

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**INTEGRACIÓN CURRICULAR**

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

**TEMA: “Gestión de la comunicación interna y la  
productividad laboral en la Corporación B&C S.C.C  
sucursal Baños de Agua Santa”**

**AUTOR: Sonia Lizbeth Rodríguez Ochoa**

**TUTOR: Ing. Mg. Edwin César Santamaría Díaz**

**AMBATO – ECUADOR**

**Marzo 2023**



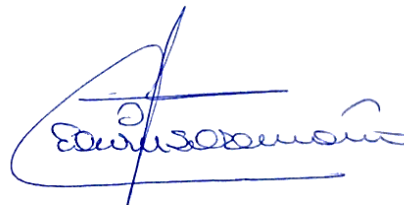
## APROBACIÓN DEL TUTOR

**Ing. Mg. Edwin César Santamaría Díaz**

### **CERTIFICA:**

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Gestión de la comunicación interna y la productividad laboral en Corporación B&C S.C.C. sucursal Baños de Agua Santa**”, presentado por la señorita **Sonia Lizbeth Rodríguez Ochoa**, para optar por el Título de Licenciada en Administración de Empresas, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas por el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 1 de marzo del 2023



---

**Ing. Mg. Edwin César Santamaría Díaz**  
**C.I.: 1802931426**

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Sonia Lizbeth Rodriguez Ochoa** declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciada en Administración de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



---

**Sonia Lizbeth Rodriguez Ochoa**  
**C.I.: 1805385885**

## **APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO**

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



---

**Ing. Mg. Jorge Enrique Jordán Vaca**  
**C.I.: 1803079761**



---

**Ing. Mg. María Soledad Sevilla Galarza**  
**C.I.: 1802928141**

Ambato, 1 de marzo del 2023

## **DERECHOS DE AUTOR**

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

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este proyecto dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.



---

**Sonia Lizbeth Rodriguez Ochoa**  
**C.I.: 1805385885**

## **DEDICATORIA**

Dedico mi tesis a toda mi familia quienes me motivaron e impulsaron a salir adelante en especial a mi papa de corazón quien fue mi respaldo y me apoyo siempre como a una verdadera hija, a mi madre quien fue mi pilar para no caer y quien no dudo ni un segundo en mi capacidad para hacerle frente a los estudios, a mi abuelito que con su humildad nunca falto su bendición TE AMO viejito.

Finalmente, al amor de mi vida que a pesar de no compartir el mismo camino fue un factor importante en este trayecto, siempre se preocupó en que nada me hiciera falta y en su momento comprendió que mi prioridad era el estudio, gracias pudin por darme tu apoyo desde el inicio y ser parte de este sueño que hoy se hizo realidad. Posdata la laptop aún vive.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mi Dios por permitirme cumplir una meta más en mi vida y darme la fuerza que necesitaba para no rendirme y continuar.

A la Corporación B&C S.C.C sucursal Baños por su confianza al abrirme las puertas de su empresa y facilitarme el acceso a toda la información que solicitaba para realizar el respectivo estudio.

A mi estimado tutor el Ing. Edwin Santamaria le estaré eternamente agradecida por la paciencia y el apoyo que me brindo para el desarrollo del proyecto de investigación.

Y a la Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Ciencias Administrativas que me dio la oportunidad de formar parte de esta prestigiosa Institución y me dio todas las herramientas que necesitaba para culminar una de las etapas más importantes

## ÍNDICE GENERAL

<b>APROBACIÓN DEL TUTOR</b> .....	<b>ii</b>
<b>DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD</b> .....	<b>iii</b>
<b>APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO</b> .....	<b>iv</b>
<b>DERECHOS DE AUTOR</b> .....	<b>v</b>
<b>DEDICATORIA</b> .....	<b>vi</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>ÍNDICE GENERAL</b> .....	<b>viii</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	<b>xii</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b> .....	<b>xiii</b>
<b>ÍNDICE DE ANEXOS</b> .....	<b>xiv</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	<b>xv</b>
<b>ABSTRAC</b> .....	<b>xvi</b>
<b>CAPITULO I</b> .....	<b>1</b>
<b>MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>1</b>
1.1 Introducción.....	1
1.1.1 Tema .....	3
1.1.2 Planteamiento del problema.....	3
1.1.3 Definición del Problema .....	3
1.1.4 Contextualización .....	3
1.1.5 Delimitación.....	4
1.1.5.1 Delimitación conceptual .....	4
1.1.5.2 Delimitación espacial .....	5
1.1.5.3 Delimitación temporal.....	5
1.1.6 Justificación .....	5
1.2 Antecedentes Investigativos .....	6
1.2.1 Antecedentes Internacionales .....	6
1.2.2 Antecedentes Nacionales .....	7
1.2.3 Antecedentes Locales .....	8
1.3 Objetivos .....	8
1.3.1 Objetivo General.....	8
1.3.2 Objetivos Específicos .....	8



1.4 Fundamentación Teórica .....	9
1.4.1 Clima Organizacional .....	9
1.4.2 Comunicación .....	9
1.4.2.1 Importancia .....	10
1.4.2.2 Elementos de la Comunicación .....	10
1.4.3 Comunicación Organizacional.....	11
1.4.3.1 Tipos de comunicación .....	11
1.4.4 Comunicación Interna.....	12
1.4.4.1 Beneficios.....	12
1.4.4.2 Dimensiones.....	13
1.4.4.3 Tipos de comunicación interna .....	14
1.4.4.4 Canales .....	15
1.4.4.5 Nuevos medios .....	15
1.4.4.6 Barreras .....	16
1.4.5 Gestión de la producción .....	16
1.4.6 Producción .....	17
1.4.7 Productividad .....	17
1.4.7.1 Indicadores .....	17
1.4.7.2 Tipos.....	18
1.4.8 Productividad laboral.....	18
1.4.8.1 Beneficios.....	19
1.4.8.2 Indicadores .....	19
1.4.8.3 Factores .....	21
1.4.8.4 Organización del trabajo .....	22
1.4.8.5 Participación y Productividad .....	22
1.4.9 Relación entre Comunicación Interna y Productividad Laboral.....	22
<b>CAPÍTULO II .....</b>	<b>23</b>
<b>METODODOLOGÍA .....</b>	<b>23</b>
2.1 Enfoque de la Investigación .....	23
2.1.1 Enfoque Cuantitativo .....	23
2.2 Tipo o Diseño de la Investigación .....	23
2.2.1 Diseño no Experimental.....	23
2.2.2 Transversal.....	24

2.3 Alcance de la Investigación.....	24
2.3.1 Descriptiva .....	24
2.3.2 Correlacional.....	24
2.3.2.1 Coeficiente de Correlación de Pearson .....	25
2.4 Modalidad de la Investigación .....	25
2.4.1 Investigación de Campo.....	25
2.4.2 Investigación Bibliográfica-Documental.....	26
2.5 Población y Muestra .....	26
2.5.1 Población .....	26
2.5.2 Muestra .....	27
2.6 Técnica de Investigación .....	27
2.6.1 Encuesta .....	27
2.7 Instrumento.....	28
2.7.1 Cuestionario.....	28
2.7.1.1 Baremos .....	28
2.8 Validez y Confiabilidad del Instrumento .....	30
2.8.1 V de Aiken.....	30
2.8.2 Alfa de Cronbach.....	30
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>32</b>
<b>ANÁLISIS Y RESULTADOS.....</b>	<b>32</b>
3.1 Análisis y discusión de los resultados .....	32
3.1.1 Resultados Generales.....	32
3.2 Análisis e interpretación de los resultados de la variable Comunicación Interna .....	33
3.2.1 Dimensión Intrapersonal.....	33
3.2.2 Dimensión Interpersonal.....	34
3.2.3 Dimensión Institucional.....	35
3.2.4 Dimensión General .....	36
3.3 Análisis e interpretación de los resultados de la variable Productividad Laboral .....	37
3.3.1 Indicador de valor agregado .....	37
3.3.2 Indicador de costo laboral unitario .....	38
3.3.3 Indicador de la productividad media laboral .....	39

3.3.4 Indicador de la competitividad costo laboral .....	40
3.3.5 Indicador de productividad media del capital .....	41
3.3.6 Indicador de intensidad de capital .....	42
3.3.7 Indicador tasa del excedente .....	43
3.3.8 Indicador de productividad total .....	44
3.4 Planteamiento de la Hipótesis .....	44
3.5 Análisis de las dimensiones de la Comunicación Interna y la Productividad Laboral.....	45
3.5.1 Comunicación Interna y Productividad Laboral .....	45
3.5.2 Comunicación Intrapersonal y Productividad Laboral .....	47
3.5.3 Comunicación Interpersonal y Productividad Laboral .....	48
3.5.4 Comunicación Institucional y Productividad Laboral .....	50
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>52</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>52</b>
4.1 Conclusiones .....	52
4.2 Recomendaciones .....	53
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>54</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>60</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> <i>Indicadores de la Productividad Laboral</i> .....	19
<b>Tabla 2</b> <i>Factores que influyen en la Productividad Laboral</i> .....	21
<b>Tabla 3</b> <i>Interpretación del coeficiente de correlación</i> .....	25
<b>Tabla 4</b> <i>Población Corporación B&amp;C S.C.C</i> .....	26
<b>Tabla 5</b> <i>Empleados Mega Bodega 7:9 Sucursal Baños</i> .....	27
<b>Tabla 6</b> <i>Rango de calificación por dimensión</i> .....	29
<b>Tabla 7</b> <i>Rango de calificación general</i> .....	29
<b>Tabla 8</b> <i>Escala de Likert</i> .....	29
<b>Tabla 9</b> <i>Coefficiente V de Aiken</i> .....	<b>30</b>
<b>Tabla 10</b> <i>Intervalos de fiabilidad de Alfa de Cronbach</i> .....	31
<b>Tabla 11</b> <i>Estadística de fiabilidad del instrumento</i> .....	31
<b>Tabla 12</b> <i>Datos de Comunicación Interna y Productividad Laboral</i> .....	45
<b>Tabla 13</b> <i>Cuadro resumen de resultados</i> .....	45
<b>Tabla 14</b> <i>Datos de Comunicación Intrapersonal y Productividad Laboral</i> .....	47
<b>Tabla 15</b> <i>Cuadro resumen resultados</i> .....	47
<b>Tabla 16</b> <i>Datos de comunicación interpersonal y productividad laboral</i> .....	48
<b>Tabla 17</b> <i>Cuadro resumen resultados</i> .....	48
<b>Tabla 18</b> <i>Datos de Comunicación Institucionalidad y Productividad Laboral</i> .....	50
<b>Tabla 19</b> <i>Cuadro resumen resultados</i> .....	50
<b>Tabla 20</b> <i>Causa y Efectos del problema de investigación</i> .....	63
<b>Tabla 21</b> <i>Operacionalización de la Variable Independiente</i> .....	67
<b>Tabla 22</b> <i>Operacionalización de la Variable Dependiente</i> .....	69

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> <i>Sucursal Mega Bodega 7:9</i> .....	1
<b>Figura 2</b> <i>Dirección Sucursal Mega Bodega 7:9</i> .....	1
<b>Figura 3</b> <i>Organigrama Estructural</i> .....	2
<b>Figura 4</b> <i>Metodología 1A de Manuel Tessi</i> .....	13
<b>Figura 5</b> <i>Dimensión Intrapersonal</i> .....	33
<b>Figura 6</b> <i>Dimensión Interpersonal</i> .....	34
<b>Figura 7</b> <i>Dimensión Institucional</i> .....	35
<b>Figura 8</b> <i>Dimensión General</i> .....	36
<b>Figura 9</b> <i>Indicador de valor agregado</i> .....	37
<b>Figura 10</b> <i>Indicador de costo laboral unitario</i> .....	38
<b>Figura 11</b> <i>Indicador de la productividad media laboral</i> .....	39
<b>Figura 12</b> <i>Indicador de la competitividad costo laboral</i> .....	40
<b>Figura 13</b> <i>Indicador de productividad media de capital</i> .....	41
<b>Figura 14</b> <i>Indicador de intensidad de capital</i> .....	42
<b>Figura 15</b> <i>Indicador tasa del excedente</i> .....	43
<b>Figura 16</b> <i>Indicador de productividad total</i> .....	44
<b>Figura 17</b> <i>Productividad Laboral en función de Comunicación Interna</i> .....	46
<b>Figura 18</b> <i>Productividad Laboral en función de Comunicación Intrapersonal</i> .....	47
<b>Figura 19</b> <i>Productividad Laboral en función de Comunicación Interpersonal</i> .....	49
<b>Figura 20</b> <i>Productividad Laboral en función de Comunicación Institucional</i> .....	51

## ÍNDICE DE ANEXOS

<b>Anexo A:</b> <i>Carta de Compromiso</i> .....	60
<b>Anexo B:</b> <i>Permisos de funcionamiento</i> .....	61
<b>Anexo C:</b> <i>Causa y Efectos del problema de investigación</i> .....	63
<b>Anexo D:</b> <i>Superordinación de Variables</i> .....	63
<b>Anexo E:</b> <i>Subordinación de Variables</i> .....	65
<b>Anexo F:</b> <i>Operacionalización de Variables</i> .....	67
<b>Anexo G:</b> <i>Formato de Encuesta Comunicación Interna</i> .....	70
<b>Anexo H:</b> <i>Formato del Registro de datos Productividad Laboral</i> .....	72
<b>Anexo I:</b> <i>Validación de Expertos</i> .....	73

## RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación se desarrolló en la Corporación B&C S.C.C - Mega Bodega 7:9 ubicada en el cantón Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua, tiene como principal actividad económica la venta al por menor de una gran variedad de productos en supermercados.

El objetivo de esta investigación es analizar las dimensiones de la comunicación interna y su relación con la productividad laboral, considerando la percepción de los clientes internos que laboran en la sucursal.

La metodología de investigación aplicada se basó en un enfoque cuantitativo de diseño no experimental y transversal, de alcance descriptivo y correlacional, con una investigación de campo y bibliográfica. Se aplicó una encuesta para medir la comunicación interna donde se tomó como referencia la metodología 1A de Manuel Tessi y se adaptó al cuestionario de Varona (1990) con 18 preguntas dirigido a 27 colaboradores, mientras que para medir la productividad laboral se realizó un registro de datos donde se recolectó información proporcionada por la misma sucursal para luego aplicar el método utilizado por Ruiz (2013) indicadores de productividad de la industria ecuatoriana. Los resultados reflejaron que la comunicación interna alcanzó un porcentaje del 67 por ciento en comparación a los meses de noviembre y diciembre del año 2022, verificando que la sucursal posee un nivel medio en comunicación interna general, mientras que, se evidenció una productividad media laboral de \$6.380.90, valor que fue mayor a los meses de octubre y noviembre.

Finalmente se concluye que a mayor comunicación interna mayor será la productividad laboral.

**PALABRAS CLAVE:** INVESTIGACIÓN, COMUNICACIÓN INTERNA, PRODUCTIVIDAD LABORAL, DIMENSIONES, INDICADORES DE PRODUCTIVIDAD.

## **ABSTRAC**

The present investigation was developed in the B&C S.C.C Corporation - Mega Bodega 7:9 located in Baños de Agua Santa, Tungurahua province, whose main economic activity is the retail sale of a wide variety of products in supermarkets.

The objective of this research is to analyze the dimensions of internal communication that affect the labor productivity of internal clients.

There was applied a methodology investigation based on a quantitative approach of non-experimental and cross-sectional design, with a descriptive and correlational scope, with a field and bibliographic research. Besides, it was applied a survey and a data record; and for measuring the internal communication there was taken as a reference Manuel Tessi 1A methodology which was adapted to the Varona (1990) questionnaire. The same that had 18 questions addressed to 27 collaborators; otherwise, there was collected information in order to measure the labor productivity making use of the indicator's productivity method used by Paul Ruiz (2013). The results reflected that internal communication reached a 67 percent percentage unlike the months of November and December of the 2022 year, verifying that the branch has a medium level in general internal communication, while the labor productivity average was \$6,380, a value that was higher than October or November.

Finally, it is concluded that the greater the internal communication, the greater the labor productivity.

**KEY WORDS:** INTERNAL COMMUNICATION, LABOR PRODUCTIVITY, DIMENSIONS, PRODUCTIVITY INDICATORS.



# CAPÍTULO I

## MARCO TEÓRICO

### 1.1 Introducción

La Corporación B&C S.C.C es la constitución de una sociedad civil registrada el 26 de mayo del 2022, cuenta con tres establecimientos: La Carrión, Distribuidora Leo y Mega Bodega 7:9.

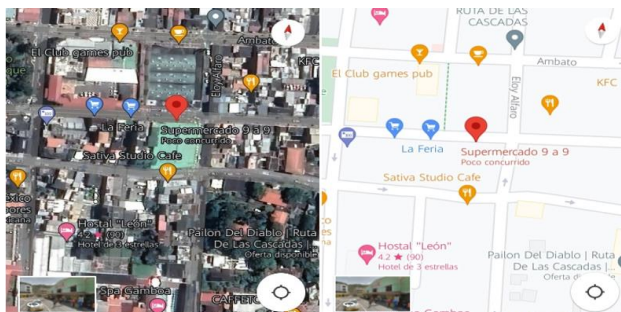
En la presente investigación se trabajará únicamente con Mega Bodega 7:9 sucursal que dio inicio a su actividad económica en 2009, esta se encuentra ubicada en la provincia de Tungurahua, cantón Baños de Agua Santa, entre las calles Vicente Rocafuerte S/N y Eloy Alfaro, se dedica a la venta al por menor de una gran variedad de productos en supermercados entre los cuales predominan productos alimenticios.



**Figura 1**

*Sucursal Mega Bodega 7:9*

*Nota.* Tomado de la Corporación B&C S.C.C sucursal Baños de Agua Santa



**Figura 2**

*Dirección Sucursal Mega Bodega 7:9*

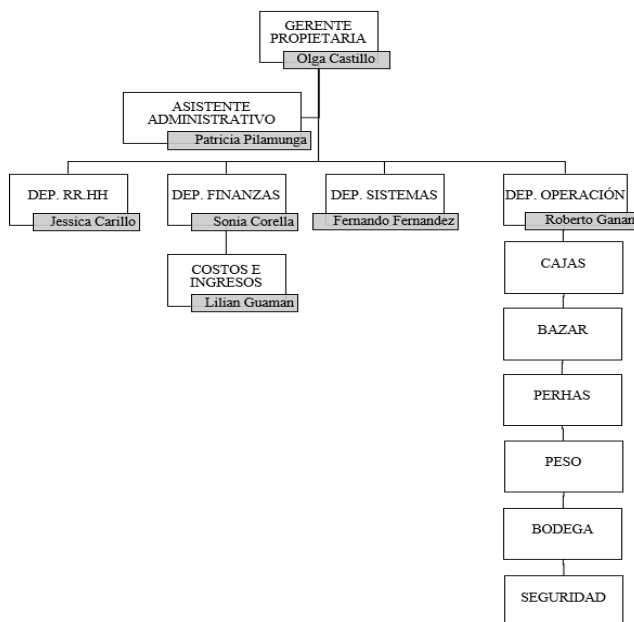
*Nota.* Tomado de la Corporación B&C S.C.C sucursal Baños de Agua Santa

La empresa se encuentra constituida como una sociedad bajo el RUC 1793196522001, su representante legal la Sra. Castillo Gómez Olga María es una persona jurídica obligada a llevar contabilidad por lo que responde al pago de impuestos tributarios y permisos de funcionamiento los cuales se encuentran vigentes y en orden. (ver Anexo 2)

- Permiso Anual de Funcionamiento N.º 2022002994
- Cuerpo de Bomberos N.º 28466
- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria N°-2022-14.5.1-0001846
- Patente Municipal N°19211177

También cuenta con comprobantes de venta, comprobantes de retención y documentos complementarios autorizados por el SRI como la factura electrónica, tiquetes emitidos por máquinas registradoras, retenciones, notas de devolución y guías de remisión que facilitan el reporte anual de estados financieros y demás informes.

La sucursal se caracteriza por tener una categoría PYMES grande apoyada con 27 colaboradores la cual se encuentra distribuida de la siguiente manera:



**Figura 3**

*Organigrama Estructural*

*Nota.* Tomado de la Corporación B&C S.C.C sucursal Baños de Agua Santa

Dentro de la empresa se puede evidenciar diversas irregularidades en el rendimiento de la productividad laboral el cual es probable que se encuentre relacionado con la comunicación interna, por esta razón la presente investigación toma como prioridad la temática mencionada.

A continuación, se detallan aspectos teóricos y conceptuales acerca del tema planteado con el fin de conocer si la comunicación interna que transmite la empresa es de forma clara y precisa para el buen rendimiento y motivación ya que la productividad laboral depende de un nivel de satisfacción positivo que permite que todo resulte más eficaz e inmediato como coordinar tareas, integrar a los empleados y alcanzar los objetivos propuestos.

