



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI  
EXTENSIÓN LA MANÁ**

**CARRERA DE LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**“LA COMUNICACIÓN INTERNA Y RELACIÓN CON EL  
CUMPLIMIENTO DE ACTIVIDADES DE LOS  
TRABAJADORES EN LA EMPRESA RECTIFICADORA  
PALMA DEL CANTÓN QUEVEDO, PROVINCIA DE LOS RÍOS  
AÑO 2023”**

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de  
Licenciados en Administración de Empresas

**AUTORES:**

Daniela Jamilex Moreira Cornejo  
Edison Wladimir Párraga Briones

**TUTOR:**

MSc. Enry Gutember Medina López

**LA MANÁ-ECUADOR  
FEBRERO-2024**

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Moreira Cornejo Daniela Jamilex, con cédula de ciudadanía No. 055030070-1, Párraga Briones Edison Wladimir, con cédula de ciudadanía No. 120650664-2, declaramos ser autores del presente **PROYECTO DE INVESTIGACIÓN: “LA COMUNICACIÓN INTERNA Y RELACIÓN CON EL CUMPLIMIENTO DE ACTIVIDADES DE LOS TRABAJADORES EN LA EMPRESA RECTIFICADORA PALMA DEL CANTÓN QUEVEDO, PROVINCIA DE LOS RÍOS, AÑO 2023”**, siendo el MSc. Enry Gutember Medina López Tutor del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

La Maná, febrero 2024



Daniela Jamilex Moreira Cornejo  
CI: 055030070-1



Edison Wladimir Párraga Briones  
CI:120650664-2

## **AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

En calidad de Tutor del Trabajo de Investigación sobre el título:

**“LA COMUNICACIÓN INTERNA Y RELACIÓN CON EL CUMPLIMIENTO DE ACTIVIDADES DE LOS TRABAJADORES EN LA EMPRESA RECTIFICADORA PALMA DEL CANTÓN QUEVEDO, PROVINCIA DE LOS RÍOS, AÑO 2023”**, de Moreira Cornejo Daniela Jamilex y Párraga Briones Edison Wladimir, de la carrera de Administración de Empresas, considero que dicho informe investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científicos – técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación del Proyecto que el Honorable Consejo Directivo de la Extensión La Maná de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

La Maná, Febrero 2024



MSc. Enry Gutember Medina López  
C.I: 050113451-4  
**TUTOR**

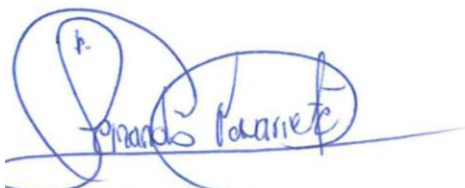
## AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y, por la Facultad de Ciencias Administrativas; por cuanto, los postulantes: Moreira Cornejo Daniela Jamilex y Párraga Briones Edison Wladimir, con el título del Proyecto de Investigación: “**LA COMUNICACIÓN INTERNA Y RELACIÓN CON EL CUMPLIMIENTO DE ACTIVIDADES DE LOS TRABAJADORES EN LA EMPRESA RECTIFICADORA PALMA DEL CANTÓN QUEVEDO, PROVINCIA DE LOS RÍOS, AÑO 2023**”, ha considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de sustentación del trabajo de titulación.

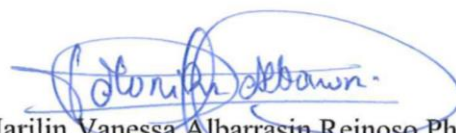
Por lo antes expuesto, se autoriza grabar los archivos correspondientes en un CD, según la normativa institucional.

La Maná, febrero 2024

Para constancia firma:



Mg. Mario Fernando Navarrete Fonseca  
C.I: 180435489-0  
**LECTOR 1 (PRESIDENTE)**



Dra. Marilin Vanessa Albarrasin-Reinoso PhD  
C.I: 171971537-5  
**LECTOR 2 (MIEMBRO)**



MBA. Eduardo Fabricio Cabrera Toscano  
C.I: 171231719-5  
**LECTOR 3 (MIEMBRO)**

## **AGRADECIMIENTO**

*Queremos expresar nuestro sincero agradecimiento a nuestro asesor, gracias por su orientación experta, paciencia y dedicación, fundamentales para este logro. A la Universidad Técnica de Cotopaxi, agradecemos por brindarnos los recursos y el entorno propicio para llevar a cabo esta investigación. Este proyecto es el resultado del esfuerzo colectivo y del respaldo de quienes creyeron en nosotros.*

**Daniela  
Edison**

## **DEDICATORIA**

*Dedico esta tesis a mi padre por darme su apoyo incondicional. Mi pareja que ha estado junto a mi brindándome su apoyo y motivación diaria a culminar con esta hermosa etapa.*

**Daniela**

*A mis padres y abuelos, cuyo amor y sacrificio han sido mi mayor motivación. Este logro es compartido con todos los que han dejado una huella en mi trayectoria educativa.*

**Edison**

# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

## EXTENSIÓN LA MANÁ

**TITULO: “LA COMUNICACIÓN INTERNA Y RELACIÓN CON EL CUMPLIMIENTO DE ACTIVIDADES DE LOS TRABAJADORES EN LA EMPRESA RECTIFICADORA PALMA DEL CANTÓN QUEVEDO, PROVINCIA DE LOS RÍOS, AÑO 2023”.**

**Autores:**

**Moreira Cornejo Daniela Jamilex  
Párraga Briones Edison Wladimir**

### RESUMEN

La presente investigación titulada La comunicación interna y relación con el cumplimiento de actividades de los trabajadores en la Empresa Rectificadora Palma del Cantón Quevedo, Provincia de los Ríos, año 2023. El problema de investigación se planteó como: ¿Cómo afecta la comunicación interna al cumplimiento de las actividades de los trabajadores en la empresa?, el objetivo general. Analizar la comunicación interna y relación con el cumplimiento de actividades de los trabajadores en la Empresa, La metodología de investigación utilizada fue histórica y deductiva, con un tipo de investigación descriptiva de campo y un nivel o alcance de investigación correlacional, esta metodología proporcionó un marco sólido para recopilar y analizar datos, lo que resultó en conclusiones significativas y valiosas. Al utilizar un enfoque correlacional, se pudo identificar y confirmar la existencia de una relación entre la comunicación interna y el cumplimiento de las actividades laborales. Se entrevistó al propietario y se encuestó a los colaboradores de la empresa, con una población de 35 personas. Los resultados de la encuesta aplicada. El análisis de Chi-Cuadrado (45.61) evidenció una relación significativa entre la comunicación interna y el cumplimiento de las actividades, rechazando la hipótesis nula. Por ende, se aceptó la hipótesis alternativa. Esto indica que existe una relación significativa entre la comunicación interna y el cumplimiento de actividades en los empleados de la empresa Rectificadora Palma. Finalmente, la empresa Rectificadora Palma aspira a fortalecer las relaciones laborales a través canales de comunicación, la capacitación en habilidades o la mejora de la claridad de las instrucciones y expectativas de comunicación interna efectiva, incluyendo diversas capacitaciones destinadas a mejorar el ambiente laboral y fomentar la participación de los colaboradores, de esta manera, se espera mejorar las relaciones entre los miembros de la organización, integrar y motivar a los empleados mediante una gestión de comunicación adecuada. Beneficiándose la percepción del cliente interno, permitiendo que los empleados trabajen con entusiasmo y sean participativos en la comunicación, los hallazgos en esta tesis podrían proporcionar una guía valiosa para estas empresas para mejorar su propia comunicación interna y eficiencia laboral. También podría ser de interés para los académicos y los investigadores en el campo de la comunicación empresarial y la gestión de recursos humanos.

**Palabras claves:** administración, comunicación interna, trabajadores, empresa.

# TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI

## EXTENSION LA MANA

**TITLE: “INTERNAL COMMUNICATION AND ITS RELATION WITH THE FULFILLMENT OF ACTIVITIES BY WORKERS IN RECTIFICADORA PALMA, QUEVEDO CANTON, LOS RÍOS PROVINCE, YEAR 2023”.**

**Authors:**

**Moreira Cornejo Daniela Jamilex  
Párraga Briones Edison Wladimir**

### ABSTRACT

The present research titled “Internal Communication and its Relation with the fulfillment of activities by workers in Rectificadora Palma, Quevedo Canton, Los Ríos Province, year 2023” set the research problem: How does internal communication affect the fulfillment of activities by workers in the company? The general objective was to analyze the internal communication and its relation with the fulfillment of activities by workers in the company. The research methodology used was historical and deductive with a type of descriptive field research and a correlational level. This methodology provided a solid framework for collecting and analyzing data, so resulting in significant and valuable conclusions. By using a correlational approach, it was possible to identify and confirm the existence of a relation between internal communication and the fulfillment of activities by workers. The owner was interviewed and the company’s collaborators were surveyed, with a population of 35 people. The results of the applied survey and the Chi-Square analysis (45.61) evidenced a significant relation between internal communication and the fulfillment of activities by rejecting the null hypothesis. Therefore, the alternative hypothesis was accepted. This fact indicates that there is a significant relation between internal communication and the fulfillment of activities by workers in Rectificadora Palma. Finally, the Rectificadora Palma Company aspires to strengthen labor relations through communication channels, skills training, or improvement the clarity of instructions and expectations of effective internal communication. It includes various trainings aimed at improving the work environment and promoting the participation of collaborators. In this way, it is expected to improve the relation among the members of the organization, integrate and motivate employees through appropriate communication management. The perception of the internal customer will be benefitted, so allowing employees to work enthusiastically and being participatory in communication. The findings in this research could provide a valuable guide for these companies in order to improve their own internal communication and labor efficiency. It could also be of interest to academics and researchers in the field of business communication and human resources management.

**Keywords:** administration, internal communication, workers, company.



## ÍNDICE GENERAL

	Pág.
PORTADA .....	i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA .....	ii
AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	iii
AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
DEDICATORIA .....	vi
RESUMEN .....	vii
ABSTRACT .....	viii
ÍNDICE GENERAL .....	ix
ÍNDICE DE TABLAS .....	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xv
1. INFORMACIÓN GENERAL.....	1
2. DESCRIPCIÓN DE PROYECTO .....	2
3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO .....	3
4. BENEFICIARIOS .....	4
4.1. Beneficiarios directos.....	4
4.2. Beneficiarios indirectos.....	4
5. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	5
5.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	6
6. OBJETIVOS .....	7
6.1. Objetivo General .....	7
6.2. Objetivos específicos .....	7
7. ACTIVIDADES Y SISTEMAS DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS.....	8
8. FUNDAMENTOS CIENTÍFICO TÉCNICA .....	9

8.1. Antecedentes investigativos .....	9
8.1.1. Antecedentes Internacionales .....	9
8.1.2. Antecedentes Nacionales .....	9
8.2. Categorización fundamental.....	11
8.3. Administración.....	11
8.3.1. Importancia de la administración.....	12
8.3.2. Característica de la administración .....	13
8.3.3. Tipos de administración.....	14
8.4. La comunicación .....	15
8.4.1. Importancia de la comunicación .....	15
8.4.2. Elementos de la comunicación .....	16
8.4.3. Emisor.....	17
8.4.4. Receptor.....	17
8.4.5. Código.....	18
8.4.6. Mensaje.....	18
8.4.7. Canal de comunicación.....	19
8.4.8. Ruido.....	19
8.4.9. Contexto.....	20
8.4.10. Retroalimentación.....	20
8.5. Funciones principales de la comunicación destacan.....	20
8.5.1. Función representativa.....	20
8.5.2. Función emotiva .....	21
8.5.3. Función apelativa.....	21
8.5.4. Función de contacto .....	21
8.5.5. Función metalingüística.....	22
8.6. Comunicación interna .....	22

8.7. Importancia de la comunicación interna .....	23
8.8. Objetivo de la comunicación interna.....	24
8.9. Tipos de comunicación interna .....	25
8.9.1. Comunicación formal .....	26
8.9.2. Comunicación informal .....	26
8.9.3. Comunicación descendente .....	27
8.9.4. Comunicación ascendente .....	27
8.9.5. Comunicación horizontal:.....	28
8.10. Estrategia de comunicación.....	28
8.11. Comunicación externa.....	29
8.12. Importancia de comunicación externa .....	30
8.13. Canales de comunicación externa empresarial .....	31
8.13.1. Correo electrónico .....	31
8.13.2. Redes Sociales .....	32
8.13.3. Mensajería Instantánea .....	32
8.13.4. Revistas o blogs empresariales .....	33
8.13.5. Notificaciones push .....	33
8.13.6. Foros de discusión .....	33
8.14. Tipos de comunicación externa.....	34
8.14.1. Comunicación externa operativa .....	34
8.14.2. Comunicación externa estratégica .....	35
8.14.3. Comunicación externa de notoriedad .....	35
8.15. Cumplimiento de actividades .....	35
8.15.1. Importancia del cumplimiento .....	36
8.15.2. Que es un indicador de cumplimiento .....	36
8.15.3. Tipos de indicadores de cumplimiento laboral .....	37

8.15.4. Cumplimiento Normativo .....	38
8.16. Empresa.....	39
8.16.1. Importancia de la empresa .....	40
8.16.2. Tipos de empresas.....	41
8.17. Rectificadora .....	46
8.17.1. Tipos de máquinas rectificadoras .....	47
9. PREGUNTAS CIENTÍFICAS.....	49
10. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	50
10.1. Método de investigación .....	50
10.1.1. Método histórico .....	50
10.1.2. Método deductivo .....	50
10.2. Tipo de investigación .....	51
10.2.1. Investigación descriptiva .....	51
10.2.2. Investigación de campo .....	51
10.2.3. Investigación no experimental .....	52
10.3. Nivel o alcance.....	52
10.3.1. Investigación correlacional.....	52
10.4. Técnica e instrumento de recolección de datos.....	53
10.4.1. Entrevista .....	53
10.4.2. Encuesta.....	53
10.4.3. Población .....	54
11. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS .....	55
11.1. Cuestionario para la entrevista dirigida al propietario de la empresa.....	55
11.2. Cuestionario para encuestas dirigidas a los colaboradores de la empresa.....	59
11.2.1. VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS .....	72
11.2.2. Planteamiento de hipótesis .....	73

11.2.3. Nivel de significancia .....	74
11.2.4. Calculo del Chi-Cuadrado .....	74
11.2.5. Tabla de resultados observados .....	75
11.2.6. Tabla de frecuencia esperada .....	76
11.2.7. Cálculo del Chi-Cuadrado .....	77
11.2.8. Chi-cuadrado tabular .....	78
12. IMPACTOS TÉCNICO, ECONÓMICO Y SOCIAL.....	81
13. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	82
13.1. Conclusiones .....	82
13.2. Recomendaciones.....	83
14. PRESUPUESTO DEL PROYECTO .....	84
15. BIBLIOGRAFÍA .....	85

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla. 1</b> Beneficiarios directos. ....	4
<b>Tabla. 2</b> Beneficiarios indirectos. ....	4
<b>Tabla. 3</b> Actividades y sistemas de tareas en relación a los objetivos planteados.....	8
<b>Tabla. 4</b> Población .....	54
<b>Tabla. 5</b> Sus colegas en su área se comportan de manera respetuosa.....	59
<b>Tabla. 6</b> La empresa rectificadora palma es un lugar de trabajo agradable.....	60
<b>Tabla. 7</b> Se encuentra contento con el trabajo actual que desempeña. ....	61
<b>Tabla. 8</b> La comunicación de la alta dirección es clara. ....	62
<b>Tabla. 9</b> Estás suficientemente informado sobre los objetivos y metas. ....	63
<b>Tabla. 10</b> Con frecuencia existen discusiones entre compañeros.....	64
<b>Tabla. 11</b> Recibes la información necesaria para llevar a cabo tus tareas. ....	65
<b>Tabla. 12</b> Se sienten los empleados apoyados por la gerencia. ....	66
<b>Tabla. 13</b> Desempeño laboral dentro de la empresa. ....	67
<b>Tabla. 14</b> El no interactuar entre compañeros de trabajo afectan al equipo. ....	68
<b>Tabla. 15</b> Las herramientas y recursos proporcionados por la empresa son adecuados.....	69
<b>Tabla. 16</b> Participas de manera frecuente en conversaciones informales.....	70
<b>Tabla. 17</b> Cree que las tareas asignadas están alineadas con tus habilidades.....	71
<b>Tabla. 18</b> Resultados observados.....	75
<b>Tabla. 19</b> Frecuencia esperada.....	76
<b>Tabla. 20</b> Calculo del Chi-Cuadrado .....	77
<b>Tabla. 21</b> Tabla de cálculo de chi-cuadrado. ....	79
<b>Tabla. 22</b> Presupuesto del proyecto .....	84

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico. 1</b> Categorización fundamental .....	11
<b>Gráfico. 2</b> Sus colegas en su área se comportan de manera respetuosa. ....	59
<b>Gráfico. 3</b> La empresa rectificadora palma es un lugar de trabajo agradable.....	60
<b>Gráfico. 4</b> Se encuentra contento con el trabajo actual que desempeña. ....	61
<b>Gráfico. 5</b> La comunicación de la alta dirección es clara. ....	62
<b>Gráfico. 6</b> Estás suficientemente informado sobre los objetivos y metas. ....	63
<b>Gráfico. 7</b> Con frecuencia existen discusiones entre compañeros.....	64
<b>Gráfico. 8</b> Recibes la información necesaria para llevar a cabo tus tareas.....	65
<b>Gráfico. 9</b> Se sienten los empleados apoyados por la gerencia. ....	66
<b>Gráfico. 10</b> Desempeño laboral dentro de la empresa. ....	67
<b>Gráfico. 11</b> El no interactuar entre compañeros de trabajo afectan al equipo. ....	68
<b>Gráfico. 12</b> Las herramientas y recursos proporcionados por la empresa son adecuados.....	69
<b>Gráfico. 13</b> Participas de manera frecuente en conversaciones informales.....	70
<b>Gráfico. 14</b> Cree que las tareas asignadas están alineadas con tus habilidades.....	71

## 1. INFORMACIÓN GENERAL

### Título del proyecto

“La comunicación interna y relación con el cumplimiento de actividades de los trabajadores en la Empresa Rectificadora Palma del Cantón Quevedo, Provincia de los Ríos, año 2023”

---

<b>Tiempo de Ejecución</b>	
<b>Fecha de Inicio:</b>	Octubre 2023
<b>Fecha de Finalización:</b>	Febrero 2024
<b>Lugar de ejecución:</b>	Cantón Quevedo, Provincia de Los Ríos,
<b>Facultad que auspicia:</b>	Facultad de Ciencias Administrativas.
<b>Proyecto de investigación Vinculado:</b>	La investigación del proyecto está vinculado a la investigación administración (estudio del impacto del sector comercial microempresarial en la economía del Cantón Quevedo, Provincia de Los Ríos).
<b>Equipo de trabajo:</b>	MSc. Medina López Enry Gutember Moreira Cornejo Daniela Jamilex Párraga Briones Edison Wladimir
<b>Área de conocimiento:</b>	Ciencias Sociales, Educación Comercial y Derecho.
<b>Línea de investigación:</b>	Administración y Economía para el Desarrollo Sostenible de Organizaciones.
<b>Sub líneas de investigación:</b>	Estrategias, administrativas, productividad y emprendimiento.

---



## 2. DESCRIPCIÓN DE PROYECTO

La comunicación interna juega un papel crucial en el cumplimiento de las actividades en las empresas en Ecuador, esta comunicación puede tomar varias formas y tipos, incluyendo comunicación descendente, ascendente y horizontal, puede llevar a un mayor compromiso y satisfacción en el trabajo, los empleados que comprenden claramente sus roles y responsabilidades tienden a estar más comprometidos con su trabajo y a ser más productivos ayudando a garantizar que todos los miembros de la organización estén alineados con los objetivos y metas de la empresa, esto puede resultar en un mejor cumplimiento de las actividades y tareas asignadas Cardozo (2021).

La comunicación interna es un proceso clave que permite la difusión de información, ideas y conocimientos dentro de una organización. Esta puede ser formal o informal y puede llevarse a cabo a través de diversos medios, como reuniones, correos electrónicos y boletines internos. Una comunicación interna efectiva es fundamental para el buen funcionamiento de una organización, ya que permite a los empleados comprender sus roles y responsabilidades, mejora el ambiente laboral y fomenta un sentido de pertenencia y compromiso. Además, una comunicación interna efectiva puede resultar en una mayor productividad, ya que los empleados están mejor informados sobre las políticas y objetivos de la organización (Nadales y Galindo, 2023).

La comunicación interna tiene un papel vital en la realización de las actividades generalizadas dentro de una organización. Cuando la comunicación interna es efectiva, los empleados tienen una clara comprensión de sus tareas y responsabilidades, lo que les permite llevar a cabo sus actividades de manera eficiente y efectiva. Una buena comunicación interna puede ayudar a prevenir malentendidos y conflictos, lo que puede resultar en retrasos y errores en la realización de las actividades. Por otro lado, una comunicación interna deficiente puede llevar a la confusión, la desmotivación y la baja productividad. Por lo tanto, para asegurar la realización eficiente de las actividades generalizadas, es esencial que una organización tenga una comunicación interna sólida y efectiva (Olano, 2021).

### **3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO**

La investigación que se realizó en 2023 sobre la comunicación interna y su relación con el cumplimiento de actividades de los trabajadores en la Empresa Rectificadora Palma del Cantón Quevedo, Provincia de Los Ríos, se justificó por varias razones fundamentales. Se confirmó que una comunicación interna eficaz era esencial para garantizar la cohesión y la eficiencia dentro de la organización, la comprensión clara de los roles, responsabilidades y objetivos por parte de los empleados resultó ser crucial para el logro de metas empresariales. Esta investigación permitió identificar posibles obstáculos en los canales de comunicación interna que podrían haber estado afectando negativamente el desempeño laboral.

El motivo de la investigación se centró en la importancia de la comunicación efectiva en el trabajo, confirmando la calidad de la comunicación interna afectaba la productividad, el compromiso y la satisfacción laboral. Al entender su impacto en el cumplimiento de tareas, se identificaron áreas de mejora para optimizar el funcionamiento empresarial, analizando la claridad de los mensajes, la apertura de canales y la comprensión de objetivos. Se hicieron recomendaciones para fortalecer la cohesión y el ambiente laboral, lo que mejoró el rendimiento y bienestar. La investigación fue factible dado que se basó en la recopilación de datos a través de encuestas y entrevistas, métodos que son relativamente económicos y fáciles de implementar. La Empresa Rectificadora Palma expresó su disposición a participar en el estudio, lo que facilitó la recopilación de información que fue proporcionada por cada uno de los miembros de la empresa.

Los beneficiarios de esta investigación fueron principalmente los empleados y la dirección de la Empresa Rectificadora Palma, ya que los hallazgos y recomendaciones ayudaron a mejorar la comunicación interna y, por ende, la eficiencia operativa. Además, otras organizaciones de naturaleza similar también se beneficiaron de los resultados de esta investigación, ya que los hallazgos podrían aplicarse a sus propios procesos de comunicación interna para mejorar la productividad y la satisfacción de los empleados. Los resultados de este proyecto tuvieron una influencia práctica considerable tanto en la Empresa Rectificadora Palma, al optimizar la comunicación interna, las empresas tuvieron la oportunidad de incrementar su eficiencia en las operaciones, mejorar la satisfacción de los empleados y, finalmente, incrementar sus ganancias.

## 4. BENEFICIARIOS

### 4.1. Beneficiarios directos

**Tabla. 1** Beneficiarios directos.

<b>Beneficiarios</b>	<b>Cantidad</b>
Propietario	1
Empleados	34

**Elaborado por:** Los autores

### 4.2. Beneficiarios indirectos

**Tabla. 2** Beneficiarios indirectos.

<b>Beneficiarios</b>	<b>Cantidad</b>
Estudiantes “Universidad Técnica de Cotopaxi”	2
Clientes	550
Proveedores	15
<b>TOTAL</b>	<b>567</b>

**Elaborado por:** Los autores

La investigación realizada tuvo un impacto significativo en varios grupos de beneficiarios. Los estudiantes de la “Universidad Técnica de Cotopaxi” se beneficiaron de la investigación, ya que proporcionó valiosos datos y hallazgos que podrían haber sido utilizados para mejorar su comprensión y conocimiento en el campo de estudio. Además, los clientes, que eran el grupo más grande de beneficiarios indirectos con 550 clientes, también se beneficiaron. Los hallazgos de la investigación podrían haber sido utilizados para mejorar los servicios o productos que reciben. Por último, 15 proveedores también se beneficiaron de la investigación. Información que fue adquirida mediante un oficio omitido por el propietario que se encuentra en el ANEXO 7 de este documento.

