ingeniería solidaria*, 14(24), 1-17. Obtenido de <https://revistas.ucc.edu.co/index.php/in/article/view/2164/2210>
- Reyes, R., & Alvarado, C. (2020). La investigación documental para la. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12442/6630>
- Robert, J. (2022). Producción. *BAJO EL VOLCÁN. REVISTA DEL POSGRADO DE SOCIOLOGÍA*. BUAP(6). Obtenido de <http://www.apps.buap.mx/ojs3/index.php/bevol/article/view/2465>
- Rodríguez, L., & Vázquez, P. (2019). Retos y perspectivas en la comunicación organizacional. *El profesional de la información*. doi:<https://doi.org/10.3145/epi.2019.sep.01>
- Roldán, P. N. (2020). Tierra. *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/tierra.html>
- Roy, I., Rivas, R., Pérez, M., & Palacios, L. (2019). Correlación: no toda correlación implica causalidad. *Revista Alergia México*, 66(3), 354-360. Obtenido de <https://www.scielo.org.mx/pdf/ram/v66n3/2448-9190-ram-66-03-354.pdf>
- Ruiz Morales, J. L. (2020). *“El capital intelectual y su impacto en el rendimiento financiero del sector*. Universidad Técnica de Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/31729/1/T4857ig.pdf>
- Ruiz, J. (2021). *Comunicación efectiva y trabajo en equipo*. Ediciones de la U. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=jRNUEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA5&dq=canales+de+comunicaci%C3%B3n+formal+&ots=uNdDtA0_EA&sig=rk-a5qX475LzO7-mRbDxyVyCelU#v=onepage&q&f=false

- Salgado, C. A. (2018). *Modelo para la programación de la producción en ambientes Job Shop flexibles aplicado a un caso de estudio*. Universidad del Valle. Obtenido de <https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/handle/10893/18148>
- Sánchez, A., & Murillo, A. (2021). Enfoques metodológicos en la investigación histórica: cuantitativa, cualitativa y comparativa. *Debates por la historia*. doi:<https://doi.org/10.54167/debates-por-la-historia.v9i2.792>
- Sánchez, C. (2020). *El capital intelectual y la productividad en las empresas del sector carrocero*. Universidad Técnica de Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/30807/1/T4713i.pdf>
- Santos, D. (2019). Fundamentos de la comunicación. *Jalisco*, 1-161. Obtenido de https://periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/fundamentos_de_la_comunicacion-dionne_valentina_santos_garcia.pdf
- Sarabia, C., & Alconero, A. (2019). Claves para el diseño y validación de cuestionarios en Ciencias de la Salud. *Asociación Española de Enfermería en Cardiología*, 69-73. Obtenido de <https://hdl.handle.net/10902/26747>
- Suntaxi, M., & Tomalá, R. (21 de Septiembre de 2022). *Repositorio Universidad Estatal Península de Santa Elena*. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/8540>
- Valenzuela, N., Martínez, C., Villareal, V., & Ruiz, C. (2020). Comunicación organizacional interna y su relación con la satisfacción de los empleados de una empresa concesionaria de automóviles de Piedras Negras Coahuila. 129-141. doi:<https://doi.org/10.22579/23463910.206>
- Vargas, G. (2017). Validez y confiabilidad de la escala de actitudes hacia el reciclaje y uso responsable de papel en los estudiantes de la UNMSM. *Scielo*, 88(128). Obtenido de <http://www.scielo.org.pe/pdf/letras/v88n128/a11v88n128.pdf>
- Vargas, J., Bautista, G. M., & Jiménez Castillo, M. T. (2018). Sistemas de producción competitivos mediante la implementación de la herramienta lean manufacturing.