### **1.1.1 Tema**

Gestión de la comunicación interna y la productividad laboral en la Corporación B&C S.C.C sucursal Baños de Agua Santa.

### **1.1.2 Planteamiento del problema**

Mala gestión de la comunicación interna en la Corporación B&C S.C.C sucursal Baños de Agua Santa.

### **1.1.3 Definición del Problema**

De acuerdo con los aspectos más importantes de la comunicación organizacional se puede evidenciar una mala gestión de la comunicación interna dentro del establecimiento. Un ambiente tenso y negativo provoca la falta de compromiso de los clientes internos, la explotación laboral conlleva a renuncias o rotación del personal entre otros factores que a su vez genera una disminución de la productividad laboral, por lo que es necesario implementar cambios de información a través de vínculos emocionales entre empleador y empleado para evitar así la ausencia de liderazgo y por ende la ineficiente comunicación. (ver Anexo 3)

### **1.1.4 Contextualización**

El sector comercial a nivel mundial es un motor de crecimiento y generador de empleo que ayuda a reducir la pobreza y aumenta las oportunidades económicas. De esta

manera el comercio crece económicamente en un promedio de 1 a 1,5 puntos porcentuales a nivel mundial desde 1990 (Banco Mundial, 2021). “El volumen del comercio mundial de mercancías y el PIB decayó como consecuencia de la pandemia un 5,3% en 2020 y el PIB en un 3,6%; no obstante, a partir de ese año, poco a poco se ha ido recuperado su nivel de ingresos” (Organización Mundial de Comercio, 2012).

En Ecuador, el sector comercial se destaca por sus ventas que van en aumento en USD 4.022 millones identificados al primer semestre de 2022 en referencia al año anterior y la situación frente a la pandemia (Coba, 2022). En este sector, el número de empresas y el nivel de facturación de la actividad de los supermercados es el más alto. La actividad principal de los supermercados es la comercialización de alimentos y otros productos de consumo masivo y corriente en una región o zona determinada (Dirección Nacional de Estudios de Mercado, 2014).

La Corporación B&C S.C.C es una cadena de supermercados que cuenta con tres establecimientos: La Carrión, Distribuidora Leo y Mega Bodega 7:9. En la presente investigación se trabajará con la sucursal Mega bodega 7:9 que se encuentra ubicada en la provincia de Tungurahua, cantón Baños de Agua Santa, entre las calles Vicente Rocafuerte S/N y Eloy Alfaro, su actividad económica radica en la venta al por menor de una gran variedad de productos en supermercados entre los cuales predominan productos alimenticios, de primera necesidad y bebidas. Dentro de la empresa se puede evidenciar diversas irregularidades en el rendimiento de la productividad laboral el cual es probable que se encuentre relacionado con la comunicación interna, por esta razón la presente investigación toma como prioridad la temática mencionada.

## **1.1.5 Delimitación**

### ***1.1.5.1 Delimitación conceptual***

Área: Administración

Campo: Ciencia Administrativas

Aspecto: Ambiente laboral

Línea de Investigación: Productividad y Competitividad Empresarial

Periodo: octubre 2022-marzo 2023

### ***1.1.5.2 Delimitación espacial***

País: Ecuador

Provincia: Tungurahua

Cantón: Baños de Agua Santa

Organización: Corporación B&C S.C.C sucursal Baños

### ***1.1.5.3 Delimitación temporal***

El tiempo que se tomara para estudiar el problema de la presente investigación es a partir del mes de octubre 2022 y en enero 2023.

### **1.1.6 Justificación**

La presente investigación nace debido a un bajo rendimiento en la comunicación interna de la empresa, se pudo evidenciar que el anterior año de servicio presento una desorganización total de los empleados, por lo que se intuye que la productividad laboral es un factor que puede provocar este problema y afecta en el desarrollo y crecimiento de la Corporación B&C S.C.C. sucursal Baños, por esta razón nuestro tema de investigación esta direccionado a la comunicación interna y productividad laboral.

La comunicación interna en la empresa se ha convertido en una estrategia vital para cualquier organización por lo que el interés de realizar la investigación es evaluar e integrar el recurso humano para conocer su posición laboral y aportar con posibles soluciones que mejore la calidad y productividad del personal, y así proporcionar un ambiente laboral adecuado.

Dentro de una organización es importante mantener una buena comunicación con los clientes internos ya que esta es la esencia de una actividad organizada. Si la comunicación es potente va a permitir que las personas trabajen de forma mancomunada, saquen lo mejor de sí, se aproveche al máximo los talentos, capacidades y los recursos de cada uno para alcanzar las metas que la organización se ha planteado. La clave para potenciar la comunicación interna no son necesariamente los medios de comunicación interna, sino más bien las acciones son lo comunican y transmite una buena práctica organizacional.

Las novedades que se evidenciara es la capacidad de liderazgo que tiene el nivel directivo, como se contrata, como se gana un cliente, cual es el salario que se le paga a un colaborador o empleado, cada una de estas acciones son mensajes que digiere el colaborador para luego interpretarlas y transmitir las al cliente externo por lo que tiene una transcendencia global donde la palabra de un empleado tiene mucho peso y credibilidad.

La utilidad y beneficios que se obtendrá al realizar la investigación es que mejorara la comunicación interna y a su vez influirá en la productividad laboral de la empresa ya que se fortalecerá los equipos de trabajo, brindara un mejor entorno laboral, mejorara la transparencia e imagen de la marca ya que permitirá dar soluciones rápidamente frente a crisis que se puedan presentar, convertirá a los trabajadores en prescriptores por lo que si están contentos, continuamente informados y si se sienten valorados ellos mismos se encargan de recomendar.

El impacto social que la investigación va a cubrir es la satisfacción del cliente y el desarrollo y crecimiento de la empresa porque cuando uno invierte en comunicación interna también invierte en construcción de marca, por lo que proponer estrategias de comunicación mejorar la productividad laboral y aumenta el compromiso de los colaboradores que conforma la empresa.

A nivel económico mejora el índice del proyecto de investigación, en la parte técnica mejora los procesos e innovación, en lo social me ayuda a crecer como persona y sustentar la calidad de vida al resolver los problemas del personal y satisfacer sus necesidades, además cabe recalcar que incrementa plazas de trabajo, a nivel teórico genera nuevo conocimiento y finalmente en lo personal dicha investigación me servirá para graduarme y aplicarlo en mi vida profesional.

## **1.2 Antecedentes Investigativos**

### **1.2.1 Antecedentes Internacionales**

En la investigación de Marín (2019) sobre la influencia de la comunicación interna en el área laboral de los colaboradores de la empresa Novo centro, Perú, se determinó como objetivo conocer la influencia entre variables, además se aplicó un estudio

aplicativo, observacional. Para obtener datos importantes se seleccionó un muestreo probabilístico intencional o criterio de un total de 28 colaboradores. Con los resultados alcanzados se realizó una correlación de variables, del cual, las principales conclusiones fueron que el grado de relación de la comunicación interna y el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Novo centro es positivo.

Por otra parte, la investigación de Montes (2019) relacionada a la “Comunicación interna y productividad laboral en los trabajadores de la municipalidad distrital de Sachada, Arequipa 2019” estableció como objetivo determinar la relación existente entre la comunicación interna y la productividad laboral del personal. Bajo la técnica de recolección de datos se utilizó la encuesta y como instrumento el cuestionario; y con los resultados alcanzados se concluyó que si existe una relación de  $r=0,503$  entre las variables: comunicación interna y productividad laboral, con un nivel de correlación positivo moderado.

### **1.2.2 Antecedentes Nacionales**

Armijos (2022) en su investigación sobre “la comunicación interna y su influencia en el rendimiento laboral de los colaboradores de las pequeñas empresas del Distrito Quito” se plantea como objetivo determinar la influencia de las variables mediante un enfoque cuantitativo utilizando un instrumento de recolección de datos a 134 empleados. Con respecto al análisis de datos y la comprobación de las hipótesis se corroboró que la comunicación interna se correlaciona de forma positiva y considerable en un valor de 0.685.

En la investigación de Aragadvay (2022) sobre la influencia de la comunicación interna en el desempeño del personal en un hospital en la ciudad de Riobamba, se estableció como objetivo determinar la influencia de la comunicación interna en el desempeño del personal. Para eso se empleó un formato de encuesta y se obtuvo como resultado que existió relación entre las variables. Concluyendo que existe una correlación positiva entre las variables comunicación interna y desempeño laboral.

### **1.2.3 Antecedentes Locales**

Velastegui (2017) en su investigación titulada “Comunicación interna y la productividad en la empresa COEXPO Cía. Ltda.” se planteó como objetivo determinar los procesos de comunicación interna y la productividad en la empresa. del cual, se utilizó una metodología con enfoque cualitativo. Los resultados alcanzados evidenciaron que la empresa tiene dificultades comunicacionales, y que el nivel de conocimientos acerca de la funcionalidad de la comunicación interna es bajo y esta a su vez debilita la productividad y el ambiente laboral; llegando a concluir que es importante ejecutar un plan de comunicación interna conformada por estrategias comunicacionales que ayuden a mejorar las falencias detectadas.

Por su parte, en la investigación de Ramos (2021) sobre “la Comunicación Interna y su Incidencia en la Productividad de la Cooperativa de Ahorro, Crédito y Vivienda La Merced Ltda., en la Ciudad de Ambato” se determinó como objetivo investigar cómo influye la comunicación interna en la productividad de la cooperativa. Se realizó un estudio de campo en el cual se identificó que la comunicación entre empleador y empleados es muy débil y esto deteriora el trabajo en equipo y que los resultados alcanzados indican que la comunicación interna si influye en la productividad llegando concluir que es necesario establecer un plan de capacitación como herramienta para que el trabajador desarrolle su potencial y contribuya con el crecimiento de la empresa.

## **1.3 Objetivos**

### **1.3.1 Objetivo General**

Analizar las dimensiones de la comunicación interna y su relación con la productividad laboral de la Corporación B&C S.C.C sucursal Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua.

### **1.3.2 Objetivos Específicos**

- Identificar las dimensiones de la comunicación interna que afectan a los clientes internos de la Corporación B&C S.C.C sucursal Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua.



- Determinar la productividad a través de indicadores laborales y económicos en la Corporación B&C S.C.C sucursal Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua.
- Relacionar las dimensiones de la comunicación interna y la productividad laboral en los clientes internos de la Corporación B&C S.C.C sucursal Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua.

## **1.4 Fundamentación Teórica**

### **1.4.1 Clima Organizacional**

El clima organizacional “estudia el comportamiento humano en un ámbito dado, pues influye tanto en los comportamientos individuales como grupales y del sistema organizacional” (Bermejo et al., 2022). Por otra parte, según (Sumba et al., 2022) “el clima organizacional también es conocido como el ambiente físico y social, donde una persona desempeña su trabajo diariamente, el trato y sus tipos de liderazgo que un jefe puede tener con sus subordinados” (p.236).

Dentro de un contexto general, el clima organizacional se basa en un conjunto de sensaciones que los trabajadores perciben del ambiente en donde trabajan, es decir, el entorno de la empresa. En este mismo sentido, el clima organizacional influye directamente en el desempeño de los colaboradores y en el funcionamiento de la empresa como tal.

### **1.4.2 Comunicación**

La comunicación es parte de la conversación que mantienen las personas que se utilizan para determinar las relaciones. Es por eso que, el desarrollo de las competencias conversacionales entre individuos es más efectiva cuando la comunicación directa (Gómez, 2016). La comunicación sea oral o escrita surge de la necesidad de los seres humanos de relacionarse con sus semejantes por medio de mecanismos de interacción bien sea de forma presencial o de manera digital (Santillán, 2022).

Es importante indicar que, la comunicación es parte de un proceso a través del cual se transmite, recepta y se devuelve información importante uno hacia el otro: Por medio

de canales de comunicación se transmiten e intercambian sentimientos, opiniones, ideas, o cualquier otro tipo de información ya sea escritura, por habla u otras señales.

#### ***1.4.2.1 Importancia***

La idea de compartir espacios comunes que nos animen a conectarnos en todos los ámbitos es una de las líneas sobre las que se perfila el desarrollo. En este orden, la comunicación escrita o hablada sigue siendo la forma más fundamental y fundamental para que nos relacionemos entre nosotros. Como resultado, la importancia del idioma elegido es innegable cuando se consideran factores como un entorno cada vez más energizado por las tecnologías modernas (Santillán, 2022).

La comunicación es muy importante en todos los ámbitos y en todas partes del mundo, pues es una de las habilidades más valoradas en el trabajo, porque, ayuda a los trabajadores entenderse a sí mismos y a los demás, además de construir relaciones positivas, gestionar los procesos y lograr el cumplimiento de los objetivos empresariales.

#### ***1.4.2.2 Elementos de la Comunicación***

Según López et al. (López et al., 2022) la comunicación es una forma de entender el proceso comunicativo y a su vez conocer cómo funciona, para eso, es importante aprender a diferenciar los elementos básicos que lo conforman, como son:

- **Emisor:** Es quien transmite o emite el mensaje a fin de que sea recibido de forma clara, concisa y eficaz al receptor.
- **Mensaje:** Es el contenido e idea a transmitir a través de un canal comunicacional. Este elemento es clave para realizar la actividad de la comunicación.
- **Código:** Es la forma en la que el emisor construye el mensaje, y que a su vez define el éxito o fracaso de la transmisión puesto que se debe escoger el código más adecuado para elaborar dicho mensaje.
- **Canal:** Es el medio por el cual llega el mensaje al receptor. Este canal debe ser claro y precisa con el fin de que el mensaje llegue a su destino.

- **Decodificación:** Esta parte corresponde al receptor, pues es quien comprende o interpreta el mensaje enviado.

### **1.4.3 Comunicación Organizacional**

“La comunicación organizacional consiste en el proceso de emisión y recepción de mensajes dentro de una organización compleja. Dicho proceso puede ser interno, es decir, basado en relaciones dentro de la organización, o externo (por ejemplo, entre organizaciones)” (Ramos et al., 2017)

Es importante indicar que la comunicación organizacional forma parte de los pilares fundamentales de las organizaciones pues ayuda a garantizar un entendimiento claro de los objetivos empresariales y con ello a cumplir las metas planteadas. No obstante, varias empresas dejan un lado el sistema de comunicación eficiente causando pérdidas de recursos, productividad y rentabilidad en la organización.

#### ***1.4.3.1 Tipos de comunicación***

Como se ha mencionado anteriormente, la comunicación organizacional se conforma de un conjunto de acciones, procedimientos y tareas comunicacionales que son transmitidas y/o recibidas por quien emite información por medio de diversos medios, métodos y técnicas de sean esta de comunicación interna y externa con el propósito de cumplir los objetivos de la empresa u organización. Los tipos de comunicación organizacional se dividen por su enfoque: interna y externa; y por su tono: formal e informal (Ramos et al., 2017)

La comunicación organizacional es un desafío para las organizaciones actuales tanto al exterior como al interior, pues estas deben establecer procesos y estrategias que ayuden a difundir mensajes, contenidos y valores de la empresa desea transmitir tanto fuera como dentro de la organización a fin de establecer relaciones sólidas y crear una imagen de marca competitiva.

La presente investigación se enfocará en la comunicación interna la cual se detalla a continuación:

#### **1.4.4 Comunicación Interna**

Según Tessi (2011) define a la comunicación interna como el intercambio comunicacional que surge dentro de una empresa la cual está integrada por todos los mensajes que se producen en la misma. Se presenta de manera formal e informal e incluye la información que no quiere transmitir pero que de igual forma emite a los colaboradores de forma involuntaria, a su vez esos mensajes pueden generar en los trabajadores respuestas formales e informales incluso cuando no son transmitidas verbalmente sino manifestadas en silencio o apatía

La comunicación interna es aquella que busca alcanzar los objetivos organizacionales por medio de mensajes que impacten de forma eficiente en el interior de la organización con el fin de lograr relaciones satisfactorias entre sus colaboradores, crear un ambiente de trabajo agradable, entre otros aspectos que contribuyan a mejorar el rendimiento de la empresa (Ramos et al., 2017).

En este mismo sentido, la comunicación interna es un proceso comunicativo que determina la misma empresa hacia el interior, es decir, la comunicación se dirige a los trabajadores de la organización. Para eso, la empresa debe generar estrategias de comunicación interna que contribuyan a informar, motivar, capacitar, incentivar e involucrar al personal a que trabajen de forma adecuado en cada una de las actividades de la empresa.

##### ***1.4.4.1 Beneficios***

La comunicación interna adquiere una alta relevancia porque es un instrumento estratégico de las organizaciones, porque, posibilita la coparticipación de todos los trabajadores que conforman la fuerza laboral. Es así que, la comunicación interna de la empresa puede fundamentarse sobre la cultura laboral que maneja cada organización (Guerrero et al., 2022).

Entre los beneficios más destacados de la comunicación interna está el aumentar la productividad de los empleados, disminuir la rotación, incrementa la satisfacción de los colaboradores y contribuir un ambiente de trabajo saludable; además de fomentar la comunicación eficiente entre los empleados, dar mayor credibilidad y transparencia,

optimiza el trabajo en equipo, incrementa el sentido de pertenencia, entre otras características importantes que se enfocan en cumplir las expectativas y el desarrollo profesional de los colaboradores.

#### 1.4.4.2 Dimensiones

Para el estudio de la comunicación interna se tomó como referencia la metodología 1A de Manuel Tessi la cual se distribuye en tres modelos 1A, 2S y 3E y a su vez cada modelo permite integrar las tres dimensiones de la comunicación interna la intrapersonal, interpersonal e institucional con el fin de mejorar la gestión de la palabra.



**Figura 4**

*Metodología 1A de Manuel Tessi*

*Nota.* Tomado de (Tessi, 2012)

- **Dimensión Intrapersonal:** el modelo 1A primero adentro hace énfasis a la palabra pensada es decir que este método estudia los mensajes que se originan y se termina dentro de uno mismo, por lo que se genera una dimensión intrapersonal y las estrategias de comunicación que transmiten los líderes de la empresa sirven como entrenamiento de comunicación de estos elementos escucharse, entenderse y enseñarse (Tessi, 2012).

- **Dimensión Interpersonal:** el modelo 2S hace énfasis a la palabra oral y prioriza dos elementos importantes en el trabajo el sentido y el salario lo cual refleja una dimensión intrapersonal que se centra en la transmisión y recepción de mensajes que se generan en el equipo de trabajo además esto influye de forma terminante en la comunicación interna al considera el salario y el sentido una compensación material e inmaterial respectivamente ya que una depende de la otra (Tessi, 2012).
- **Dimensión Institucional:** el modelo 3S hace énfasis a la palabra escrita y propone tres elementos escuchar, empatía y emisión donde escuchar es la base fundamental para mantener una comunicación efectiva y da paso a la empatía ya que conlleva la comprensión emocional de destinatario y la emisión es la relación de los dos elementos mencionados anteriormente al generar un proceso de calidad en la comunicación que se da en la organización (Tessi, 2012).

#### ***1.4.4.3 Tipos de comunicación interna***

- **Comunicación ascendente:** Se genera en un orden jerárquico de subordinados a superiores, es decir, que los mensajes van desde los empleados hasta los superiores.
- **Comunicación descendente:** Este tipo de comunicación se origina cuando los mensajes van desde los superiores hacia los subordinados. La comunicación descendente se genera cuando los emisores envían mensajes de información sobre las responsabilidades y funciones que cumplen a todos los subordinados.
- **Comunicación lateral:** Es el intercambio de información entre empleados, departamentos y unidades. (Ramos et al., 2017)

Acorde al autor antes mencionado, se identifica que existen tres tipos de comunicación interna, las cuales especifica la utilización de comunicación ascendentes, descendente, y lateral, es decir, que la comunicación entre jefes y subordinados es continua y viceversa.

#### ***1.4.4.4 Canales***

Los canales son vistos como el vehículo que lleva los mensajes desde la fuente hasta el destinatario; son el vínculo físico entre el remitente del mensaje y el destinatario del mismo. Los canales se dividen en formal e informal (Oyarvide et al., 2017).

- **Canal formal:** es un canal que sirve para atender sus sugerencias y observaciones.
- **Canal informal:** están relacionados directamente con las reuniones casuales que se desarrollan entre la empresa y sus participantes.

La importancia de los canales también depende de la audiencia a la que se esté hablando y del tipo de mensaje a transmitir, se deben utilizar adecuadamente los canales de comunicación disponibles.

#### ***1.4.4.5 Nuevos medios***

La configuración actual de los sistemas de transmisión de información basados en tecnología digital es sumamente amplia e incluye canales de comunicación tan diversos como según (Fernández, 2018):

- **Intranet:** Red informática para transmitir y compartir información
- **Correo electrónico:** Es un sistema que contribuye al intercambio de mensajes por medio de la interconectividad en red.
- **Mensajes móviles:** Son mensajes que se envían y reciben desde una extensión reducida.
- **Herramientas digitales:** son dispositivos electrónicos que facilitan la comunicación tales como celulares y tabletas, entre otros.