## 5. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

A nivel internacional, la comunicación interna juega un papel crucial en el contexto multicultural y global, para una comunicación interna intercultural exitosa, es importante desarrollar competencias interculturales, así como conocimientos y habilidades diseñados para la comunicación interna multicultural, la relación recíproca entre la cultura y la comunicación fue propuesta de manera muy elocuente por el antropólogo Edward T, (2020).

Las estrategias de comunicación interna se han convertido en un elemento indispensable y clave para erigir el éxito empresarial que tiene como objetivo dirigirse a los trabajadores de las organizaciones teniendo entre sus metas alcanzar un clima adecuado en el desarrollo tanto de las tareas individuales como conjuntas. Un estudio realizado en Colombia, por ejemplo, encontró que el 37% de las empresas consideran importante la comunicación interna para alinear al personal con la estrategia del negocio Coral, (2019).

Según Calderón et al., (2021) un estudio realizado en la empresa FlexNet del Ecuador, la comunicación interna tuvo una incidencia significativa en el desempeño laboral de los trabajadores durante la emergencia sanitaria, los entrevistados entendieron la comunicación organizacional básicamente como la comunicación con el trabajador. En otro estudio sobre las características de la comunicación en empresas ecuatorianas, se concluyó que la comunicación técnica es más fluida que la comunicación personal para las sugerencias del personal, siempre y cuando la comunicación se relacione con la información necesaria para la ejecución de las tareas.

En cuanto a la eficiencia de la comunicación entre empleador y empleados, señala Pazmay et al., (2019) que la comunicación eficaz de los empleados en el lugar de trabajo es importante para el éxito y la productividad generales. Sin embargo, existe una brecha importante entre lo que quieren los trabajadores y lo que el personal de RRHH y los directivos quieren aplicar en los entornos corporativos contemporáneos. En cuanto al porcentaje de empresas en Ecuador que aplican la comunicación interna, no se obtiene un dato específico. Sin embargo, se menciona que el 45,2% de las empresas investigadas invierten Tecnologías de la Información y Comunicación en el 2016. Esto podría indicar un interés en mejorar la comunicación interna, aunque no necesariamente significa que todas estas empresas tengan una comunicación interna eficiente.

En la Empresa Rectificadora Palma del Cantón Quevedo, Provincia de los Ríos, durante el año 2023, la comunicación interna desempeñó un papel importante en la realización de las tareas de los trabajadores, se observó que la comunicación dentro de la empresa no era del todo efectiva, la falta de comunicación integral resultó en dificultades para llevar a cabo las tareas, malentendidos debido a la comunicación deficiente, falta de información necesaria para realizar tareas. Es esencial que la empresa tome medidas para mejorar la comunicación interna y asegurarse de que todos los empleados estén bien informados y comprendan claramente sus roles y responsabilidades. Esto no solo mejorará la realización de las tareas de los trabajadores, sino que también contribuirá a un ambiente de trabajo más armonioso y productivo.

Es el resultado de canales de comunicación ineficaces y una cultura organizacional que no promueve la comunicación abierta, una comunicación interna efectiva puede mejorar la eficiencia y la satisfacción laboral, asegurando que los trabajadores estén alineados con los objetivos de la organización y comprometidos con sus actividades. Este análisis puede ser aplicado a cualquier empresa, en cualquier lugar y en cualquier momento, pero es especialmente relevante en el contexto actual, donde la comunicación efectiva es más importante que nunca.

### **5.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cómo afecta la relación de la comunicación interna con el cumplimiento de actividades de los trabajadores en la Empresa Rectificadora Palma del Cantón Quevedo?

## **6. OBJETIVOS**

### **6.1. Objetivo General**

Analizar la comunicación interna y relación con el cumplimiento de actividades de los trabajadores para el mejoramiento de la eficiencia y productividad de los trabajadores en la Empresa Rectificadora Palma del Cantón Quevedo, Provincia de los Ríos, año 2023,

### **6.2. Objetivos específicos**

- Contextualizar teóricamente la comunicación interna y el cumplimiento de actividades para establecer un marco teórico sólido que sirva como base para el estudio.
- Evaluar el estado actual de la comunicación interna en la empresa y relación con el cumplimiento de actividades de los trabajadores para determinar cómo está influye en la realización de la actividad de los trabajadores.
- Determinar la relación entre las dos variables para entender si existe una correlación entre la comunicación interna y el cumplimiento de las actividades.

## 7. ACTIVIDADES Y SISTEMAS DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS.

**Tabla. 3** Actividades y sistemas de tareas en relación a los objetivos planteados.

<b>Objetivos</b>	<b>Actividad</b>	<b>Resultados de actividad</b>	<b>Medio de referencia</b>
Contextualizar teóricamente la comunicación interna y el cumplimiento de actividades para establecer un marco teórico sólido que sirva como base para el estudio.	* Investigación de literatura relevante, elección de fuentes primarias y secundarias.  *Definición de las categorías principales.	*Formulación de definiciones conceptuales mediante la generación de conocimiento basado en referencias teóricas, enfocándose en la categoría de comunicación alternativa.	*Búsqueda bibliográfica
Evaluar el estado actual de la comunicación interna en la empresa y relación con el cumplimiento de actividades de los trabajadores para determinar cómo está influye en la realización de la actividad de los trabajadores.	*Elección de herramientas de investigación. *Aplicación de instrumentos seleccionados. *Tabulación y codificación de los datos. *Análisis e interpretación de los resultados obtenidos.	*Creación e implementación de herramientas en la investigación de campo.	*Entrevista al gerente. *Encuesta al personal. Análisis de los resultados.
Determinar la relación entre las dos variables para entender si existe una correlación entre la comunicación interna y el cumplimiento de las actividades.	*Elección de herramienta para identificar si hay o no relación entre las variables	*Aplicación de prueba chi-cuadrada.	*Prueba de Chi-cuadrada.

**Elaborado por:** Los autores

## **8. FUNDAMENTOS CIENTÍFICO TÉCNICA**

### **8.1. Antecedentes investigativos**

#### **8.1.1. Antecedentes Internacionales**

**Proyecto 1.-** El impacto de la comunicación interna en el comportamiento organizacional en la empresa Corporación Vega S. A. C., en el periodo 2021 – 2022 Pérez P. S., (2022).

El estudio se realizó con el objetivo de determinar cómo la comunicación interna impacta e influye en el clima organizacional y la productividad de la empresa Corporación Vega SAC. El tipo de estudio fue no experimental transversal con un enfoque descriptivo. La población del estudio estuvo compuesta por 527 trabajadores, de los cuales se seleccionó una muestra de 163 trabajadores utilizando un método probabilístico. Se empleó un cuestionario de 15 preguntas estructuradas en la escala de Likert, basado en la metodología. La fiabilidad del cuestionario fue alta, con un valor de 0.965. Para probar la hipótesis, se utilizó el chi-cuadrado de Pearson, obteniendo un alto nivel de significación de 0,000. Esto llevó a la conclusión de que las comunicaciones internas tienen un impacto positivo en el comportamiento organizacional. Por lo tanto, se promueve la integración de las comunicaciones internas, considerando a cada miembro de la organización como un medio de comunicación.

#### **8.1.2. Antecedentes Nacionales**

**Proyecto 2.-** Incidencia de la comunicación interna en el clima laboral del Cuerpo de Bomberos del Cantón Pujilí en el período 2022-2023 Chimbo & Tipán, (2023).

El estudio se realizó con el objetivo de analizar la incidencia de la comunicación interna en el clima laboral del Cuerpo de Bomberos del Cantón Pujilí durante el período 2022-2023. Se observaron diferencias en la comunicación entre el área administrativa y operativa. Se utilizó una metodología inductiva con enfoque cuantitativo, aplicando dos cuestionarios validados. El primero, elaborado por Great Place To Work Trust, medía la comunicación interna en varias dimensiones. El segundo cuestionario se centró en medir el clima laboral.



El diseño del estudio fue no experimental y correlacional, ya que se midió la relación estadística entre las variables. Tras aplicar las encuestas, se encontró que la comunicación interna tenía una incidencia del 58% en el clima laboral. Las barreras de la comunicación afectaban al clima laboral en un 30,87%, la comunicación organizacional en un 27,16% y la comunicación en el área en un 23,16%. En base a estos resultados, se propusieron seis estrategias para mejorar la comunicación interna en el clima laboral, enfocadas en varias áreas de la comunicación y las tecnologías de información.

**Antecedente 3.-** Análisis de comportamiento del clima laboral en la empresa Nomursa, ubicada en el cantón Babahoyo Carvajal & Piza, (2019).

Este estudio se realizó para analizar el comportamiento del clima laboral en la empresa constructora Nomursa, ubicada en el cantón Babahoyo. Se utilizaron varias técnicas para recopilar información, incluyendo entrevistas y encuestas aplicadas a los colaboradores de la organización.

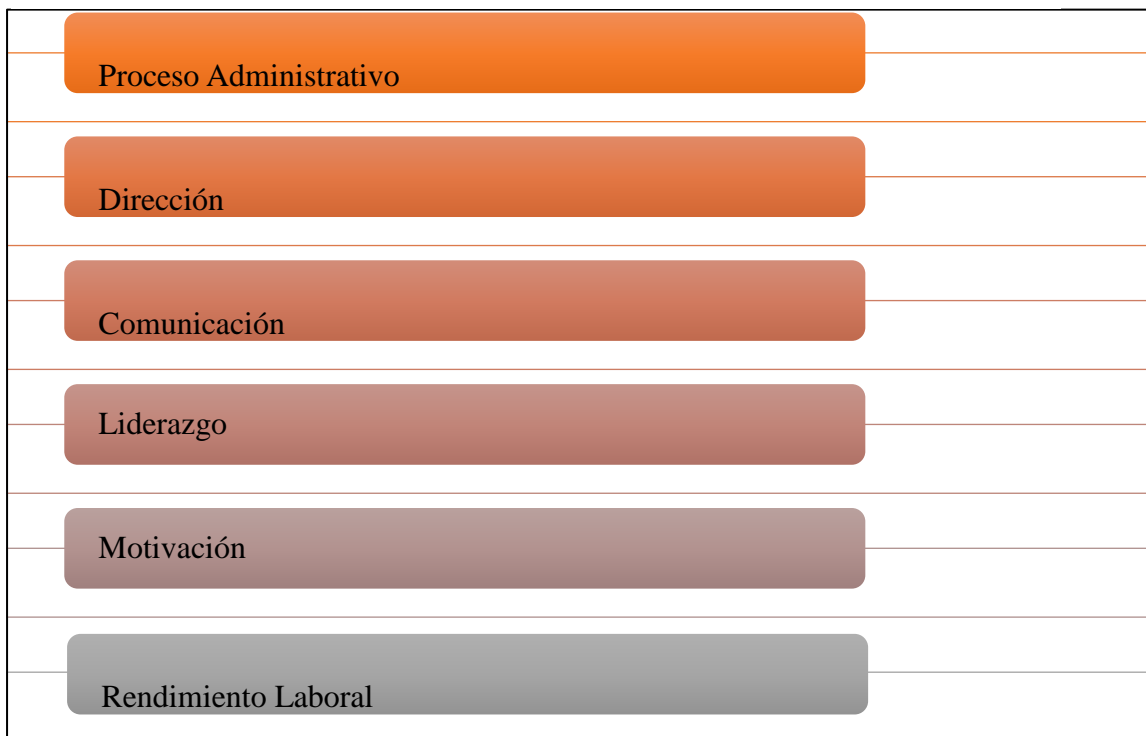
La investigación tuvo un enfoque descriptivo y se basó en indicadores como la motivación del personal, el liderazgo empresarial, la comunicación interna, el trabajo en equipo y la toma de decisiones. Se estudiaron 21 empleados del área administrativa y 19 del área operativa. Se utilizó una encuesta para recoger información del personal, con una escala que iba desde “Siempre” hasta “Casi nunca”. También se realizó una entrevista a la administradora de la empresa. Los resultados se analizaron utilizando el programa IBM SPSS Statistics. El estudio concluyó que es necesario mejorar de manera integral y continua las condiciones en las que se gestiona y valora el recurso humano en la empresa constructora Nomursa. Es esencial tener una motivación continua y dinámica, ya que el personal indica que no se reconoce el esfuerzo que ponen en sus tareas diarias.

Los estudios realizados en la Corporación Vega SAC y el Cuerpo de Bomberos del Cantón Pujilí aportaron a tu tema de calidad de servicio y su incidencia en la satisfacción del cliente en la empresa Mega Lady Sport, resaltando la importancia de la comunicación interna y el clima laboral en la productividad. Estos factores fueron relevantes para Mega Lady Sport, ya que una comunicación interna efectiva y un clima laboral positivo pudieron mejorar la coordinación entre los empleados, la calidad del servicio al cliente y aumentar la satisfacción del cliente. Los métodos de investigación utilizados en estos estudios, como las encuestas y las entrevistas,

junto con técnicas estadísticas como el chi-cuadrado de Pearson, pudieron ser útiles para recopilar y analizar datos en tu estudio. Además, las estrategias propuestas para mejorar la comunicación interna y el clima laboral pudieron ser relevantes para Mega Lady Sport, ya que la implementación de estrategias similares pudo mejorar la calidad del servicio y aumentar la satisfacción del cliente.

## 8.2. Categorización fundamental

**Gráfico. 1** Categorización fundamental



**Elaborado por:** Los Autores

## 8.3. Administración

Para Quiroa, (2024) la administración es el proceso que busca dar un uso lo más eficiente posible a los recursos para alcanzar los objetivos de una institución. Ese proceso administrativo se lleva a cabo por medio de la planificación, la organización, ejecución y el control de los recursos.

La administración, como una ciencia social, se dedica a explorar las organizaciones y es la técnica responsable de la planificación, organización, liderazgo y supervisión de los recursos de una entidad, ya sean humanos, financieros, materiales, tecnológicos o de

conocimiento. Su objetivo es maximizar los beneficios, que pueden ser de naturaleza social o económica, dependiendo de los objetivos de la organización Ponce, (2019).

La Teoría General de la Administración (TGA) es un compendio de los conocimientos actuales sobre la administración de empresas y organizaciones. Esta teoría permite el análisis de la administración, estudiando cómo las personas gestionan sus recursos e interactúan con el entorno para satisfacer sus necesidades. Hay dos formas distintas de definir este concepto: la administración como disciplina (un conjunto de principios, ideas y conceptos que se utilizan para guiar a un grupo) y la administración como técnica (un conjunto de funciones y actividades que un administrador debe llevar a cabo para alcanzar los objetivos de la organización que representa) Hernández R., (2022).

La administración es un proceso que busca la utilización más eficiente de los recursos con el objetivo de alcanzar las metas de una institución. Este proceso administrativo se realiza a través de la planificación, organización, ejecución y control de los recursos, la administración se dedica a estudiar las organizaciones y es la técnica encargada de la planificación, organización, liderazgo y supervisión de los recursos de una entidad, ya sean humanos, financieros, materiales, tecnológicos o de conocimiento. Su objetivo es maximizar los beneficios, que pueden ser de naturaleza social o económica, dependiendo de los objetivos de la organización.

### **8.3.1. Importancia de la administración**

Para entender la importancia de la administración, primero debemos comprender qué es la administración en sí. Para Arguello et al., (2020).

Para el ser humano, la administración se define como una de las maneras más simples de mantener un control sobre las actividades que realiza, ya sea en su vida diaria en casa o en un entorno de administración pública y proyectos.

De esta manera, está presente tanto a nivel individual como grupal, en el hogar, en las escuelas, en los hospitales, en los bancos, en las fundaciones, en las instituciones deportivas, en las municipalidades, en las gobernaciones y en los estados Isis, (2023).

La administración es esencial porque es la entidad responsable del desarrollo económico organizado, por lo tanto, se puede deducir que es vital no solo para el éxito de las

empresas con fines de lucro, sino también para la sociedad en general y para cada individuo que forma parte de ella. Sin duda, la administración atraviesa una amplia gama de actividades humanas y tiene un fuerte sentido de omnipresencia.

La administración se define como una forma sencilla de mantener un control sobre las actividades que se realizan, tanto en la vida cotidiana como en entornos de proyectos y administración pública. Esta está presente a nivel individual y grupal, y se puede encontrar en diversos contextos, como el hogar, las escuelas, los hospitales, los bancos, las fundaciones, las instituciones deportivas, las municipalidades, las gobernaciones y los estados.

### 8.3.2. Característica de la administración

Según Violeta, (2022) a continuación detalla las siguientes características.

- **Universalidad.** - Este tipo de prácticas puede implementarse en cualquier tipo de organización, proceso administrativo o grupo social, ya sea en el sector privado o público.
- **Jerarquía.** - Existen varios roles de liderazgo, que incluyen la dirección, la jefatura de los departamentos, subordinados, entre otros. La jerarquía puede variar según las necesidades de la empresa.
- **Interdisciplinabilidad.** - Lo maravilloso de las características de la administración es que puede interactuar estrechamente con cualquier tipo de ciencia que implique metodologías, principios y procesos para llevarse a cabo.
- **Medio para lograr objetivos.** - Gracias a la administración, se logra cumplir un objetivo final o metas. Sin ella, prevalecería el desorden y la ineficiencia.
- **Flexibilidad.** - Puede adaptarse a las necesidades y estrategias a implementar. No es rígida y puede cambiar siempre y cuando mantenga el mismo objetivo.
- **Valor instrumental.** - Lo que hace que la administración sea administración son sus aplicaciones y principios en los que se basa. Estos son fáciles de aplicar en cualquier tarea, trabajo, sociedad, organización, entre otros.
- **Tipología.** - Se desglosa de muchas formas, por ejemplo: la administración moderna, la tradicional, administración educativa, judicial, administración pública, entre otras.

La administración es una disciplina universal y flexible que se aplica en todas las organizaciones, ya sean públicas o privadas. Se caracteriza por su jerarquía, con roles de liderazgo definidos que pueden variar según las necesidades de la empresa, es interdisciplinaria, interactuando con diversas ciencias y metodologías, su principal objetivo es lograr metas a través de la planificación, organización, dirección y control de los recursos.

### 8.3.3. Tipos de administración

Antes de explorar los diferentes tipos de administración de empresas, es importante entender que esta es una de las áreas de conocimiento y trabajo más prominentes en la actualidad Vernaes, (2023), este hecho es relevante no solo para comprenderla en el contexto de las empresas establecidas, sino también en el ámbito del emprendimiento independiente. Porque son pocos los que logran destacarse en el desarrollo de la habilidad de tomar un recurso y maximizar su potencial, lo cual depende en gran medida de una buena administración, la clasificación se basa en el sector en el que nos encontramos.

Por lo tanto, podemos hablar de tres tipos: público, privado y mixto.

- **Sector público:** La Administración Pública se enfoca en las instituciones estatales o de diferentes niveles territoriales. Sus características principales son la falta de ánimo de lucro, el servicio a la sociedad, la burocracia y la transparencia.
- **Sector privado:** La administración privada se refiere a la que realizan las empresas, ya sean grandes, medianas o pequeñas. Sus características principales son la eficacia, la eficiencia, la flexibilidad y la gestión estratégica.
- **Tipos mixtos:** Finalmente, existen administraciones mixtas. En estas, se combinan los ámbitos privado y público. Las principales características aquí son una combinación de las dos anteriores. Pondremos un ejemplo al final.

La administración de empresas, crucial tanto en empresas establecidas como en emprendimientos independientes, se clasifica en función del sector: público, privado y mixto. Cada sector tiene características únicas, pero todos comparten el objetivo principal de maximizar el potencial de los recursos para lograr los objetivos de la organización. Independientemente del sector, una administración efectiva es esencial para el éxito de cualquier organización.

## **8.4. La comunicación**

Para Fonseca (2023), es el acto de compartir una parte de nosotros mismos. Es una característica tanto racional como emocional del ser humano, que nace de la necesidad de conectarse con otros, intercambiando ideas que adquieren valor o significado en función de experiencias compartidas previas. Mientras Walker, (2019), define la transferencia de información, ya sea verbal o no verbal, entre una persona que desea expresar una idea y otra que se espera que la comprenda o se espera que la entienda. Según Chiavenato, (2021) es el proceso de intercambio de información entre individuos. Implica hacer común un mensaje o una información.

La comunicación es una característica intrínseca de los seres humanos y se manifiesta en todas las esferas de nuestras actividades. Según Rodríguez (2019).

En el contexto empresarial, la comunicación es un elemento esencial que facilita el crecimiento efectivo de las organizaciones, permitiéndoles interactuar con su entorno, cuando las organizaciones logran una comunicación efectiva, se observa una mejora en los resultados de los empleados, ya que trabajan en un ambiente de armonía, se sienten integrados a la empresa, no como meros empleados que están allí por necesidad y para recibir un salario, sino como parte integral de la misma Rodríguez, (2019).

La comunicación es esencial para los seres humanos, ya que nos permite expresar nuestras emociones, estructurar nuestra sociedad, formular preguntas, aclarar incertidumbres y alcanzar acuerdos efectivos, esta comunicación puede ser verbal o no verbal. Si optamos por la comunicación verbal, se manifiesta a través del habla, en cambio, la comunicación no verbal se apoya en gestos y se basa en el lenguaje corporal.

### **8.4.1. Importancia de la comunicación**

La comunicación es el núcleo de las relaciones sociales, la difusión de información, así como de los acuerdos políticos y comerciales. Según Cuoghi, (2019).

Cada contexto en el que se aplica requiere una comprensión específica para llevarlo a cabo correctamente, ya sea para mantener una convivencia saludable con la pareja y la familia, para informar a la sociedad con claridad y transparencia sobre un hecho

importante a través de los medios, o para negociar las normas de importación/exportación para los países de una región (como Europa o Latinoamérica), la comunicación puede ser la clave del éxito o el detonante del fracaso.

Por lo tanto, no solo se trata de comunicar, sino también de cómo se comunica. Un error puede resultar en un conflicto personal, un despido laboral, pérdidas económicas y caos social, dependiendo del nivel de autoridad y responsabilidad de quien lo pronuncia.

El uso de técnicas adecuadas de comunicación efectiva, el mensaje se transmite sin dificultades y se minimizan los malentendidos, para lograr esto, el emisor debe poseer credibilidad, coherencia y autoridad en lo que está comunicando. Según Gómez, (2023)

Debe expresarse de manera clara y concisa, utilizando conceptos y datos precisos que no den lugar a interpretaciones erróneas, la comunicación efectiva no entiende de canales, porque lo importante es que el mensaje llegue, por eso, es perfectamente posible llevar a cabo una comunicación efectiva de manera escrita, oral e incluso mediante señas.

#### **8.4.2. Elementos de la comunicación**

Para Padilha, (2022) los elementos de la comunicación son todos los factores que intervienen en el proceso de envío y recepción de un mensaje.

- Emisor.
- Receptor.
- Código.
- Mensaje.
- Canal de comunicación.
- Ruido.
- Contexto.
- Retroalimentación

Cada componente del proceso de comunicación contribuye con un valor que, en función de la situación, puede potenciar o desvirtuar la comunicación.

### 8.4.3. Emisor.

Según Martínez, (2019), el emisor, uno de los tres pilares fundamentales de la comunicación, se distingue por ser el que envía el mensaje a través de un medio a un destinatario. De esta manera, se considera que hay comunicación cuando al menos hay un emisor, un receptor y un mensaje que se intercambia entre ellos.

El emisor es un componente esencial de la comunicación, ya que es la fuente del mensaje que se transmite, este papel es crucial, ya que el emisor es quien inicia la comunicación y determina el contenido del mensaje. La comunicación solo puede tener lugar si hay al menos un emisor, un receptor y un mensaje que se intercambia entre ellos.

#### 8.4.3.1. Tipos de emisores

Los emisores pueden ser de diferentes tipos, dependiendo del contexto y el mensaje que se envía, el idioma que se utiliza para ello, y el medio por el cual se transmite el mensaje.

- **Emisor individual**

Nos referimos a un emisor individual cuando el mensaje es emitido por una sola persona, independientemente de su estado y sin importar la cantidad de personas a las que se dirige el mensaje.

- **Emisor colectivo**

Un emisor colectivo se refiere a un conjunto de personas, o a una entidad, institución o grupo, que toma la responsabilidad de ser el emisor en el proceso de comunicación.

### 8.4.4. Receptor.

En su definición, se indica que un receptor es cualquier entidad. Zaragoza, (2021) menciona tiene la función de captar, recibir y generalmente interpretar o responder a algún tipo de mensaje, estímulo o información, el receptor puede ser una persona, organización o componente de un sistema, su contraparte es el emisor, que es la entidad que genera y envía el mensaje en cuestión.