Revista Digital Ciencias Administrativas(11), 81-95. Obtenido de <http://www.scielo.org.ar/pdf/cadmin/n11/2314-3738-cadmin-11-80.pdf>

Vidal, M., & Zayas, R. (2018). Comunicación científica y el acceso abierto. *Educación Médica Superior*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0864-21412018000300021&script=sci_arttext&tlng=pt

Villa, G. (2019). Medios masivos de comunicación, medios comunitarios y comunicación para el desarrollo. *Corporación Universitaria Minuto de Dios*. Obtenido de <https://hdl.handle.net/10656/9109>

Vuan Lanusse, M. V. (2018). *Tendencias de producción de ácido láctico a partir de recursos renovables*. Universidad ORT Uruguay. Obtenido de <https://dspace.ort.edu.uy/handle/20.500.11968/3792>

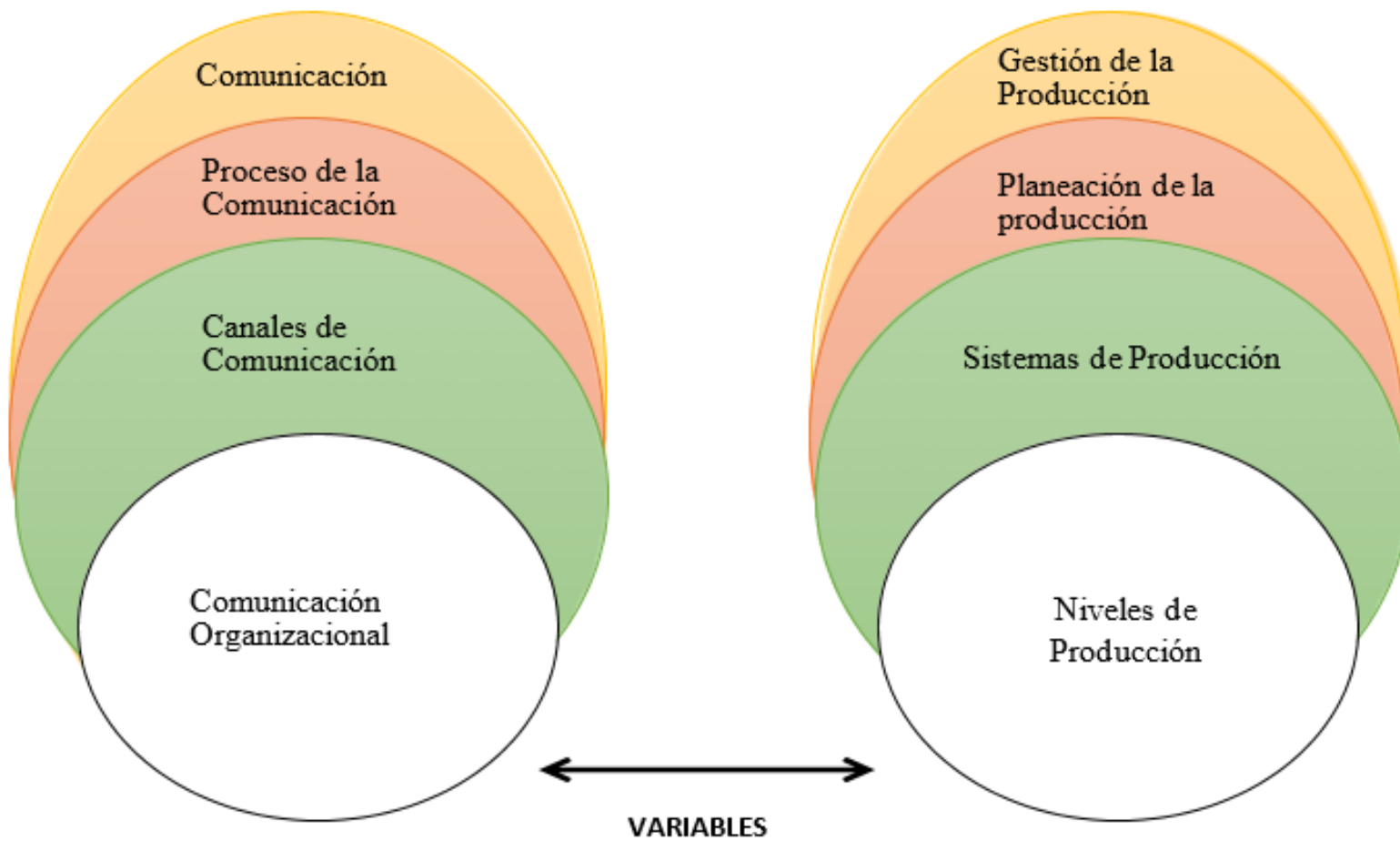
ANEXOS

VARIABLE	CONCEPTO	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	La comunicación organizacional se conceptualiza como un instrumento de gestión en el que toda forma de comunicación, interna o externa utilizada de manera consciente genere un apoyo para el cumplimiento de objetivos individuales y de organización. Es decir que, en este intercambio de información entre los integrantes de una organización, y entre esta y su medio, está armonizada tan efectiva	Interna	Formal	¿Cómo califica usted la información que recibe para realizar sus actividades?