Es preciso indicar que los nuevos medios o canales de comunicación se enfocan en la utilización de la tecnología, puesto que, esto es lo que actualmente se utiliza para que la información llegue al cliente final y que además es de fácil utilización y genera grandes resultados para la empresa.

#### **1.4.4.6 Barreras**

Según Palmar (2012) menciona que las barreras de comunicación son obstáculos que se pueden superar si se plantean estrategias específicas para cada una de ellas, pero tomar conciencia de ellas inicialmente es el primer paso para superarlas. Los siguientes tipos de barreras de comunicación constituyen barreras a la comunicación:

- **Barreras personales:** son los impedimentos que provocan las emociones y los valores de cada persona. Las barreras personales más frecuentes que obstruyen el flujo de información son las relacionadas con la discapacidad auditiva, la percepción, la emoción, la motivación y los sentimientos personales (Palmar, 2012).
- **Barreras de contenido:** son limitaciones o variaciones resultantes de los símbolos utilizados para la comunicación, tales como palabras u otros signos como gestos, sellos o símbolos, entre otros, (Palmar, 2012).
- **Barreras ambientales:** son aquellos impedimentos que se pueden observar en el entorno donde se desarrollan los procesos de comunicación. Ejemplos de estos incluyen la distancia, un canal abarrotado y sobrecargado, restricciones físicas (como análisis que se interponen en el camino) y el ruido del entorno acústico, entre otros (Palmar, 2012).

Para gestionar los procesos de vinculación con el sector productivo, las universidades no son ajenas a este tema dado que el proceso de intercambio o cooperación es un paso administrativo necesario para el logro de una situación ganar-ganar entre el cliente y la universidad. Por lo tanto, las barreras de comunicación pueden afectar los procesos y limitar la consecución de resultados óptimos en cualquier entorno en el que estén presentes.

#### **1.4.5 Gestión de la producción**

La implementación de la gestión de la producción es crucial para el éxito de las empresas industriales. En consecuencia, en estos negocios, el componente más significativo es la producción, y es fundamental que cuenten con una buena planificación y control para mantener un nivel óptimo de crecimiento (Vilcarromero, 2013).



Se puede afirmar que la gestión de la producción es el conjunto de herramientas administrativas diseñadas para maximizar los niveles de productividad de una organización. Como resultado, la gestión de la producción se centra en la planificación, demostración, ejecución y control de varios procesos para producir productos de alta calidad.

#### **1.4.6 Producción**

El objetivo de la producción es crear bienes y servicios dentro de condiciones específicas. Esta es la razón de ser una actividad empresarial. Un sistema de producción se compone de entradas, procesos, salidas y flujo de información que lo conecta con los clientes y el entorno exterior (Carro y González, 2012).

Se puede afirmar que la producción se encamina a crear un bien o un servicio y que este producto puede satisfacer las necesidades y requerimientos de los consumidores. Es por eso que, las actividades de la producción se enfocan en la elaboración, la fabricación, adquisición, almacenamiento y comercialización.

#### **1.4.7 Productividad**

La relación entre el volumen total de producción y los recursos utilizados para alcanzar ese nivel de producción, o la razón entre las salidas y las entradas, se conoce como productividad (Herrera et al., 2018).

El proceso de entrada y salidas es un el método mediante el cual se emplean los factores de producción durante el desarrollo de bienes y servicios para satisfacer las necesidades de los clientes y es un componente estratégico en las organizaciones porque los bienes y servicios no pueden ser competitivos si no se producen con altos niveles de productividad.

##### ***1.4.7.1 Indicadores***

- **Eficiencia:** la capacidad de alcanzar niveles máximos de recursos mientras soporta costos mínimos (García et al., 2019).

La eficiencia es una combinación particular de factores productivos, además de ser redundante en las operaciones de una organización, la eficiencia también contribuye

al progreso de los empleados, al crecimiento personal y al progreso de la organización y su entorno.

- **Eficacia:** consiste en la capacidad de una organización para lograr sus objetivos, teniendo en cuenta los factores ambientales y la eficiencia (J. García et al., 2019).

La eficacia se define como la capacidad de las organizaciones para satisfacer a los clientes identificando con precisión sus necesidades y expectativas para deducir las características que deben poseer sus productos para estar en condiciones de hacerlo.

#### ***1.4.7.2 Tipos***

- **Productividad laboral:** La mano de obra es el recurso más valioso de la organización, una forma de medir la satisfacción de los empleados es observar el nivel de productividad en el trabajo. Si este último es alto, se confirma que la plantilla está contenta trabajando para la empresa (Dávila-Morán et al., 2022)
- **Productividad parcial:** “es la que relaciona todo lo producido por un sistema (salida) con uno de los recursos utilizados (insumo o entrada)” (Carro y González, 2012).
- **Productividad total:** “la productividad total involucra, en cambio, a todos los recursos (entradas) utilizados por el sistema; es decir, el cociente entre la salida y el agregado del conjunto de entradas” (Carro y González, 2012).

En este caso el proyecto de investigación se enfocará únicamente en la productividad laboral que se detalla a continuación:

#### **1.4.8 Productividad laboral**

La productividad laboral se define como la relación entre el producto generado y la cantidad de trabajo necesario para su obtención en un período determinado. Así, el factor trabajo comúnmente se mide por las horas trabajadas o el número de trabajadores ocupados, y la producción por su valor bruto o por el valor agregado (González et al., 2022).

La productividad laboral también se define como una medida de eficiencia sobre la actividad de los trabajadores, es decir, mide la eficiencia de una persona dentro de su área laboral. Además, mide la relación entre la cantidad de productos alcanzados y la utilización de recursos para obtener la producción. De esta manera, la productividad laboral se relaciona al desempeño de las personas en su trabajo.

#### **1.4.8.1 Beneficios**

Las principales ventajas de la productividad laboral en las empresas incluyen el acceso a nuevos mercados, el desarrollo de recursos humanos, la estabilidad de precios debido al aumento de la demanda, el historial crediticio y la optimización de procesos mediante la adopción de mejores prácticas (Baltodano Leyva, 2020).

El obtener una productividad laboral adecuada ayuda a la empresa a optimizar recursos materiales y económicos, con el cual, también se lograría mejorar la rentabilidad de la empresa, alcanzando un éxito importante para la empresa, destacando también en el ámbito del mercado competitivo.

#### **1.4.8.2 Indicadores**

Para el estudio de la productividad laboral se toma en cuenta los indicadores de productividad de la industria ecuatoriana propuesto por Paul Ruiz que se detallan a continuación:

**Tabla 1**

*Indicadores de la Productividad Laboral*

<b>Indicadores de Productividad</b>	
<b>Valor agregado</b>	Es la diferencia entre la producción total y el consumo intermedio.
<b>Productividad Media laboral</b>	<p>(PL)= Valor agregado / número de empleados:</p> <p>Refleja el monto del valor agregado generado por la empresa, en relación con el número de empleados.</p>

<b>Costo Laboral Unitario</b>	(ULC) = Costo laboral / producto (output): Donde el producto total es definido como la producción bruta. La razón indica la proporción entre costo laboral y valor agregado.
<b>Competitividad del costo laboral</b>	(LCC)= Valor agregado / costo laboral: Esta tasa indica la capacidad de competencia de las empresas en términos de costos laborales
<b>Productividad del Capital</b>	
<b>Productividad Media del Capital</b>	(CP) = Valor agregado / activos fijos: Indica el grado de utilización de los activos fijos tangibles, que comprenden equipo de transporte, maquinaria y equipo, y accesorios y suministros
<b>Intensidad del Capital</b>	(IC) = Activos fijos / número de empleados: Indica si la empresa hace uso intensivo de capital o de trabajo.
<b>Tasa de Excedente</b>	(TE) = Remuneraciones / activos fijos: Estos indicadores de productividad y competitividad constituyen un referente que ayuda a realizar un análisis comparativo.
<b>Productividad total</b>	(PT) = Total producido / total insumos: ayuda a medir la eficiencia en el uso de los insumos o recursos (trabajo y capital) para producir bienes y servicios. Un alto índice refleja un buen desempeño de la empresa en un lapso de cinco años. Es un indicador positivo.

*Nota.* Esta tabla muestra los indicadores de productividad. Fuente: (Aguiar et al., 2013)

### 1.4.8.3 Factores

Para Agudelo y Escobar (2022) los factores que más influyen en la productividad laboral son los siguientes:

**Tabla 2**

*Factores que influyen en la Productividad Laboral*

<b>Factores</b>	<b>Aspecto</b>
<b>Humano</b>	Habilidades de trabajador (competencias), interacción, social del individuo, motivación del empleado, satisfacción laboral, participación, fuerza laboral, mano de obra, personas, actitud y nivel de capacidad de la mano de obra, efectividad de los recursos humanos, cultura y clima organizacional, educación, cohesión, manejo de conflicto, alimentación, condiciones de trabajo saludable.
<b>Materiales</b>	Activos, calidad de las materias primas, disponibilidad de transporte, tierra, energía, planta y equipo, infraestructura, calidad y disponibilidad de los materiales, insumos intermedios, herramientas, inversión en capital
<b>Financieros</b>	Mecanismos institucionales, políticas y estrategias financieras, costos, gastos, inversión, habilidades administrativas en el desarrollo de estrategias.
<b>Tecnológicos</b>	Maquinaria con tecnología, inversión en tecnología, calidad y utilidad de la tecnología,
<b>Organizacionales</b>	Racionalización del trabajo, desarrollo tecnológico, métodos de trabajo, sistema, escala de operaciones, utilización de la capacidad, conocimiento.

*Nota.* Esta tabla indica los factores que influyen en la Productividad Laboral. Fuente: (Agudelo & Escobar, 2022)

#### ***1.4.8.4 Organización del trabajo***

La organización del trabajo se define como todos los métodos y procedimientos utilizados por un empleador o un empleado con el objetivo de mejorar la productividad. Cada individuo tiene un conjunto de reglas y métodos que utiliza para organizar su trabajo. Por un lado, algunos empleados prefieren planificar y organizar su trabajo ellos mismos, mientras que otros prefieren que la empresa les proporcione pautas sobre cómo hacerlo (Hervás, 2022).

Cada empleado es responsable de su propia organización personal del trabajo, no obstante, para ser más efectivos a la hora de planificar sus jornadas laborales, los empleados deben utilizar una serie de herramientas o modelos organizativos que la empresa les sugierles u obligarles a utilizar.

#### ***1.4.8.5 Participación y Productividad***

Es preferible enfocar el tema desde una perspectiva práctica que teórica, porque, la participación tiene efectos tanto positivos como negativos sobre la productividad, dependiendo de una variedad de factores que coexisten en cada caso específico. Sin embargo, la participación generalmente no impide la aparición de efectos negativos y, de hecho, no impide su aparición por sí misma (Lorenzo, 2018).

La participación activa de los trabajadores influye de manera positiva sobre la productividad puesto que, los colaboradores se dirigen a participar acorde a sus competencias y nivel del puesto de trabajo en el que se desenvuelven, de la misma manera, es importante desarrollar un ambiente propicio para los trabajadores en donde la confianza y la comunicación sea imprescindible.

#### **1.4.9 Relación entre Comunicación Interna y Productividad Laboral**

Dentro de cualquier entorno, las personas intercambian constantemente información entre sí. En este sentido, la existencia de una buena comunicación dependerá de elementos como el ambiente, la motivación y otros factores. Al mismo tiempo, la comunicación es un componente crucial de la capacidad de un empleado para producir bien en el trabajo de la empresa, ya que busca maximizar la eficiencia fusionando tecnología, estructura, procesos administrativos y personal (Arévalo & Valdez, 2019).

## **CAPÍTULO II**

### **METODOLOGÍA**

#### **2.1 Enfoque de la Investigación**

##### **2.1.1 Enfoque Cuantitativo**

Este enfoque se caracteriza por estar basado en número y estadística, e un tema muy concreto y se refiere más al mundo real. Sánchez y Murillo (2021) afirmaron lo siguiente:

Es secuencial y probatorio. Parte de una idea, que va acostándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. Este enfoque también se guía por temas significativos de investigación. Sin embargo, en lugar de que de claridad sobre las preguntas de investigación e hipótesis precede a la recolección el análisis de datos. (p. 177)

El enfoque de la investigación será cuantitativo, debido a que se aplicara un instrumento que determinara los datos a través de procesos numéricos, los cuales serán tomados posteriormente para la tabulación y valoración.

#### **2.2 Tipo o Diseño de la Investigación**

##### **2.2.1 Diseño no Experimental**

No se manipula la variable independiente. En muchos casos se observan las variables lo cual impide que nosotros podamos saber si efectivamente la variable independiente tiene un efecto sobre la variable dependiente lo que nosotros podemos observar en los diseños no experimentales es que cuando sube la variable independiente sube la variable dependiente (Bernal, 2006).

El diseño de investigación que se aplicará será no experimental puesto que se pretende recoger los datos en un entorno natural o real sin ningún tipo de manipulación.

### **2.2.2 Transversal**

Es un tipo de estudio observacional en el que un investigador recopila datos de diferentes individuos en un solo momento, los investigadores pueden usar estos estudios para analizar varias características, además dan una idea de las características predominantes en una población lo cual puede proporcionar información sobre lo que sucede actualmente (Ávila, 2005).

El tipo de investigación será transversal ya que la recolección de datos se lo realiza una sola vez con el propósito de describir las variables y analizar su incidencia o interrelación en un momento específico de tiempo.

## **2.3 Alcance de la Investigación**

### **2.3.1 Descriptiva**

De acuerdo con el siguiente autor define que:

Se refiere a la investigación que provee un retrato preciso de las características de un individuo en particular, de una situación o de un grupo. La investigación descriptiva también es conocida como estadística.

Estos estudios son una forma de descubrir nuevos significados describiendo lo que éxito, determinando la frecuencia con la que algo ocurre, y categorizando información. (Rodríguez, 2020, p. 24)

El aplicar la investigación descriptiva dentro mi proyecto de investigación me va a permitir trabajar sobre realidades de un hecho y caracterizarlo funcionalmente para una interpretación correcta además se podrá establecer relación entre los factores y variables que se identifica entono a problema.

### **2.3.2 Correlacional**

“Se refiere a la investigación sistemática o estudio estadístico de relaciones entre dos o más variables, sin necesariamente determinar una causa y un efecto” (Rodríguez, 2020, p. 26).



El presente proyecto maneja un estudio de carácter cuantitativo por lo que se ve apropiado usar la investigación correlacional para relacionar la variable independiente y la variable dependiente, esta correlación está basada previamente en una hipótesis las cuales estarán sometidas constantemente a pruebas.

### 2.3.2.1 Coeficiente de Correlación de Pearson

Es una prueba paramétrica que permite medir el grado de asociación existente entre dos variables se caracteriza por tener datos en un nivel de medición de intervalo o razón, el muestreo tiene que ser aleatorio como la distribución se tiene que dar de forma normal además en su rango de calificación adopta valores reales entre +1 y -1 (Hernández et al., 2018).

**Tabla 3**

*Interpretación del coeficiente de correlación*

Rangos de valores de $ r_{xy} $	Interpretación
$0.00 \leq  r_{xy}  < 0.10$	Correlación nula
$0.10 \leq  r_{xy}  < 0.30$	Correlación débil
$0.30 \leq  r_{xy}  < 0.50$	Correlación moderada
$0.50 \leq  r_{xy}  < 1.00$	Correlación fuerte

*Nota.* Tomado de (Cohen, 1988)

## 2.4 Modalidad de la Investigación

### 2.4.1 Investigación de Campo

Es una herramienta que tiene propósito conseguir o recopilar de forma personal y directa los datos que necesitamos para poder explicar alguna problemática o fenómeno social, es importante saber antes de salir a buscar esta información cuales son los datos que necesitamos. Además, la interpretación o la recopilación de datos que se obtiene no son por parte de otra persona (Ortega, 2017).

## 2.4.2 Investigación Bibliográfica-Documental

La investigación bibliográfica documental es uno de los principales métodos de investigación ya que por lo general se usa para crear un marco teórico, este tiene como finalidad conseguir datos e información en base a documentos escritos y no escritos ya estructurados como libros, revistas, tesis entre otras (Ortega, 2017).

Para la modalidad se aplicará una investigación de campo debido a que será necesario realizar encuestas en el lugar de estudio y bibliográfica-documental porque se recabará información de datos ya preestablecidos y estructurados.

## 2.5 Población y Muestra

### 2.5.1 Población

Se considera al total de elementos que tiene características en común, por lo general se lo representa con la letra P y con ella se obtiene un resultado exacto sin embargo esto demanda tiempo y también recurso o dinero (Pardavé, 2005).

La Corporación B&C S.C.C cuenta con 3 establecimientos y engloba un total de 56 trabajadores. El primero se considera la matriz registrado bajo el nombre comercial de DISTRIBUIDORA LEO ubicada en Pichincha/ Quito/ Av. Pedro Vicente Maldonado S39 y Susana Lettor y posee un personal de 17 trabajadores, el segundo esta registrado bajo el nombre comercial de la CARRION ubicada en Pichincha/ Quito/ Mariscal Sucre/ Jerónimo Carrión Oe3-32 y Versalles y posee un personal de 12 trabajadores y el tercero esta registrado bajo el nombre comercial de MEGA BODEGA 7:9 ubicada en Tungurahua/ Baños de Agua Santa/ Vicente Rocafuerte Sn y Eloy Alfaro y posee un personal de 27 trabajadores.

**Tabla 4**

*Población Corporación B&C S.C.C*

<b>Establecimientos</b>	<b>Número de empleados</b>
Distribuidora Leo	17
La Carrión	12
Mega Bodega 7:9	27

<b>Total</b>	<b>56</b>
--------------	-----------

*Nota.* Esta tabla señala la cantidad total de empleados con la que cuenta la Corporación B&C S.C.C actualmente.

### **2.5.2 Muestra**

Es una parte o subconjunto de la población por lo que al no ser analizada todos los datos su resultado no es exacto sin embargo necesita menos tiempo para poderse realizar y por lo tanto menos dinero o recurso (Pardavé, 2005).

Para el presente proyecto de investigación se trabajará con el tercer establecimiento Mega Bodega 7:9 debido a que cuenta con el mayor número de trabajadores. Los 27 empleados que labora en el establecimiento se desglosan de la siguiente manera:

**Tabla 5**

*Empleados Mega Bodega 7:9 Sucursal Baños*

<b>Nivel</b>	<b>Número de empleados</b>
Administrativo	6
Operativo	21
<b>Total</b>	<b>27</b>

*Nota.* Esta tabla muestra el número de empleados de la sucursal Baños.

El cálculo de la muestra no se realizará debido a que la población de la sucursal Baños es muy pequeña y por ende el estudio se aplicara a todos los trabajadores del establecimiento.

## **2.6 Técnica de Investigación**

### **2.6.1 Encuesta**

Es un conjunto de preguntas que se hace a un grupo de personas o a una comunidad, su propósito es dar a conocer su opinión acerca de un problema, estas se las puede realizar al total de la población conocida como censo o solo a una parte representativa que se denomina muestra (García, 2004).

La técnica más apropiada a nuestra investigación es la encuesta ya que a través de esta se pretende recabar información verídica y confiable que permita el problema de estudio, cabe recalcar que la encuesta se aplicara a la población finita que laboran en la Corporación B C S.C.C sucursal Baños.

## **2.7 Instrumento**

### **2.7.1 Cuestionario**

Es el instrumento que ayuda a obtener información o datos valiosos de cualquier tema a partir de preguntas, es fundamental para realizar una encuesta, aunque es de gran utilidad para la realización de entrevistas, puede aplicarse de forma escrita o verbal (F. García, 2004).

El instrumento que se usará para la recolección de información será el cuestionario y un registro de datos respectivamente. Para la variable independiente se tomará como referencia la metodología 1A de Manuel Tessi donde permite medir 3 dimensiones de la comunicación interna intrapersonal, interpersonal e institucional y se adaptará al test de (ver Anexo 6), mientras que para la variable dependiente se recolectará información proporcionada por la misma sucursal para luego aplicar el método utilizado por Ruiz (2013) indicadores de productividad de la industria ecuatoriana. (ver Anexo 7)

#### **2.7.1.1 Baremos**

El baremo es una unidad de medida que nos permite comparar el sujeto frente a una muestra poblacional con características similares o su grupo de referencia, las puntuaciones directas nos arrojan datos cuantitativos y cualitativos no concretos por lo que es necesario compararla con una población para interpretarla (Daza, 2015).

En vista de que el cuestionario de Varona no cuenta con un baremo para definir el rango de calificación se adaptara a los baremos usados en el test creado por Portugal, (2005) el cual nos permite medir la comunicación organizacional con un puntaje máximo de 75, además cabe recalcar que este se distribuye en dos rangos de calificación el primero por dimensión y el segundo de manera general.