Un receptor es una entidad que tiene la función de captar, recibir e interpretar o responder a un mensaje, estímulo o información, este puede ser una persona, una organización o un componente de un sistema. Su contraparte, el emisor, es quien genera y envía el mensaje.



En el proceso de comunicación, el receptor juega un papel crucial ya que es quien recibe y procesa la información enviada por el emisor, la eficacia de la comunicación depende en gran medida de cómo el receptor interpreta y responde al mensaje. Por lo tanto, es esencial que el receptor comprenda correctamente el mensaje para que la comunicación sea efectiva

#### **8.4.5. Código.**

Cuando interactúas con tus amigos o incluso con tu mascota, estás en un proceso de comunicación que involucra varios elementos que se ponen en juego durante el proceso. Para González, (2021).

A continuación, nos enfocaremos en entender qué es el código de comunicación y estudiaremos varios ejemplos para comprenderlo mejor. Este factor comunicativo es esencial para que podamos entendernos entre nosotros, no solo con otras personas, sino también con nuestras mascotas e incluso con dispositivos tecnológicos como computadoras y teléfonos móviles.

El código de comunicación es esencial para cualquier forma de comunicación, ya que permite a los participantes entenderse entre sí y, por lo tanto, interactuar de manera efectiva. Sin un código de comunicación común, la comunicación sería muy difícil, si no imposible. Por lo tanto, es crucial entender y utilizar correctamente el código de comunicación en cualquier situación de comunicación.

#### **8.4.6. Mensaje.**

Los autores Pérez y Gardey, (2019) El mensaje puede contener cualquier tipo de información y puede ser transmitido a través de diversos medios, como el habla, la escritura, los gestos, entre otros. En resumen, el mensaje es el corazón de la comunicación, sin él, la comunicación simplemente no existiría. Es la esencia de lo que se desea expresar o transmitir en el acto de comunicación. Sin un mensaje, no hay nada que comunicar, por lo tanto, es crucial para cualquier forma de comunicación. Independientemente del medio o canal utilizado, el mensaje es lo que se desea transmitir y lo que se espera que el receptor comprenda”.

El mensaje es el núcleo de la comunicación y es esencial para su éxito. Sin un mensaje, la comunicación simplemente no tendría lugar. Por lo tanto, es crucial que el mensaje sea claro,

comprensible y relevante para el receptor. Esto asegurará que la comunicación sea efectiva y que se logre el propósito de la comunicación. Por lo tanto, es crucial que el mensaje sea claro, comprensible y relevante para el receptor. Esto asegurará que la comunicación sea efectiva y que se logre el propósito de la comunicación. Por lo tanto, es crucial que el mensaje sea claro, comprensible y relevante para el receptor.

#### **8.4.7. Canal de comunicación.**

Los canales de comunicación son instrumentos empleados para el intercambio de información entre el emisor del mensaje y el receptor, esta interacción se le conoce como acto comunicativo”. Para Según Álvarez, (2022).

Para que la información en el proceso de comunicación sea efectiva, se originan diversos canales es necesario que exista un medio facilitador o elemento físico entre los emisores y receptores para que se pueda concretar el circuito comunicativo, todos estos instrumentos forman los canales, que son esenciales para que podamos comunicarnos con otras personas.

#### **Los tipos de canales son:**

- Personales
- Masivos
- Unidireccionales
- Bidireccionales

#### **8.4.8. Ruido.**

Cuando hablamos de ruido en la comunicación no nos referimos únicamente a la dificultad de conversar con alguien por el alto volumen de la música de ambientación en una cafetería. Para Cuofano, (2022).

El ruido en la comunicación incluye cualquier tipo de perturbación en la transmisión de mensajes entre emisores y receptores. El ruido o barrera en la comunicación puede presentarse de varias maneras que superan la simple interferencia o interrupción.

#### **8.4.9. Contexto.**

El contexto en la comunicación se refiere al conjunto de circunstancias en las que se lleva a cabo el proceso comunicativo, se refiere al lugar, tiempo y cultura en los que se encuentran tanto el emisor como el receptor. Según Rodríguez, (2022).

Es importante considerar que cada mensaje puede tener diferentes interpretaciones que dependerán del contexto en el que se produzcan, cuando nos referimos al contexto en la comunicación, debemos tener en cuenta que no solo se trata de las condiciones de espacio y tiempo, sino también de circunstancias específicas, tanto observables como abstractas, que influyen durante la interacción.

#### **8.4.10. Retroalimentación**

La retroalimentación es el proceso por el cual el resultado de una acción es percibido por quien la realizó, permitiéndole ajustar acciones futuras, esta es una definición amplia que se puede aplicar en cualquier contexto. Para Coelho, (2021).

Usted obtiene información visual sobre el movimiento, ajustando sus acciones para que el vehículo siga la ruta correcta, a través del panel de control, también recibe información sobre la velocidad, lo que le permite aumentar o disminuir la velocidad para mantener un ritmo adecuado.

### **8.5. Funciones principales de la comunicación destacan.**

Estas son las funciones principales.

#### **8.5.1. Función representativa**

Es la función típica de los contextos informativos, o de los discursos científicos o divulgativos, que se centran en la transmisión de conocimiento. Según Coelho (2021).

- El teléfono no sirve.
- Otra vez llueve.
- El fuego es producto de una combustión.

### **8.5.2. Función emotiva**

Para Baena et al., (2020), dice que a veces no se necesitan palabras para comunicarse, y ciertamente hay algo de verdad en esa afirmación si consideramos qué es la función emotiva como forma de comunicación, en este sentido, se refiere a la habilidad que tiene un emisor para utilizar todas las formas de lenguaje expresivo, desde una mirada, un gesto, hasta el silencio.

La función emotiva de la comunicación se refiere a la capacidad del emisor para utilizar diversas formas de lenguaje expresivo para transmitir sus emociones o estados de ánimo. No siempre se necesitan palabras para comunicarse; a veces, una mirada, un gesto o incluso el silencio pueden transmitir un mensaje poderoso. Esta función de la comunicación es especialmente importante en la comunicación no verbal, donde las emociones y las intenciones se comunican a través de medios no verbales.

### **8.5.3. Función apelativa**

Esta función apelativa es de carácter imperativo, es decir, se emplea para expresar órdenes, amenazas, mandatos o solicitudes a otra persona. El emisor siempre espera una respuesta del receptor de la oración. Para implementar esta función apelativa, y teniendo en cuenta que siempre se dirige a personas, siempre se presenta en segunda persona gramatical, ya sea singular o plural. Puede manifestarse en modo imperativo, en vocativo, representada por verbos en infinitivo, en oraciones interrogativas, con palabras conativas o con adjetivos calificativos Hernando, (2020).

### **8.5.4. Función de contacto**

La función fática o de contacto se relaciona con el canal y se reconoce cuando la comunicación se enfoca en establecer, finalizar o comprobar la calidad del contacto entre los participantes, se destaca en las fórmulas ritualizadas que son características de los saludos y despedidas, también en declaraciones apelativas del tipo “no te oigo, por favor habla más fuerte” o en interjecciones que carecen de significado temático, pero son efectivas para indicar que el canal sigue abierto: “sí, sí, claro” Ibáñez, (2019).

### **8.5.5. Función metalingüística**

La función metalingüística se refiere al uso del lenguaje para autodescribirse, es decir, para explicar el código del idioma. Para Imaginario, (2021).

En otras palabras, es el lenguaje que empleamos para describir y reflexionar sobre el propio idioma. Esta función del lenguaje se utiliza a menudo, tanto en el habla como en la escritura, cuando se busca explicar el código del idioma, su estructura y su funcionamiento.

La función apelativa de la comunicación se caracteriza por su naturaleza imperativa, utilizada para emitir órdenes, amenazas, mandatos o solicitudes a otra persona, en este tipo de comunicación, el emisor siempre espera una respuesta del receptor. Esta función se manifiesta generalmente en segunda persona, ya sea en singular o plural, ya que se dirige directamente a las personas. Puede presentarse en diversas formas, como el modo imperativo, el vocativo, verbos en infinitivo, oraciones interrogativas, palabras conativas o adjetivos calificativos.

### **8.6. Comunicación interna**

La comunicación interna se está convirtiendo en el verdadero eje de las políticas de Recursos Humanos en los últimos años. Define Martín D., (2023) las organizaciones están empezando a entender la relevancia de la comunicación interna para mantener a los empleados leales y motivados, un desafío significativo que enfrentan las organizaciones hoy en día.

En este contexto, la empresa es un ecosistema abierto donde coexisten diversas personas, y el éxito de la organización depende de su adecuada organización y comunicación. Para mantener a nuestros empleados productivos, es fundamental motivarlos en un entorno donde la comunicación sea fluida.

Por esta razón, la figura de un director de comunicación interna, que trabaja dentro del departamento de recursos humanos para desarrollar e implementar estrategias cada vez más efectivas y personalizadas relacionadas con la comunicación interna, está ganando cada vez más importancia.

Según Cardozo, (2021) la comunicación interna es el intercambio de información dentro de la organización entre diferentes áreas a través de sus canales internos. Esta herramienta es

crucial para una comunicación efectiva, minimizando las interferencias y la fricción en la comunicación, promoviendo la participación de los colaboradores que aportan al enfoque centrado en el cliente y al recorrido del cliente.

En última instancia, una empresa es un organismo vivo compuesto por personas diversas, con distintas necesidades. Conocer a los empleados es el primer paso hacia una comunicación interna efectiva. Esta puede ser tanto vertical como horizontal, la comunicación interna vertical ocurre entre empleados de diferentes niveles, para que esto suceda, es necesario tener una jerarquía, como el intercambio de información de los líderes con su equipo.

También puede ser ascendente, cuando se produce de abajo hacia arriba: envío de informes, resolución de dudas, entre otros; o descendente, cuando la comunicación se da de arriba hacia abajo: instrucciones, retroalimentación de rendimiento, entre otros.

En su definición Peiró, (2021) expresa que la comunicación interna está orientada hacia el empleado de una empresa, surge de la necesidad de establecer una comunicación efectiva con este, mantener un ambiente positivo dentro de una organización empresarial es esencial para alcanzar los objetivos deseados, los empleados de una empresa son cruciales para lograr con éxito los objetivos que se establecen en un negocio.

La comunicación interna se dirige hacia los empleados de una empresa y surge de la necesidad de establecer una comunicación efectiva con ellos. Mantener un ambiente positivo dentro de una organización es esencial para alcanzar los objetivos deseados. Los empleados son un componente crucial para el éxito de los objetivos de negocio, por lo tanto, una comunicación interna efectiva es vital para su logro.

### **8.7. Importancia de la comunicación interna**

Define Cardozo, (2021) una comunicación interna de alta calidad es clave para la interacción y el compromiso de los empleados, ya que, en primer lugar, les permite estar al tanto de los asuntos de la empresa. Facilita a los empleados el aprendizaje sobre cambios comerciales, nuevos objetivos o desafíos que la empresa está enfrentando en un momento específico.

Además, una comunicación interna efectiva también hace que los empleados se sientan más integrados en la empresa. Cuando la dirección se esfuerza por comunicarse con los empleados, automáticamente se sienten parte de lo que es verdaderamente importante para la empresa, una buena comunicación está vinculada a una buena percepción del empleador. Un estudio reveló que más del 70% de los empleados ven la empresa de forma positiva cuando la comunicación interna se realiza correctamente.

Para Montenegros, (2020) tener habilidades de comunicación es una de las competencias más solicitadas en el mercado laboral en 2020, ser conciso, exacto, claro y asertivo al comunicarse en el trabajo es apreciado por los empleadores porque permite que las ideas se transmitan de manera efectiva, fomentando un ambiente de trabajo positivo y la consecución de metas. La Pontificia Universidad Católica de Chile reconoce que la intensa competitividad del mundo contemporáneo requiere que los trabajadores estén en un aprendizaje constante y mejoren sus habilidades, y la capacidad de comunicarse es crucial para tener más oportunidades laborales y crecer profesionalmente.

Las habilidades de comunicación son una de las competencias más valoradas en el mercado laboral. Ser capaz de comunicarse de manera concisa, precisa, clara y asertiva en el entorno laboral es altamente apreciado por los empleadores, ya que permite una transmisión efectiva de ideas, fomenta un ambiente de trabajo positivo y facilita la consecución de metas. En el competitivo mundo actual, se requiere que los trabajadores estén en constante aprendizaje y mejoren sus habilidades. La capacidad de comunicarse de manera efectiva es crucial para tener más oportunidades laborales y para el crecimiento profesional.

### **8.8. Objetivo de la comunicación interna**

El objetivo de comunicación interna efectiva en las empresas puede ser un gran apoyo para lograr los objetivos propuestos. Para Izquierdo, (2019).

En contraste, una comunicación interna insuficiente puede resultar en numerosos obstáculos que limiten la consecución de ciertos objetivos, por lo tanto, es esencial implementar acciones específicas que contribuyan a cumplir los objetivos de la Comunicación Interna:

- 1** Primero, el departamento de Comunicación debe tener como objetivo mantener a los empleados informados sobre los acontecimientos de la empresa, es esencial que los

empleados estén familiarizados con la misión, filosofía, valores y estrategias que la empresa está implementando.

- 2 En segundo lugar, fomentar la comunicación entre todos los departamentos de la empresa fortalece el sentido de pertenencia al equipo, al mismo tiempo, se retiene talento, un objetivo clave del departamento de Recursos Humanos.
- 3 Además, es crucial que los empleados se sientan cómodos y puedan transmitir de manera positiva los valores que definen a la marca al público.
- 4 Al seguir todos los puntos anteriores, se pueden evitar rumores entre los empleados que podrían dañar la actividad empresarial, la gestión de esta “comunicación de pasillo” es parte de las estrategias de Comunicación Interna, es esencial identificarla, evitarla y combatirla para implementar una política de comunicación transparente y eficaz.
- 5 Otro objetivo de la comunicación interna es permitir que los líderes de la empresa comprendan mejor y de manera más fiable la realidad empresarial, de esta manera, pueden tener acceso a información precisa que les permita tomar decisiones más acertadas.

Los objetivos del plan de comunicación interna de una empresa se solapan en cierta medida con los de la comunicación externa, sin embargo, mientras que la comunicación externa se dirige a actores fuera de la empresa -clientes, proveedores, inversores, medios de comunicación en general-, la comunicación interna se centra en los empleados, es esencial que el personal esté al tanto de la misión, filosofía, valores y estrategia de la empresa para la que trabajan, la comunicación interna juega un papel crucial en la difusión de estos aspectos entre los empleados Gonzálbez, (2023).

Los objetivos de un plan de comunicación interna en una empresa a menudo se superponen con los de la comunicación externa. Sin embargo, mientras que la comunicación externa se dirige a actores externos como clientes, proveedores, inversores y medios de comunicación, la comunicación interna se enfoca en los empleados. Es fundamental que los empleados estén informados sobre la misión, filosofía, valores y estrategia de la empresa para la que trabajan.

### **8.9. Tipos de comunicación interna**

Puede desarrollarse diferentes clasificaciones de comunicación interna atendiendo a distintos matices y conceptos. Pero creemos que la más comprensible y eficaz es la siguiente:



### **8.9.1. Comunicación formal**

La comunicación formal puede manifestarse de dos formas: escrita y oral, las actividades cotidianas se gestionan principalmente mediante la comunicación oral, mientras que los asuntos de mayor importancia necesitan de la comunicación escrita, esta forma de comunicación se utiliza generalmente con entidades externas a la organización, como clientes o proveedores Perez, (2023, p 405). El remitente y el destinatario están vinculados de alguna manera a través de la organización. La comunicación debe pasar por un canal específico para ser transmitida de una persona a otra.

La comunicación formal es un sistema de intercambio de información que se apoya en canales y sistemas oficialmente designados. Según la autora Menéndez, (2019).

En un contexto organizacional, la comunicación formal se caracteriza por el intercambio de documentos oficiales, cartas, memorandos, informes, manuales de políticas o procedimientos, entre otros. Este tipo de comunicación se sustenta en las estructuras y directrices organizativas autorizadas, lo que ayuda a asegurar que todos en la organización la comprendan.

#### **Dos de las principales ventajas de la comunicación formal son:**

- Está siempre respaldada por el documento escrito o cualquier otra prueba documental.
- En general, tiene un gran impacto en la estructura organizativa.

### **8.9.2. Comunicación informal**

Esto se refiere a la comunicación informal que ocurre naturalmente dentro de una organización. Para Formanchuk, (2023).

Este tipo de intercambio de información se establece entre individuos independientemente de los roles o posiciones que ocupen en la organización, y no sigue los canales o procedimientos formales establecidos.

La comunicación informal puede surgir en cualquier momento y lugar, como en la sala de descanso, en el pasillo o incluso fuera del lugar de trabajo. Puede tomar la forma de conversaciones casuales, chismes o rumores, aunque la comunicación informal no sigue las

rutas formales, puede ser muy valiosa para fomentar las relaciones entre los empleados, compartir ideas y obtener retroalimentación inmediata. Sin embargo, también puede llevar a la propagación de información incorrecta o malentendidos si no se maneja adecuadamente. Por lo tanto, es importante para las organizaciones reconocer y gestionar tanto la comunicación formal como la informal Palacios A., (2022).

La comunicación informal puede ocurrir en cualquier momento y en cualquier lugar, ya sea en la sala de descanso, en el pasillo o incluso fuera del lugar de trabajo. Esta puede manifestarse en forma de conversaciones casuales, chismes o rumores. Aunque la comunicación informal no sigue las rutas formales, puede ser muy útil para fortalecer las relaciones entre los empleados, compartir ideas y obtener retroalimentación inmediata, también puede conducir a la propagación de información incorrecta o malentendidos si no se gestiona adecuadamente. Por lo tanto, es importante que las organizaciones reconozcan y gestionen tanto la comunicación formal como la informal.

### **8.9.3. Comunicación descendente**

Para Valls, (2019), la comunicación descendente es un proceso donde la información fluye desde los niveles jerárquicos superiores hacia los inferiores en la estructura de la organización. Esto incluye directivas, instrucciones y órdenes emitidas por la dirección a sus subordinados, con el objetivo de establecer objetivos, políticas y procedimientos claros.

La comunicación es una herramienta esencial en todos los ámbitos, y el entorno corporativo no es la excepción. En particular, la “comunicación descendente” juega un papel crucial en las operaciones diarias de las organizaciones. Bajo este término técnico se encuentra un concepto muy práctico: se refiere al flujo de ideas e instrucciones que se transmiten desde los niveles superiores hasta los colaboradores que se encuentran en niveles inferiores de la estructura empresarial.

### **8.9.4. Comunicación ascendente**

Define Gaivan, (2019), siendo la comunicación ascendente es una de las formas más eficaces para entender la realidad de la organización y fomentar la creatividad de los empleados, por lo tanto, es esencial considerar algunas herramientas cruciales para su funcionamiento adecuado.

Es muy valioso establecer un sistema de sugerencias que facilite la ejecución de tareas y actividades, promoviendo la participación activa de todos los sistemas, otra herramienta que puede ser de gran ayuda es el uso adecuado de la tecnología.

#### **8.9.5. Comunicación horizontal:**

La comunicación horizontal, comunicación horizontal, también llamada comunicación lateral según Díaz, (2022).

Implica la interacción entre colegas que se encuentran en el mismo nivel jerárquico, su principal objetivo es garantizar que todos estén en sintonía con las directrices, estrategias y procedimientos, con el propósito de lograr los objetivos establecidos, promueve relaciones interpersonales fuertes y un ambiente de trabajo positivo. A diferencia de la comunicación vertical, que implica una relación de dependencia, la comunicación horizontal no establece una jerarquía de superioridad o inferioridad,

Sin embargo, es importante resaltar que se recomienda un equilibrio entre ambos tipos de comunicación en todas las organizaciones para lograr los mejores resultados.

#### **8.10. Estrategia de comunicación**

Según Ramírez, (2022), una estrategia de comunicación es un plan de acción diseñado para lograr metas específicas de comunicación.

A continuación, se describen.

- 1 Relaciones públicas:** Esta estrategia se enfoca en administrar la imagen pública y la reputación de una organización, producto o persona, generalmente, implica establecer y mantener una relación positiva entre la organización y su público objetivo mediante diversas formas de comunicación.
- 2 Comunicación corporativa:** Este tipo de estrategia se emplea para realzar la misión y los valores de la empresa, tales como el servicio al cliente, la responsabilidad y la innovación, también conlleva colaborar con los medios de comunicación para asegurar que la organización mantenga una imagen positiva.

- 3 Comunicación de marketing:** Esta estrategia se enfoca en la comercialización de productos y servicios, además de establecer relaciones con los clientes, generalmente, implica el desarrollo de campañas, publicidad y actividades de promoción.
- 4 Comunicación interna:** Este tipo de estrategia se emplea para asegurar que todos los empleados y stakeholders estén al tanto de los planes, políticas y procedimientos de la organización, también implica garantizar que todos los miembros del equipo tengan acceso a la misma información.
- 5 Comunicación de crisis:** Esta estrategia se emplea para asistir a una organización en la respuesta rápida y efectiva ante una situación de crisis, generalmente, implica la generación de mensajes para comunicar la situación a los stakeholders, como los medios de comunicación y el público.
- 6 Comunicación en redes sociales:** Este tipo de estrategia se enfoca en el uso de plataformas de redes sociales, como Facebook o Twitter, para alcanzar a su público objetivo, implicando la generación de contenidos, como publicaciones de blog y videos, para promover la organización y sus productos o servicios.
- 7 Comunicación de contenidos:** Esta estrategia se emplea para generar contenidos que se difundirán a través de varios medios, como páginas web y blogs, su meta es captar la atención del público objetivo proporcionando información pertinente acerca de la empresa o sus productos/servicios.

### **8.11. Comunicación externa**

La conexión de la empresa con el entorno externo es igualmente o incluso más crucial que la interacción interna entre los diversos departamentos y áreas funcionales de la organización. Para Mancuzo, (2020).

Conseguir una estrategia de comunicación efectiva a nivel externo debe ser una de las metas principales y sin duda puede tener un impacto muy positivo o muy negativo dependiendo de la actitud que la empresa muestre al respecto, la comunicación externa es una herramienta crucial no solo cuando la empresa tiene algo que comunicar al mundo, sino también en una multitud de situaciones diferentes.

A pesar de esto, es un tipo de comunicación que a menudo se descuida en la mayoría de las empresas, a diferencia de la comunicación interna que sí recibe un mayor reconocimiento en las organizaciones empresariales.

Define Pérez A., (2023), la comunicación externa consiste en un conjunto de acciones informativas o publicitarias que una empresa implementa con el objetivo de fortalecer sus relaciones con diversos públicos.

Es esencial para mejorar la relación entre las marcas y las personas, una estrategia de comunicación externa efectiva contribuye significativamente a aumentar la credibilidad de una empresa en su sector de mercado, además de mejorar su posicionamiento y sus ingresos, sabemos que este es un tema que puede generar muchas preguntas.

Por lo que se ha creado un contenido completo para explicar qué es la comunicación externa, su importancia y cómo desarrollar estrategias para implementarla con éxito.

Manifiestan García et al., (2022), cuando mencionamos la comunicación externa, nos referimos a la totalidad de información que una empresa transmite a todos los actores externos a su organización. Son los mensajes que cualquier entidad emite al público.

Estos mensajes se crean con el propósito de fortalecer la conexión que tiene con su clientela potencial, sus inversores y sus proveedores de servicios y materiales, la comunicación organizacional es un recurso intangible: a pesar de no ser físico, añade valor a una empresa y puede distinguirla de sus competidores. Aunque no siempre ha sido el foco de las organizaciones, la comunicación comenzó a ser importante para las empresas alrededor de mediados del siglo XX.

## **8.12. Importancia de comunicación externa**

Revelar la cultura de la empresa y propagar sus valores sería, en principio, la función de un departamento de comunicación externa con el objetivo de construir una imagen, el éxito de una empresa no solo se basa en realizar muchas ventas, sino también en la percepción que los usuarios o clientes tienen de nuestra marca, proyectar, promocionar y reforzar la imagen de la empresa es esencial Jiménez N. L., (2022). Por lo que es de suma importancia tener un buen plan para mejorar la comunicación externa de tu empresa (Vargas, 2021)

Define Baupista, (2020), la relevancia de la comunicación externa se basa en su objetivo de facilitar un flujo de información eficaz.

Entre diversas organizaciones o individuos, y entre la empresa y su entorno, la función principal de la comunicación externa es promocionar, modificar y mantener la percepción que el público tiene de una empresa, una estrategia bien administrada nos permitirá comunicar y construir las fortalezas de la marca en la mente del público.