		Externa	Informal	¿Cómo califica usted los canales de comunicación dentro de la empresa? ¿Con qué frecuencia existe un interés al comunicarle temas relacionados con el entorno familiar al líder de equipo? ¿De qué manera usted informa al líder de equipo los inconvenientes que se presenten en el desarrollo de sus actividades?
				¿Cómo califica usted la comunicación con los departamentos de Talento Humano y seguridad?
		Capacidad	Liderazgo	

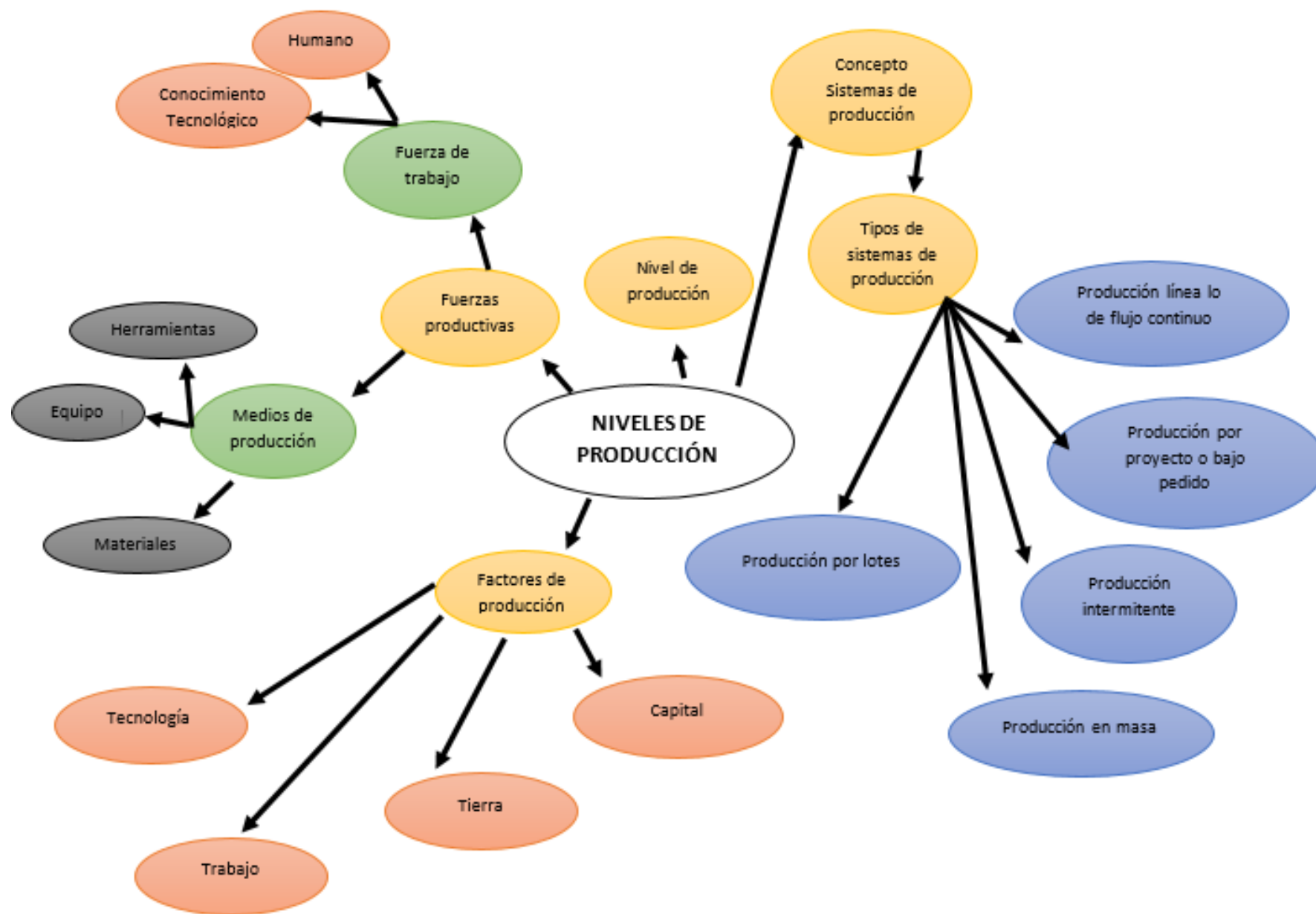
	<p>y eficiente como sea posible dentro de sus capacidades con la finalidad de crear una base favorable para las relaciones con los públicos de los que la empresa depende.</p>	<p>Objetivos</p>	<p>Metas</p>	<p>¿Cuán comprensible es para usted la forma en que su líder de equipo trasmite la información dada por los coordinadores?</p> <p>¿Cómo califica usted la comunicación impartida sobre las metas y objetivos estratégicos de su área de trabajo?</p> <p>¿Con qué frecuencia se comunica la política de calidad que tiene la empresa?</p> <p>¿Con qué frecuencia se comunica los valores de la empresa?</p>
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------	--------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