**Tabla 6***Rango de calificación por dimensión*

<b>Rangos</b>	<b>Puntaje de Calificación</b>	<b>Interpretación</b>
Alto	De 20 a 25	Adecuado
Medio	De 15 a 19	Promedio
Bajo	De 1 a 14	Inadecuado

*Nota.* La tabla muestra el rango de calificación que servirá para el análisis respectivo de los resultados por dimensión. Adaptado de (Portugal, 2005).

**Tabla 7***Rango de calificación general*

<b>Rango</b>	<b>Puntaje de Calificación</b>	<b>Interpretación</b>
Alto	60 a 75	Adecuada Comunicación Interna
Medio	45 a 59	Comunicación Interna Promedio
Bajo	01 a 44	Inadecuada Comunicación Interna

*Nota.* La tabla muestra el rango de calificación que servirá para el análisis respectivo de los resultados generales. Adaptado de (Portugal, 2005).

El cuestionario está estructurado con la escala tipo Likert de 5 niveles de respuesta

**Tabla 8***Escala de Likert*

<b>Nivel de respuesta</b>	
1	Nunca
2	Casi nunca
3	A veces
4	Casi siempre
5	Siempre

*Nota.* Esta tabla muestra los niveles de respuesta que tendrá la escala de Likert para las preguntas de cuestionario.

## 2.8 Validez y Confiabilidad del Instrumento

### 2.8.1 V de Aiken

Es una medida estadística que permite medir la validez de contenido mediante una relación entre las preguntas de una encuesta y su capacidad para medir un concepto específico, es útil cuando se trabaja con encuestas de opinión o encuestas de mercado ya que nos permite identificar las preguntas que son más efectivas para medir el concepto de interés. El resultado oscila entre 0 y 1, cuanto más el valor se acerque a 1 indica una mayor relación (Ramos, 2020).

**Tabla 9**

*Coefficiente V de Aiken*

<b>Criterio</b>	<b>V de Aiken</b>
Presentación	0,9
Claridad	0,8
Pertinencia	0,9
Relevancia	0,8
Factibilidad	0,9
<b>Validez</b>	<b>0,9</b>

*Nota.* Esta tabla señala la validez del instrumento por medio del coeficiente V de Aiken

La validación del instrumento nos permite realizar mejoras en el instrumento de recolección de información y corregir cualquier tipo de falencia que exista en el mismo, para ello se tomó como evaluadores a los siguientes docentes: Dr. Walter Jiménez MBA, Ing. Edwin Santamaria Freire y Lcda. Ruth Zamora. (ver Anexo 8) y se procedió aplicar el coeficiente V de Aiken para validar su contenido dando como resultado 0,9 lo cual indica que se acerca a un acuerdo perfecto.

### 2.8.2 Alfa de Cronbach

Método que mide la consistencia o fiabilidad de un instrumento es decir que tan confiable puede ser tu conjunto de datos, sin embargo es recomendable usarlo con precaución porque no siempre corresponde aplicarlo, la efectividad de este

instrumento varia en relación directa a los errores de medición que se puedan cometer, sus respuestas son politómicas generalmente se aplican en instrumentos que contienen preguntas tipo Likert y los resultados de este estadístico puede ir desde 0 a 1 (Malhotra, 2004).

**Tabla 10**

*Intervalos de fiabilidad de Alfa de Cronbach*

<b>Intervalo</b>	<b>Valoración</b>
0,9-1	Excelente
0,8-0,9	bueno
0,7-0,8	Aceptable
0,6-0,7	Débil
0,5-0,6	Pobre
0-0,5	Inaceptable

*Nota.* Esta tabla indica los intervalos de confiabilidad del Alfa de Cronbach. Fuente (Malhotra, 2004).

**Tabla 11**

*Estadística de fiabilidad del instrumento*

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,850	18

*Nota.* Esta tabla muestra las estadísticas de fiabilidad del instrumento.

El análisis realizado mediante el coeficiente del alfa de Cronbach en el programa SPSS dio como resultado 0,850 de fiabilidad lo que significa que el instrumento se encuentra en un nivel bueno y sirve para una posterior aplicación en la población objeto de estudio.

## CAPÍTULO III

### ANÁLISIS Y RESULTADOS

#### 3.1 Análisis y discusión de los resultados

##### 3.1.1 Resultados Generales

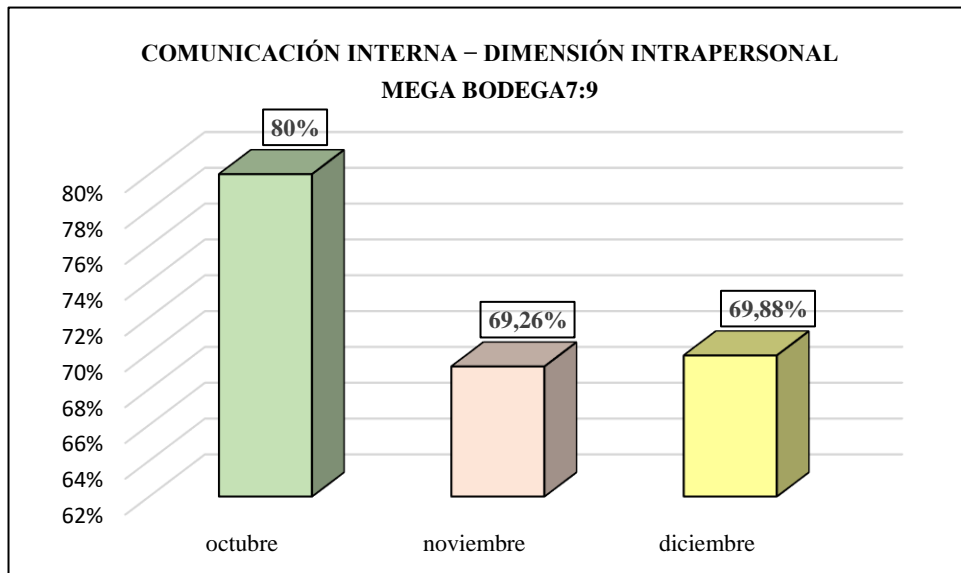
Para determinar la relación de las variables de comunicación interna y productividad laboral existente en la empresa MEGA BODEGA7:9, se procedió a analizar la variable de comunicación interna por medio de 3 dimensiones (intrapersonal, interpersonal e institucional) por medio de la aplicación de una encuesta que luego se realizó un análisis por medio de gráficos del cual se obtuvo que en el mes de octubre/2022, la Comunicación Interna alcanzó un porcentaje del 67% en comparación a los meses de noviembre y diciembre del año 2022 (ver gráfico 5), no obstante, se verificó que existe que la empresa posee un nivel medio en comunicación interna general, motivo por el cual, se debe tomar decisiones para mejorar la comunicación.

Por su parte, en referencia a la variable Productividad se identificó que en el mes de diciembre/2022 se alcanzó una productividad media laboral de \$6.380.90 valor que fue mayor a los meses de octubre y noviembre (ver gráfico 8), ante estos resultados se verificó que a mayor contribución por parte de los trabajadores mayor será su productividad, por este motivo la empresa Empresa Mega Bodega7:9 posee una productividad alta porque genera un valor agregado suficiente.



## 3.2 Análisis e interpretación de los resultados de la variable Comunicación Interna

### 3.2.1 Dimensión Intrapersonal



**Figura 5**

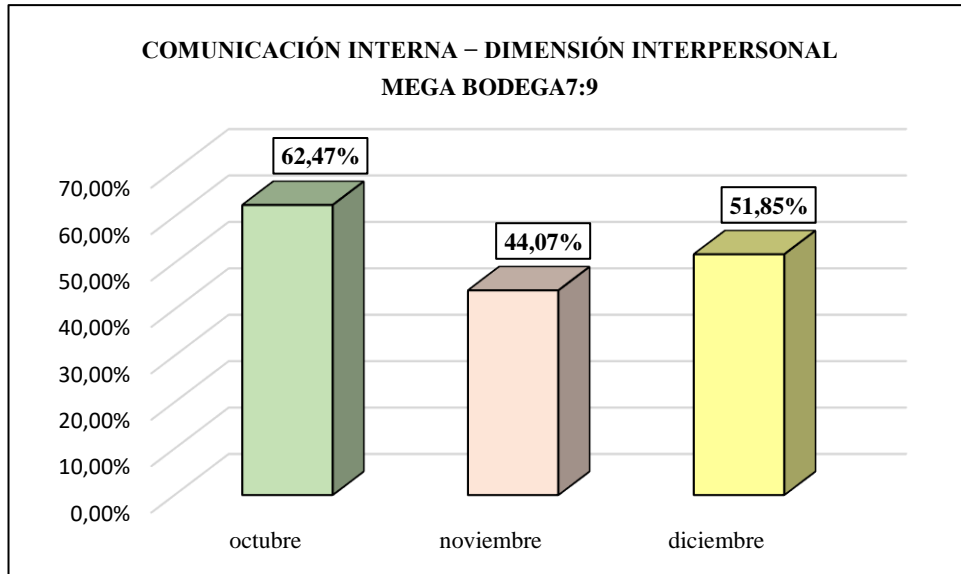
#### *Dimensión Intrapersonal*

*Nota:* Información obtenida por la encuesta realizada a los trabajadores de la Empresa Mega Bodega7:9 en el año 2022. Fuente: Investigación propia.

#### **Análisis e Interpretación**

Acorde a los resultados obtenidos de la encuesta realizada se verificó que la dimensión interpersonal tuvo una gran presencia en el mes de octubre con un porcentaje del 80%, mientras que, en el mes de noviembre fue del 69.26% y en el diciembre el 69.88%; identificando de esta manera que en el mes de octubre la dimensión interpersonal fluye de mejor manera en comparación de los demás meses. Por otro lado, con base a los datos alcanzado se corrobora que esta dimensión alcanzó un puntaje de 22 lo que significa que la dimensión intrapersonal en la empresa se encuentra en un nivel Alto, es decir, que se evidencia el desarrollo de habilidades, conocimientos y destrezas en los trabajadores y que estas a su vez son empleadas dentro de la empresa para mejorar su productividad.

### 3.2.2 Dimensión Interpersonal



**Figura 6**

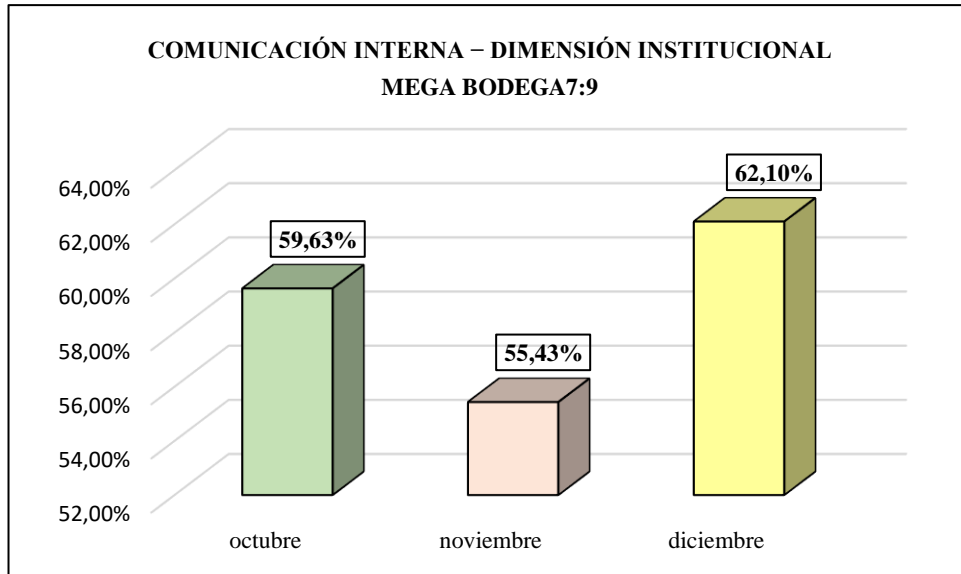
#### *Dimensión Interpersonal*

*Nota:* Información obtenida por la encuesta realizada a los trabajadores de la Empresa Mega Bodega7:9 en el año 2022. Fuente: Investigación propia.

#### **Análisis e Interpretación**

En la medición de la dimensión interpersonal, las respuestas obtenidas por el personal encuestado muestran que, en el mes de octubre se alcanzó un porcentaje de 62.47%, en el mes de noviembre 44.07% y el mes de diciembre 51.85%; verificando de esta manera que en el mes de octubre se desarrolló de mejor manera esta dimensión. En tal sentido, se obtuvo un puntaje de 16; lo que significa que la dimensión interpersonal se encuentra en un nivel Medio, es decir, que la actitud de los colaboradores frente al trabajo dentro de la empresa no es la más adecuada.

### 3.2.3 Dimensión Institucional



**Figura 7**

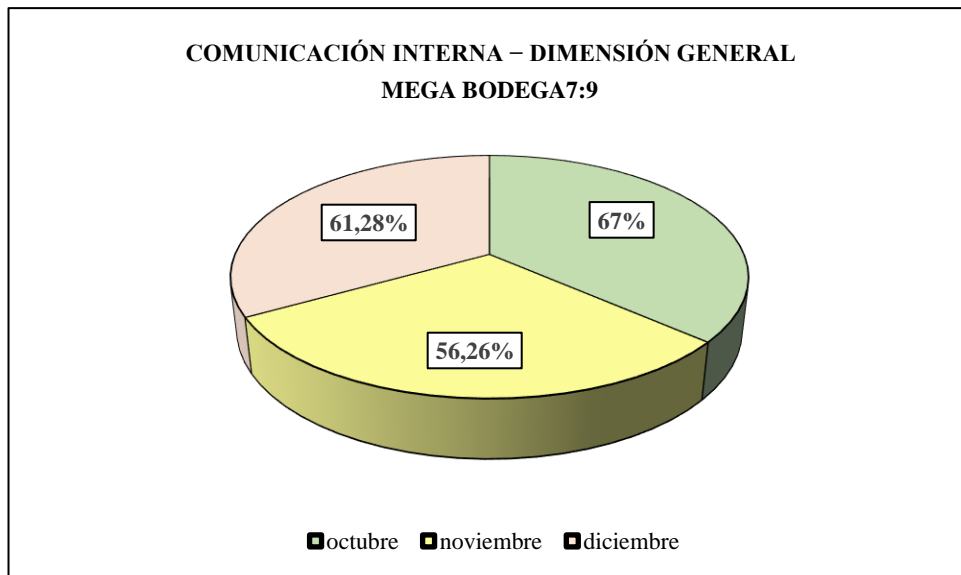
#### *Dimensión Institucional*

*Nota:* Información obtenida por la encuesta realizada a los trabajadores de la Empresa Mega Bodega7:9 en el año 2022. Fuente: Investigación propia.

#### **Análisis e Interpretación**

Según los datos alcanzados en la medición de la dimensión institucional se verificó que en el mes de octubre se alcanzó un porcentaje de 59.63%, en el mes de noviembre se obtuvo el 55.43% y en el mes de diciembre el 62.10%; identificando con estos datos que en el mes de diciembre se alcanzó un porcentaje alto de institucional. Por cuanto al puntaje, esta dimensión obtuvo 18 puntos, lo que significa, que empresa tiene un nivel medio de institucionalidad, es decir, que la empresa genera orden, cumple normas de comportamiento y comunicación interna entre empleados, jefes y directivos.

### 3.2.4 Dimensión General



**Figura 8**

*Dimensión General*

*Nota:* Información obtenida por la encuesta realizada a los trabajadores de la Empresa Mega Bodega7:9 en el año 2022. Fuente: Investigación propia.

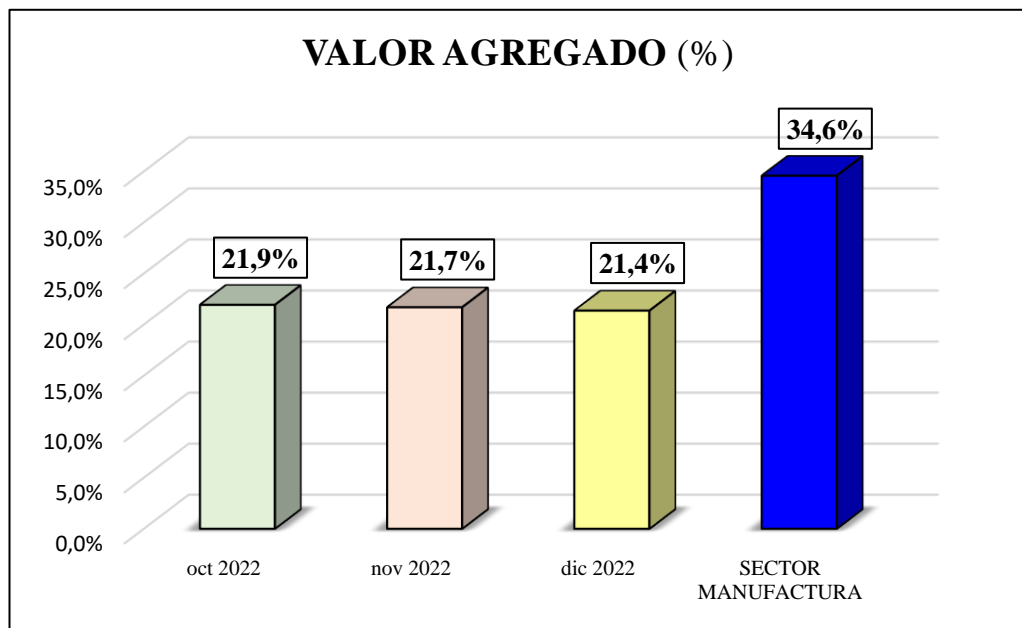
#### **Análisis e Interpretación**

De los resultados generales de la variable de Comunicación Interna se identifica que en el mes de octubre se alcanzó una comunicación interna en un 67%, en noviembre el 56.26% y en diciembre el 61.28%; verificando que en el mes de octubre la comunicación entre los trabajadores era eficiente y de manera estratégica en comparación con los otros meses, además en este mes se destaca un mayor desarrollo de las dimensiones intrapersonal e interpersonal. Por otra parte, la comunicación interna posee una calificación de 55 puntos, lo que significa que, la Empresa Mega Bodega7:9 posee un rango medio es decir una comunicación interna promedio por lo que se ve necesario mejorar la comunicación para alcanzar un rango alto y por ende una adecuada comunicación interna.

### 3.3 Análisis e interpretación de los resultados de la variable Productividad Laboral

#### Indicadores de Productividad

##### 3.3.1 Indicador de valor agregado



**Figura 9**

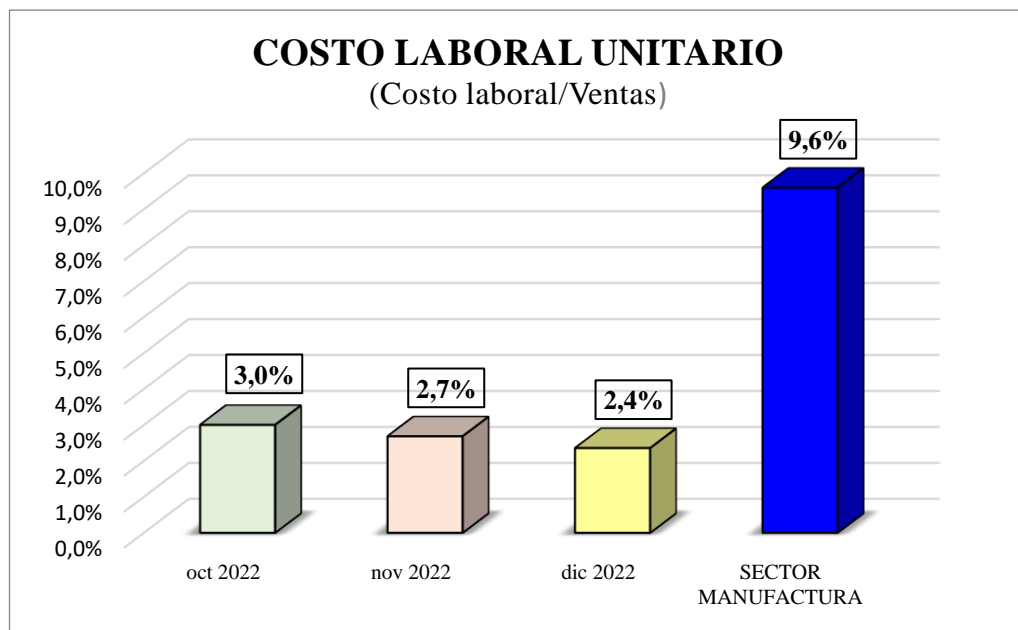
*Indicador de valor agregado*

*Nota:* Información obtenida de la Empresa Mega Bodega7:9 en el año 2022. Fuente: Investigación propia.