### **8.13. Canales de comunicación externa empresarial**

Para Álvarez, (2022), “los canales de comunicación externa empresarial se refieren a los medios o instrumentos que una empresa emplea para comunicar información a individuos o entidades fuera de la organización”.

La comunicación informal puede ocurrir en cualquier momento y en cualquier lugar, ya sea en la sala de descanso, en el pasillo o incluso fuera del lugar de trabajo. Esta puede manifestarse en forma de conversaciones casuales, chismes o rumores, la comunicación informal no sigue las rutas formales, puede ser muy útil para fortalecer las relaciones entre los empleados, compartir ideas y obtener retroalimentación inmediata.

#### **8.13.1. Correo electrónico**

Mediante el marketing por correo electrónico, puedes enviar diversos tipos de mensajes: desde los más persuasivos e informativos hasta los de venta y fidelización, el marketing por correo electrónico ofrece infinitas posibilidades y la clave reside en experimentar y evaluar qué contenido resuena con tu público (Perez M. , 2023).

El marketing por correo electrónico es una herramienta poderosa que permite a las empresas enviar una variedad de mensajes, desde informativos hasta persuasivos. Ofrece la posibilidad de personalizar el contenido para resonar con el público objetivo. La efectividad del marketing por correo electrónico puede evaluarse en términos de tasas de apertura, clics, conversiones y retención de clientes, es importante experimentar con diferentes tipos de contenido y evaluar qué resuena más con el público.

### **8.13.2. Redes Sociales**

Las redes sociales, como Facebook, son plataformas esenciales para interactuar con los seguidores de una manera más informal y dinámica. A pesar de la disminución en el número de publicaciones y el tiempo que los usuarios pasan en la plataforma, Facebook sigue siendo una red social popular debido a su gran cantidad de usuarios y diversidad de perfiles. La efectividad de las redes sociales puede evaluarse en términos de compromiso del usuario, crecimiento de seguidores, y la calidad y relevancia de las interacciones (Llinch, 2021).

Facebook continúa siendo la red social más popular en términos de cantidad total de usuarios y diversidad de perfiles. Sin embargo, ha experimentado un ligero declive debido a la disminución del número de publicaciones de los usuarios y el tiempo que pasan en la plataforma. Las redes sociales son perfectas para entablar diálogos con tus seguidores, resolver dudas e interactuar con ellos de una manera más informal y dinámica.

### **8.13.3. Mensajería Instantánea**

La mensajería instantánea se refiere a la comunicación en tiempo real entre dos o más personas a través de texto, imágenes, audio y video. Aplicaciones como WhatsApp y Telegram han evolucionado más allá de su función original de soporte al cliente para convertirse en herramientas esenciales en las estrategias de marketing y ventas. Estas plataformas permiten a las empresas interactuar directamente con sus clientes, proporcionar soporte en tiempo real, compartir actualizaciones y promociones, y fomentar una relación más personalizada con su audiencia (Pérez y Gardey, 2019).

La mensajería instantánea en las estrategias de marketing y ventas puede evaluarse en función de varios factores. Estos pueden incluir la tasa de respuesta del cliente, el nivel de compromiso del cliente, la tasa de conversión de las promociones compartidas, la satisfacción del cliente con el soporte proporcionado, y la capacidad de la empresa para mantener y cultivar relaciones a largo plazo con los clientes a través de estas plataformas.

#### **8.13.4. Revistas o blogs empresariales**

Un blog de empresa o un sitio web de información es un espacio en el mundo digital donde las marcas pueden construir su identidad, expresar sus ideas o perspectivas y compartirlas con una audiencia global. Los blogs de empresas pueden centrarse en nichos muy específicos, pero siempre tienen ciertos rasgos comunes y proporcionan información útil (Vargas, 2021).

Son plataformas de contenido en línea donde las empresas pueden compartir información detallada sobre sus productos, servicios o la industria en general. El criterio para evaluar su efectividad puede incluir la cantidad de visitas, el tiempo de permanencia en la página, la interacción del usuario (comentarios, me gusta, compartidos), y la conversión de visitantes en clientes.

#### **8.13.5. Notificaciones push**

Son mensajes que las empresas envían directamente a los dispositivos móviles de los usuarios, generalmente para anunciar actualizaciones, ofertas o recordatorios. El criterio para evaluar su efectividad puede incluir la tasa de apertura de las notificaciones, la tasa de clics en las notificaciones, y la conversión de estas interacciones en ventas o acciones deseadas (Fuente, 2023).

Las notificaciones push han transformado nuestra forma de comunicación. Su éxito radica en su capacidad para llegar al destinatario incluso cuando no está utilizando la aplicación. Cada vez que hay nueva información, el dispositivo alerta al usuario. Esto facilita una relación más fluida y cercana entre el usuario y la aplicación. Las notificaciones push son alertas instantáneas que se envían directamente al dispositivo de un usuario. Sus ventajas incluyen la capacidad de mantener a los usuarios informados y comprometidos, proporcionar actualizaciones en tiempo real y personalizar la experiencia del usuario.

#### **8.13.6. Foros de discusión**

Son plataformas en línea donde los usuarios pueden hacer preguntas, compartir experiencias y discutir temas relacionados con la empresa o la industria. El criterio para evaluar su efectividad puede incluir la cantidad de usuarios activos, la cantidad de publicaciones y



respuestas, la calidad de las discusiones, y el impacto de estas discusiones en la satisfacción del cliente y la reputación de la empresa (Barker, 2013).

La toma de decisiones: Se propone un tema de relevancia o problema a resolver entre los participantes, se abre el debate y los resultados o conclusiones del mismo ayudan a la toma de decisiones.

La participación ciudadana: Dar espacios donde los asistentes puedan proponer temas que les gustaría tratar en el foro. Este tipo de foros, tanto físicos como virtuales, tienen especial presencia en las políticas de participación ciudadana.

Con el desarrollo de las tecnologías, se utilizan plataformas de aprendizaje en donde se organizan foros entre otras actividades académicas. Estos se pueden plantear como espacios para exponer preguntas frecuentes, como tutorías entre los propios alumnos o entre docentes y estudiantes.

Fomentar la socialización: Existen foros cuyo objetivo principal está dirigido al fomento de las relaciones interpersonales. Estos pueden tener una temática específica o pueden tener diversos canales temáticos.

#### **8.14. Tipos de comunicación externa**

Menciona Sánchez C., (2023), en términos generales, existen tres tipos de comunicación externa, que son los siguientes:

##### **8.14.1. Comunicación externa operativa**

Se refiere a una comunicación general que ocurre entre los miembros de la organización y los clientes o proveedores, se le denomina así porque es esencial para la realización de los diversos procesos e interacciones y para la cooperación entre los participantes, para prevenir cualquier tipo de obstáculos y errores en la comunicación externa operativa, generalmente se designan responsables en cada área de la empresa, quienes se encargarán de comunicarse de manera oportuna con el público o las entidades correspondientes.

### **8.14.2. Comunicación externa estratégica**

Se refiere a la comunicación que la empresa emplea para entender las necesidades de sus usuarios y del público en general, o para obtener cierta información que pueda ser útil para su posicionamiento en el mercado.

### **8.14.3. Comunicación externa de notoriedad**

Para (De Amberes, 2022), este estilo de interacción tiene como objetivo realzar la reputación de la organización ante los ojos de los clientes, proveedores, el gobierno y otras corporaciones, con este fin, destaca de forma prominente las ventajas de su empresa y las ventajas que sus productos o servicios proporcionan.

Este estilo de interacción se centra en mejorar la reputación de la organización ante los clientes, proveedores, el gobierno y otras empresas, el objetivo es presentar la empresa de la mejor manera posible, destacando sus fortalezas y el valor que puede aportar a sus clientes y socios, esto ayuda a la empresa a ganar confianza y reconocimiento en el mercado, lo que puede conducir a una mayor lealtad de los clientes, mejores relaciones con los proveedores y una mayor aceptación por parte del gobierno y otras empresas.

## **8.15. Cumplimiento de actividades**

El cumplimiento implica reconocer, entender y poner en práctica las leyes y normativas que son relevantes para una organización, las autoridades reguladoras proporcionan marcos, guías, instrucciones, circulares, avisos y directivas para facilitar las operaciones diarias de la organización, estas normativas permiten a las organizaciones e instituciones diseñar e implementar procesos y sistemas adecuados que contribuyan a alcanzar los objetivos generales y aseguren una conducta de negocios transparente y ética, de cada empleado de la organización identificar y comprender los requisitos regulatorios pertinentes y aplicables relacionados con su campo de trabajo García, (2023).

Para Martín E., (2019), el término “cumplimiento de actividades” se refiere a la ejecución de tareas o acciones que se han acordado o prometido.

En un entorno empresarial, puede indicar el nivel en el que se han realizado las tareas asignadas o se han alcanzado los objetivos propuestos. De manera más general, el

cumplimiento de actividades puede ser relevante en casi todos los aspectos de la vida, incluyendo el ámbito personal, social, político y empresarial, siempre, sin importar los sujetos, objetos y circunstancias, el tema del cumplimiento estará presente.

### **8.15.1. Importancia del cumplimiento**

La prevención, como ya hemos señalado, posibilita eludir cualquier situación de incumplimiento de las normas gracias a la detección temprana de los riesgos que esto podría conllevar, así como a la implementación de controles que contribuyan a reducir su posible aparición Jiménez M., (2022).

La detección se refiere a la identificación de errores o insuficiencias en los controles implementados para prevenir riesgos asociados al incumplimiento de normativas. Una vez que se descubren estas deficiencias, es esencial corregirlas o establecer nuevos controles. El reporte consiste en informar de manera continua y oportuna a los líderes de la organización acerca de las actualizaciones en las normativas, los riesgos derivados del incumplimiento de las mismas y las acciones de mejora en relación al sistema de cumplimiento normativo.

En la administración del cumplimiento juega un papel crucial en la preservación de la integridad de una organización. según Aston, (2020).

Contribuye a generar una mayor confianza en los clientes, economizar costos y tiempo, automatizar los procedimientos de cumplimiento y disminuir los riesgos vinculados al incumplimiento. La administración del cumplimiento asegura que todas las operaciones de una empresa se adecúen a las regulaciones y leyes, atenuando de esta manera los problemas legales y mejorando la reputación de la organización.

En esencia, la administración del cumplimiento no se trata solo de evitar penalizaciones, sino de instaurar una cultura de responsabilidad.

### **8.15.2. Que es un indicador de cumplimiento**

Los indicadores de cumplimiento son los que evalúan la habilidad del departamento de cumplimiento para alinear a su organización con las políticas, tanto internas como externas, y con la legislación gubernamental, las tareas de cumplimiento más habituales incluyen la

auditoría interna, la capacitación en cumplimiento, la implementación de políticas y la administración de riesgos Coello, (2019, p. 508).

En el contexto de los negocios, un indicador de cumplimiento permite evaluar la habilidad y eficacia de ciertas actividades, o el desempeño de los profesionales destacados en las áreas de una empresa. Todo proceso tiene una serie de etapas a seguir, las cuales pueden llevarse a cabo sin grandes dificultades o complicaciones Pladevall, (2019).

Los indicadores de cumplimiento pueden funcionar como señales significativas de riesgo potencial, los equipos encargados del cumplimiento suelen emplear métricas y KPIs como instrumentos para evaluar riesgos, las mediciones de cumplimiento pueden ser implementadas como un sistema de alerta precoz para identificar posibles problemas de cumplimiento, y asistir a la empresa a actuar con rapidez para establecer controles u otras medidas que prevengan acciones regulatorias, mala publicidad e insatisfacción de los empleados Polo, (2020).

Los indicadores de cumplimiento actúan como señales importantes de riesgo potencial. Los equipos responsables del cumplimiento a menudo utilizan métricas y KPIs como herramientas para evaluar riesgos. Las mediciones de cumplimiento pueden implementarse como un sistema de alerta temprana para identificar posibles problemas de cumplimiento. Esto ayuda a la empresa a actuar rápidamente para establecer controles u otras medidas que prevengan acciones regulatorias, mala publicidad e insatisfacción de los empleados.

### **8.15.3. Tipos de indicadores de cumplimiento laboral**

Menciona Arriagada, (2021), los indicadores de cumplimiento laboral son medidas que evalúan la habilidad del departamento de cumplimiento para alinear a su organización con las políticas, tanto internas como externas, así como con la legislación gubernamental.

Aquí te presento la definición de algunos tipos de indicadores de cumplimiento laboral

- **Número de problemas no resueltos:** Este indicador mide la cantidad de problemas que aún no han sido resueltos en un período de tiempo determinado.

- **Número de problemas de relaciones con los empleados abiertos:** Este indicador mide la cantidad de problemas de relaciones con los empleados que están abiertos y que requieren atención.
- **Porcentaje de cuestiones pendientes después de la auditoría:** Este indicador mide el porcentaje de cuestiones que quedan pendientes después de una auditoría.
- **Tiempo del ciclo de investigación de cumplimiento:** Este indicador mide el tiempo que se tarda en investigar un problema de cumplimiento.
- **Porcentaje de auditorías internas completadas a tiempo:** Este indicador mide el porcentaje de auditorías internas que se completan dentro del plazo establecido.
- **Cantidad de ventas logradas:** Este indicador mide la cantidad de ventas que se han logrado en un período de tiempo determinado.
- **Cantidad de tareas realizadas:** Este indicador mide la cantidad de tareas que se han realizado en un período de tiempo determinado.
- **Tiempo de trabajo/servicio:** Este indicador mide la cantidad de tiempo que se ha dedicado al trabajo o al servicio.
- **Asistencia al lugar de trabajo:** Este indicador mide la asistencia de los empleados al lugar de trabajo.

Los indicadores de cumplimiento laboral son herramientas esenciales que evalúan la eficiencia y productividad de una organización. Estos indicadores miden aspectos como la resolución de problemas, las relaciones con los empleados, el cumplimiento de las auditorías, el rendimiento de las ventas, la productividad en términos de tareas realizadas, el tiempo dedicado al trabajo o servicio y la asistencia al lugar de trabajo. Un análisis de estos indicadores puede revelar áreas problemáticas, ineficiencias en los procesos, problemas de gestión del tiempo, problemas con la cultura de la empresa, entre otros.

#### **8.15.4. Cumplimiento Normativo**

Para Angel, (2022), en definitiva, el cumplimiento conforma un conjunto de buenas prácticas y procedimientos destinados a garantizar que una corporación cumple con:

- El marco normativo y reglamentario.
- Las políticas internas.
- Los códigos éticos y de buenas prácticas.

- Los compromisos con terceros (clientes y proveedores).

De esta manera, identifica y alerta sobre los riesgos legales y de funcionamiento en tres direcciones esenciales:

- Sanciones y multas.
- Pérdidas de reputación por incumplimientos.
- Costes financieros y de negocio.

Una vez identificados los problemas potenciales, el principal objetivo del cumplimiento normativo es implementar mecanismos preventivos para gestionar de manera positiva estos riesgos y evitar que se materialicen, la primera tarea es prevenir la delincuencia para evitar la responsabilidad penal de las entidades jurídicas, pero no es la única, también actúa en áreas más allá de la ley, como pueden ser las relacionadas con la gobernanza, el comportamiento corporativo y las buenas relaciones con los consumidores y usuarios.

## **8.16. Empresa**

En el ámbito del emprendimiento, el término ‘empresa’ puede tener diversas interpretaciones, ya que se consideran varios factores como su tamaño, la organización estructural o el tipo de actividad que realiza para definirla. Aunque probablemente ya estés familiarizado con muchas definiciones, es crucial que tengas una comprensión clara de lo que constituye una empresa, idealmente antes de comenzar tu propio negocio o emprendimiento. Esto te permitirá gestionarla de manera más efectiva, entender sus componentes y darle la visión a largo plazo que necesita Perafan, (2022).

Una empresa es una entidad compuesta por individuos que gestionan diversos recursos con el objetivo de obtener ganancias económicas. Define Sánchez J., (2024).

Su meta es producir un producto o servicio que cumpla con las necesidades de las personas. Puede estar conformada por una o varias personas y su principal objetivo es la producción y distribución de bienes o servicios para satisfacer las necesidades de la sociedad y obtener beneficios económicos. La estructura y tamaño de una empresa pueden variar, desde una sola persona hasta miles de empleados, y su éxito depende en gran medida de una gestión eficaz y estratégica.

Una empresa es una entidad organizada que se dedica a la gestión de recursos con el fin de generar beneficios económicos. Su propósito es crear productos o servicios que satisfagan las necesidades de las personas. La empresa puede estar formada por un individuo o por un grupo de personas, y su objetivo principal es la producción y distribución de bienes o servicios para satisfacer las demandas de la sociedad y, a su vez, obtener ganancias. El tamaño y la estructura de una empresa pueden variar enormemente, desde un solo individuo hasta organizaciones con miles de empleados.

### **8.16.1. Importancia de la empresa**

Una empresa es relevante debido a su habilidad para reunir a individuos en la búsqueda de metas compartidas y lograr ganancias, al generar empleos, una empresa puede garantizar la prosperidad de numerosas familias. Para Hernández E., (2023).

Es esencial que tanto los líderes como los empleados se concentren en el desarrollo de la empresa y eviten conductas ilícitas que puedan dañarla, una empresa es una entidad social compleja que aspira a una organización más eficiente de los recursos para lograr beneficios económicos y productivos.

Hay una división social en la empresa, donde los más acaudalados poseen los medios de producción y las ganancias, mientras que la mayoría de los empleados se encuentran en estratos medios o bajos de la jerarquía social.

La empresa puede ser considerada como una de las construcciones humanas más complejas en términos de relaciones. Una empresa es una agrupación de individuos que se unen con el propósito de alcanzar metas compartidas y obtener beneficios a partir de ello. Aunque el término “empresa” se asocia comúnmente con el ámbito laboral y económico, la realidad es que una empresa puede ser un objetivo específico que requiere la colaboración de varias personas Sánchez J. V., (2023).

Una empresa es, sin duda, una entidad compleja que implica una red intrincada de relaciones. Es una agrupación de individuos que se unen con un propósito común: alcanzar objetivos y obtener beneficios. Aunque a menudo asociamos la empresa con el ámbito laboral y económico, su esencia va más allá. Una empresa puede ser cualquier objetivo que requiere la colaboración de varias personas. Por lo tanto, una empresa no es solo un ente económico, sino también un

organismo social que requiere la cooperación y coordinación de sus miembros para alcanzar sus metas.

### 8.16.2. Tipos de empresas

Cuando hablamos de tipos de empresa, estamos realizando una clasificación de la misma según distintas variables que le afectan directamente. En principio, hay miles y miles de formas de clasificar una empresa, ya que podríamos hacerlo con cualquier cosa que forme parte de ella. Sin embargo, a la hora de realizar una clasificación útil que pueda servir para estudiar aspectos importantes de la empresa, hay que valorar cuáles son las variables con más relevancia dentro de la estructura de la misma Palacios, (2023).

**Según el sector:** Las empresas pueden ser clasificadas de acuerdo al sector en el que operan, es decir, las actividades que realizan.

Para Roger, (2023), los sectores son:

- **Sector primario:** Incluye actividades económicas relacionadas con la recolección, extracción y transformación de recursos naturales, como la agricultura, la pesca, la ganadería, la apicultura, la tala forestal, la silvicultura, entre otras.
- **Sector secundario:** Comprende todas las actividades que transforman la materia prima en productos de consumo o bienes. Incluye subcategorías como la artesanía, industria, construcción y energía.
- **Sector terciario:** También conocido como el sector de servicios, no se constituye por actividades productoras o transformadoras, sino que busca satisfacer las necesidades de las personas en el mundo y puede estar relacionado con el comercio, las comunicaciones, los servicios públicos, las finanzas, el turismo, entre otras.
- **Sector cuaternario:** Se caracteriza por el conocimiento. Sus servicios pueden mecanizar acciones como la generación e intercambio de información, actividades tecnológicas, educación, investigación y desarrollos de tipo intelectual.

La economía se divide en cuatro sectores principales. El sector primario se ocupa de la extracción y transformación de recursos naturales, como la agricultura y la pesca. El sector secundario transforma la materia prima en productos de consumo, incluyendo la industria y la construcción. El sector terciario, o sector de servicios, satisface las necesidades de las personas



a través de actividades como el comercio y las finanzas. Finalmente, el sector cuaternario se centra en el conocimiento y la información, abarcando áreas como la tecnología y la educación. Cada sector juega un papel vital en la economía y juntos forman una cadena interconectada de producción, distribución y consumo.

**Según el tamaño:** Las empresas pueden ser grandes, medianas o pequeñas y cuentan con subcategorías muy conocidas y establecidas Gutiérrez, (2022).

- **Microempresa:** Es una unidad económica conformada por menos de 10 trabajadores que genera anualmente ingresos menores a los 200.000 USD.
- **Pequeña empresa:** Es un negocio que tiene entre 11 y 49 empleados y genera ventas entre los 200.000 y los 500.000 USD anuales.
- **Mediana empresa:** Cuenta con entre 50 y 249 trabajadores y sus ventas pueden llegar hasta 10.000.000 USD por año.
- **Gran empresa:** Tiene entre sus filas a más de 250 empleados y genera de ganancias con cifras superiores a los 10.000.000 USD por año.

Las empresas se clasifican en diversas categorías basadas en su tamaño y volumen de ingresos. Las microempresas son las más pequeñas, compuestas por un equipo reducido y generan ingresos modestos. Las pequeñas empresas tienen un equipo más grande y generan un volumen de ventas mayor. Las medianas empresas cuentan con un equipo aún más amplio y sus ventas pueden ser significativas. Finalmente, las grandes empresas tienen un gran número de empleados y generan ganancias considerables. Cada tipo de empresa presenta sus propios desafíos y oportunidades, y su gestión requiere estrategias y enfoques adaptados a su tamaño y volumen de ingresos.

**Según su ámbito de actuación:** Existe una clasificación de empresas dependiendo del ámbito geográfico en el que realizan sus actividades.

- **Empresas locales:** Son aquellas empresas que venden sus productos o servicios dentro de una localidad determinada.
- **Empresas nacionales:** Actúan dentro de un país.
- **Empresas multinacionales/internacionales:** Se localizan en un país, pero venden sus productos o servicios en diferentes países. Estas organizaciones hacen exportaciones de

mercancías y cuentan con relaciones de comercio exterior importantes que solidifican su presencia y producción.

- **Empresas transnacionales:** No sólo están establecidas en un país, sino que también están constituidas en otros lugares del mundo. El propósito de habilitar varios lugares de operación consiste en cumplir con procesos de distribución, venta y producción en los países en donde están asentadas.

Las empresas se clasifican en diferentes categorías según su alcance geográfico. Las empresas locales operan dentro de una localidad específica, mientras que las empresas nacionales tienen presencia en todo un país. Las empresas multinacionales o internacionales, aunque se localizan en un país, tienen una presencia comercial en varios países.

**Según su forma jurídica:** Esta clasificación se basa en la identidad legal que una empresa adopta. Esto determina el número de socios, el capital y el tipo de responsabilidad de cada persona involucrada en la dirección de la empresa Herrera, (2023).

- **Persona física:** Es una empresa formada por una única persona autónoma, también conocida como “emprendedor”, quien es el principal responsable de cualquier situación financiera y legal dentro de la organización. Por lo tanto, es la única que recibe los beneficios de dicho negocio.
- **Sociedad o asociación civil:** Es una empresa formada por la unión de varias personas para llevar a cabo las actividades empresariales en conjunto. En este sentido, todos sus miembros son responsables de todos los beneficios y deudas.
- **Persona moral:** Es la unión de dos o más individuos para obtener los beneficios de una actividad comercial lucrativa. En este tipo de empresas, las responsabilidades, riesgos y objeto social deben dividirse, según un acuerdo previo entre las personas involucradas.
- **Cooperativa:** Es un esquema jurídico que se refiere a las empresas que se crean para cubrir necesidades socioeconómicas de sus propietarios.
- **Sociedad comanditaria:** Es la que tiene dos tipos de socios: colectivos con responsabilidad ilimitada y los comanditarios con responsabilidades limitadas de aportación de capital.

- **Sociedades limitadas:** Son empresas en las cuales los socios asumen una responsabilidad limitada. Por lo tanto, solo responden por las inversiones o acciones que han aportado a la compañía.
- **Sociedad anónima:** Al igual que las sociedades limitadas, en la sociedad anónima los socios no tienen que asumir todos los compromisos de la empresa. Más bien, cada persona puede decidir si desea o no adquirir acciones.