VARIABLE	CONCEPTO	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS
<p>NIVELES DE PRODUCCIÓN</p>	<p>Los niveles de producción en el marco de referencia de una organización o empresa se refieren al flujo continuo de las tareas asignadas en las diversas áreas de la empresa para conseguir Los objetivos planteados por la misma. Por lo que, se emplea como una herramienta de la gestión organizacional, que incluye la planeación de materia prima e insumos, desarrollo de nuevos productos, manejo de inventarios, entre otros. Esto con el fin de organizar una correcta administración de las actividades mediante el</p>	<p>Herramienta</p> <p>Normas</p> <p>Control Sistema</p> <p>Trabajo</p>	<p>Plan</p> <p>Evaluación</p> <p>Retroalimentación</p> <p>Mano de obra</p>	<p>¿Cómo califica usted el plan de trabajo en el área de producción?</p> <p>¿Cuán probable es que se mejoren los planes para el área de producción?</p> <p>¿Con qué frecuencia se realiza evaluaciones a los procesos en el área de producción?</p> <p>¿Cada que tiempo el área de producción recibe retroalimentación sobre su desempeño?</p>

	<p>cumplimiento de normas de producción que se ejecutan y evalúan en el trabajo de los colaboradores mediante un sistema de control que garantiza la competitividad de la empresa en el mundo organizacional.</p>			<p>¿Es un factor importante la mano de obra calificada para desempeñar actividades de producción?</p>
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------









UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



ENCUESTA DIRIGIDA AL PERSONAL CIAUTO

OBJETIVO:

Determinar cómo se encuentra la comunicación organizacional en la empresa CIAUTO y cómo influye en sus niveles de producción.

INSTRUCCIONES:

Marcar con una X las siguientes preguntas. La información se usará para fines académicos y serán de absoluta reserva.

1.- Información General

1.1 Género

Masculino ()

Femenino ()

1.2.- ¿Cuál es su edad?