#### Análisis e Interpretación

Como se observa en el gráfico anterior, el valor agregado en la Empresa Mega Bodega7:9 en el mes de octubre fue del 21,9%, en el mes de noviembre 21,7% y en el mes de diciembre 21,4%; obteniendo porcentajes similares en los tres meses, no obstante, estos valores son inferiores a todo el sector de manufactura (34,6%). Es importante indicar que, para que una empresa sea solvente el indicador de valor agregado debe estar en el nivel más alto posible. Con referencia a esta afirmación, se verifica que la empresa presenta un indicador bajo de valor agregado.

### 3.3.2 Indicador de costo laboral unitario



**Figura 10**

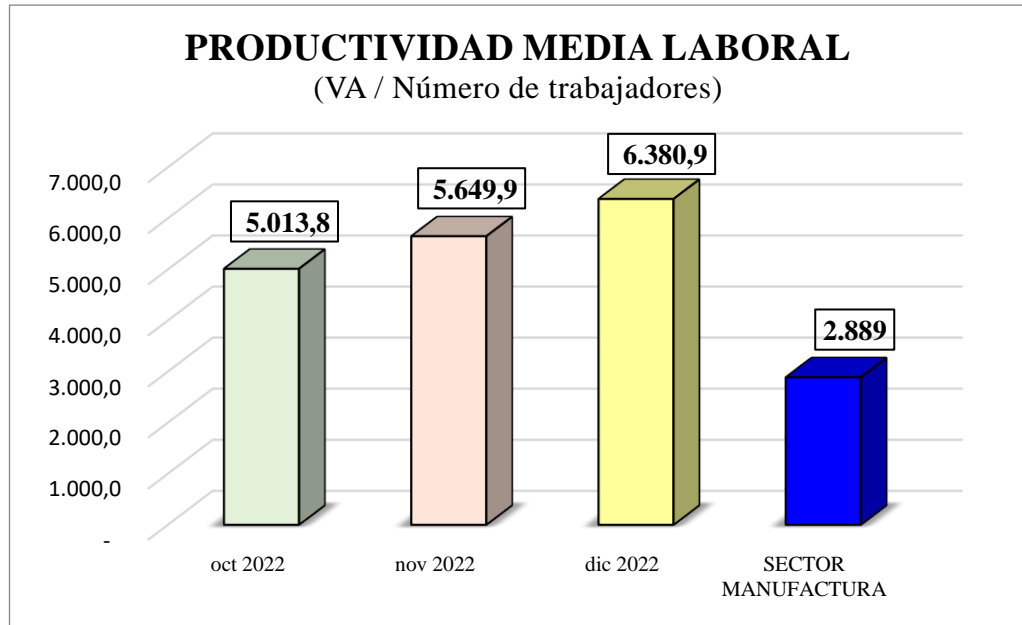
*Indicador de costo laboral unitario*

*Nota:* Información obtenida de la Empresa Mega Bodega7:9 en el año 2022. Fuente: Investigación propia.

#### **Análisis e Interpretación**

Es necesario entender que, el indicador de costo laboral unitario es la cantidad que cuesta a la empresa por cada trabajador, en función de su productividad, es decir dólares pagados al personal por dólares vendidos en productos. La empresa en el mes de octubre del año 2022 presentó el 3,0%; es decir, que para ese mes la empresa pagó al personal \$3,0 dólares por cada \$100 dólares vendidos, por su parte, en el mes de noviembre se pagó 2,7% y en el mes de diciembre 2,4%, que, en comparación con el sector de manufactura (9,6%) los valores son muy bajos. Por medio de estos resultados se evidencia que existe una baja Productividad Laboral de los trabajadores o que la presencia de mínima de trabajadores afecta al rendimiento de la empresa.

### 3.3.3 Indicador de la productividad media laboral



**Figura 11**

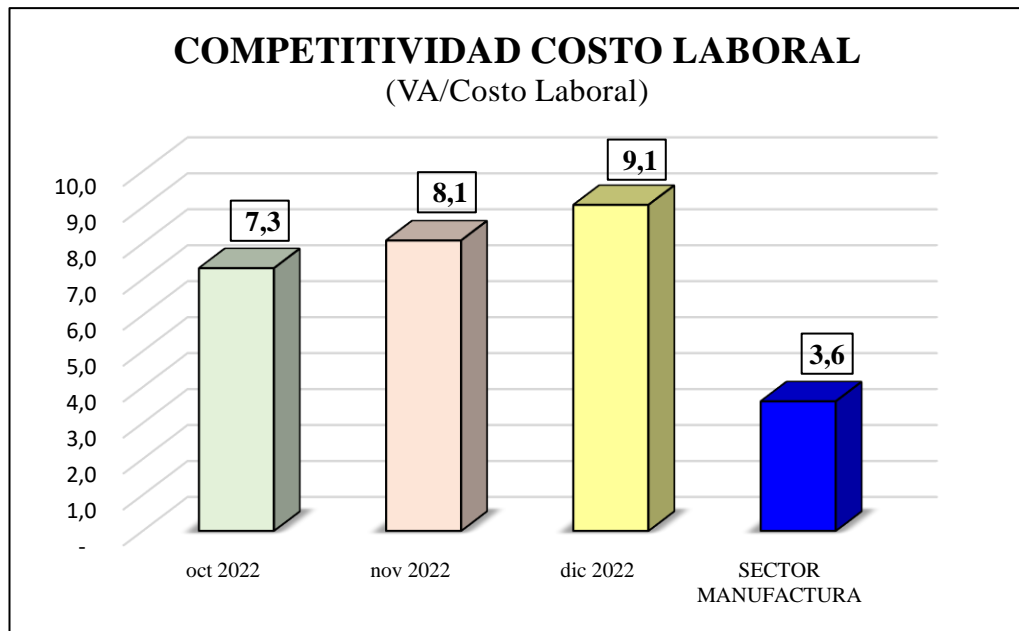
*Indicador de la productividad media laboral*

*Nota:* Información obtenida de la Empresa Mega Bodega7:9 en el año 2022. Fuente: Investigación propia.

#### **Análisis e Interpretación**

Como se observa en el gráfico anterior, la empresa en el mes de octubre por cada trabajador alcanzó un valor agregado de \$5.013,8 dólares, valor que ascendió a \$5.649,9 dólares en el mes de noviembre, y en el mes de diciembre siguió aumentando a \$6.380,9 dólares. Estos valores son altos en comparación con el sector de manufactura, el cual presenta un valor de \$2.889,0 dólares como valor agregado por cada trabajador, lo cual muestra una gran diferencia. Antes estos datos se determinan que a mayor contribución por parte de los trabajadores mayor será su productividad, razón por la cual, se evidencia que la empresa Empresa Mega Bodega7:9 posee una productividad alta pues genera un valor agregado suficiente.

### 3.3.4 Indicador de la competitividad costo laboral



**Figura 12**

*Indicador de la competitividad costo laboral*

*Nota:* Información obtenida de la Empresa Mega Bodega7:9 en el año 2022. Fuente: Investigación propia.

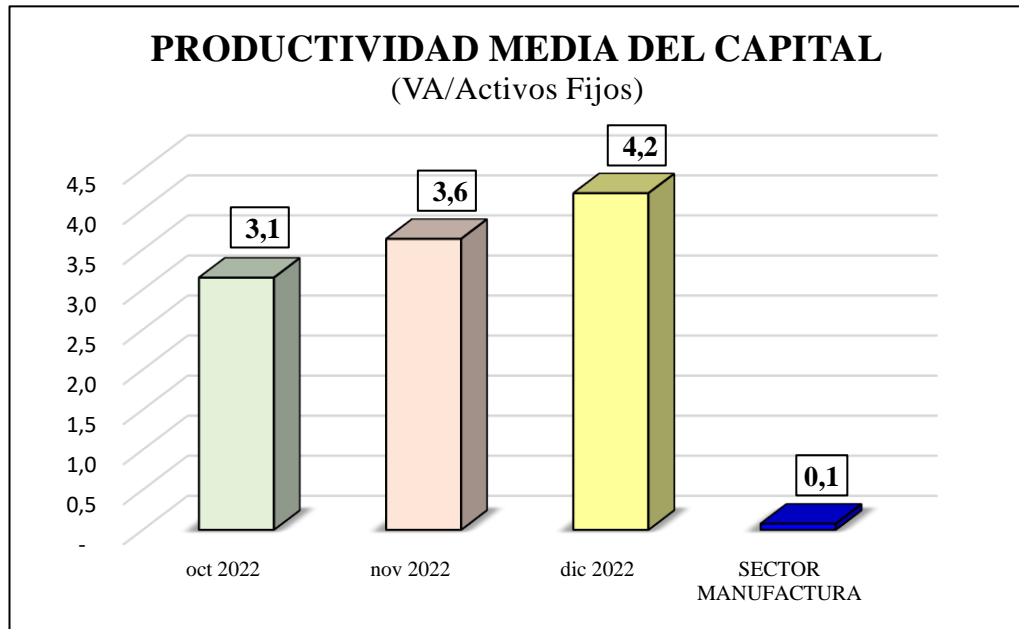
#### **Análisis e Interpretación**

La competitividad del costo laboral de la empresa es un indicador que representa el valor agregado por cada dólar pagado al personal. En el mes de octubre se obtuvo un valor agregado de 7,3 dólares por cada dólar pagado al personal, en el mes de noviembre se alcanzó un valor agregado de 8,1 dólares por cada dólar pagado al personal y en el mes diciembre se obtuvo 9,1 dólares. En comparación con el sector de manufactura que tiene un valor agregado 3,6 dólares, los valores de la empresa son muy altos, esto debido al poco personal que labora. No obstante, se puede afirmar que la empresa tiene una productividad alta, puesto que, mientras más alto sea el valor agregado y menor el costo laboral, más alta será la productividad costo laboral.



## Productividad del Capital

### 3.3.5 Indicador de productividad media del capital



**Figura 13**

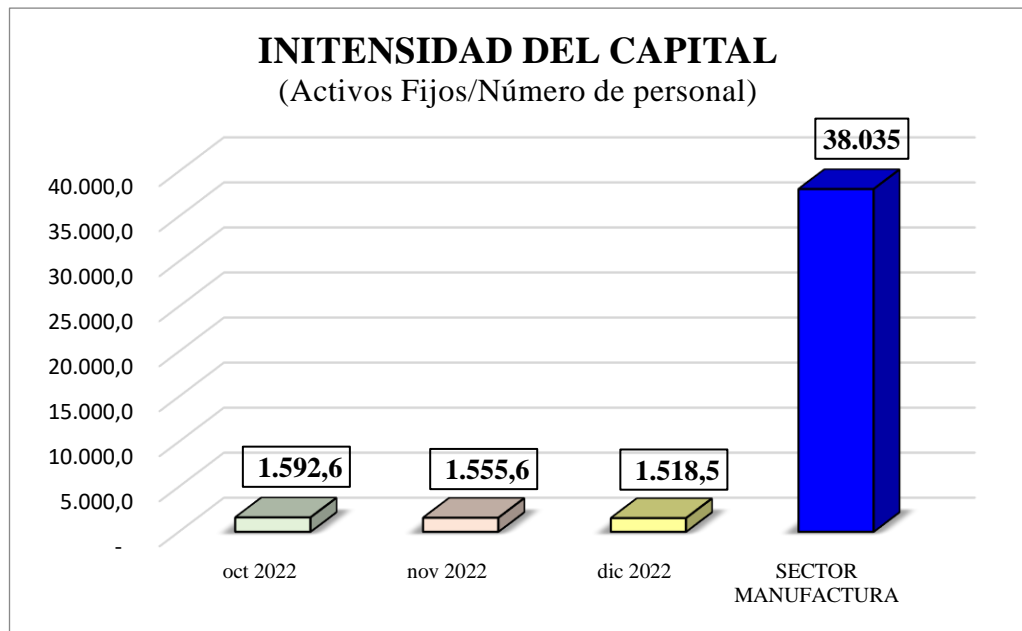
*Indicador de productividad media de capital*

*Nota:* Información obtenida de la Empresa Mega Bodega7:9 en el año 2022. Fuente: Investigación propia.

#### **Análisis e Interpretación**

El indicador de productividad media de capital expresa que, mientras más alto sea este indicador, la empresa será más productiva. Acorde al gráfico anterior, en el mes de octubre se obtuvo una productividad media del capital de 3,1 dólares por cada dólar en activos fijos, en el mes de noviembre se alcanzó un valor de 3,6 dólares y en el mes de diciembre aumento a un valor de 4,2 dólares siendo este mes que el valor agregado permite ganar más a la empresa por sus activos fijos. No obstante, en comparación con el sector manufacturero (0,1 dólares) los valores obtenidos en cada mes son excesivamente altos, lo que significa que la empresa tiene un nivel de productividad alta.

### 3.3.6 Indicador de intensidad de capital



**Figura 14**

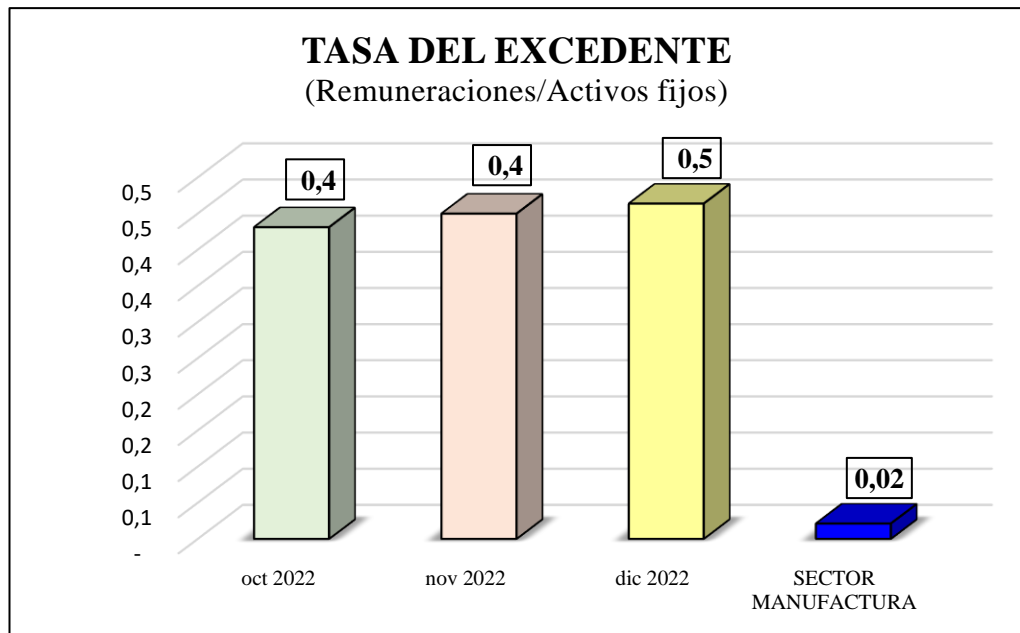
*Indicador de intensidad de capital*

*Nota:* Información obtenida de la Empresa Mega Bodega7:9 en el año 2022. Fuente: Investigación propia.

#### **Análisis e Interpretación**

Según los resultados alcanzados, la empresa presenta en el mes de octubre una intensidad de capital de \$1.592,6 dólares de activos fijos por trabajador, en el mes de noviembre fue de \$1.555,6 dólares y para el mes de diciembre se alcanzó un valor de \$1.518,5 dólares, causado posiblemente porque los activos fijos resulten ser demasiado bajos. En referencia al sector manufacturero este obtuvo \$38.035,00 dólares, valor bastante elevado, lo que indica que, la empresa debe tomar acciones inmediatas para subir este indicador.

### 3.3.7 Indicador tasa del excedente



**Figura 15**

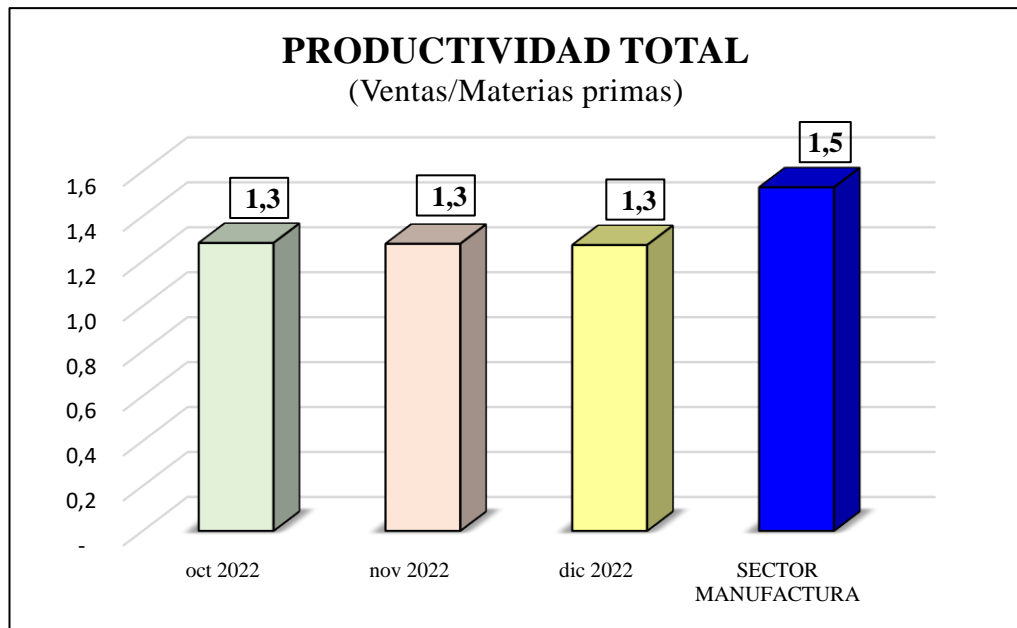
*Indicador tasa del excedente*

*Nota:* Información obtenida de la Empresa Mega Bodega7:9 en el año 2022. Fuente: Investigación propia.

#### **Análisis e Interpretación**

La tasa del excedente es un indicador importante debe ser lo más bajo posible. Según los datos alcanzados, en el mes de octubre se determinó una tasa de excedente del 0,4 que resulta de la división entre las remuneraciones y los activos fijos, en el mes de noviembre fue también de 0,4 y en el mes de diciembre subió a 0,5; a pesar que la tasa del excedente es bajo, la empresa debe seguir trabajando con este indicador para sea más bajo, puesto que, en comparación al sector manufactura que tiene el 0,02 de la tasa de excedente, se verifica que la empresa posee un nivel alto.

### 3.3.8 Indicador de productividad total



**Figura 16**

*Indicador de productividad total*

*Nota:* Información obtenida de la Empresa Mega Bodega7:9 en el año 2022. Fuente: Investigación propia.

#### **Análisis e Interpretación**

En el gráfico anterior se verifica que en el mes de octubre se presenta un Productividad Total de 1,3 dólares vendidos por cada dólar de materia prima invertido, en el mes de noviembre y diciembre se obtuvo el mismo valor, es decir, se alcanzó 1,3 dólares. En comparación con el sector manufacturero (1,5 dólares vendidos por cada dólar de materia prima invertido) los valores de cada mes son menores al sector, lo que indica que la empresa muestra un bajo índice que se asemeja a un inapropiado desempeño productivo.

#### **3.4 Planteamiento de la Hipótesis**

La comunicación interna se relaciona con la productividad laboral de la Corporación B&C S.C.C sucursal Baños de Agua Santa.

***H0*** = La comunicación interna no influye en la productividad laboral en la Corporación B&C S.C.C sucursal Baños de Agua Santa.

***H1***= La comunicación interna si influye en productividad laboral en la Corporación B&C S.C.C sucursal Baños de Agua Santa.

