



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN (REDISEÑADA)**



**INFORME FINAL DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE: LICENCIADO EN
COMUNICACION**

TEMA:

**ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES DE LAS EMPRESAS PARA MOTIVAR A
SUS EQUIPOS DE TRABAJOS**

AUTORES:

MORAN LARA GINGER NICOL

VITE FIGUEROA DANIELA PAULINA

TUTOR:

Lcdo. Hidalgo Vidal Fausto. MSc.

BABAHOYO – LOS RÍOS – ECUADOR

2024

ÍNDICE DE CONTENIDO

INDICE DE TABLAS.....	IV
INDICE DE GRAFICOS.....	V
RESUMEN	VI
ABSTRACT	IX
CAPÍTULO I.- INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Contextualización de la situación problemática	1
1.1.1. Contexto Internacional.	1
1.1.2. Contexto Nacional.	2
1.1.3. Contexto Local.	2
1.2. Planteamiento del problema	3
1.3. Justificación.....	4
1.4. Objetivos de investigación.	5
1.4.1. Objetivo general.....	5
1.4.2. Objetivos específicos.....	5
1.5. Hipótesis.	5
CAPÍTULO II.- MARCO TEÓRICO	6
2.1. Antecedentes.....	6
2.2. Bases Teóricas	7
2.2.1. Definición la comunicación	7
2.2.1.1. Estrategias comunicacionales	8

2.2.1.2. Características de las estrategias comunicacionales	8
2.2.1.3. Habilidades de la comunicación	9
2.2.2. Tipos de comunicación en las empresas.	9
2.2.2.1. Desempeño de los equipos de trabajo.....	10
2.2.2.2. Nivel de desempeño laboral	11
2.2.2.3. Importancia del desempeño laboral	11
2.2.2.4. Gestión de las estrategias comunicacionales en el desempeño laboral	12
2.2.2.5. Motivación laboral	12
2.2.2.6. Tipos de estrategias para impulsar la motivación laboral.....	13
CAPÍTULO III.- METODOLOGÍA.....	15
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	15
3.2. Operacionalización de variables.....	17
3.3. Población y muestra de investigación.	19
3.3.1. Población.....	19
3.3.2. Muestra.....	19
3.4. Técnicas e instrumentos de medición.....	20
3.4.1. Técnicas.....	20
3.4.2. Instrumentos.....	20
3.5. Procesamiento de datos.	21
3.6. Aspectos éticos.....	21
CAPÍTULO IV.- RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	22

4.1. Resultados	22
4.2. Discusión.....	38
CAPÍTULO V.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	38
5.1. Conclusiones.....	40
5.2. Recomendaciones.....	40
REFERENCIAS	42
ANEXOS	48

INDICE DE TABLAS.

Tabla 1. Operacionalización de las variables	17
Tabla 2. Población del estudio "ESIKA"	19
Tabla 3. Muestra del estudio empresa "ESIKA"	20
Tabla 4. Cree usted que la forma de comunicarse internamente en la empresa ha sido satisfactoria para el desempeño laboral	22
Tabla 5. Cree usted que la empresa aplica correctamente una comunicación estratégica en el entorno laboral	23
Tabla 6. Existe en la empresa capacitaciones sobre la comunicación estratégica	24
Tabla 7. Se comunica satisfactoriamente con sus compañeros de trabajo	25
Tabla 8. Sientes que ESIKA promueve un ambiente de trabajo positivo y colaborativo....	26
Tabla 9. Tienes oportunidades de desarrollo profesional en ESIKA	27
Tabla 10. Identifique el nivel motivacional que se proporciona por parte de la empresa Esika	27
Tabla 11. ESIKA ofrece incentivos o recompensas por alcanzar metas y objetivos.....	28
Tabla 12. Considera usted que la empresa de Esika fomenta la motivación laboral	29
Tabla 13. Como define la estabilidad laboral en la empresa de Esika	30
Tabla 14. Considera usted que su trabajo está siendo bien recompensado con el salario que recibe.....	31
Tabla 15. Reciben bonificaciones extras o incentivos económicos	31

INDICE DE GRAFICOS.

Gráfico 1. Cree usted que la forma de comunicarse internamente en la empresa ha sido satisfactoria para el desempeño laboral	22
Gráfico 2. Cree usted que la empresa aplica correctamente una comunicación estratégica en el entorno laboral	23
Gráfico 3. Existe en la empresa capacitaciones sobre la comunicación estratégica.....	24
Gráfico 4. Se comunica satisfactoriamente con sus compañeros de trabajo	25
Gráfico 5. Sientes que ESIKA promueve un ambiente de trabajo positivo y colaborativo	26
Gráfico 6. Tienes oportunidades de desarrollo profesional en ESIKA.....	27
Gráfico 7. Nivel motivacional que se proporciona por parte de la empresa Esika.....	28
Gráfico 8. ESIKA ofrece incentivos o recompensas por alcanzar metas y objetivos.....	29
Gráfico 9. Considera usted que la empresa de Esika fomenta la motivación laboral.....	29
Gráfico 10. Como define la estabilidad laboral en la empresa de Esika	30
Gráfico 11. Considera usted que su trabajo está siendo bien recompensado con el salario que recibe.....	31
Gráfico 12. Reciben bonificaciones extras o incentivos económicos.....	32

DEDICATORIA

- Yo Ginger Moran dedico esta tesis a mis padres por todo el esfuerzo y sacrificio para brindarme todo el amor, la comprensión, el apoyo incondicional y la confianza cada momento de mi vida y sobre todo en mis estudios universitarios, a mis hermanos quienes siempre estuvieron conmigo presente y a mi pequeñ@ que es el motivo por la cual lucho día a día.
- A mis padres, por su amor incondicional, apoyo constante y sacrificios para que pudiera alcanzar este logro. A mi esposo por su paciencia, comprensión y aliento durante todo este proceso y a mi pequeño Eiker por esa sonrisa que me da todas las mañanas que me hace saber que puedo con todo

AGRADECIMIENTO

- Agradecida con Dios por derramar sus bendiciones sobre mi y llenarme de su fuerza para vencer todos los obstáculos, le agradezco a mis padres por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años porque gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy. Ha sido un orgullo ser su hija son los mejores padres, a mis hermanos que por estar presentes acompañándome por el apoyo moral que me brindaron a lo largo de esta etapa a mi tutor por haber compartido su conocimiento a lo largo de la preparación.