Las empresas pueden adoptar diversas formas legales, cada una con sus propias características y responsabilidades. Una empresa individual es operada por una sola persona que asume toda la responsabilidad financiera y legal. Las sociedades civiles y las personas morales son empresas formadas por varios individuos que comparten responsabilidades y beneficios. Las cooperativas son empresas creadas para satisfacer las necesidades socioeconómicas de sus miembros, las sociedades comanditarias y limitadas limitan la responsabilidad de los socios a su inversión en la empresa.

**Según su cuota de mercado:** La cuota de mercado es el porcentaje o participación que una empresa obtiene por la venta de algún producto o servicio en relación con las ventas totales de dicho producto o servicio en un territorio específico y durante un periodo determinado.

- **Empresa aspirante:** Esta empresa se caracteriza por tener una estrategia dirigida a ampliar su cuota frente al líder y las otras compañías competidoras. Su actuación depende de sus objetivos comerciales.
- **Empresa especialista:** Las empresas especialistas responden a necesidades muy particulares en un segmento de mercado determinado. Pueden actuar casi en condiciones de monopolio; por ello, tienen que ser empresas relativamente grandes para tener un alto nivel de rentabilidad.
- **Empresa líder:** Las empresas líderes, como lo sugiere su nombre, marcan la pauta en todos los aspectos de negocio: precio, publicidad, innovación, logística, etc. Suele ser un negocio “modelo” que otras empresas más pequeñas buscan imitar.
- **Empresa seguidora:** Este tipo de empresas no tienen suficiente rentabilidad ni un nivel de cuota suficiente como para alarmar o llamar la atención de alguna empresa líder en el mercado en común.

Las empresas pueden clasificarse en diferentes categorías según su estrategia y posición en el mercado. Las empresas aspirantes buscan expandir su cuota de mercado y competir con las líderes. Las empresas especialistas se centran en nichos de mercado específicos y pueden operar en condiciones casi monopolísticas, las empresas líderes establecen el estándar en todos los aspectos del negocio y suelen ser el modelo a seguir para otras empresas. Las empresas seguidoras, por otro lado, tienen una rentabilidad y cuota de mercado más modestas y suelen operar sin llamar la atención de las empresas líderes.

**Según su procedencia de capital:** Este tipo de empresas se clasifica dependiendo del tipo de capital que recibe o utiliza para su gestión.

- **Empresa privada:** Es aquella cuyo capital e inversiones que recibe provienen de individuos particulares que desean obtener una rentabilidad y beneficios a través de sus actividades comerciales.
- **Empresa pública:** Es la que, en oposición a las empresas privadas, recibe inversiones de las arcas del Estado. Usualmente son negocios que prestan servicios a la sociedad y no deben implicar beneficios para ningún particular.
- **Empresa mixta:** Es la que posee tanto capital público como privado; esto ocurre cuando la inversión pública no cubre las necesidades completas para que la empresa realice sus actividades. Por ello, pueden recibir apoyo de la inversión privada para ejecutar sus procesos con efectividad.

Las empresas pueden ser clasificadas en función de la naturaleza de su propiedad. Las empresas privadas son financiadas por inversores individuales que buscan obtener beneficios de sus actividades comerciales, las empresas públicas, por otro lado, son financiadas por el Estado y suelen prestar servicios a la sociedad sin buscar beneficios para individuos particulares. Las empresas mixtas combinan inversión pública y privada, lo que suele ocurrir cuando la inversión pública no es suficiente para cubrir las necesidades de la empresa.

**Según su esquema laboral:** Se refiere a los modelos de colaboración, o las formas en que los empleados trabajan en las empresas. Aunque siempre han existido diferentes horarios y formas de trabajo, la pandemia de COVID-19 incrementó significativamente el número de personas que trabajan desde casa. Solo en Latinoamérica, 23 millones de personas adoptaron el trabajo

remoto. Esta cifra, antes de la crisis sanitaria, no superaba el 3%. Según esta clasificación, las empresas se dividen de la siguiente manera:

- **Empresas con trabajo presencial:** Solo realizan sus actividades en las instalaciones de la empresa. Esto generalmente ocurre debido al tipo de operaciones que se realizan, las cuales requieren trabajo físico o cooperación constante entre equipos.
- **Empresas con trabajo remoto:** Son organizaciones que favorecen el trabajo flexible, donde los trabajadores pueden realizar sus actividades desde casa en los horarios que la empresa establezca o de acuerdo a los objetivos que el empleado debe cumplir (sin tomar en cuenta cuotas horarias).
- **Empresas con trabajo mixto:** Alternan sus actividades de forma presencial y remota según las necesidades que se presenten (por ejemplo, una reunión con clientes o una dinámica grupal). También puede ser el caso que algunos empleados siempre trabajen desde casa y otros tengan que asistir a la sede de la empresa, dependiendo de la naturaleza de sus labores.

Las empresas pueden operar bajo diferentes modalidades de trabajo. Las empresas con trabajo presencial realizan todas sus actividades en las instalaciones de la empresa, lo que suele ser necesario para trabajos que requieren cooperación constante o trabajo físico, las empresas con trabajo remoto permiten a los empleados trabajar desde casa, proporcionando flexibilidad y adaptabilidad. Las empresas con trabajo mixto combinan ambos enfoques, permitiendo a algunos empleados trabajar desde casa mientras que otros trabajan en las instalaciones de la empresa, dependiendo de las necesidades de la empresa y la naturaleza del trabajo.

### **8.17. Rectificadora**

Define Albert, (2022), La rectificadora es una herramienta indispensable que se ha vuelto un componente esencial en la mayoría de los talleres industriales, se emplea principalmente para cortar y remodelar una variedad de materiales, como el metal y el plástico.

Estas máquinas difieren en tamaño, forma y potencia, lo que les permite especializarse en tareas específicas o en funciones multitarea, a gran escala, son máquinas CNC, mientras que las versiones más compactas suelen ser herramientas de mesa preconfiguradas.

Dado que la herramienta de corte está compuesta por partículas abrasivas que trabajan en conjunto con el movimiento rotatorio de la cabeza de rectificado, produce un acabado liso y exacto en cualquier superficie.

Para Mato, (2020), la rectificadora es una máquina herramienta que se emplea para llevar a cabo mecanizados por abrasión, logrando una mayor precisión dimensional y menores rugosidades que en el mecanizado por arranque de viruta, las piezas que se rectifican son principalmente de acero que ha sido endurecido a través de un tratamiento térmico.

Para el proceso de rectificado se utilizan discos abrasivos resistentes, conocidos como muelas, el rectificado se realiza después de que la pieza ha sido procesada por otras máquinas herramientas que han eliminado las impurezas más grandes, dejando solo un pequeño exceso de material para ser removido por la rectificadora con precisión, en ocasiones, a una operación de rectificado.

### **8.17.1. Tipos de máquinas rectificadoras**

Para López R (2020) como mencionábamos, las rectificadoras son instrumentos especializados que se emplean para rectificar una variedad de materiales.

Utilizan ruedas y bandas abrasivas para rectificar materiales como metales y piedra, la mayoría de estas máquinas operan con electricidad y pueden clasificarse en tres tipos principales: de superficies, cilíndricas y de herramientas y cortadores.

#### **8.17.1.1. Rectificadoras de superficies**

Las rectificadoras de superficies son máquinas especializadas que utilizan un disco rotatorio para modificar una pieza plana.

Su principal función es eliminar material de la pieza de trabajo para lograr la forma o el acabado superficial deseado, este proceso es esencial en diversas industrias, como la manufactura y la metalurgia, donde se requiere precisión y un acabado de alta calidad en las piezas. La eficacia de estas máquinas radica en su capacidad para producir superficies con alta precisión dimensional y acabados superficiales finos.

### **8.17.1.2. Rectificadoras cilíndricas**

Las rectificadoras cilíndricas son máquinas especializadas que trabajan en las superficies internas de objetos con forma cilíndrica.

Estas máquinas cuentan con cabezales que se desplazan a lo largo o alrededor de la circunferencia del objeto, permitiendo un alto grado de precisión y control. Son esenciales en industrias donde se requiere un acabado preciso en superficies cilíndricas, como la industria automotriz o la aeroespacial, su capacidad para trabajar en diferentes direcciones permite una gran flexibilidad en el tipo de trabajos que pueden realizar, desde el rectificado de diámetros internos hasta el rectificado de formas complejas. Su eficacia radica en su capacidad para producir superficies con alta precisión dimensional y acabados superficiales finos.

### **8.17.1.3. Rectificadoras de herramientas y fresas**

Las rectificadoras de herramientas y cortadores se emplean para afilar cortadores, hojas de sierra, brocas de fresadora, taladros, avellanadores, extractores de tornillos y otras herramientas de corte.

Las rectificadoras son máquinas especializadas que se utilizan para dar forma y acabado a diversos materiales mediante el uso de ruedas y bandas abrasivas. Se pueden clasificar en tres tipos principales: rectificadoras de superficies, que utilizan un disco rotatorio para trabajar sobre una pieza plana; rectificadoras cilíndricas, que trabajan en las superficies internas de objetos cilíndricos; y rectificadoras de herramientas y cortadores, que se utilizan para afilar diversas herramientas de corte, cada tipo tiene su propio conjunto de aplicaciones y características únicas.

## **9. PREGUNTAS CIENTÍFICAS**

### **1.-¿Cómo se puede contextualizar teóricamente la comunicación interna en relación con el cumplimiento de actividades en una organización?**

La comunicación interna fue contextualizada teóricamente en relación con el cumplimiento de actividades en una organización a través de varias teorías de comunicación organizacional, estas teorías destacan la importancia de una comunicación efectiva para el funcionamiento eficiente de una organización. La comunicación interna efectiva asegura que todos los miembros de la organización comprendan sus roles y responsabilidades, lo que a su vez conduce a un mayor cumplimiento de las actividades.

### **2.-¿Cómo se evaluó el estado actual de la comunicación interna en la empresa y relación con el cumplimiento de actividades de los trabajadores para determinar cómo está influye en la realización de la actividad de los trabajadores?**

Según los resultados de la entrevista al gerente y la encuesta a los empleados. Dio como resultados que una comunicación interna efectiva puede conducir a una mayor comprensión de las tareas y responsabilidades, lo que a su vez resultó que, en un mayor cumplimiento de las actividades, una buena comunicación puede fomentar un ambiente de trabajo positivo, lo que puede aumentar la motivación y la productividad de los empleados.

### **3.-¿Cómo se determinó la relación entre las dos variables para entender si existe una correlación entre la comunicación interna y el cumplimiento de las actividades?**

El método que se usó de pruebas estadísticas, como la prueba de chi cuadrada, que ayudo a identificar si existe una relación significativa entre estas las dos variables estudiadas. En este caso, se determinó que existe una relación entre la comunicación interna y el cumplimiento de actividades, lo que sugiere que una comunicación interna efectiva puede contribuir al cumplimiento de las actividades en la empresa.



## **10. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **10.1. Método de investigación**

Un método de investigación es un conjunto ordenado de actividades y prácticas que se llevan a cabo para satisfacer inquietudes científicas o para descartar o demostrar una hipótesis, es un procedimiento que se sigue de manera sistemática, racional y objetiva para hallar el conocimiento dentro de un campo de estudio concreto Hernández, (2019).

#### **10.1.1. Método histórico**

Según Ruiz, (2020) método de investigación es una serie organizada de acciones y prácticas que se realizan para responder a preguntas científicas o para refutar o confirmar una hipótesis. Es un proceso que se lleva a cabo de forma sistemática, racional y objetiva para descubrir el conocimiento en un área de estudio específica.

El método histórico asistió en el estudio de la comunicación interna y el cumplimiento de actividades en la empresa Rectificadora Palma de diversas maneras. Mediante el análisis de la comunicación interna en la empresa, se logró identificar los factores externos que tuvieron influencia en la comunicación interna frente al cumplimiento de las actividades.

#### **10.1.2. Método deductivo**

Para Westreicher, (2020), es una técnica de razonamiento que se emplea para inferir conclusiones lógicas a partir de un conjunto de premisas o principios. Este método es un proceso cognitivo que transita de lo general (leyes o principios) a lo específico (fenómenos o hechos particulares).

El método deductivo permitió analizar la comunicación interna y la relación con el cumplimiento de actividades de los trabajadores en la Empresa Rectificadora Palma del Cantón, Quevedo, este método se basó en la lógica y permite obtener conclusiones a partir de un conjunto de premisa.

## **10.2. Tipo de investigación**

Para Castellero, (2019), investigación es un proceso sistemático, imparcial y verificable para obtener nuevos conocimientos, o para aplicar dichos conocimientos a la resolución de problemas concretos.

### **10.2.1. Investigación descriptiva**

Define Shuttleworth, (2021), es una modalidad de investigación que se dedica a detallar las particularidades de una población, situación o fenómeno que es el foco de su estudio. Su principal objetivo es proporcionar información sobre el qué, cómo, cuándo y dónde, en relación con el problema de investigación, sin priorizar la respuesta al “por qué” ocurre dicho problema.

La investigación descriptiva nos ayudó para el estudio sobre la comunicación interna y la relación con el cumplimiento de actividades de los trabajadores en la Empresa Rectificadora Palma del Cantón, Quevedo, esta investigación se centró en describir las características de un fenómeno o la relación entre variables, la cual permitió identificar el problema, y recopilar información, la cual se pudo analizar los datos sobre la comunicación interna y el cumplimiento.

### **10.2.2. Investigación de campo**

Define Rus, (2020), es fundamental para llevar a cabo otras como la exploratoria, la correlacional o la mixta. De hecho, en el método hipotético-deductivo (el que se utiliza en economía) suele ser el paso que sigue al planteamiento de las hipótesis, una vez que sabemos qué estamos buscando, necesitamos recolectar datos y para eso se realiza un trabajo de campo.

La investigación de campo sirvió para estudiar la comunicación interna y la relación con el cumplimiento de actividades de los trabajadores en la Empresa Rectificadora Palma del Cantón, Quevedo. esta investigación implicó la recolección de datos directamente de la fuente primaria a través de la observación directa y la interacción con el fenómeno o sujeto de estudio en su entorno natural.

### **10.2.3. Investigación no experimental**

Para Montano, (2019), la investigación no experimental es aquella en la que las variables del estudio no se controlan ni se manipulan, para llevar a cabo la investigación, los investigadores observan los fenómenos de interés en su entorno natural, recopilando los datos directamente para su posterior análisis.

La investigación no experimental fue útil para estudiar sobre la comunicación interna y la relación con el cumplimiento de actividades de los trabajadores en la Empresa Rectificadora Palma del Cantón, Quevedo, este tipo de investigación se realizó durante el estudio, los investigadores no pueden controlar, manipular o alterar a los sujetos, sino que se basó en la interpretación o las observaciones para llegar a una conclusión.

### **10.3. Nivel o alcance**

El nivel o alcance de una investigación hace referencia a los confines o la amplitud de un estudio. Es crucial definir con claridad los objetivos, las preguntas, los participantes, la metodología de investigación y las variables implicadas, el alcance puede verse influenciado por los recursos disponibles, la disponibilidad de datos y la complejidad del tema de investigación, los alcances de una investigación señalan el resultado que se derivará de ella y condicionan el método que se empleará para obtener dichos resultados Ramos, (2020).

#### **10.3.1. Investigación correlacional**

La investigación correlacional es un tipo de método de investigación no experimental en el que un investigador mide dos variables, comprende y evalúa la relación estadística entre ellas sin la influencia de ninguna variable externa, la investigación correlacional busca variables que parecen interactuar entre sí, de tal manera que cuando una variable se modifica, el investigador tendrá una clara comprensión de cómo la otra variable también se altera (2019).

En el contexto de la investigación correlacional, pudo explorar cómo la comunicación interna en la Empresa Rectificadora Palma está relacionada con el cumplimiento de las actividades de los trabajadores.

## **10.4. Técnica e instrumento de recolección de datos**

Las técnicas de recolección de datos son un conjunto de diversas herramientas que facilitan la recopilación de información de manera competente y eficiente para propósitos de investigación y análisis, estas técnicas se dirigen a obtener información que otros han escrito en relación con el tema de estudio. Los proyectos de investigación suelen incorporar la combinación de varias técnicas de recolección de datos para asegurar la validez y fiabilidad de una investigación Caro, (2019).

### **10.4.1. Entrevista**

La entrevista es una técnica de recolección de información que, además de ser una de las estrategias empleadas en procesos de investigación, tiene un valor intrínseco, ya sea que se realice dentro de una investigación o se diseñe independientemente de un estudio sistematizado, posee las mismas características y sigue los pasos propios de esta estrategia de recolección de información.

Por lo tanto, todo lo que se expone a continuación será útil tanto para desarrollar la técnica dentro de una investigación como para utilizarla de manera ocasional y aislada Folgueira, (2019).

La entrevista de investigación fue diseñada cuidadosamente para asegurar que las preguntas fueran claras y relevantes, y que los entrevistados se sientan cómodos respondiéndolas, también es importante tener en cuenta que la correlación no implica causalidad, por lo que, se encuentre una correlación, esto no necesariamente significa que una variable cause cambios en la otra.

### **10.4.2. Encuesta**

Manifiesta López (2021), las encuestas son técnicas de investigación que se utilizan para la recolección de datos mayormente utilizados como cuestionarios en una muestra de la población, el objetivo de la encuesta es recopilar información acerca de las opiniones de las personas sobre un tema determinado, al mismo tiempo, una encuesta puede relevar información pertinente acerca de las actitudes y comportamiento del segmento de personas encuestados.

La encuesta fue una herramienta de vital importancia para la investigación sobre la comunicación interna y el cumplimiento de actividades de los trabajadores en la Empresa, las preguntas de la encuesta fueron utilizadas para medir cómo los empleados perciben la comunicación interna en la empresa en las actividades laborales por parte de los empleados.

### 10.4.3. Población

Son métodos de investigación empleados para la recolección de datos, generalmente utilizados como cuestionarios en una muestra poblacional. Para Tamayo, (2019).

El propósito de la encuesta es recoger información sobre las opiniones de las personas respecto a un tema específico. Simultáneamente, una encuesta puede revelar información relevante sobre las actitudes y comportamientos del grupo de personas encuestadas.

El estudio de investigación se llevó a cabo en la empresa Rectificadora Palma, ubicada en el Cantón Quevedo. La población del estudio consistió en un total de 35 colaboradores, entre ellos, se encuentra un gerente propietario y 34 empleados que forman el personal, es el núcleo de la empresa, siendo ellos responsable de la ejecución de los servicios principales de la empresa, estos servicios incluyen la reparación de motores de transporte y maquinaria, que son actividades esenciales en el funcionamiento de la Rectificadora Palma.

El propietario, por otro lado, juega un papel crucial en la supervisión y dirección de estas operaciones, sus gestiones son fundamentales para el éxito de la empresa. Siendo la población con un número determinado de empleado para la investigación, se otorgó por tomar como muestra total los 34 empleados para llevar a cabo la recopilación de información mediante una evaluación.

**Tabla. 4** Población

<b>Población</b>	<b>N° Personas</b>
Gerente	1
Empleados	34
<b>Total</b>	<b>35</b>

**Elaborado por:** Los autores

## **11. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS**

### **11.1. Cuestionario para la entrevista dirigida al propietario de la empresa.**

**Entrevistado:** Ezio William Palma Rodríguez

**Fecha:** 27 de noviembre del 2023

#### **1.- ¿Cree que las instrucciones que proporciona a los empleados para realizar sus tareas son claras y concisas?**

Como Propietario, trato de que la comunicación al momento de dirigir las instrucciones de las actividades a cumplir, los empleados de la rectificadora sean de manera clara y comprensiva para un buen desempeño.

#### **2.- ¿Considera usted que la comunicación dentro de su equipo es efectiva y sin malentendidos?**

A lo largo del tiempo se aprende a liderar un equipo de trabajo, la cual se busca que la comunicación sea efectiva hacia los empleados, obteniendo esta como resultados rendimiento laboral al momento de cumplir sus obligaciones laborales y de esta manera se evita malos entendidos.

#### **3.- ¿Existe un ambiente de trabajo en la rectificadora positivo que promueva el compromiso de los empleados?**

Las actividades diarias en una rectificadora demanda de tiempo de esfuerzo, pero en la actualidad el ambiente es positivo trabajo bajos horarios cumpliendo las normativas de las leyes del empleado.

#### **4.- ¿Considera usted que los empleados tienen un equilibrio saludable entre el trabajo y la vida personal?**

Como es considerable la vida tanto del empleador y el empleado a nivel general, suelen la gran mayoría mezclar la vida laboral con la personal, debido a que los problemas tanto emocionales como saludable nos acompaña a lo largo de la vida, se puede considerar que se trata de manejar este tipo de casos cuando se presentan de manera profesional. Pero no le emitido a mis

empleados algún tipo de charlas para que aprendan a gestionar sus emociones personales en el área laboral.

**5.- ¿En la rectificadora existe algún tipo de estrés laboral o presión excesiva sobre los empleados?**

No, en la actualidad se trabaja con experiencia y profesionalismo las herramientas son automatizada hoy en día el trabajo tiene menos estrés que hace 10 años atrás la tecnología ayuda que la mano de obra sea más eficiente al momento de prestar un servicio esto hace que el empleado, analice donde se debe localizar el daño a reparar.

**6.- ¿Son tomada en cuenta las necesidades físicas de los empleados, como descansos adecuados?**

Claro que sí, para la rectificadora es de importancia contar con un empleado satisfecho a la hora de prestar su servicio laboral que se encuentre físicamente bien y es por eso que se respeta sus descansos de manera adecuada.

**7.- ¿Los empleados tienen acceso a las instalaciones y equipos necesarios para realizar su trabajo de manera efectiva?**

Tienen la predisposición de usar las instalaciones y los equipos necesarios al momento de realizar un trabajo, para la rectificadora en esto con el fin de que nuestra clientela se sienta seguro con el servicio prestado.

**8.- ¿Crees usted que se han tomado medidas para garantizar la seguridad física de los empleados en el lugar de trabajo?**

Se activado el protocolo necesario para garantizar las medidas de seguridad física del personal de la rectificadora, para evitar accidentes laborales.

**9.- ¿Cree que los empleados tienen los recursos y herramientas físicas necesarias para realizar su trabajo de manera eficiente?**

Claro como empresa es de prioridad que contemos con las herramientas necesarias para poder realizar un trabajo al momento de atender a la clientela nuestro personal cuenta con todas las herramientas necesarias para poder realizar el trabajo.

**10.- ¿Considera usted que los empleados están cumpliendo con sus responsabilidades laborales de manera efectiva?**

Hasta el momento no tengo quejas de mis empleados, cumple con las tareas solicitadas y realizan el servicio que busca la clientela lo hacen de una manera profesional y responsable, sobre todo.

**11.- ¿Siente usted que los empleados trabajan bien en equipo y colaboran entre sí para lograr resultados?**

Los empleados que son 30 operativos y somos 5 administrativos, considero que hacemos un buen equipo y más aún cuando se trata de un trabajo extenso y tenemos que meter las manos para poder entregar a tiempo, hay una buena comunicación al momento de realizar las actividades.

**12.- ¿Considera que los criterios de evaluación del desempeño están claramente definidos y comprendidos por los empleados?**

No, porque no se aplica a los empleados una evaluación de manera formal o documentada, entonces en esta parte los empleados no reciben una retroalimentación a través de las evaluaciones del desempeño.

**13.- ¿De qué manera el desempeño laboral afecta la productividad general de la empresa?**

Afecta mucho, si el rendimiento no es óptimo al momento de desempeñarse y este si afecta a la productividad de la empresa, porque al momento de no cumplir un trabajo de calidad podemos tener pérdidas de clientes.

**Análisis de la entrevista**



El análisis de los resultados positivos en la Empresa Rectificadora Palma del Cantón Quevedo reveló que la comunicación efectiva es crucial para el desempeño de los empleados, permitiendo una mejor comprensión de roles y responsabilidades. El ambiente de trabajo es positivo y cumple con las normativas laborales, lo que aumentó la satisfacción y productividad laboral. La implementación de tecnología ha reducido el estrés y aumentó la eficiencia de la mano de obra. Los empleados están satisfechos y sus descansos son respetados, lo que indica que la empresa valora el bienestar de sus empleados. Se implementó medidas de seguridad para evitar accidentes laborales y la empresa cuenta con las herramientas necesarias para realizar el trabajo de manera efectiva. Los empleados cumplen con las tareas solicitadas y brindan un servicio profesional y responsable. Finalmente, existe una buena comunicación al momento de realizar las actividades, lo que permite una coordinación y colaboración eficientes entre los empleados.