### **3.5 Análisis de las dimensiones de la Comunicación Interna y la Productividad Laboral**

#### **3.5.1 Comunicación Interna y Productividad Laboral**

A partir de las variables de estudio: Comunicación Interna y Productividad laboral, se fijan las hipótesis a ser comprobadas en este trabajo de investigación, bajo la correlación de Pearson como se presenta a continuación:

**Tabla 12**

*Datos de Comunicación Interna y Productividad Laboral*

<b>Mes (año 2022)</b>	<b>Comunicación Interna (Puntos/871 posibles)</b>	<b>Productividad laboral (\$ de V.A/trabajador)</b>
Octubre	546	5014
Noviembre	456	5650
Diciembre	496	6381

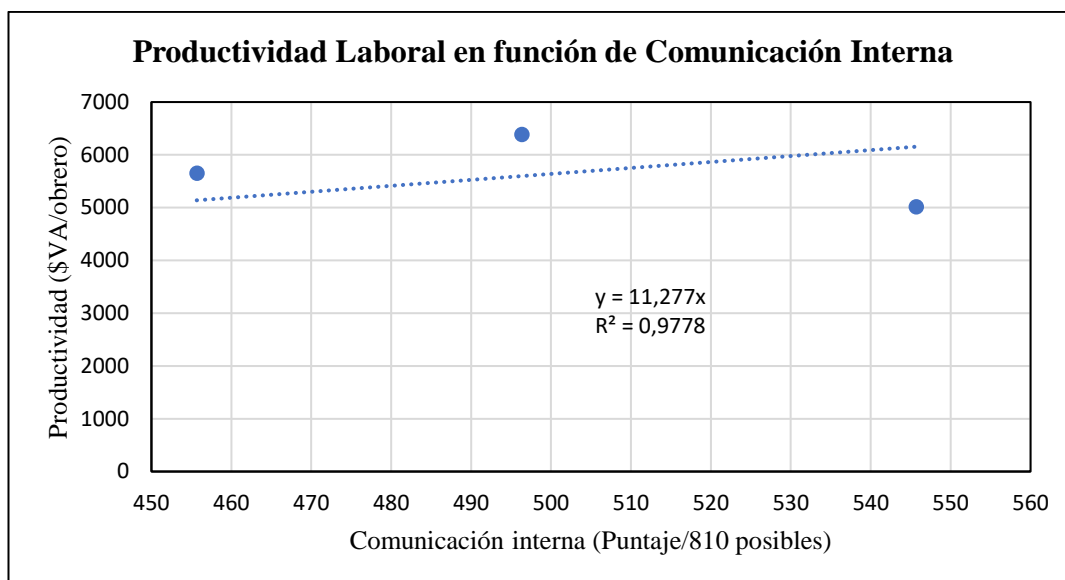
Fuente: Investigación propia.

**Tabla 13**

*Cuadro resumen de resultados*

Coeficiente de Pearson (r) =	0,989
Coeficiente de determinación (r <sup>2</sup> ) =	0,978
p-valor (regresión) =	0,0676
p-valor (pendiente) =	0,0112

Fuente: Investigación propia.



**Figura 17**

*Productividad Laboral en función de Comunicación Interna*

*Nota:* Información obtenida de la Corporación B&C S.C.C sucursal Baños de Agua Santa, en el año 2022. Fuente: Investigación propia.

### **Análisis e Interpretación**

Con base en los datos alcanzados, se obtuvo un valor de correlación de 0,989 positivo, razón por la cual se determina que la relación es directa fuerte, es decir, que a mayor comunicación interna mayor será la productividad laboral de los trabajadores de la sucursal Mega Bodega 7:9. Por otra parte, el coeficiente de determinación  $R^2$  (0,978), expresado en porcentaje indica que el 97,6% de la “Productividad Laboral”, es explicada o predicha por la “Comunicación Interna” manejada por Mega Bodega 7:9; es decir, que a la comunicación interna influye de manera directa en la productividad. El p-valor para la regresión fue de 0,0676; es decir, un poco más bajo de lo considerado al inicio de la presente investigación 95% o nivel de significancia del 5% (0.05) por ende se acepta la hipótesis alternativa con el 93,24 % de confianza. Por último, el p-valor para la pendiente de la recta de regresión, fue de 0,0112 inferior a 0,05 indicándonos que estadísticamente hay evidencia suficiente para afirmar que es diferente de cero con al menos el 95 % de confianza. Además, es importante indicar que la recta ajustada parte del origen.

### 3.5.2 Comunicación Intrapersonal y Productividad Laboral

**Tabla 14**

*Datos de Comunicación Intrapersonal y Productividad Laboral*

Mes (año 2022)	Comunicación Intrapersonal (Puntos/871 posibles)	Productividad laboral (\$ de V.A/trabajador)
Octubre	648	5014
Noviembre	561	5650
Diciembre	566	6381

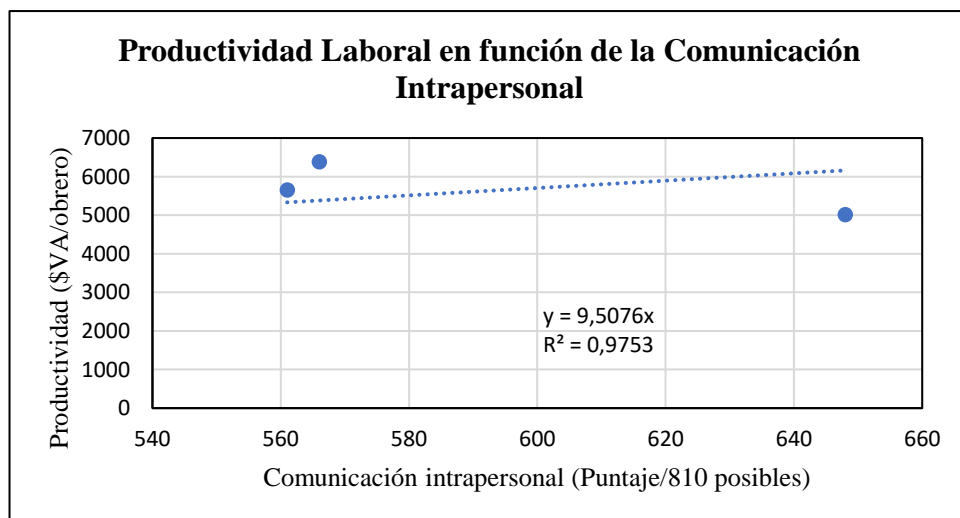
Fuente: Investigación propia.

**Tabla 15**

*Cuadro resumen resultados*

Coefficiente de Pearson (r) =	0,988
Coefficiente de determinación (r <sup>2</sup> ) =	0,975
p-valor (regresión) =	0,0713
p-valor (pendiente) =	0,0124

Fuente: Investigación propia.



**Figura 18**

*Productividad Laboral en función de Comunicación Intrapersonal*

*Nota.* Información obtenida de la Corporación B&C S.C.C sucursal Baños de Agua Santa, en el año 2022. Fuente: Investigación propia.

### **Análisis e Interpretación**

En visita de los resultados alcanzados, se obtuvo un valor de correlación de 0,988 positivo entre las variables de dimensión intrapersonal y la productividad laboral, lo que significa que existe una relación directa fuerte, es decir, que a mayor dimensión intrapersonal mayor será la productividad laboral. El coeficiente de determinación R<sup>2</sup> fue de un valor de 0,975; este valor indicado en porcentaje indica que el 97,5% de la “Productividad Laboral” es explicada por la “Dimensión Intrapersonal” manejada en la sucursal. Por su parte, el valor de regresión p-valor fue de 0,0713; lo que indica que, es un poco más bajo de lo considerado al inicio de la investigación que es del 95% y un nivel de significancia del 5% o 0,05 por lo que se toma con el 92,87 % de confianza, el valor de p-valor de la pendiente fue de 0,0124 inferior a 0,05 evidenciando que es diferente a cero. Adicional, es importante indicar que la recta ajustada parte del origen.

### **3.5.3 Comunicación Interpersonal y Productividad Laboral**

**Tabla 16**

*Datos de comunicación interpersonal y productividad laboral*

<b>Mes (año 2022)</b>	<b>Comunicación Interpersonal (Puntos/871 posibles)</b>	<b>Productividad laboral (\$ de V.A/trabajador)</b>
Octubre	506	5014
Noviembre	357	5650
Diciembre	420	6381

Fuente: Investigación propia

**Tabla 17**

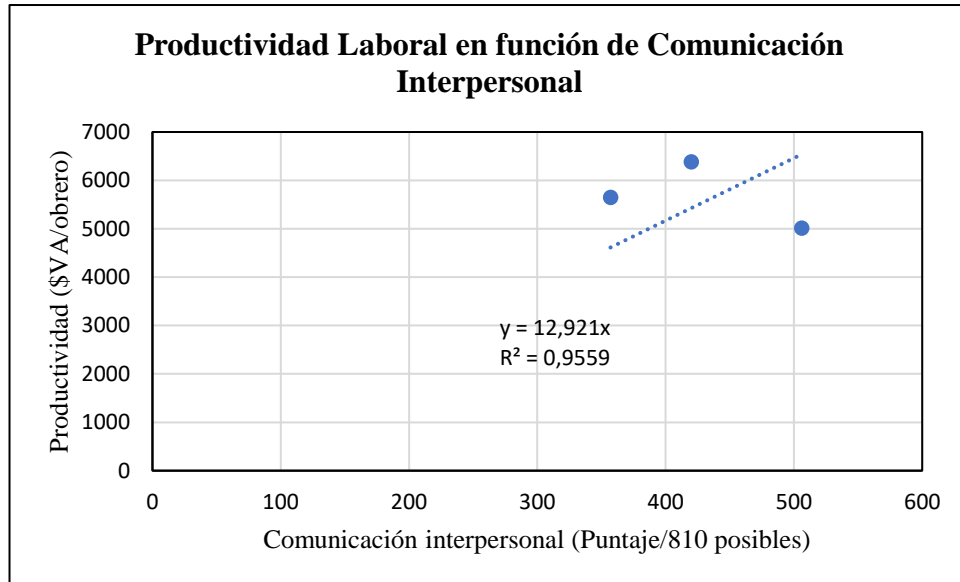
*Cuadro resumen resultados*

Coeficiente de Pearson (r) =	0,978
Coeficiente de determinación (r <sup>2</sup> ) =	0,956
p-valor (regresión) =	0,0959



p-valor (pendiente) =	0,0223
-----------------------	--------

Fuente: Investigación propia.



**Figura 19**

*Productividad Laboral en función de Comunicación Interpersonal*

*Nota.* Información obtenida de la Corporación B&C S.C.C sucursal Baños de Agua Santa, en el año 2022. Fuente: Investigación propia.

### **Análisis e Interpretación**

Se obtuvo un valor de correlación de 0,978, lo que significa que existe una relación directa fuerte, es decir que, si existe relación entre la variable dimensión interpersonal y la variable productividad laboral y a su vez, a mayor dimensión interpersonal mayor productividad laboral en la sucursal. El coeficiente de determinación  $R^2$  fue de un valor de 0,956; expresado en porcentaje indica que el 95,6% de la “Productividad Laboral”, es explicada por la “Dimensión Interpersonal”, es decir, que la dimensión interpersonal influye en gran medida en la productividad. El p-valor de regresión fue de 0,0959; es decir, un poco más bajo del considerado al inicio de la investigación 95%, nivel de significancia del 5% o 0.05 por lo que se toma con el 90,41% de confianza; y, el p-valor de la pendiente fue de 0,0223 inferior a 0,05 indicando estadísticamente si hay evidencia suficiente para indicar que es diferente de cero con

al menos el 95 % de confianza. Además, es importante indicar que la recta ajustada parte del origen.

### 3.5.4 Comunicación Institucional y Productividad Laboral

**Tabla 18**

*Datos de Comunicación Institucionalidad y Productividad Laboral*

<b>Mes (año 2022)</b>	<b>Comunicación Institucional (Puntos/871 posibles)</b>	<b>Productividad laboral (\$ de V.A/trabajador)</b>
Octubre	483	5014
Noviembre	449	5650
Diciembre	503	6381

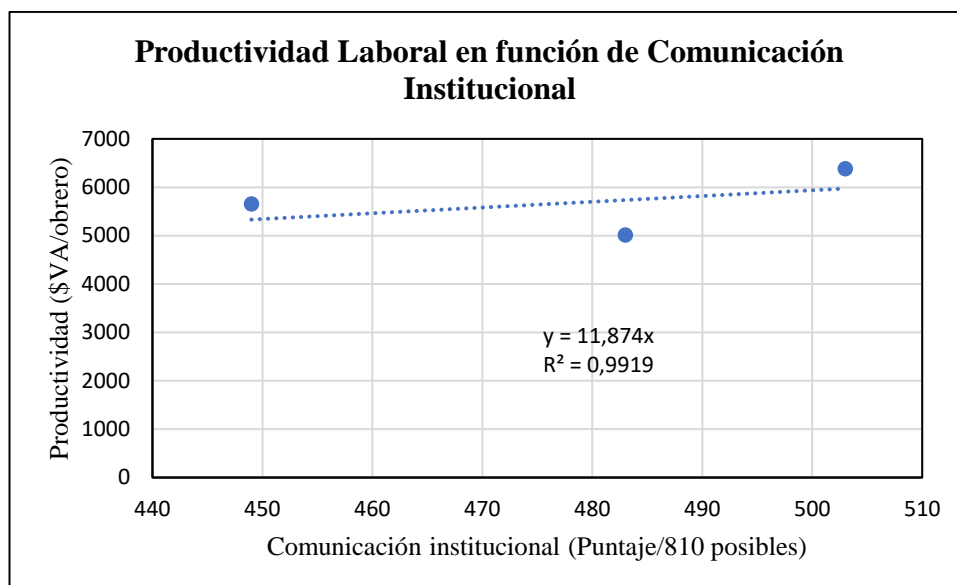
Fuente: Investigación propia

**Tabla 19**

*Cuadro resumen resultados*

Coeficiente de Pearson (r) =	0,990
Coeficiente de determinación (r <sup>2</sup> ) =	0,992
p-valor (regresión) =	0,0405
p-valor (pendiente) =	0,0040

Fuente: Investigación propia.



**Figura 20**

*Productividad Laboral en función de Comunicación Institucional*

*Nota:* Información obtenida de la Corporación B&C S.C.C sucursal Baños de Agua Santa, en el año 2022. Fuente: Investigación propia.

### **Análisis e Interpretación**

Acorde a los datos alcanzados se obtuvo un valor de correlación de 0,990; con este valor se evidencia que existe una relación directa fuerte entre las variables de dimensión institucional y la productividad laboral, es decir que, a mayor dimensión interpersonal en los colaboradores mayor será la productividad laboral en la sucursal. El coeficiente de determinación R<sup>2</sup> fue de un valor de 0,992; expresado en porcentaje, el 99,2%, de la de la “Productividad Laboral”, es explicada por la “Dimensión Institucional” afirmando también que la dimensión institucional influye en la productividad laboral en la sucursal. El valor de p-valor regresión fue de 0,0405; es decir, bajo del considerado al inicio de la presente investigación 95%, nivel de significancia del 5% o 0.05, y, el p-valor para la pendiente de la recta fue de 0,0040 inferior a 0,05 indica estadísticamente que hay evidencia suficiente para indicar que es diferente de cero con al menos el 95 % de confianza. Además, es importante indicar que la recta ajustada parte del origen.

## CAPÍTULO IV

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 4.1 Conclusiones

Con relación al análisis de las dimensiones de la comunicación interna en Corporación B&C S.C.C sucursal Baños de Agua Santa, y con eso determinar la afectación de la productividad laboral, se identificó que la dimensión interpersonal e institucional influye más en la baja productividad de la sucursal, pues se posee un nivel medio, es decir, que la actitud de los colaboradores frente al trabajo no es la más adecuada, a esto también se suma que la sucursal no cumple en gran medida con todas las normativas institucionales lo que ocasiona que una baja productividad laboral, por otra parte, la dimensión intrapersonal es un apoyo para el crecimiento de la productividad y que a su vez esta dimensión se encuentra en un nivel alto.

Se identificó que la dimensión intrapersonal e institucional de la comunicación interna, son las dimensiones que se deben mejorar y que, por ende, esto afecta a los clientes internos, pues la comunicación interpersonal fue identificada en un nivel medio, indicando que los trabajadores presentan falta de compromiso y esfuerzo en sus labores diarias, de la misma manera la dimensión institucional posee un nivel medio, puesto que, se identificó una mala gestión de la comunicación interna dentro del establecimiento.

En relación a los niveles de productividad en los colaboradores de la sucursal se identificó que en el mes de octubre se obtuvo un valor de \$5.013,8 dólares, aumentando el siguiente mes de noviembre a un valor de \$5.649,9 dólares y en el siguiente mes de diciembre se incrementó a \$6.380,9 dólares, identificando que en el mes de diciembre la sucursal tuvo un nivel alto de productividad. Además, se puede decir que a mayor contribución por parte de los trabajadores mayor será su productividad.

Es importante indicar de forma general que a mayor comunicación interna mayor será la productividad laboral de los trabajadores de la sucursal Mega Bodega7:9, identificando de esta manera que la comunicación interna se relaciona de manera

directa en la productividad laboral; por otra parte, también se verificó que la dimensión intrapersonal también relación directa con la productividad laboral, de la misma manera se identificó que las dimensiones interpersonal e institucional mantienen una relación fuerte y directa con la productividad laboral.

#### **4.2 Recomendaciones**

Se recomienda establecer estrategias de comunicación interna que permitan mejorar las dimensiones de comunicación interna que no se encuentren en el nivel adecuado, además, establecer un plan de acción que ayude a mejorar la comunicación entre el personal, fomentando la comunicación eficiente, incentivando el esfuerzo en el trabajo por parte de los colaboradores y garantizando un mejor desempeño para contribuir al mejoramiento de la productividad laboral.

Es necesario que la Corporación B&C S.C.C sucursal de Baños de Agua Santa tome decisiones oportunas sobre el mejoramiento de la comunicación interna relacionada a las dimensiones intrapersonal e institucional, pues acorde a los resultados alcanzados se evidencia que estas dimensiones no poseen un nivel adecuado de comunicación y por ende es importante tomar acciones correctivas.

Para mejorar los niveles de la Productividad Laboral se recomienda desarrollar un plan de mejoramiento de productividad que incluya actividades como: la renovación de un apropiado ambiente laboral, estrategias para mejorar la gestión y control de tiempo en el trabajo, reducir el trabajo rutinario, incentivar a los trabajadores que brinden una mayor productividad y evitar duplicidad del trabajo.

Es importante realizar evaluaciones continuas sobre la comunicación interna y la productividad a fin de control y conocer los posibles puntos débiles de los empleados y con eso tomar acciones preventivas y correctivas evitando situaciones que afecten de manera profunda a la productividad laboral.

## BIBLIOGRAFÍA

- Agudelo, B., & Escobar, M. (2022). Análisis de la productividad laboral en el sector panificador del Valle del Cauca, Colombia. *Revista de Ciencias Sociales*, XXVIII (2).  
<https://www.redalyc.org/journal/280/28070565009/28070565009.pdf>
- Aguiar, V., Arghoty, A., Burgos, S., Gualavisí, M., Onofa, M., Ruiz, P., & Sáenz, M. (2013). *Estudios industriales de la micro, pequeña y mediana empresa* (primera). FLACSO. <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/52082.pdf>
- Aragadvay, M. (2022). *Influencia de la comunicación interna en el desempeño del personal en el Hospital Básico Moderno de Riobamba*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Arévalo, L., & Valdez, J. (2019). Comunicación Interna Y Productividad Laboral En Las Empresas De Tarapoto. *Cientifi-k.*, 7(1), 55–60.  
<https://doi.org/10.18050/cientifi-k.v7i1.2126>
- Armijos, G. (2022). *La comunicación interna y su influencia en el rendimiento laboral de los colaboradores de las pequeñas empresas del sector de alojamiento del Distrito Metropolitano de Quito*. ESPE.
- Ávila, H. (2005). *Introducción a la metodología de la investigación* (electrónica). eumed.net.  
[https://books.google.com.ec/books?id=r93TK4EykfUC&pg=PA45&dq=Investigaci%C3%B3n+longitudinal+y+transeccional&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj\\_mIO6zMH4AhWySTABHYR2AUsQ6AF6BAgIEAI#v=onepage&q=Investigaci%C3%B3n%20longitudinal%20y%20transeccional&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=r93TK4EykfUC&pg=PA45&dq=Investigaci%C3%B3n+longitudinal+y+transeccional&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj_mIO6zMH4AhWySTABHYR2AUsQ6AF6BAgIEAI#v=onepage&q=Investigaci%C3%B3n%20longitudinal%20y%20transeccional&f=false)
- Baltodano, G., & Leyva, O. (2020). La productividad laboral: Una mirada a las necesidades de las Pymes en México. *Revista Ciencia Jurídica y Política*, 6(11), 15–30. <https://doi.org/10.5377/rcijupo.v6i11.11228>
- Banco Mundial. (2021, octubre 6). *El comercio*.  
<https://www.bancomundial.org/es/topic/trade/overview>

- Bermejo, M., Suárez, I., & Salazar, M. (2022). El clima laboral en el contexto organizacional. *Ciencias Holguín*, 28(3).
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la investigación: Para administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (segunda). Pearson Educación.  
[https://books.google.com.ec/books?id=h4X\\_eFai59oC&printsec=frontcover&dq=Metodolog%C3%ADa%2%A1a+de+la+investigaci%C3%B3n:+para+administraci%C3%B3n,+econom%C3%ADa%2%A1a,+humanidades+y+ciencias+sociales&hl=es&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q=Metodolog%C3%ADa%2%A1a%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%3A%20para%20administraci%C3%B3n%2C%20econom%C3%ADa%2%A1a%2C%20humanidades%20y%20ciencias%20sociales&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=h4X_eFai59oC&printsec=frontcover&dq=Metodolog%C3%ADa%2%A1a+de+la+investigaci%C3%B3n:+para+administraci%C3%B3n,+econom%C3%ADa%2%A1a,+humanidades+y+ciencias+sociales&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=Metodolog%C3%ADa%2%A1a%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%3A%20para%20administraci%C3%B3n%2C%20econom%C3%ADa%2%A1a%2C%20humanidades%20y%20ciencias%20sociales&f=false)
- Carro, R., & González, D. (2012). *EL SISTEMA DE PRODUCCIÓN Y OPERACIONES*.
- Coba, G. (2022, agosto). *El comercio impulsa el crecimiento de las ventas internas en Ecuador*. <https://www.primicias.ec/noticias/economia/comercio-manufactura-mineria-crecimiento-ventas/>
- Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences* (second). LAWRENCE ERLBAUM ASSOCIATES.  
<https://www.utstat.toronto.edu/~brunner/oldclass/378f16/readings/CohenPower.pdf>
- Dávila-Morán, R., Agüero-Corzo, E., Castro-Llaja, L., & Vargas-Murillo, A. (2022). Productividad Laboral y el Teletrabajo en el sector público durante el período de emergencia nacional. *Revista Universidad y Sociedad*, 14(2), 402–409.
- Daza, M. A. (2015). *Estadística Aplicada a la Educación*.  
[https://www.cartagena99.com/recursos/alumnos/apuntes/Estadistica%20Educacion%20Social\\_T10\\_pp%20\(1\).pdf](https://www.cartagena99.com/recursos/alumnos/apuntes/Estadistica%20Educacion%20Social_T10_pp%20(1).pdf)
- Dirección Nacional de Estudios de Mercado. (2014). *Estudio de Mercado “Sector de los Supermercados”*.