Entre 25 y 30 años ()

Entre 31 y 40 años ()

Más de 41 años ()

2. Información específica

2.1- ¿Cómo califica usted la información que recibe para realizar sus actividades?

Malo ()

Regular ()

Bueno ()

Muy Bueno ()

Excelente ()

2.2.- ¿Cómo califica usted los canales de comunicación dentro de la empresa?

Malo ()

Regular ()

Bueno ()

Muy Bueno ()

Excelente ()

2.3.- ¿Con qué frecuencia existe un interés al comunicarle temas relacionados con el entorno familiar al líder de equipo?

Nunca ()

Casi nunca ()

Ocasionalmente ()

Usualmente ()

Siempre ()

2.4.- ¿De qué manera usted informa al líder de equipo los inconvenientes que se presenten en el desarrollo de sus actividades?

Llamada telefónica ()

Conversación ()

Mensaje de texto (WhatsApp) ()

2.5.- ¿Cómo califica usted la comunicación con los departamentos de Talento Humano y seguridad?

Malo ()

Regular ()

Bueno ()

Muy Bueno ()

Excelente ()

2.6.- ¿Cuán comprensible es para usted la forma en que su líder de equipo trasmite la información dada por los coordinadores?

Nada comprensible ()

Poco comprensible ()

Comprensible ()

Muy comprensible ()

2.7.- ¿Cómo califica usted la comunicación impartida sobre las metas y objetivos estratégicos de su área de trabajo?

Malo ()

Regular ()

Bueno ()

Muy Bueno ()

Excelente ()

2.8.- ¿Con qué frecuencia se comunica la política de calidad que tiene la empresa?

Nunca ()

Raramente ()

Ocasionalmente ()

Frecuentemente ()

Muy frecuentemente ()

2.9.- ¿Con qué frecuencia se comunica los valores de la empresa?

Nunca ()

Raramente ()

Ocasionalmente ()

Frecuentemente ()

Muy frecuentemente ()

2.10.- ¿Cómo califica usted el plan de trabajo en el área de producción?

Malo ()

Regular ()

Bueno ()

Muy Bueno ()

Excelente ()

2.11.- ¿Cuán probable es que se mejoren los planes para el área de producción?

Nunca ()

Casi nunca ()

Ocasionalmente ()

Usualmente ()

Siempre ()

2.12.- ¿Con qué frecuencia se realiza evaluaciones a los procesos en el área de producción?

Nunca ()

Raramente ()

Ocasionalmente ()

Frecuentemente ()

Muy frecuentemente ()

2.13.- ¿Cada que tiempo el área de producción recibe retroalimentación sobre su desempeño?

Nunca ()

Casi nunca ()

Ocasionalmente ()

Usualmente ()

Siempre ()

2.14.- ¿Es un factor importante la mano de obra calificada para desempeñar actividades de producción?

Nada importante ()

Poco importante ()

Medianamente importante ()

Importante ()

Muy importante ()

¡Gracias por su colaboración !



CARTA DE COMPROMISO

Ambato, 25/10/2022

Ing. MBA
Jose Herrera Herrera.
Presidente
Unidad de Integración Curricular
Carrera de Administración de Empresas
Facultad de Ciencias Administrativas.-

Yo, Ing. Ángela Ruiz, me permito poner en su conocimiento la aceptación y respaldo para el desarrollo del Trabajo de Integración Curricular bajo el Tema "La comunicación organizacional y los niveles de producción en la empresa CIAUTO sector automotriz" propuesto por las estudiantes Andrea Nicole Macías Carrasco portadora de la Cédula de ciudadanía 1805464672, Nelly Estefanía Torres Álvarez portadora de la Cédula de ciudadanía 1804969432, estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

A nombre de la Institución a la cual represento, me comprometo a apoyar en el desarrollo del proyecto

Particular que comunico a usted para los fines pertinentes.

Atentamente.


COMPROBADA

.....
Ing. Ángela Ruiz
Coordinadora de Talento Humano
Cl. 1803925666
TELF: 0980604885
talentohumano@ciauto.ec