El análisis de los resultados negativos en la Empresa Rectificadora Palma del Cantón Quevedo indicó que existen áreas de mejora potenciales en la gestión de los recursos humanos y la productividad. La falta de charlas para ayudar a los empleados a gestionar sus emociones personales puede ser un obstáculo para su bienestar y rendimiento laboral, ya que las emociones pueden influir en la motivación, la satisfacción laboral y la productividad. Además, la ausencia de una evaluación formal o documentada significa que los empleados no reciben retroalimentación sobre su desempeño, lo cual es esencial para su desarrollo profesional y para asegurar que están alineados con los objetivos de la empresa. Finalmente, si el rendimiento de los empleados no es óptimo, esto puede afectar la productividad de la empresa y resultar en pérdidas de clientes. Un rendimiento óptimo puede ser el resultado de varios factores, incluyendo la falta de motivación, la falta de habilidades o capacitación, o problemas en el ambiente de trabajo. Por lo tanto, es importante identificar y abordar estos problemas para incrementar el rendimiento de los empleados y, en última instancia, la productividad de la empresa.

## 11.2. Cuestionario para encuestas dirigidas a los colaboradores de la empresa.

### Comunicación Ascendente

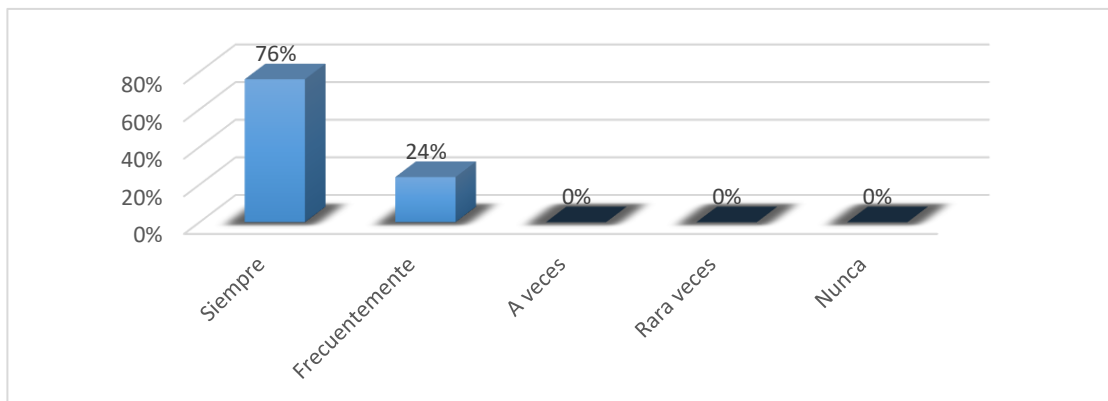
#### 1.- ¿Sus colegas se comportan de manera respetuosa y ética?

**Tabla. 5** Sus colegas en su área se comportan de manera respetuosa.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	26	76%
Frecuentemente	8	24%
A veces	0	0
Rara veces	0	0
Nunca	0	0
<b>Total</b>	<b>34</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Los Autores

**Gráfico. 2** Sus colegas en su área se comportan de manera respetuosa.



Elaborado por: Los Autores

### Análisis e interpretación

Los resultados de la encuesta aplicada a los empleados de la empresa Rectificadora Palma indican que la mayoría de ellos, un 76%, sienten que sus colegas en su área de trabajo siempre se comportan de manera respetuosa y ética. Adicionalmente, un 24% de los encuestados indicó que sus colegas se comportan de esta manera con frecuencia. Ninguno de los encuestados seleccionó las opciones de “A veces”, “Rara vez” o “Nunca”. Estos resultados sugieren que la empresa Rectificadora Palma ha cultivado un ambiente de trabajo donde el respeto y la ética son valores fundamentales. La mayoría de los empleados perciben que estos valores se reflejan en el comportamiento de sus colegas, lo cual es un indicador positivo de un ambiente de trabajo saludable y colaborativo.

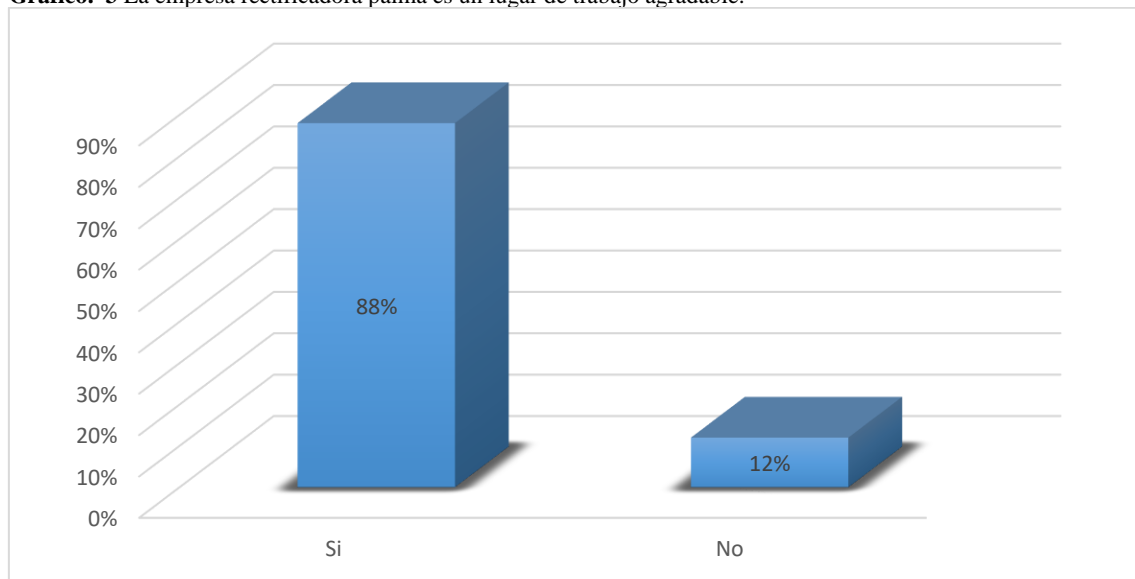
## 2.- ¿Considera usted que la empresa es un lugar de trabajo agradable y le gustaría continuar su carrera aquí?

**Tabla. 6** La empresa rectificadora palma es un lugar de trabajo agradable.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	30	88%
No	4	12%
<b>Total</b>	<b>34</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Los Autores

**Gráfico. 3** La empresa rectificadora palma es un lugar de trabajo agradable.



Elaborado por: Los Autores

### Análisis e interpretación

De la encuesta aplicada a la población el resultado el 88% de los encuestados respondió “Sí” a la pregunta “¿Considera usted que la empresa es un lugar de trabajo agradable y le gustaría continuar su carrera aquí?”, mientras que el 12% respondió “No”. Esto indica que una gran mayoría de los participantes en la encuesta encuentra la empresa un lugar de trabajo agradable y le gustaría continuar su carrera allí. Sin embargo, hay una pequeña proporción que no comparte este sentimiento, lo cual podría ser un área de interés para investigar y entender las razones detrás de esta insatisfacción.

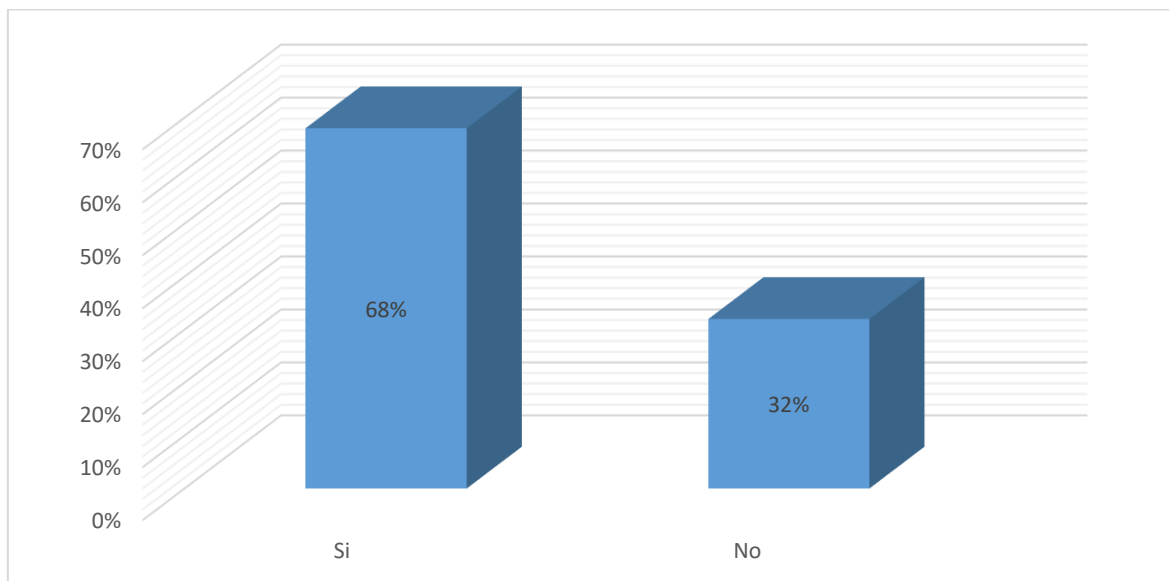
### 3.- ¿Usted se encuentra contento con el trabajo actual que desempeña?

**Tabla. 7** Se encuentra contento con el trabajo actual que desempeña.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	23	68%
No	11	20%
<b>Total</b>	<b>34</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Los Autores

**Gráfico. 4** Se encuentra contento con el trabajo actual que desempeña.



Elaborado por: Los Autores

### Análisis e interpretación

Los resultados de la encuesta muestran que la mayoría de los empleados de la empresa Rectificadora Palma se sienten contentos con su trabajo. Específicamente, fue un 68% de los encuestados respondió “Sí” a la pregunta “¿Usted se encuentra contento con el trabajo actual que desempeña?”, mientras que el 32% respondió “No”. Esto indica que una mayoría significativa de los participantes en la encuesta está satisfecha con su trabajo actual. Sin embargo, hay una proporción considerable que no está contenta, lo cual podría ser un área de interés para investigar y entender las razones detrás de esta insatisfacción.

## Comunicación Descendente

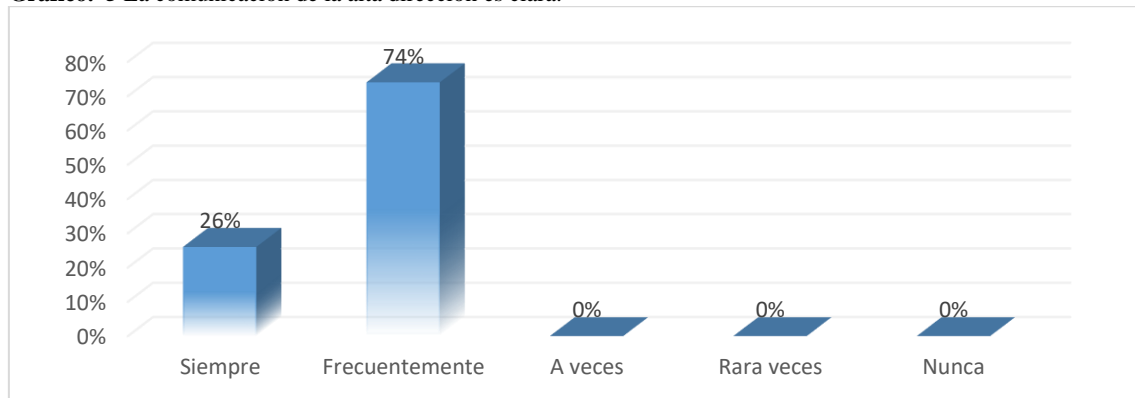
### 4.- ¿Considera usted que la comunicación de la alta dirección es clara para todos los empleados?

**Tabla. 8** La comunicación de la alta dirección es clara.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	9	26%
Frecuentemente	25	74%
A veces	0	0%
Rara veces	0	0%
Nunca	0	0%
<b>Total</b>	<b>34</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Los Autores7

**Gráfico. 5** La comunicación de la alta dirección es clara.



Elaborado por: Los Autores

### Análisis e interpretación

Los resultados de la encuesta aplicada a los empleados de la empresa Rectificadora Palma revelan que la mayoría de ellos perciben que la comunicación de la alta dirección es clara y efectiva. Específicamente, el 74% de los encuestados indicó que la comunicación de la alta dirección es clara para ellos de manera frecuente, mientras que el 26% manifestó que siempre es clara. Ninguno de los encuestados seleccionó las opciones de “A veces”, “Rara vez” o “Nunca”. Estos resultados sugieren que la alta dirección de la empresa está haciendo un buen trabajo al mantener a los empleados informados sobre las decisiones, políticas o cambios relevantes en la empresa. La comunicación efectiva desde la dirección hacia los empleados es un componente crucial para el éxito de cualquier organización, ya que puede fomentar un ambiente de trabajo transparente, promover la alineación con los objetivos de la empresa y mejorar la satisfacción y el compromiso de los empleados.

## 5.- ¿Usted está suficientemente informado sobre los objetivos y metas de la empresa?

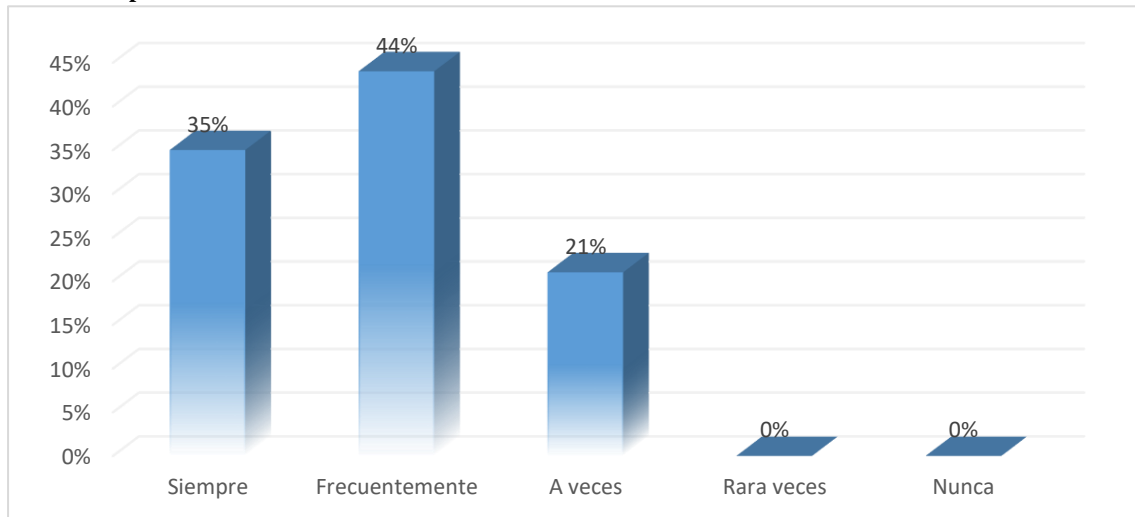
**Tabla. 9** Estás suficientemente informado sobre los objetivos y metas.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	12	35%
Frecuentemente	15	44%
A veces	7	21%
Rara veces	0	0%
Nunca	0	0%
<b>Total</b>	<b>34</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Los Autores

**Gráfico. 6** Estás suficientemente informado sobre los objetivos y metas.

**Elaborado por:** Los Autores



### Análisis e interpretación

Los resultados de la encuesta revelan que la empresa Rectificadora Palma tiene un nivel de comunicación interna efectiva hasta cierto punto. De los encuestados, el 35% siente que siempre están suficientemente informados sobre los objetivos y metas de la empresa. Sin embargo, la mayoría, un 44%, siente que solo están informados frecuentemente. Un 21% de los encuestados siente que solo a veces están informados. Estos resultados indicaron que, aunque una gran parte del personal comprende y está alineada con la dirección estratégica de la empresa, aún hay margen para mejorar la comunicación interna. La comprensión clara de los objetivos y la visión de la empresa por parte de los empleados es crucial para el éxito de cualquier organización, ya que los empleados que entienden estos pueden trabajar de manera más efectiva para alcanzarlos.

## Comunicación Horizontal y Vertical

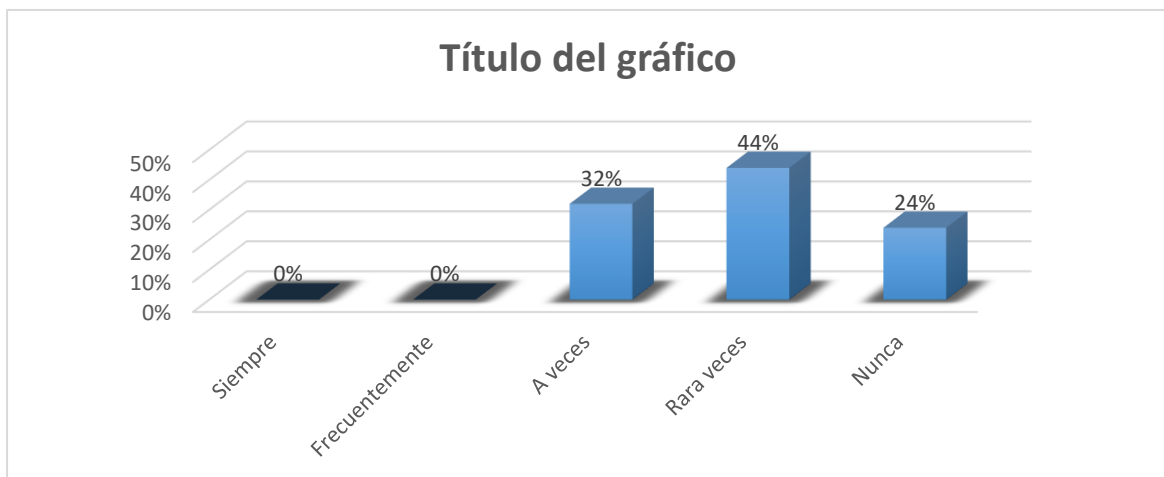
### 6.- ¿Entre compañeros de trabajo existen discusiones que afecten la eficiencia en la realización de las tareas?

**Tabla. 10** Con frecuencia existen discusiones entre compañeros.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	0	0%
Frecuentemente	0	0%
A veces	11	32%
Rara veces	15	44%
Nunca	8	24%
<b>Total</b>	<b>34</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Los Autores

**Gráfico. 7** Con frecuencia existen discusiones entre compañeros.



Elaborado por: Los Autores

### Análisis e interpretación

Los resultados de la encuesta aplicada a los empleados de la empresa Rectificadora Palma indican que las discusiones entre compañeros de trabajo no son un problema frecuente que afecte la eficiencia y la realización de tareas. Específicamente, el 32% de los encuestados siente que a veces existen discusiones, mientras que un 44% siente que rara vez existen discusiones que afecten la eficiencia. Un 24% de los encuestados mencionó que nunca existen tales discusiones. Estos resultados sugieren que, aunque las discusiones pueden generar un clima laboral negativo y potencialmente afectar la moral y la satisfacción laboral de los empleados, no parecen ser un problema frecuente en la empresa. Esto es un indicador positivo de un ambiente de trabajo saludable y colaborativo.

## Comunicación Formal e Informal

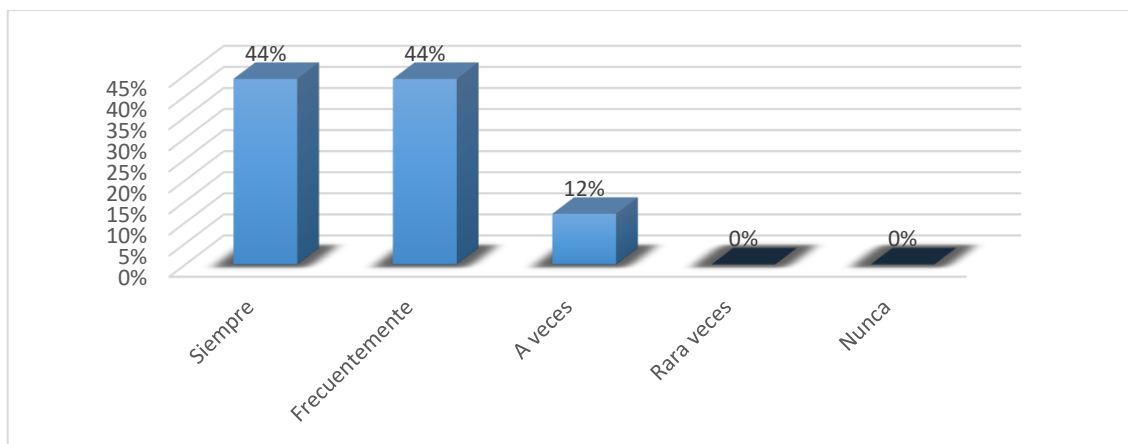
### 7.- ¿Usted recibe la información necesaria para llevar a cabo las tareas de manera eficiente?

**Tabla. 11** Recibes la información necesaria para llevar a cabo tus tareas.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	15	44%
Frecuentemente	15	44%
A veces	4	12%
Rara veces	0	0%
Nunca	0	0%
<b>Total</b>	<b>34</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Los Autores

**Gráfico. 8** Recibes la información necesaria para llevar a cabo tus tareas.



Elaborado por: Los Autores

### Análisis e interpretación

Los resultados de la encuesta aplicada a los empleados de la empresa Rectificadora Palma indican que la mayoría de ellos sienten que reciben la información necesaria para realizar sus tareas de manera eficiente. Específicamente, el 44% de los encuestados expresó que siempre recibe la información necesaria, mientras que otro 44% siente que frecuentemente recibe la información necesaria. Sin embargo, un 12% de los encuestados indicó que solo a veces recibe la información necesaria. Ninguno de los encuestados seleccionó las opciones de “Rara vez” o “Nunca”. Estos resultados sugieren que la empresa está haciendo un buen trabajo en términos de comunicación de la información necesaria para el desempeño eficiente de las tareas. Sin embargo, el hecho de que un pequeño porcentaje de los encuestados solo a veces sienta que recibe la información necesaria es una señal de que hay margen de mejora.



## Barreras Psicológicas

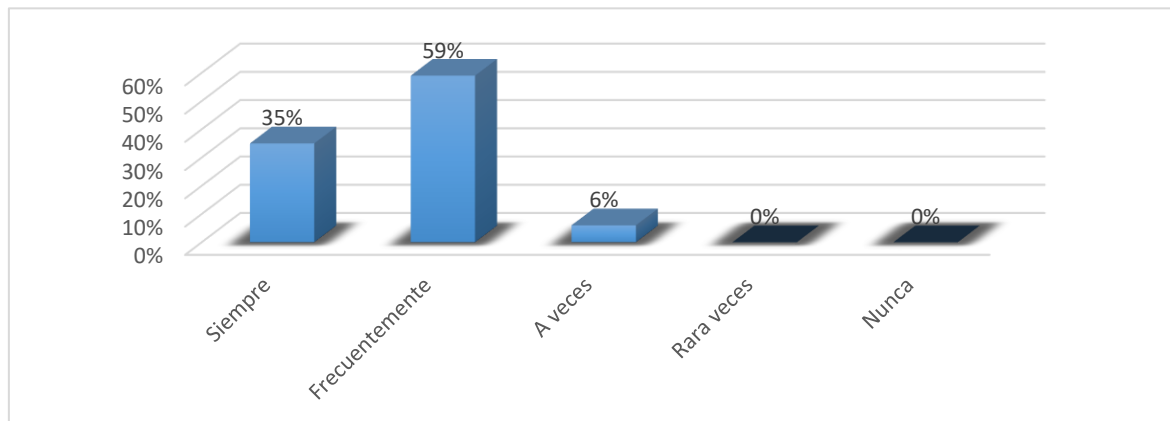
### 8.- ¿Ustedes como empleados se sienten apoyados por la gerencia para desarrollo personal y profesional?

**Tabla. 12** Se sienten los empleados apoyados por la gerencia.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	12	35%
Frecuentemente	20	59%
A veces	2	6%
Rara veces	0	0%
Nunca	0	0%
<b>Total</b>	<b>34</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Los Autores

**Gráfico. 9** Se sienten los empleados apoyados por la gerencia.



Elaborado por: Los Autores

### Análisis e interpretación

Los resultados de la encuesta aplicada a los empleados de la empresa Rectificadora Palma indican que la mayoría de ellos sienten que reciben un apoyo considerable de la gerencia para su desarrollo personal y profesional, el 35% de los encuestados expresó que siempre se sienten apoyados por la gerencia, mientras que un notable 59% siente que frecuentemente reciben dicho apoyo, un pequeño 6% de los encuestados indicó que solo a veces se sienten apoyados. Ninguno de los encuestados seleccionó las opciones de “Rara vez” o “Nunca”. Estos resultados sugieren que la empresa está haciendo un buen trabajo en términos de proporcionar las oportunidades y recursos necesarios para que los empleados crezcan y se desarrollen en sus roles.