- Fernández, F. (2018). *Nuevos medios para la comunicación interna*.
- García, F. (2004). *El cuestionario: Recomendaciones metodológicas para el diseño de un cuestionario*. Limusa. [https://books.google.com.ec/books?id=-JPW5SWuWOUC&printsec=frontcover&dq=El+cuestionario:+recomendaciones+metodol%C3%B3gicas+para+el+dise%C3%B1o+de+cuestionario&hl=es&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q=El%20cuestionario%3A%20recomendaciones%20metodol%C3%B3gicas%20para%20el%20dise%C3%B1o%20de%20cuestionario&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=-JPW5SWuWOUC&printsec=frontcover&dq=El+cuestionario:+recomendaciones+metodol%C3%B3gicas+para+el+dise%C3%B1o+de+cuestionario&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=El%20cuestionario%3A%20recomendaciones%20metodol%C3%B3gicas%20para%20el%20dise%C3%B1o%20de%20cuestionario&f=false)
- García, J., Cazallo, A., Barragan, C., Mercado, M., Olarte, L., & Meza, V. (2019). Indicators of Efficiency and Efficiency in the management of materials procurement in companies of the construction sector of the Department of Atlántico, Colombia Contenido. *Espacio*, 40(22), 16.
- Gómez, J. (2016). La Comunicación. *Salus*, 20(3), 5–6.
- González, E., López, J., & Cabral, R. (2022). *Relación entre productividad laboral y remuneraciones: un análisis de proximidad espacial a nivel estatal en la industria manufacturera en México, 2004, 2009, 2014 y 2019* (Copyright © Naciones Unidas, Ed.; Primera). CEPAL.
- Guerrero, M., Sotelo, J., & Cabezuelo, F. (2022). La comunicación interna como herramienta estratégica constructora y transmisora de la cultura organizacional. *aDResearch ESIC International Journal of Communication Research*, 27, e206. <https://doi.org/10.7263/adresic-27-206>
- Hernández, J., Espinosa, F., Rodríguez, J., Chacón, J., Toloza, C., Arenas, M., Carrillo, S., & Bermúdez, V. (2018). Sobre el uso adecuado del coeficiente de correlación de Pearson: definición, propiedades y suposiciones. *Archivos Venezolanos de Farmacología y Terapéutica*, 37(5), 587–595. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=55963207025>
- Herrera, T., De La Hoz, E., & Morelos, J. (2018). LA PRODUCTIVIDAD Y SUS FACTORES: INCIDENCIA EN EL MEJORAMIENTO ORGANIZACIONAL. *Dimensión Empresarial*, 16(1).



- Hervás, D. (2022, octubre 13). *Organización del trabajo: todo lo que necesitas saber en 2021*. <https://payfit.com/es/contenido-practico/organizacion-en-el-trabajo/>
- López, L., Intriago, Lady, Hernández, E., Zambrano, N., & Castro, R. (2022). El proceso comunicativo como elemento sustancial en la nivelación de carrera del instituto de admisión y nivelación de la Universidad Técnica de Manabí. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(2), 1774–1791. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v6i2.1995](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i2.1995)
- Lorenzo, E. (2018). *La Productividad Laboral y Competencia Laboral de los servidores públicos de la Dirección General de Formación Profesional y Capacitación Laboral del MTPE – Lima, 2017*.
- Malhotra, N. K. (2004). *Investigación de Mercados: un enfoque aplicado* (cuarta). Pearson Educación. <https://books.google.com.ec/books?id=SLmEbIVK2OQC&pg=PA268&dq=para+que+sirve+el+alfa+de+cronbach+en+la+encuesta&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjZ74qN8JH9AhWUVTABHbNPAYEQ6AF6BAgHEAI#v=onepage&q=para%20que%20sirve%20el%20alfa%20de%20cronbach%20en%20la%20encuesta&f=false>
- Marín, Lady. (2019). Influencia de la comunicación interna en el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Novo centro Universal SAC sede El Tambo-Huancayo. *Universidad Continental*, 150.
- Montes, E. (2019). *AREQUIPA - PERÚ*.
- Organización Mundial de Comercio. (2012). *Comercio y crecimiento económico mundiales, 2020-2021*.
- Ortega, J. (2017). Cómo se genera una investigación científica que luego sea motivo de publicación. *Journal of the Selva Andina Research Society*, 8(2), 145–146. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=361353711008>

- Oyarvide, H., Reyes, E., & Montaña, M. (2017). La comunicación interna como herramienta indispensable de la administración de empresas. *Dominios de la ciencia*, 3(4), 296–309.
- Palmar, L. (2012). BARRERAS DE COMUNICACIÓN INTERNA UNIVERSITARIA EN EL DESARROLLO DE LOS PROCESOS PARA LA VINCULACIÓN CON EL SECTOR PRODUCTIVO. *Fernández*, 61–71.
- Pardavé, W. (2005). Propuesta metodológica para realizar estudios de mercadeo de productos tecnológicos. *Revista Colombiana de Marketing*, 4(6), 86–93.  
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10900608>
- Portugal. (2005). *Test de Comunicación Organizacional*.  
<https://bellasartes.edu.co/images/talentohumano/cuestionarioComunicacionOrganizacional.pdf>
- Ramos, E. (2021). “La Comunicación Interna y su Incidencia en la Productividad de la Cooperativa de Ahorro, Crédito y Vivienda La Merced Ltda., en la Ciudad de Ambato.” *Repositorio Institucional de la Universidad Técnica de Ambato*, 593(03), 119.
- Ramos, R. (2020). Deja a la estructura hablar: Modelización y análisis de sistemas naturales, sociales y socio ecológicos. En *Universidad Mayor*. Universidad Mayor.  
<https://books.google.com.ec/books?id=wb8fEAAAQBAJ&pg=PT97&dq=que+es+la+validacion+por+expertos&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiZxYXn8Mb7AhWTSzABHX0wBDUQ6AF6BAgHEAI#v=onepage&q=que%20es%20la%20validacion%20por%20expertos&f=false>
- Ramos, W., Aredes, M., Terán, P., & Lema, L. (2017). *COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL* (primera). Ediciones Grupo Compás.
- Rodríguez, Y. (2020). *Metodología de la investigación* (9786078682225a ed.). klik.  
[https://books.google.com.ec/books?id=x9s6EAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=metodologia+de+la+investigacion&hl=es&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=x9s6EAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=metodologia+de+la+investigacion&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)

- Sánchez, A., & Murillo, A. (2021). Enfoques metodológicos en la investigación histórica: cuantitativa, cualitativa y comparativa. *Debates por la Historia*, 9(2), 147–181. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=655769223006>
- Santillán, J. P. (2022). La importancia de la comunicación oral y escrita en el siglo XXI. *Polo del Conocimiento: Revista científico - profesional*, 7( 2), 11. <https://doi.org/10.23857/pc.v7i2.3696>
- Sumba, R. Y., Moreno, P., & Villafuerte, N. (2022). Clima organizacional como factor del desempeño laboral en las MiPymes en Ecuador. *Revista de las Ciencias Económicas y Empresariales*, 8(1), 234–261.
- Tessi, M. (2011). Management ¿Qué es comunicación interna? *BCD Travel México*, 18–22. <http://xialcomunicacion.blogspot.com/2010/04/comunicacion-interna-objetivos.html>
- Tessi, M. (2012). *Comunicación Interna Integrada* (primera). Zig Zag. <https://books.google.com.ec/books?id=WpPFDwAAQBAJ&pg=PT2&dq=Comunicaci%C3%B3n+interna+integrada&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjak53xg4n9AhXNQzABHQaJBqcQ6AF6BAgHEAI#v=onepage&q=Comunicaci%C3%B3n%20interna%20integrada&f=false>
- Velastegui, G. (2017). *Comunicación interna y la productividad en la empresa COEXPO Cía. Ltda., en el periodo Abril – Septiembre/2016*. Universidad Técnica de Ambato.
- Vilcarromero, R. (2013). *Administración de la Producción*.

## ANEXOS

### Anexo A: Carta de Compromiso

 Dirección: Av. Vicente Rocafuerte S/N y Eloy Alfaro  
Telf. (03) 274-0250  
R.U.C: 1793196522001  
Baños de Agua Santa – Ecuador

**CARTA DE COMPROMISO**

Ambato, 20 Octubre del 2022

Ing. MBA  
José Herrera Herrera,  
Presidente  
Unidad de Titulación  
Carrera de Administración de Empresas  
Facultad de Ciencias Administrativas  
Presente. -

Yo, Ganan Ganan Roberto Gonzalo en mi calidad de Coordinador de la Corporación B&C S.C.C. me permito poner en su conocimiento la aceptación y respaldo para el desarrollo del Trabajo de Titulación bajo el Tema "Gestión de la comunicación interna y su productividad laboral en la Corporación B&C S.C.C. con sede en el cantón Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua", propuesto por la estudiante Rodríguez Ochoa Sonia Lizbeth portador de la Cédula de ciudadanía 1805385885, estudiante de la Carrera de Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

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

Particular que comunico a usted para los fines pertinentes.

Atentamente.

  
.....  
Ing. Roberto Ganan  
C.I. 1600707085  
Telf. (03) 274-0250  
[costos@corporacionbc.ec](mailto:costos@corporacionbc.ec)

  
RUC: 1793196522001

## Anexo B: Permisos de funcionamiento

### Consulta de Estado Tributario

**Información general**

Identificación: 1793196522001      Nombre/Razón social: CORPORACION B&C S.C.C.

---

**Permiso de facturación**

Vigencia: **12 meses**

---

**Estado tributario**

Resultado: **AL DIA EN SUS OBLIGACIONES**

**GAD. MUNICIPAL DEL CANTON BAÑOS DE AGUA SANTA**  
 Dirección: Thomas Hallfants y Vicente Rocafuerte  
**DIRECCION FINANCIERA**  
**UNIDAD RENTAS**      0408327

CONTRIBUYENTE : CORPORACION B&C S.C.C.      Clave : 01015708004      Nro. Emision : 1921177  
 RUC/Cédula : 17931965220001 Ciu : 53056

**PATENTE MUNICIPAL**  
 Correspondiente : 2022 - 05

Dirección contribuyente : CALLES VICENTE ROCAFUERTE Y ELOY F.

Rubro / Componente	Valor	Rubro / Componente	Valor
SERVICIOS TECNICOS ADMINISTRATIVOS	0,40		
PATENTE ANUAL	47,53		

Subtotal : \*\*\*\* 47,93  
 Desc. : \*\*\*\* 0,00  
 Recargo : \*\*\*\* 0,00  
 Interés : \*\*\*\* 0,00

**\*\*\*\* 47,93**

Fecha de Impresión 01-07-2022 12:04:26  
 Número de Pago : MA202200364695  
 Fecha Emisión : BAS 30-06-2022  
 Fecha Obligación : 26-07-2022  
 Fecha de Pago : 01 07 2022

Descripción : Actividad : SUPERMERCADO Tipo : Tarifa Dirección : BAÑOS DE AGUA SANTA - VICENTE ROCAFUERTE ENTRE ELOY ALFARO Y T.HALFLANTS Razon.Social.MEGA BODEGA 7:9 Base imponible : 20.000,00 : SUPERMERCADO Tipo: PERSONA JURIDICA

     Mg. Ing. Elsa Andino      Ing. Norma Vaca      Ing. Alex Pazmiño Abril  
 Directora Financiera      Jefa de Rentas      Tesorero Municipal

**ORIGINAL PARA CONTRIBUYENTE**

**CUERPO DE BOMBEROS DE BAÑOS DE AGUA SANTA**  
 RUC: 1865020190001

### PERMISO ANUAL DE FUNCIONAMIENTO

Válido del 01 de Enero al 31 de diciembre del 2022      28466

En cumplimiento a lo que dispone la Ley de Defensa Contra Incendios, en su Artículo 35; de adoptar todas las medidas necesarias para prevenir flagelos, se emite el Permiso Anual de Funcionamiento a:

Por el establecimiento de: CASTILLO GOMEZ OLGA MARIA  
 Nombre comercial: SUPERMERCADO  
 Dirección: CORPORACION B&C VICENTE ROCAFUERTE Y ELOY ALFARO

	AÑO	2022
VALOR DEL CERTIFICADO	S	0,30
MULTA	S	0,00
TOTAL	S	0,30

Cmte. Darwin Carrillo  
**JEFE DE BOMBEROS**

Baños de Agua Santa, 18 de julio 2022

Art. 133 del Reglamento de Prevención de Incendios " Todo propietario de locales, apartamentos u fincas en edificios será responsable de las medidas mínimas de seguridad en su propiedad y está obligado a exigir el debido cuidado y mantenimiento a los usuarios, arrendatarios, y otros, por cuanto éste garantiza la seguridad de la edificación.


 República del Ecuador
 Ministerio de Gobierno

### PERMISO ANUAL DE FUNCIONAMIENTO

Fecha de Emisión:	25 de AGOSTO del 2022	AÑO FISCAL
Número de Permiso:	20220025994	2022
RUC:	1793196522001	Valor: 623.94
Razón Social:	CORPORACION B&C S.C.C.	
Nombre Comercial:	MEGABODEGA7/9	
Nombre del Representante L.:	CASTILLO GOMEZ OLGA MARIA	
Nombre del Administrador:	CASTILLO GOMEZ OLGA MARIA	
Tipo de Establecimiento:	SUPERMERCADO	
Horario de Funcionamiento:	Lunes a domingo de 06H00 a 22H00	
Provincia:	TUNGURAHUA	
Cantón:	BAÑOS DE AGUA SANTA	
Dirección:	VICENTE ROCAFUERTE SN ELOY ALFARO. FRENTE AL MERCADO CENTRAL	

El Permiso de Funcionamiento se obtiene mediante internet a través del portal de esta Cartera de Estado, y es otorgado exclusivamente para la actividad descrita en el mismo. Su emisión se fundamenta en el Decreto Ejecutivo Nro.623 de fecha 21 de diciembre de 2018 y lo establecido en los Acuerdos Ministeriales 0069 del 25 de febrero de 2019 y 0070 del 26 de febrero de 2019.

El mal uso del Permiso de Funcionamiento o de la información generada a través de este medio, será de exclusiva responsabilidad del requerente del mismo. Las sanciones por su mal uso, serán desde la clausura hasta el retiro o revocatoria del mismo en el caso de infringir cualquier disposición legal sobre la materia. Las sanciones podrán ser impuestas únicamente por funcionarios autorizados de la Intendencia General de Policía de cada provincia.



Ubique este documento a color, en un lugar visible del establecimiento.

Es obligación del propietario del establecimiento, actualizar los datos en el sistema y volver a imprimir el permiso cuando se efectúe el cambio de administrador.



  
**TUFIÑO SIMBA GUALBERT**  
 MAXIMILIANO  
 DIRECTORÍA FINANCIERA/  
 DEL MINISTERIO DE GOBIERNO (E)

  
**MANZANO ORTIZ ALEX FABRICIO**  
 INTENDENTE GENERAL DE POLICIA  
 TUNGURAHUA

Fecha de Impresión: 2022-08-26 Este documento es firmado electrónicamente  
 Fuente: Unidad de Control de Ingresos de la Dirección Financiera del Ministerio de Gobierno  
<https://www.ministeriodogobierno.gob.ec/permiso-funcionamiento>

**AGENCIA NACIONAL DE REGULACIÓN, CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA**  
 DR. LEOPOLDO IZQUIETA PÉREZ

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO: ARCSA-2022-14.5.1-0001846

Nombre o Razón Social del establecimiento: CORPORACION B&C S.C.C.  
 Nombre del Propietario o Representante Legal: CASTILLO GOMEZ OLGA MARIA  
 Número del RUC del establecimiento: 1793196522001 Establecimiento N°: 2  
 Provincia: TUNGURAHUA  
 Cantón: BAÑOS DE AGUA SANTA  
 Parroquia: BAÑOS DE AGUA SANTA, CABECERA CANTONAL  
 Sector/Referencia: FRENTE AL MERCADO CENTRAL  
 Dirección: BARRIO: BARRIO CENTRAL CALLE: VICENTE ROCAFUERTE NUMERO: SN INTERSECCIÓN: ELOY ALFARO

Actividades / Tipo(s) de establecimiento(s):  
 \* 14.5.1 ESTABLECIMIENTOS DE EXPENDIO DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS  
 SUPERMERCADO / COMISARIATO: Riesgo: Medio

Fecha de Emisión: 05-08-2022  
 Fecha de Vigencia: 05-08-2023  
 Total pago: 306.00  
**Estado: VIGENTE**  
 Fecha de Impresión del Documento: 05-08-2022

  
**Mgs. Milton Eduardo Zambrano Masache**  
 Coordinador General Técnico de Certificaciones - Agencia Nacional de Regulación, Control Y Vigilancia Sanitaria - ARCSA "Dr. Leopoldo Izquieta Pérez", Encargado




Las condiciones en la cual se emitió el Permiso de Funcionamiento, son verificables en cualquier momento por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria "Dr. Leopoldo Izquieta Pérez" y este se emite en el formato a la fecha de impresión del documento.

**Anexo C: Causa y Efectos del problema de investigación**

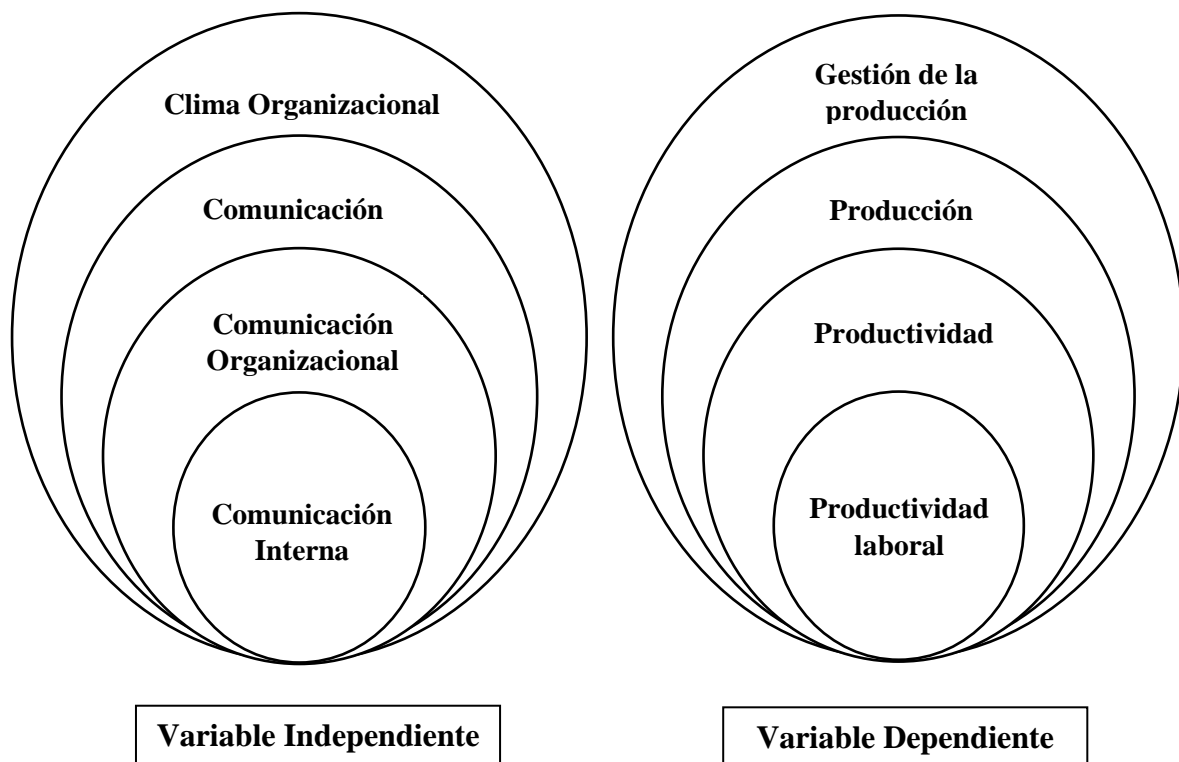
**Tabla 20**

*Causa y Efectos del problema de investigación*

<b>Causa</b>		<b>Efectos</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Desconocimiento e incumplimiento de objetivos</li> <li>2. Clima laboral hostil</li> <li>3. Desmotivación del personal</li> <li>4. Disminución de la productividad</li> <li>5. Ausencia de liderazgo</li> <li>6. Explotación laboral</li> </ol>	<p><b>Donde:</b> Corporación BC S.C.C sucursal Baños</p> <p><b>Quien:</b> clientes internos</p> <p><b>Problema:</b> Mala gestión de la comunicación interna</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Deterioro de la eficiencia</li> <li>2. Conflictos en el lugar de trabajo, ambiente tenso y negativo</li> <li>3. Falta de compromiso</li> <li>4. Insatisfacción de los clientes</li> <li>5. Bajo desarrollo organizacional</li> <li>6. Aumento en la rotación del personal y renuncias</li> </ol>
<b>Aportes</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Desarrollar manuales corporativos</li> <li>2. Fomentar la integración</li> <li>3. Elaborar un plan de formación para los colaboradores</li> <li>4. Capacitación del personal</li> <li>5. Mejorar el cambio de información a través de vínculos emocionales entre empleador y empleado</li> <li>6. Implementar mecanismos para la protección de los derechos del trabajador.</li> </ol>		

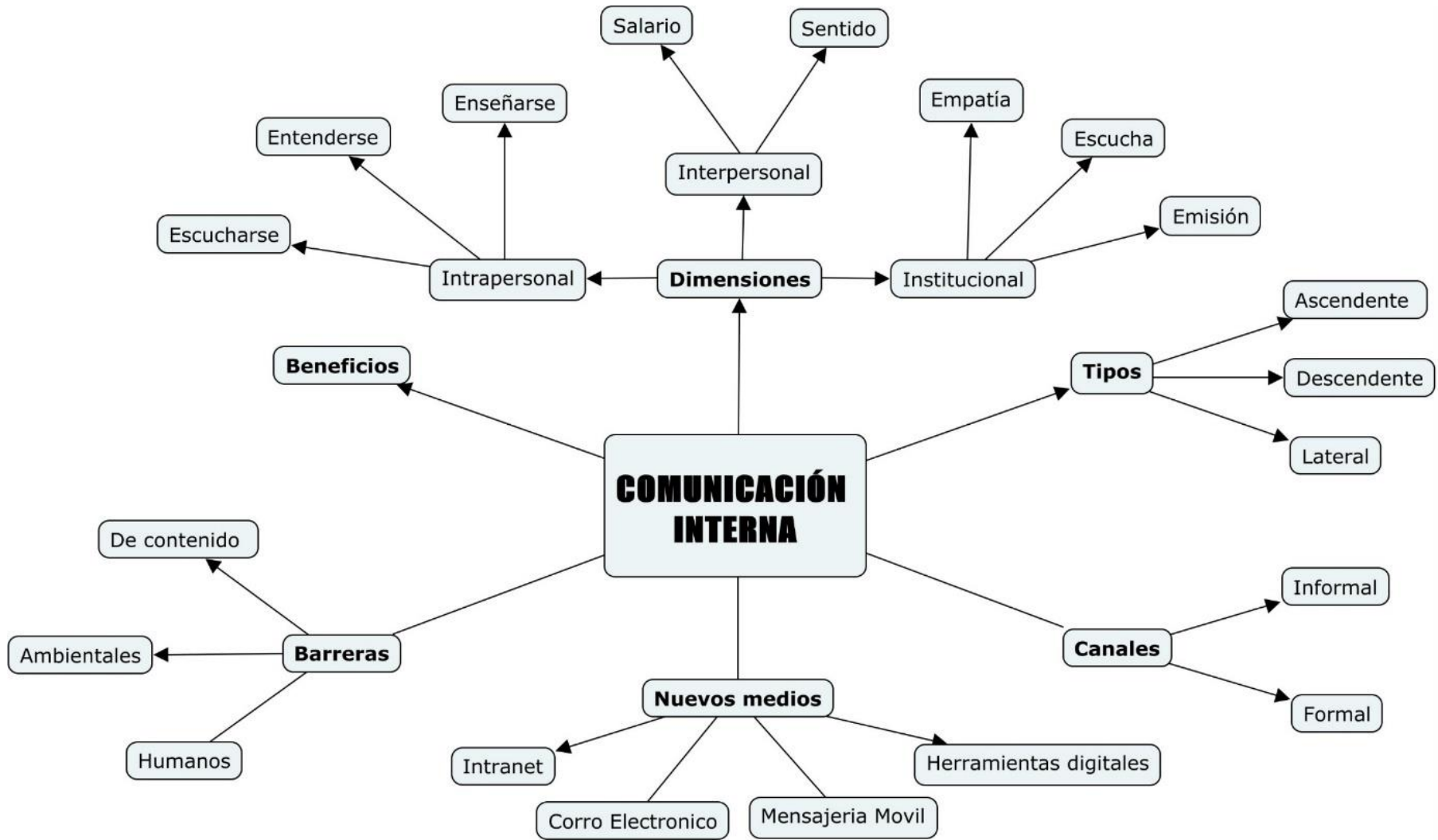
*Nota.* Esta tabla muestra las causas y efectos del problema. Fuente: Investigación propia

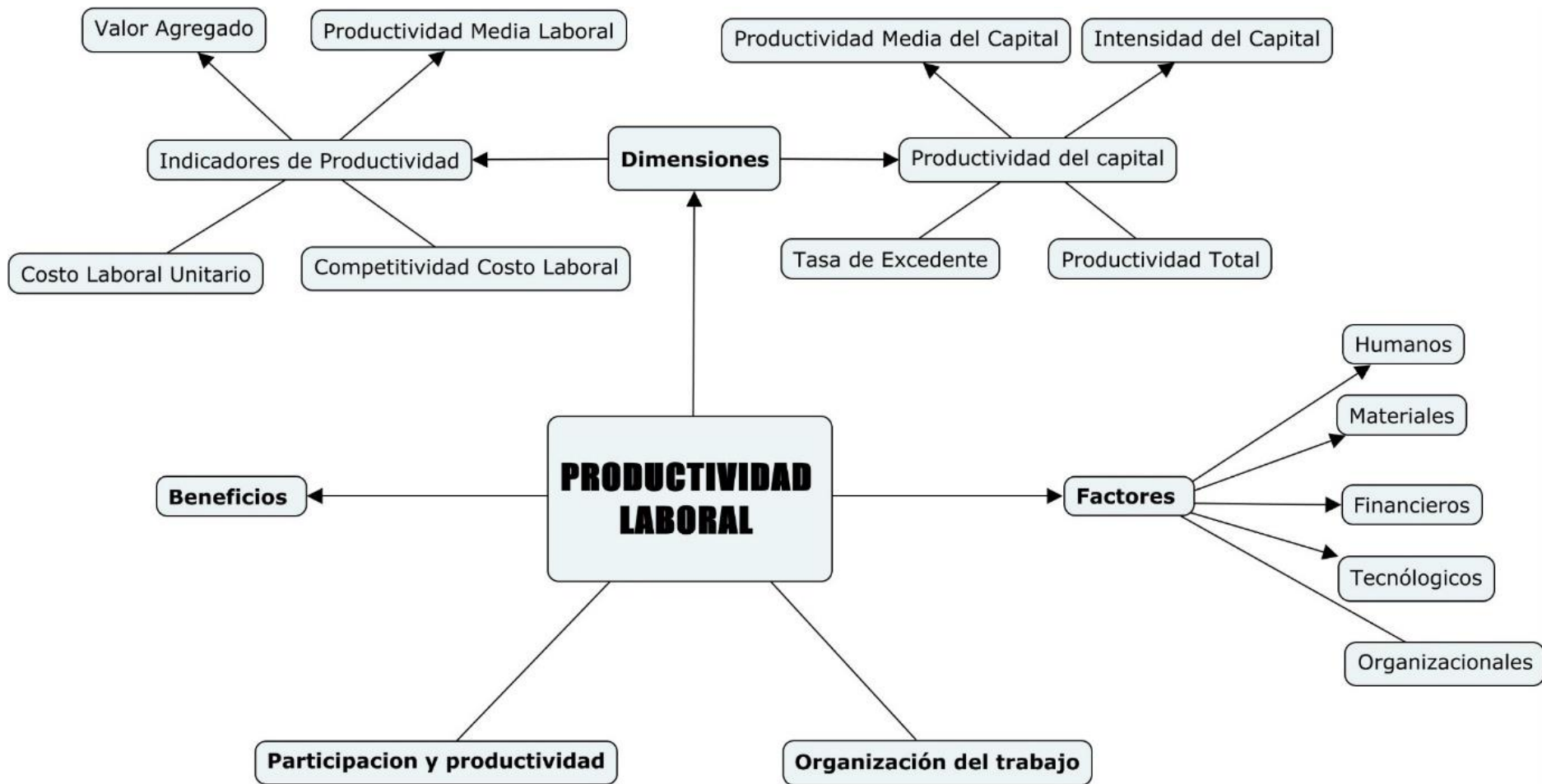
**Anexo D: Superordinación de Variables**





Anexo E: Subordinación de Variables





**Anexo F: Operacionalización de Variables**

**Tabla 21**

*Operacionalización de la Variable Independiente*

<b>Variable Independiente: Comunicación Interna</b>					
<b>Conceptualización</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems Básicos</b>	<b>Técnicas</b>	<b>Instrumentos</b>
Tessi, (2011) define que “la comunicación interna es toda la comunicación que se genera en una organización y está integrada por todos los mensajes que circulan en el ámbito organizacional, sean estratégicos o no” (p.18).	Comunicación Intrapersonal	Escucharse Entenderse Enseñarse	¿Ud. piensa y razona antes de transmitir una comunicación? ¿Ud. hace silencio y escucha en vez de hablar precipitadamente? ¿Ud. da a entender claramente lo que piensa? ¿Tiene claro cuales sus funciones y responsabilidades del puesto que tiene a cargo? ¿Se encuentra capacitado para desempeñar su trabajo? ¿Ud. saca provecho de la criticas para superarse profesionalmente?	Encuesta con 18 preguntas cerradas en base a una escala de Likert de 5 niveles	Cuestionario estructurado aplicado a colaboradores de la Corporación B&C S.C.C. sucursal Baños de Agua Santa
	Comunicación Interpersonal	Salario Sentido	¿Se encuentra conforme con el sueldo que recibe? ¿La remuneración percibida está acorde a su desempeño laboral? ¿Siente compromiso con el prestigio y éxito de la sucursal?		

			<p>¿Hay oportunidades de crecer profesionalmente en la sucursal?</p> <p>¿Existe comunicación eficiente y fluida entre los colaboradores de las diferentes áreas?</p> <p>¿Cree Ud., que el trabajo en equipo hace la fuerza y permite realizar mejora las tareas?</p>		
	Comunicación Institucional	Escucha Empatía Emisión	<p>¿La sucursal cuenta con espacios específicos que facilita las reuniones presenciales y el dialogo frente a frente?</p> <p>¿Dentro de la Sucursal elaboran talleres de escucha para captar oportunidades de mejora?</p> <p>¿Cree que la sucursal escucha y toma en cuenta su opinión?</p> <p>¿Cree que la sucursal le importa lo que piensa y siente acerca del trabajo que desempeña?</p> <p>¿La información que emite la sucursal es siempre por medio de los canales formales de la comunicación?</p> <p>¿La sucursal cuenta con tecnología que posibilite la comunicación?</p>		

*Nota.* Esta tabla muestra la operacionalización de la variable independiente

**Tabla 22**

*Operacionalización de la Variable Dependiente*

<b>Variable Dependiente: Productividad Laboral</b>				
<b>Conceptualización</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Fórmula</b>	<b>Instrumentos</b>
Pérez y Fol (2018) menciona que “la productividad laboral viene hacer el resultado de potenciar los recursos humanos, materiales, financieros, tecnológicos y organizacionales que suceden dentro de una organización”	Indicadores de Productividad	Valor Agregado Productividad Media Laboral Costo Laboral Unitario Competitividad Costo Laboral	(ventas - materias primas) (VA / número de trabajadores) (costo laboral/ventas) (VA/Costo Laboral)	Registro de datos
	Productividad del Capital	Productividad Media del Capital Intensidad del Capital Tasa de Excedente Productividad Total	(VA/Activos Fijos) (Activos Fijos/número de personal) (remuneraciones/Activos fijos) (Ventas/materias primas)	

*Nota.* Esta tabla muestra la operacionalización de la variable dependiente

**Anexo G: Formato de Encuesta Comunicación Interna**



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



Encuesta dirigida al personal de la Corporación B&C S.C.C. sucursal Baños de Agua Santa.

**Objetivo:** Detectar oportunidades de mejora para la comunicación interna de la sucursal.

**Instrucciones:** Lea detenidamente y marque con una X la respuesta que Ud. crea conveniente en base a su experiencia. Su información recolectada será únicamente de uso académico-investigativo y no se revelará la identificación de la persona encuestada.

<b>INFORMACIÓN GENERAL</b>			
1.1 Señale su sexo:	M	F	
1.2 Indicar su nivel directivo:	Administrativo	Operativo	
1.3 Intervalo de edad:	De 18 a 28 años	De 29 a 39 años	De 40 años en adelante
1.4 Fecha:			

Tomar en cuenta que la escala empleada es la de Likert.

- 1=Nunca
- 2=Casi nunca
- 3=A veces
- 4=Casi siempre
- 5=Siempre

<b>INFORMACIÓN ESPECÍFICA</b>					
<b>DIMENSIÓN</b>	<b>ESCALA DE VALORES</b>				
<b>Comunicación Intrapersonal</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
2.1 ¿Piensa y razona antes de transmitir una comunicación?					
2.2 ¿Hace silencio y escucha en vez de hablar precipitadamente?					
2.3 ¿Da a entender claramente lo que piensa?					

2.4 ¿Tiene claro cuáles son sus funciones y responsabilidades del puesto que tiene a cargo?					
2.5 ¿Se encuentra capacitado para desempeñar su trabajo?					
2.6 ¿Saca provecho de las críticas constructivas para superarse profesionalmente?					
<b>Comunicación Interpersonal</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
2.7 ¿Se encuentra conforme con el sueldo que recibe?					
2.8 ¿La remuneración percibida está acorde a su desempeño laboral?					
2.9 ¿Siente compromiso con el prestigio y éxito de la sucursal?					
2.10 ¿Hay oportunidades de crecimiento profesional en la sucursal?					
2.11 ¿Existe comunicación eficiente y fluida entre los colaboradores de las diferentes áreas?					
2.12 ¿Cree que el trabajo en equipo permite realizar mejor las tareas?					
<b>Comunicación Institucional</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
2.13 ¿La sucursal cuenta con espacios específicos que facilita las reuniones presenciales y el dialogo cara a cara?					
2.14 ¿Dentro de la Sucursal elaboran talleres de escucha para mejorar los procesos de comunicación?					
2.15 ¿Cree que los directivos de la sucursal escuchan y toman en cuenta su opinión?					
2.16 ¿Cree que la sucursal valora el trabajo que desempeña?					
2.17 ¿La información que emite la sucursal es siempre por medio de los canales formales de la comunicación?					
2.18 ¿La sucursal cuenta con herramientas tecnológicas que posibilite la comunicación?					

*Gracias por su colaboración*

**Anexo H: Formato del Registro de datos Productividad Laboral**



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



Este cuestionario tiene como fin identificar los indicadores de la productividad laboral de la Corporación B&C S.C.C. sucursal Baños de Agua Santa.

Para ello requerimos de la siguiente información, la que será empleada netamente con fines académicos.

**INFORMACIÓN GENERAL**

**1. De acuerdo con la actividad económica ¿A qué sector pertenece la empresa?**

- Sector Primario
- Sector Secundario o Industrial
- Sector Terciario o de Servicios

**2. ¿Cuántas personas laboran en la empresa?**

- Personal Administrativo
- Personal Operativo
- Total, Personal

**INFORMACIÓN CONTABLE**

**3. ¿Cuál es el valor de sus ventas?**

Mes

**4. ¿Cuál es el valor de sus activos? (no incluye edificios y terrenos)**

**5. ¿Cuál es el costo laboral?**

Mes

**6. ¿Cuál es el costo de compras de sus productos?**

Mes

*Gracias por su colaboración*



## Anexo I: Validación de Expertos



### VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO

## APRECIACIÓN

Encuesta dirigida al personal de la Corporación B&C S.C.C. sucursal Baños de Agua Santa.

**Tema:** Gestión de la comunicación interna y la productividad laboral en Corporación B&C S.C.C. sucursal Baños de Agua Santa

	SI	NO
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para que los encuestados puedan responderlo adecuadamente.	✓	
El número de preguntas del cuestionario es excesivo.		✓

CRITERIOS	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación del instrumento.	✓			
Claridad en la redacción de las preguntas.		✓		
Pertinencia de la variable con los indicadores.	✓			
Relevancia del contenido.		✓		
Factibilidad de la aplicación.	✓			
Validez de contenido del cuestionario.	✓			

Observaciones:

*EN EL CUESTIONARIO*

### IDENTIFICACIÓN DEL EXPERTO

Validado por:	<i>Dr. WALTER AMENEC SILVA, MBA.</i>
Profesión:	<i>MAGISTER</i>
Lugar de Trabajo:	<i>UTA</i>
Cargo que desempeña:	<i>Docente Titular</i>
Lugar y fecha de validación:	<i>Ambato 17 de Noviembre de 2022</i>
E-mail:	<i>walterjimenez@uta.edu.ec</i>
Teléfono o celular:	<i>0992594862</i>
Firma:	

*Muchas gracias por su valiosa contribución a la validación de este cuestionario*



## VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO

### APRECIACIÓN

Encuesta dirigida al personal de la Corporación B&C S.C.C. sucursal Baños de Agua Santa.

**Tema:** Gestión de la comunicación interna y la productividad laboral en Corporación B&C S.C.C. sucursal Baños de Agua Santa

	SI	NO
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para que los encuestados puedan responderlo adecuadamente.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
El número de preguntas del cuestionario es excesivo.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

CRITERIOS	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación del instrumento.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Claridad en la redacción de las preguntas.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pertinencia de la variable con los indicadores.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Relevancia del contenido.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Factibilidad de la aplicación.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Validez de contenido del cuestionario.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Observaciones:

#### IDENTIFICACIÓN DEL EXPERTO

Validado por:	Edison Santacruz Freni
Profesión:	Docente
Lugar de Trabajo:	UTA
Cargo que desempeña:	Docente
Lugar y fecha de validación:	Azuloto, 21/11/22.
E-mail:	
Teléfono o celular:	
Firma:	

*Muchas gracias por su valiosa contribución a la validación de este cuestionario*



## VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO

### APRECIACIÓN

Encuesta dirigida al personal de la Corporación B&C S.C.C. sucursal Baños de Agua Santa.

**Tema:** Gestión de la comunicación interna y la productividad laboral en Corporación B&C S.C.C. sucursal Baños de Agua Santa

	SI	NO
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para que los encuestados puedan responderlo adecuadamente.	✓	
El número de preguntas del cuestionario es excesivo.		✓

CRITERIOS	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación del instrumento.		✓		
Claridad en la redacción de las preguntas.			✓	
Pertinencia de la variable con los indicadores.		✓		
Relevancia del contenido.		✓		
Factibilidad de la aplicación.		✓		
Validez de contenido del cuestionario.		✓		

#### Observaciones:

*Realizar las mejoras que se sugieren en el instrumento de recolección de información.*

#### IDENTIFICACIÓN DEL EXPERTO

Validado por:	<i>Ruth Zamora Sánchez</i>
Profesión:	<i>Licenciada en Administración y Dirección de Empresas.</i>
Lugar de Trabajo:	<i>Universidad Técnica de Ambato.</i>
Cargo que desempeña:	<i>Docente.</i>
Lugar y fecha de validación:	<i>Ambato, 18 de noviembre de 2022.</i>
E-mail:	<i>ra.zamora@uta.edu.ec.</i>
Teléfono o celular:	<i>—</i>
Firma:	

*Muchas gracias por su valiosa contribución a la validación de este cuestionario*