## Barreras Fisiológicas

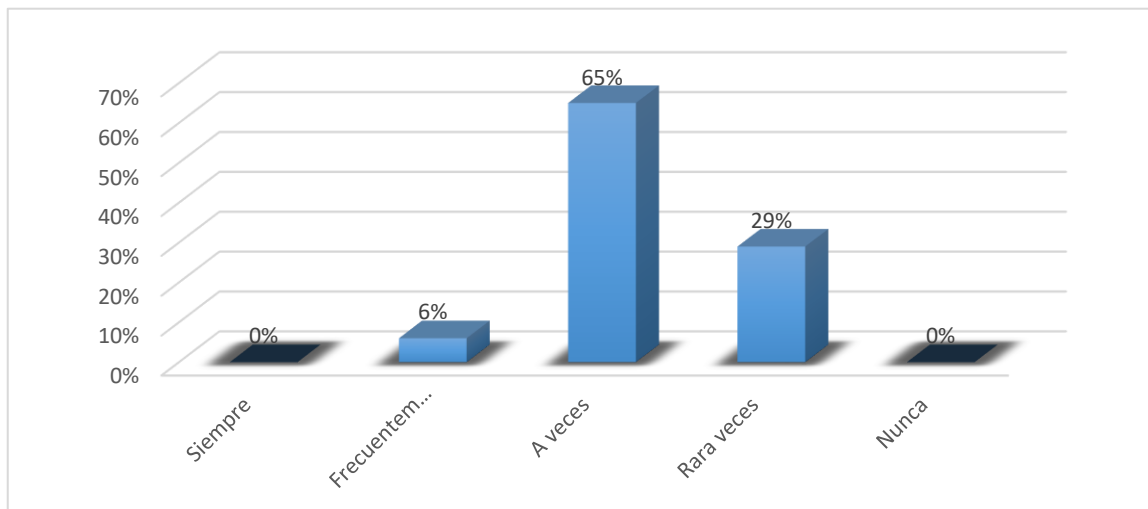
### 9.- ¿Su desempeño laboral es evaluado por la parte administrativa de la empresa?

**Tabla. 13** Desempeño laboral dentro de la empresa.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	0	0%
Frecuentemente	2	6%
A veces	22	65%
Rara veces	10	29%
Nunca	0	0%
<b>Total</b>	<b>34</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Los Autores

**Gráfico. 10** Desempeño laboral dentro de la empresa.



Elaborado por: Los Autores

### Análisis e interpretación

Los resultados de la encuesta aplicada a los empleados de la empresa Rectificadora Palma indican que el estrés en el trabajo no es una preocupación constante que afecta siempre su bienestar físico. Específicamente, ninguno de los encuestados siente que el estrés en el trabajo siempre afecta su bienestar físico., el 6%, siente que el estrés en el trabajo afecta frecuentemente su bienestar físico. Sin embargo, la mayoría de los encuestados, el 65%, siente que a veces el estrés afecta su bienestar físico, y un 29% siente que rara vez el estrés en el trabajo afecta su bienestar físico. Estos resultados sugieren que, aunque muchos empleados experimentan estrés en el trabajo que afecta su bienestar físico al menos ocasionalmente, la mayoría de los encuestados no considera que este estrés sea una preocupación constante.

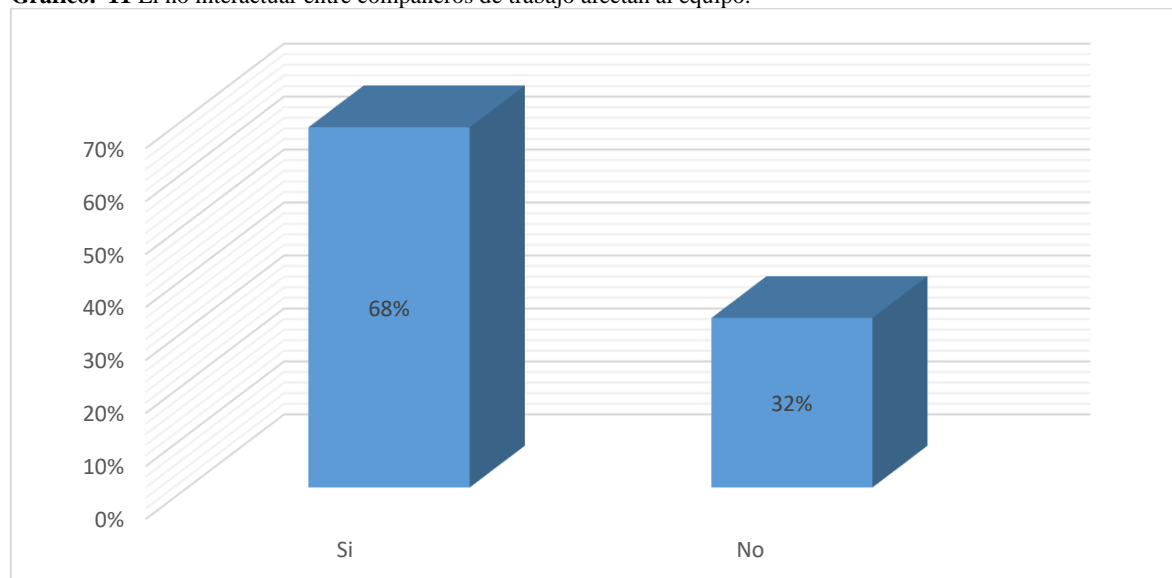
## 10.- ¿El no interactuar entre compañeros de trabajo afectan al equipo y cumplimiento de las tareas?

**Tabla. 14** El no interactuar entre compañeros de trabajo afectan al equipo.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	23	68%
No	11	32%
<b>Total</b>	<b>34</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Los Autores

**Gráfico. 11** El no interactuar entre compañeros de trabajo afectan al equipo.



Elaborado por: Los Autores

### Análisis e interpretación

Los resultados de la encuesta aplicada a los empleados de la empresa Rectificadora Palma indican que la mayoría de ellos sienten que la falta de interacción entre compañeros de trabajo afecta significativamente al equipo y al cumplimiento de las tareas. Específicamente, el 68% de los encuestados expresó que la falta de interacción siempre afecta al equipo y al cumplimiento de las tareas, mientras que un 32% siente que la falta de interacción afecta frecuentemente. Estos resultados subrayan la importancia de fomentar la interacción y la comunicación entre los miembros del equipo para asegurar un funcionamiento eficiente y el cumplimiento de las tareas.

## Barreras Físicas

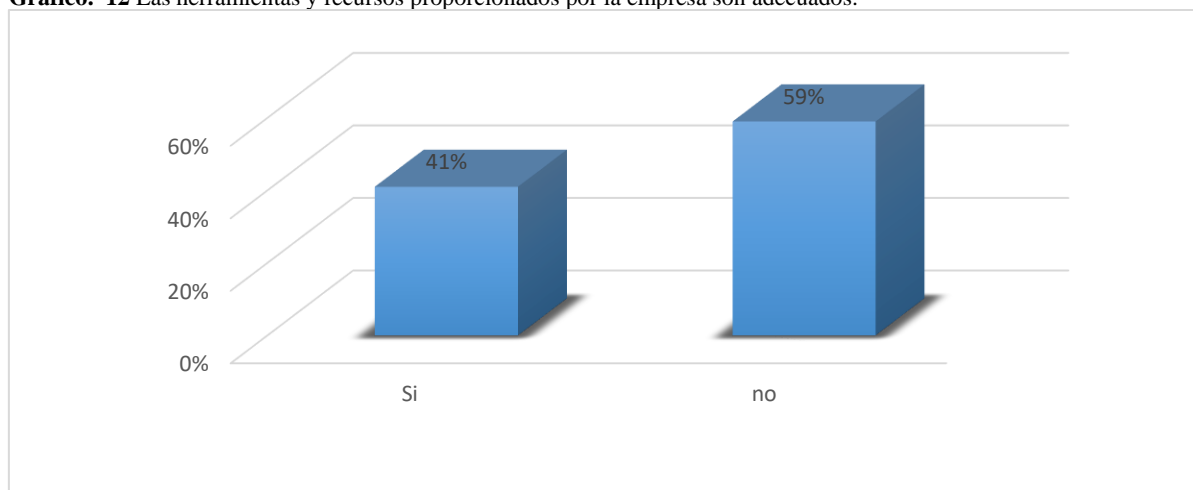
### 11.- ¿Considera usted que las herramientas y recursos proporcionados por la empresa son adecuados para realizar tus tareas?

**Tabla. 15** Las herramientas y recursos proporcionados por la empresa son adecuados.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	14	41%
No	20	59%
<b>Total</b>	<b>34</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Los Autores

**Gráfico. 12** Las herramientas y recursos proporcionados por la empresa son adecuados.



Elaborado por: Los Autores

### Análisis e interpretación

La población encuestada indica que el 41% de los encuestados siente que siempre tienen las herramientas y recursos adecuados proporcionados por la empresa para realizar sus tareas, 59% siente que frecuentemente tienen las herramientas y recursos adecuados, A veces, Rara vez y Nunca los encuestados no mencionaron estas opciones. Todos los encuestados los resultados de la encuesta, todos los empleados consideran que las herramientas y recursos proporcionados por la empresa son adecuados para realizar sus tareas, ya sea siempre o con frecuencia es importante tener las herramientas y recursos adecuados puede aumentar la productividad, mejorar la calidad del trabajo y reducir el estrés en el lugar de trabajo.

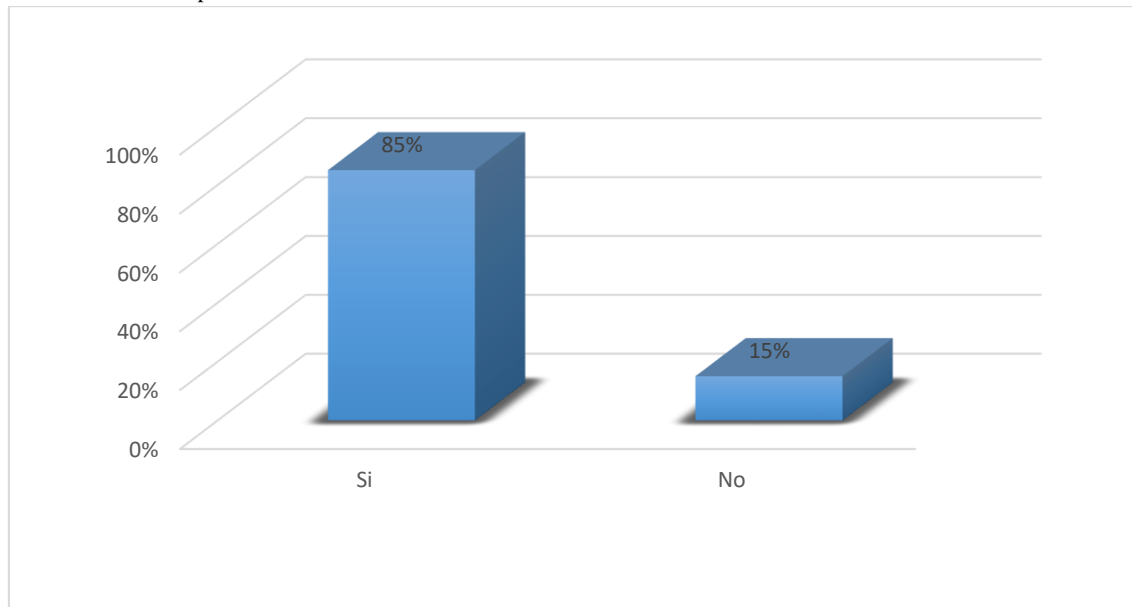
## 12.- ¿Usted participa de manera frecuente en conversaciones informales con sus compañeros de trabajo para obtener información o aclarar dudas?

**Tabla. 16** Participas de manera frecuente en conversaciones informales.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	29	85%
No	5	15%
<b>Total</b>	<b>34</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Los Autores

**Gráfico. 13** Participas de manera frecuente en conversaciones informales.



Elaborado por: Los Autores

### Análisis e interpretación

Los resultados de la encuesta aplicada a los empleados de la empresa Rectificadora Palma indican que la mayoría de ellos sienten que cuentan con las herramientas y recursos adecuados proporcionados por la empresa para realizar sus tareas de manera eficiente, específicamente, el un 68% respondió “Sí” y un 32% respondió “No”, podemos interpretar que la mayoría de los encuestados participa frecuentemente en conversaciones informales con sus compañeros de trabajo para obtener información o aclarar dudas. Esto sugiere que la interacción informal es una práctica común y valorada en el entorno de trabajo de los encuestados, posiblemente contribuyendo a una comunicación efectiva, la construcción de relaciones sólidas, la innovación y el aprendizaje continuo.

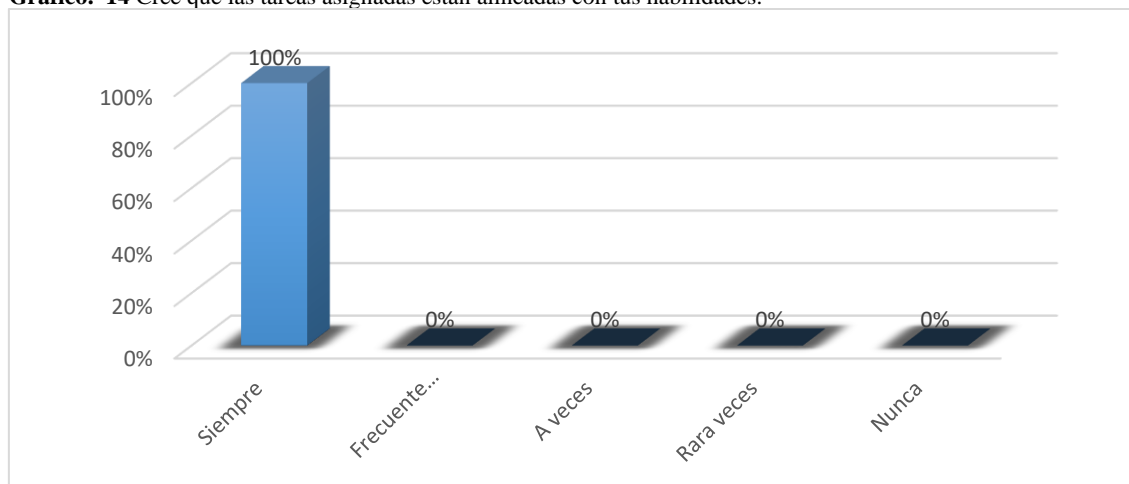
### 13.- ¿Cree que las tareas asignadas están alineadas con sus habilidades y capacidades?

**Tabla. 17** Cree que las tareas asignadas están alineadas con tus habilidades.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	34	100%
Frecuentemente	0	0%
A veces	0	0%
Rara veces	0	0%
Nunca	0	0%
<b>Total</b>	<b>34</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Los Autores

**Gráfico. 14** Cree que las tareas asignadas están alineadas con tus habilidades.



Elaborado por: Los Autores

### Análisis e interpretación

Los resultados de la encuesta aplicada a los empleados de la empresa Rectificadora Palma indican que todos ellos, un 100%, sienten que las tareas asignadas siempre están alineadas con sus habilidades y capacidades. Este es un indicador extremadamente positivo, ya que refleja que todos los encuestados están satisfechos con las tareas que se les asignan y sienten que pueden realizarlas de manera eficaz, estos resultados subrayan la importancia de asignar tareas que se ajusten a las habilidades y capacidades de los empleados para asegurar un funcionamiento eficiente y el cumplimiento de las tareas. Por lo tanto, se recomienda que la empresa Rectificadora Palma continúe con esta práctica de asignar tareas alineadas con las habilidades y capacidades de los empleados. Esto podría incluir la implementación de un sistema de evaluación de habilidades más eficiente, la realización de revisiones de desempeño más frecuentes y constructivas, y la provisión de formación en habilidades de trabajo para los empleados.

## **Análisis general de la encuesta**

Los resultados de la encuesta muestran que la empresa Rectificadora Palma tiene un ambiente de trabajo saludable y colaborativo, con altos niveles de respeto, ética, satisfacción laboral y comunicación efectiva. La mayoría de los empleados siente que tienen las herramientas y recursos necesarios, y que sus tareas están alineadas con sus habilidades. Además, la interacción informal es común y valorada. Sin embargo, aunque la mayoría de los empleados no considera que el estrés sea una preocupación constante, es importante tener en cuenta que algunos empleados experimentan estrés que afecta su bienestar físico al menos ocasionalmente. En general, estos resultados sugieren que la empresa está haciendo un buen trabajo en la creación de un ambiente de trabajo positivo, pero siempre hay margen para mejorar y abordar las áreas de estrés y comunicación.

Los resultados de la encuesta revelan varios desafíos en la empresa Rectificadora Palma. Un 32% de los empleados no está contento con su trabajo y un 12% no considera que la empresa sea un lugar de trabajo agradable. Aunque la mayoría del personal comprende y está alineada con la dirección estratégica de la empresa, solo el 35% siente que siempre están suficientemente informados sobre los objetivos y metas de la empresa. Además, un pequeño porcentaje de empleados solo a veces siente que recibe la información necesaria y se siente apoyado por la gerencia. Muchos empleados experimentan estrés en el trabajo que afecta su bienestar físico al menos ocasionalmente. Finalmente, la mayoría de los empleados (68%) siente que la falta de interacción entre compañeros de trabajo afecta significativamente al equipo y al cumplimiento de las tareas. Estos desafíos subrayan la necesidad de mejorar la comunicación, el apoyo de la gerencia, y la interacción entre los miembros del equipo.

### **11.2.1. VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS**

Para determinar la relación entre las variables de comunicación y cumplimiento de actividades, se realizó una prueba de chi-cuadrado. Esta prueba estadística es útil para verificar si existe una asociación entre dos variables categóricas. En este caso, las variables son la comunicación y el cumplimiento de actividades. La hipótesis nula para la prueba de chi-cuadrado asume que no hay relación entre las dos variables. Si el resultado de la prueba es significativo, se rechaza la hipótesis nula, lo que indica que las variables están relacionadas. Por lo tanto, la prueba de chi-

cuadrado ayudó a confirmar si hay o no una relación entre la comunicación y el cumplimiento de actividades.

**Para llevar a cabo la verificación se tomó en cuenta las siguientes preguntas.**

5.- ¿Usted está suficientemente informado sobre los objetivos y metas de la empresa?

9.- ¿Su desempeño laboral es evaluado por la parte administrativa de la empresa?

Las dos preguntas mencionadas se relacionan con la comunicación que forma parte de la variable dependiente y el cumplimiento de actividades que es variable independiente en un entorno laboral. La pregunta 5 se refiere a la comunicación efectiva de los objetivos y metas de la empresa a los empleados. Si los empleados están bien informados, es probable que estén más comprometidos y motivados para cumplir con sus tareas. La pregunta 9 se refiere a la evaluación del desempeño laboral, que es una actividad crucial en la gestión de recursos humanos. La evaluación regular del desempeño pudo ayudar a los empleados a entender sus fortalezas y áreas de mejora, y puede guiar su desarrollo profesional. Ambas preguntas son relevantes para la prueba de chi-cuadrado mencionadas anteriormente, ayudaron a determinar si existe una relación entre la comunicación (entendida como la claridad de los objetivos y metas de la empresa) y el cumplimiento de actividades (medido a través de la evaluación del desempeño).

### **11.2.2. Planteamiento de hipótesis**

**Hipótesis Nula (H0):** No existe una relación significativa entre la comunicación interna y el cumplimiento de actividades de los trabajadores en la empresa Rectificadora Palma.

**Hipótesis Alternativa (H1):** Existe una relación significativa entre la comunicación interna y el cumplimiento de actividades de los trabajadores en la empresa Rectificadora Palma.

Estas hipótesis se pueden verificar mediante la prueba de chi-cuadrado que mencionamos anteriormente. Si el resultado de la prueba es significativo, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa. Esto indicaría que la comunicación interna tiene un impacto en el cumplimiento de actividades de los trabajadores en la empresa. Si el resultado no es significativo, no se puede rechazar la hipótesis nula, lo que sugeriría que no hay suficiente evidencia para afirmar que la comunicación interna afecta el cumplimiento de actividades.



Estas hipótesis se utilizan como base para realizar pruebas estadísticas, como la prueba de chi-cuadrado mencionada. Si los resultados de la prueba son significativos, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, lo que indicaría que la comunicación interna tiene un impacto en el cumplimiento de actividades de los trabajadores en la empresa. Si los resultados no son significativos, no se puede rechazar la hipótesis nula, lo que sugeriría que no hay suficiente evidencia para afirmar que la comunicación interna afecta el cumplimiento de actividades. Estas hipótesis y las pruebas estadísticas asociadas ayudan a los investigadores a tomar decisiones informadas sobre los datos y a entender mejor las relaciones entre las variables que están estudiando

### **11.2.3. Nivel de significancia**

El nivel de significancia que se utilizó para la investigación es del 5%

### **11.2.4. Calculo del Chi-Cuadrado**

Prueba del Chi-Cuadrado cuya fórmula es:

$$X^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

**Dónde:**

- $X^2$  = Chi Cuadrado
- $\Sigma$  = Sumatoria
- O = Datos Observados
- E = Datos esperados

### 11.2.5. Tabla de resultados observados

Tabla. 18 Resultados observados.

Preguntas	Valores Observados					Total
	Siempre	Frecuentemente	A veces	Rara veces	Nunca	
<b>5.- ¿Usted está suficientemente informado sobre los objetivos y metas de la empresa?</b>	12	15	7	0	0	34
<b>9.- ¿Su desempeño laboral es evaluado por la parte administrativa de la empresa?</b>	0	2	22	10	0	34
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>17</b>	<b>29</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>68</b>

Elaborado por: Los Autores

En la tabla de los resultados observados la mayoría de los empleados (27 de 34) siente que siempre o frecuentemente están suficientemente informados sobre los objetivos y metas de la empresa. Sin embargo, 7 empleados solo a veces sienten que están suficientemente informados. Esto sugiere que, aunque la empresa está haciendo un buen trabajo al comunicar sus objetivos y metas a la mayoría de los empleados, todavía hay margen de mejora para asegurar que todos los empleados estén igualmente informados. La segunda pregunta es la variable independiente de la primera pregunta, la mayoría de los empleados (22 de 34) solo a veces siente que su desempeño laboral es evaluado por la administración. Además, 10 empleados sienten que rara vez son evaluados. Esto indica que la empresa podría necesitar mejorar la frecuencia y la eficacia de las evaluaciones de desempeño para asegurar que los empleados reciban retroalimentación regular y constructiva sobre su trabajo.

En conclusión, los resultados de la encuesta sugieren que, aunque la Empresa está haciendo un buen trabajo en términos de comunicación de sus objetivos y metas, aún hay margen de mejora. Un número significativo de empleados no se siente suficientemente informado o evaluado con regularidad. Para mejorar la satisfacción y el rendimiento de los empleados, la empresa podría considerar implementar estrategias para mejorar la comunicación interna y la frecuencia de las evaluaciones de desempeño. Esto incluye reuniones regulares de actualización, boletines informativos, sesiones de retroalimentación más frecuentes y constructivas, y oportunidades para que los empleados hagan preguntas y discutan sus roles y responsabilidades.

### 11.2.6. Tabla de frecuencia esperada

La frecuencia esperada (E) se calcula:

$$E = \frac{(Tf * Tc)}{Tg}$$

En donde

- Tf= Total de filas
- Tc= Total de columnas
- Tg= Total Global

Tabla. 19 Frecuencia esperada.

Preguntas	Valores Esperados					Total
	Siempre	Frecuentemente	A veces	Rara veces	Nunca	
5.-¿Usted está suficientemente informado sobre los objetivos y metas de la empresa?	6	8.5	14.5	5	0	34
9.-¿Su desempeño laboral es evaluado por la parte administrativa de la empresa?	6	8.5	14.5	5	0	34
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>17</b>	<b>29</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>68</b>

Elaborado por: Los Autores

En la tabla de frecuencia esperada se calcula los resultados de la información sobre los objetivos y metas de la empresa: Se esperaba que 6 empleados siempre estuvieran suficientemente informados sobre los objetivos y metas de la empresa, 8.5 empleados frecuentemente, 14.5 empleados a veces, y 5 empleados rara vez. Ningún empleado se esperaba que nunca estuviera informado. Evaluación del desempeño laboral por la administración: Se esperaba que ningún empleado siempre fuera evaluado por la administración, 2 empleados frecuentemente, 22 empleados a veces, y 10 empleados rara vez. Ningún empleado se esperaba que nunca fuera evaluado.

En conclusión, los resultados indican que la Empresa Rectificadora Palma tenía expectativas claras sobre la comunicación de los objetivos y metas de la empresa, así como sobre la evaluación del desempeño laboral, se esperaba que la mayoría de los empleados estuviera

suficientemente informada y fuera evaluada con regularidad, un número significativo de empleados solo a veces experimentaba estas condiciones. Esto sugiere que la empresa podría beneficiarse de estrategias para mejorar la comunicación de los objetivos y metas de la empresa, así como para aumentar la frecuencia y la eficacia de las evaluaciones de desempeño. Estas mejoras podrían conducir a un mayor compromiso y satisfacción de los empleados, lo que a su vez podría tener un impacto positivo en la productividad y el éxito general de la empresa.

### 11.2.7. Cálculo del Chi-Cuadrado

**Tabla. 20** Calculo del Chi-Cuadrado

O	E	O-E	(O-E) ^2	(O-E) ^2/E
0	0	0	0	0
0	0	0	0	0
12	6	6	36	6
0	6	-6	36	6
15	8.5	6.5	42.25	4.97058824
7	8.5	-1.5	2.25	0.26470588
22	14.5	7.5	56.25	3.87931034
0	14.5	-14.5	210.25	14.5
10	5	5	25	5
0	5	-5	25	5
0	0	0	0	0
0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>				<b>45.61460446</b>

**Elaborado por:** Los Autores

El valor de Chi cuadrado calculado y el valor del grado de libertad son resultados de una prueba de Chi cuadrado, que es una prueba estadística utilizada para determinar si hay una diferencia significativa entre los valores observados en tus datos y los valores que se esperarían si no hubiera ninguna relación entre las variables.

- Valor de Chi cuadrado calculado (45.61): Este valor se calcula sumando todas las contribuciones de  $(O-E)^2/E$  para cada categoría en tus datos, donde O son los valores observados y E son los valores esperados. Un valor de Chi cuadrado más grande indica una mayor diferencia entre tus valores observados y los esperados, lo que sugiere que es menos probable que las diferencias observadas se deban al azar.
- Valor del grado de libertad calculado (9.488): El grado de libertad en una prueba de Chi cuadrado generalmente se calcula como  $(n-1)(m-1)$ , donde n es el número de filas y m

es el número de columnas en tu tabla de datos. El grado de libertad es un concepto estadístico que representa la cantidad de “libertad” que tienen tus datos para variar.

### 11.2.8. Chi-cuadrado tabular

El grado de libertad es igual a la multiplicación del número de las columnas menos por el número de las filas menos uno:

#### Donde:

- $gl$ = Grado de Libertad
- $C$ = Columnas de la tabla
- $F$ = Filas de la tabla
- Reemplazando
- $(gl)=(C-1) (F-1)$
- $(gl)=(Columnas) (Filas -1)$
- $(gl)= (5-1) (2-1)$
- $(gl)= 4*1$
- $(gl)= 4$

El Chi Cuadrado a tabular con 4 grado de libertad es = 9.488

#### Entonces:

El valor de chi-cuadrado calculado = **45.61**

El valor de grado de libertad calculado = **9.488**

La prueba de Chi cuadrado, una prueba estadística utilizada para determinar si existe una diferencia significativa entre los valores observados y los esperados, produjo un valor de Chi cuadrado calculado de 45.61 y un valor del grado de libertad de 9.488. Estos valores, que se obtienen a partir de las contribuciones de  $(O-E)^2/E$  para cada categoría en los datos, donde  $O$  son los valores observados y  $E$  son los valores esperados, se utilizan para determinar si la diferencia entre los valores observados y esperados es estadísticamente significativa. Si el valor de Chi cuadrado calculado es mayor que el valor de Chi cuadrado de la tabla (basado en el grado de libertad y el nivel de significancia), entonces se rechaza la hipótesis nula y se concluye

que hay una diferencia significativa. Si es menor, entonces no se puede rechazar la hipótesis nula y se concluye que no hay una diferencia significativa.

### Decisión final

### Tabla de cálculo de chi-cuadrado

**Tabla. 21** Tabla de cálculo de chi-cuadrado.

<b>Gl/Frec.</b>	<b>0.001</b>	<b>0.01</b>	<b>0.025</b>	<b>0.05</b>	<b>0.9</b>	<b>0.025</b>	<b>0.95</b>	<b>0.975</b>	<b>0.99</b>	<b>0.995</b>
<b>1</b>	10.83	6.63	5.02	3.84	0.02	5.02	1.15	0.22	0.00	0.00
<b>2</b>	13.82	9.21	7.38	5.99	0.21	7.38	1.15	0.05	1.24	0.00
<b>3</b>	16.27	11.34	9.35	7.81	0.58	9.35	3.33	0.22	5.81	0.07
<b>4</b>	18.47	13.28	11.14	9.49	1.06	11.14	4.57	0.48	0.00	0.21
<b>5</b>	20.52	15.09	12.83	11.07	1.61	12.83	5.23	0.83	0.55	0.41
<b>6</b>	22.46	16.81	14.45	12.59	6.30	14.45	6.57	1.24	0.87	0.68
<b>7</b>	24.32	18.48	16.01	14.07	2.83	16.01	7.96	1.69	1.24	0.99
<b>8</b>	26.12	20.09	17.53	15.51	3.49	17.53	8.67	2.18	1.65	1.34
<b>9</b>	27.88	21.67	19.02	16.92	4.17	19.02	10.12	3.25	2.09	1.73
<b>10</b>	29.59	23.21	20.48	18.31	4.87	20.48	10.85	3.25	2.56	2.16
<b>11</b>	31.26	24.72	21.92	19.68	5.58	21.92	11.59	3.82	3.05	2.60
<b>12</b>	32.91	26.22	23.34	21.03	6.30	23.34	13.09	5.01	3.57	3.07
<b>13</b>	34.53	27.69	24.74	22.36	7.04	24.74	13.85	5.01	4.11	3.57
<b>14</b>	36.12	29.14	26.12	23.68	7.79	26.12	15.38	6.26	4.66	4.07
<b>15</b>	37.70	30.58	27.49	25.00	8.55	27.49	16.15	6.91	5.23	4.60
<b>16</b>	39.25	32.00	28.85	26.30	9.31	28.85	16.93	6.91	5.81	5.14
<b>17</b>	40.79	33.41	30.19	27.59	10.09	30.19	18.49	8.23	6.41	5.70
<b>18</b>	42.31	34.81	31.53	28.87	10.86	31.53	19.28	8.91	7.01	6.26
<b>19</b>	43.82	36.19	32.85	30.14	11.65	32.85	20.07	9.59	7.63	6.84
<b>20</b>	45.31	37.57	34.17	31.41	12.44	34.17	10.85	9.59	8.26	7.43

**Elaborado por:** Los autores.

**Se comparó los valores de chi-cuadrado calculados con este valor crítico:**

Valor de chi-cuadrado calculado de 45.61: Este valor es significativamente mayor que el valor crítico de 9.488. En términos estadísticos, esto significa que hay suficiente evidencia para rechazar la hipótesis nula. Por lo tanto, se puede concluir que existe una relación significativa entre la comunicación interna y el cumplimiento de actividades de los trabajadores en la empresa Rectificadora Palma. Esto implica que la comunicación interna puede tener un impacto en cómo los trabajadores cumplen con sus actividades en la empresa.

**SE ACEPTA**

**Hipótesis Alternativa (H1):** SI, Existe una relación significativa entre la comunicación interna y el cumplimiento de actividades de los trabajadores en la empresa Rectificadora Palma.

Para verificar estas hipótesis, se realizó una prueba de chi-cuadrado. Los resultados de la prueba mostraron un valor de chi-cuadrado calculado de 45.61, que era significativamente mayor que el valor crítico de 9.488. En términos estadísticos, esto proporcionó suficiente evidencia para rechazar la hipótesis nula. Por lo tanto, se concluyó que existía una relación significativa entre la comunicación interna y el cumplimiento de actividades de los trabajadores en la empresa Rectificadora Palma. Esto indicaba que la comunicación interna tenía un impacto en el cumplimiento de actividades de los trabajadores en la empresa. Si el resultado no hubiera sido significativo, no se habría podido rechazar la hipótesis nula, lo que habría sugerido que no había suficiente evidencia para afirmar que la comunicación interna afectaba el cumplimiento de actividades.

## **12. IMPACTOS TÉCNICO, ECONÓMICO Y SOCIAL**

### **Impacto Técnico**

El impacto técnico e una comunicación interna efectiva en la empresa Rectificadora Palma es considerable, cuando los trabajadores están bien informados sobre sus roles y responsabilidades, pueden desempeñar sus tareas con mayor eficacia, esto no solo mejora la calidad del trabajo, sino que también optimiza los procesos, lo que puede llevar a una mayor eficiencia técnica, una buena comunicación puede facilitar la resolución a los problemas que se comunican de manera clara y oportuna, se pueden abordar y resolver más rápidamente, minimizando el tiempo de inactividad y maximizando la productividad.

### **Impacto Económico**

La comunicación interna efectiva puede tener un impacto económico positivo en la empresa. Puede conducir a una mayor productividad, lo que puede resultar en mayores ganancias para la empresa, si se reducen los costos asociados con los errores o malentendidos en el lugar de trabajo. La comunicación interna efectiva en la empresa Rectificadora Palma puede aumentar la productividad de los trabajadores en un 10%, reduciendo los errores en un 20%, ahorrando \$35,000 al año, si se disminuye la rotación de personal en un 30%, resultando en un ahorro de \$11,250 al año. En total, esto podría generar un impacto económico positivo de \$81,250 al año para la empresa.

### **Impacto Social**

Una comunicación interna efectiva en la empresa Rectificadora Palma puede mejorar el bienestar de los trabajadores al aumentar su satisfacción laboral. Al ser una parte integral del Cantón La Maná la empresa puede contribuir al desarrollo de la misma a través de la creación de empleo y la prestación de servicios de calidad, al demostrar la importancia de la comunicación interna y su impacto en el cumplimiento de las actividades laborales, la empresa puede establecerse como un modelo a seguir para otras empresas en la región. La comunicación interna efectiva también puede promover valores positivos como el respeto, la honestidad y la responsabilidad.



## 13. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 13.1. Conclusiones

- La contextualización teórica de la comunicación interna y el cumplimiento de actividades es fundamental para establecer un marco sólido que guíe el estudio y permita comprender a profundidad la importancia de una adecuada gestión de la comunicación en el ámbito organizacional. Al analizar estas temáticas desde un enfoque teórico, se pueden identificar las mejores prácticas y estrategias para mejorar la eficiencia y efectividad de la comunicación interna, contribuyendo así al logro de los objetivos y al fortalecimiento de las relaciones internas en la organización.
- Los resultados de la encuesta muestran que la empresa Rectificadora Palma tiene un ambiente laboral generalmente positivo, con altos niveles de respeto, ética, satisfacción laboral, y apoyo de la gerencia. Los empleados también sienten que tienen las herramientas y recursos necesarios para realizar sus tareas eficientemente. Sin embargo, hay áreas identificadas para mejorar, incluyendo la comunicación interna, el manejo del estrés laboral, y la interacción entre compañeros de trabajo.
- Los resultados del análisis estadístico indican una correlación significativa entre la comunicación interna y el cumplimiento de las actividades laborales en la empresa Rectificadora Palma. Con un grado de libertad de 4 y un nivel de significancia de 0.05, el valor crítico es de 9.88. Sin embargo, el valor obtenido en la prueba del Chi-Cuadrado es de 45.61, superando el valor crítico. Esto lleva a rechazar la hipótesis nula ( $H_0$ ) y aceptar la hipótesis alternativa ( $H_1$ ), lo que sugiere que la comunicación interna tiene un impacto notable en el desempeño laboral de los empleados. En términos más claros, la eficacia de la comunicación interna puede influir directamente en cómo los empleados cumplen con sus tareas y responsabilidades. Una comunicación interna efectiva puede facilitar a los empleados una mejor comprensión de sus roles y responsabilidades, lo que a su vez puede conducir a un mayor rendimiento en sus actividades laborales. Estos hallazgos subrayan la importancia de mantener una comunicación interna sólida y efectiva en el entorno laboral.

### 13.2. Recomendaciones

- Mantenerse actualizado sobre las tendencias y novedades en el campo de la comunicación interna, asistiendo a conferencias, seminarios o cursos especializados, para enriquecer el marco teórico y poder aplicarlo de manera efectiva en la organización. Esto podría incluir la implementación de canales de comunicación claros, la promoción de un ambiente de trabajo abierto y colaborativo, será beneficioso realizar investigaciones adicionales para explorar las formas específicas en las que la comunicación interna puede influir en el cumplimiento de las actividades y para identificar las mejores prácticas en este ámbito.
- Se recomienda que la empresa Rectificadora Palma se proponga estrategias para mejorar la comunicación interna, manejar el estrés laboral y fomentar la interacción entre los compañeros de trabajo, la mayoría de los empleados siente que están informados y tienen las herramientas necesarias, algunos solo a veces sienten que están suficientemente informados y experimentan estrés, la falta de interacción entre los compañeros de trabajo parece afectar al equipo y al cumplimiento de las tareas. Estas mejoras podrían conducir a un mayor compromiso y satisfacción de los empleados, lo que a su vez podría tener un impacto positivo en la productividad y el éxito general de la empresa.
- Se sugiere que la empresa implemente estrategias de comunicación interna, incluyendo la implementación de canales de comunicación más eficientes, la promoción de una cultura de transparencia y apertura, y la realización de talleres o capacitaciones para mejorar las habilidades de comunicación de los empleados, la empresa podría considerar la implementación de sistemas de retroalimentación regular para asegurar que los empleados estén al tanto de sus roles y responsabilidades, y para identificar cualquier problema o desafío que pueda estar afectando su rendimiento, al hacerlo, la empresa puede facilitar a los empleados una mejor comprensión de sus roles y responsabilidades, lo que a su vez puede conducir a un mayor rendimiento en sus actividades laborales.

## 14. PRESUPUESTO DEL PROYECTO

Tabla. 22 Presupuesto del proyecto

ACTIVIDADES	VALOR UNITARIO	CANTIDAD	PRECIO TOTAL
Investigadores	\$ -		\$ -
<b>Subtotal</b>			\$ -
Ordenador	\$ 300.00	1	\$ 300.00
Cuaderno	\$ 1.50	2	\$ 3.00
Grapadora	\$ 3.00	1	\$ 3.00
Perforadora	\$ 2.50	1	\$ 2.50
Diseño de encuesta	\$ 0.12	102	\$ 12.24
Aplicación de encuesta	\$ 50.00	2	\$ 100.00
Tabulación y análisis de datos	\$ 0.50	14	\$ 7.00
Impresiones	\$ 0.15	381	\$ 57.15
Anillados	\$ 2.30	3	\$ 6.90
<b>Subtotal de equipos y útiles de oficina</b>			\$ 491.79
Gastos de transporte	\$ 2.50	18	\$ 45.00
Alimentación	\$ 6.00	10	\$ 60.00
<b>Subtotal transporte y alimentación</b>			\$ 105.00
Internet(horas)	\$ 22.00	2	\$ 44.00
Pendrive	\$ 8.00	1	\$ 8.00
<b>Subtotal internet</b>			\$ 52.00
<b>Costo del proyecto de investigación</b>			\$ 896.79
<b>Subtotal</b>			\$ 896.79
Otros gastos			\$ 200.00
<b>TOTAL</b>			\$ 1,096.79

## 15. BIBLIOGRAFÍA

- Albert, A. (2022). *Electrónica y dispositivos electronicos* . Barcelona: Reverté S.A.
- Álvarez, G. (2022). *¿Qué son los canales de comunicación?* México: VIXONIC.
- Angel, H. (14 de Octubre de 2022). *Cumplimiento Normativo: riesgos y beneficios de su implementación*. Obtenido de <https://www.piranirisk.com/es/blog/cumplimiento-normativo-que-es-como-evita-riesgos>
- Arguello, A., Lluminguano, M., Clarita, G., & Torres, L. (2020). *Administración de empresa*. Bolivar: Co-auspicio.
- Arriagada, R. (2021). *Indicadores de cumplimiento*. Colombia: Dashboard.
- Aston, B. (2020). *¿Cuál es la Importancia de la Gestión de Proyectos?* DPM.
- Baena, P. G., & Montero, O. S. (2020). *Ciencias de la comunicación I*. México: Grupo Patria.
- Bauptista, M. (2020). *Comunicación externa*. Edenrend.
- Calderón, & Lucila Murillo, M. (2021). *La comunicacaión interna en la empresa Flexnet del Ecuador* . Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Cardozo, L. (2021). *La importancia de la comunicación interna*. Zenvia.
- Cardozo, L. (2021). *Qué es la comunicación Interna*. Zenvia.
- Caro, L. (2019). *Técnicas e Instrumentos para la Recolección de Datos*. México.
- Carvajal, B. G., & Piza, H. C. (2019). *Análisis de comportamiento del clima laboral en la empresa Nomursa, ubicada en el cantón Babahoyo* . Babahoyo : Universidas estatal de Milagro .
- Castillero, O. (2019). *Tipos de investigación* . México.
- Chiavenato, I. (2021). *La comunicación* . Colombia : Comunicaión Territorial.
- Chimbo, M. J., & Tipán, S. G. (2023). *Incidencia de la comunicación interna en el clima laboral del Cuerpo de Bomberos del Cantón Pujilí en el período 2022-2023* . Pujilí: Universidad Técnica de Cotopaxi .
- Coelho, F. (23 de 09 de 2021). *Funciones del Lenguaje*. Obtenido de <https://www.significados.com/funciones-del-lenguaje/>
- Coelho, F. (2021). *Retroalimentación* . Bogotá.
- Coello, C. (2019). *Indicadores*. España: Asociación Española para la Calidad.
- Coral, B. R. (2019). *La comunicación interna Internacional*. Colombia: ISDIN.
- Cuofano, G. (2022). *¿Qué es el ruido en los elementos de la comunicación?* Avenu.

- Cuoghi, S. (2019). *Importancia de la Comunicación*. DABC.
- Díaz, P. (06 de Agosto de 2022). *Comunicación horizontal*. Obtenido de <https://lmsnews.org/comunicacion-horizantal/>
- Edward T, H. (2020). *Comunicación interna*. The silent Language.
- FlexNet. (2021). *Comunicación Interna*. Ecuador .
- Folgueira, P. (2019). *La entrevista*. Barcelona: Dialnet.
- Fonseca, M. d. (2023). *Definición de Comunicación*. Pronegocios .
- Gaivan, F. (2019). *La Comunicación ascendente*. México: El círculo .
- García, A. (2023). *Que es cumplimiento*. Bogotá: Financial.
- García, G. V., Orrala, S. L., & Pacheco, P. I. (2022). La comunicación. *Gestión Universitaria*, 187.
- García, S. M. (2019). *Investigación Correlacional* . España .
- Gómez, N. (2023). *La importancia de la comunicación* . México: Economista .
- Gonzálbez, L. (2023). *¿Cuáles son los objetivos de la comunicación interna en una empresa?* México: Ifeel.
- González, P. (2021). *Código de la comunicación*. <https://www.unprofesor.com/lengua-espanola/codigo-de-la-comunicacion-ejemplos-2581.html>.
- Gutierrez, A. (2022). *Tipos de empresa Segun su tamaño* . Informe de administración .
- Hernandez, E. (2023). *La importancia de la empresa* . quo .mx.
- Hernandez, R. (2022). *Qué es la Administración de Empresas*. Universidad de Valle.
- Hernández, S. R. (2019). *Metodología de la investigación* . Colombia .
- Hernando, M. (2020). *Qué es la función apelativa*. Colombia: Unprofe.
- Herrera, L. (2023). *Tipos de empresas (según su forma jurídica)*. Promo negocios.
- Ibañez, K. (2019). *Función de contacto*. LOJA: UTPL.
- Imaginario, A. (10 de 21 de 2021). *Función Metalingüística*. Obtenido de <https://www.significados.com/funcion-metalinguistica/>
- Isis, S. (2023). *Importancia de la administración* . Tiffin .
- Izquierdo, E. (29 de Julio de 2019). *¿Cuáles son los objetivos de la Comunicación Interna?* Obtenido de <https://www.nexteducacion.com/noticias/cuales-son-los-objetivos-de-la-comunicacion-interna/>
- Jiménez, M. (2022). *Importancia del compliance en las empresas*. Opirani.
- Jiménez, N. L. (2022). *comunicación externa para las empresas*. España: Nobel.

- López, R. H. (2021). *La metodología de encuesta*. Colombia .
- López, R. M. (2020). *Tipos de Rectificadores*. Madrid: Gráficas Eujoa.
- Mancuzo, G. (2020). *¿Qué es la Comunicación Externa en una Empresa?* México: Escuela de empresario .
- Mandamiento Ortiz, A. H. (2019). *Metodo Deductivo* . Perú: Universidad César Vallejo.
- Martín, D. (2023). *Comunicación Interna*. OpenHR.
- Martín, E. (2019). *Cumplimiento Laboral*. Ccibernos.
- Martínez, E. (2019). *Que es emisor*. Comunicación e Información.
- Mato, S. J. (2020). *Operaciones Básicas de fabricación*. España: Paraninfo.
- Montano, J. (2019). *Investigación No Experimental*. CEO.
- Montenegros, O. (2020). *La importancia de la comunicación en el ambiente laboral* . Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile .
- Padilha, A. (2022). *Elementos de la comunicación*. Comunicación, Arte y Cultura.
- Palacios, D. (15 de Mayo de 2023). *Tipos de empresa*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/tipos-de-empresas>
- Pazmay, R. S., Pardo, P. E., & Ortiz, d. P. (2019). Características de la comunicación. *Research Records*, 342.
- Peiró. (1 de Mayo de 2021). *Comunicación interna*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/comunicacion-interna.html>
- Perafan, B. (2022). *¿Qué es una empresa?* USA: CEUPE.
- Pérez, A. (08 de Agosto de 2023). *La comunicación externa*. Obtenido de <https://www.obsbusiness.school/blog/comunicacion-interna-y-externa-mas-unidas-que-nunca>
- Pérez, P. J., & Gardey, A. (2019). *Qué es un mensaje*. Comunicación de lenguaje.
- Pérez, P. S. (2022). *El impacto de la comunicación interna en el comportamiento organizacional en la empresa Corporación Vega S. A. C., en el periodo 2021 - 2022*. Lima: Universidad Continental.
- Pladevall, X. (2019). *Indicadores de cumplimiento*. Ucrania : Universidad de Burgos.
- Polo, M. D. (2020). *Indicadores de cumplimiento. ¿Cómo medirlos?* Mexico: GanttPRO .
- Ponce, A. (2019). Administración moderna. *Limusa*, 45.
- Quiroa, M. (31 de Enero de 2024). *¿Qué es la administración?* Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/administracion.html>

- Ramirez, J. (2022). *Estrategias de comunicación*. DONGEE.
- Ramos, C. (2020). *Los alcances de una investigación*. 2020: CienciAmérica .
- Rey, J. C. (2021). *Herramientas de comunicación*. México: CIED.
- Rodriguez, A. (2019). *La comunicación dentro de las organizaciones*. Bogota : Universidad Militar Nueva Granada.
- Rodríguez, G. G. (2022). *Comunicación en contexto*. Madrid: Dykinson.
- Roger, D. (2023). *Tipos de empresa*. Quipu.
- Ruiz, B. J. (2020). *El método histórico en la investigación*. Colombia : Reunir .
- Rus, A. E. (1 de Noviembre de 2020). *Investigación de campo*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-de-campo.html>
- Sánchez, C. (07 de Febrero de 2023). *Tipo de comunicación*. Obtenido de <https://www.tododerecho.es/comunicacion-externa-que-es-tipos-y-ejemplos/>
- Sánchez, J. (7 de Febrero de 2024). *Empresa*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/empresa.html>
- Sánchez, J. V. (2023). *Importancia de la empresa*. España: Barataria .
- Shuttleworth, M. (12 de Septiembre de 2021). *Investigación Descriptiva*. Obtenido de <https://explorable.com/es/disenio-de-investigacion-descriptiva>
- Tamayo, M. (2019). *La población en una investigación*. El caribe: Científicas de América Latina.
- Valls, M. (2019). *Comunicación descendente*. EduNote.
- Vernaes, B. (2023). *Tipos de administración*. Administración Financiera.
- Violeta, G. (2022). *Característica de la administración*. San Pablo : Universidad Católica Boliviana.
- Walker, E. (2019). *Definición de comunicación*. Promonegocios.
- Westreicher, G. (2020). *Método deductivo*. <https://tesisymasters.es/metodo-deductivo/>.
- Zaragoza, F. (2021). El papel del receptor en la comunicación . En *Zaragoza, Francisca* (pág. 299). España.