Con amor Ginger Moran Lara .

- Queridos Mamá y Papá, Quiero expresar mi más sincero agradecimiento por su inquebrantable apoyo y amor a lo largo de mi vida y especialmente durante este desafiante viaje académico. Su guía, paciencia y sacrificio han sido fundamentales en cada paso que he dado. Gracias por creer en mí y por ser una inspiración constante.

A mi amado Kevin, Tu amor, comprensión y paciencia han sido un pilar fundamental en este camino hacia la culminación de mi tesis. Gracias por ser mi compañero de vida y por estar a mi lado en cada paso del camino. Tu apoyo inquebrantable me ha dado fuerzas para perseguir mis sueños.

Y a mi querido Eiker, Eres la luz de mi vida y mi mayor motivación. Cada día contigo es un regalo precioso que me impulsa a esforzarme aún más. Tu sonrisa ilumina mis días y me recuerda la importancia de seguir adelante. A cada uno de ustedes, les agradezco de todo corazón por su amor, apoyo y comprensión. Este logro no habría sido posible sin ustedes. Los llevo en mi corazón en este nuevo capítulo de mi vida.

Con amor y gratitud infinitos, Daniela Vite

RESUMEN

El objetivo de la investigación general se enfocó en Analizar la incidencia de las estrategias comunicacional de la empresa en relación en el desempeño y motivación laboral en la empresa Esika perteneciente al Cantón Pueblo Viejo provincia de los Ríos, la investigación es de tipo descriptiva bajo un diseño No experimental en función de los métodos inductivo y deductivo, la población y la muestra estuvo conformada por 30 trabajadores y el gerente de la empresa de belleza Esika, se aplicó las siguientes técnicas de recolección de datos de acuerdo a cada variable del estudio, por lo cual se utilizó la encuesta y sus instrumentos se conformó de un cuestionario de preguntas de opción múltiple, los cuales se establecieron para ser sometidas a un análisis y llevadas a un reporte estadístico mediante la elaboración de gráficos que visualicen los resultados obtenidos. En este sentido, el estudio realizado determinó que la incidencia de las estrategias comunicacionales en la funcionalidad de una empresa está vinculada notablemente en el desempeño y la motivación laboral ya que se pudo evidenciar que este es un factor indispensable que proporciona un mejor ambiente y entorno de trabajo.

Palabras claves: Organización, Motivación laboral, comunicación, administración.

ABSTRACT

The objective of the general research focused on Analyzing the incidence of the company's communication strategies in relation to performance and work motivation in the Esika company belonging to the Pueblo Viejo Canton, province of Los Ríos, the research is descriptive under a No design. experimental based on the inductive and deductive methods, the population and the sample were made up of 30 workers and the manager of the beauty company Esika, the following data collection techniques were applied according to each variable of the study, for which The survey was used and its instruments consisted of a questionnaire of multiple choice questions, which were established to be subjected to analysis and brought to a statistical report by creating graphs that visualize the results obtained. In this sense, the study carried out determined that the impact of communication strategies on the functionality of a company is notably linked to performance and work motivation since it was evident that this is an indispensable factor that provides a better environment and work environment. job.

Keywords: Organization, Work motivation, communication, administration.

CAPÍTULO I.- INTRODUCCIÓN.

1.1. Contextualización de la situación problemática

1.1.1. Contexto Internacional.

Actualmente la nueva modalidad de comunicación requiere que las empresas desarrollen estrategias comunicacionales que se centren en la construcción de relaciones, la simpatía y la participación de la audiencia. A partir de esta comunicación y relación dinámica y bidireccional entre marcas y usuarios, las empresas deben tener cuidado de crear y distribuir contenido valioso que no sólo atraiga a los usuarios, sino que también los anime a participar. comunidad (Velásquez et al., 2020).

En el ámbito internacional las empresas hoy en día tienen que hacer cambios en la organización debido a los problemas de la globalización, porque la comunicación se ha convertido en una ventaja competitiva que permite a la empresa destacarse de las demás, la iniciativa de su personal, el trato. las herramientas y recursos que se les brindan para mejorar su desempeño en esta unidad, teniendo en cuenta la oportunidad de escucharlos, porque ellos también están tratando de progresar y crecer profesionalmente, así como la empresa está tratando de obtener ganancias y aumentar sus ganancias (Remicio, 2020).

En los últimos años las organizaciones empresariales se han enfocado en el ambiente de la organización para incrementar su competitividad, por ello se han implementado estrategias de comunicación considerando su importancia en cuanto a su funcionalidad y efectividad. De la misma manera, brindan evaluaciones constantes de las estructuras organizacionales y del comportamiento de los empleados para obtener un diagnóstico real de las necesidades de la organización y tomar decisiones acertadas para el buen desarrollo de las empresas (Olivera et al., 2020).

1.1.2. Contexto Nacional.

Los líderes del mercado y el estatus lo han logrado las empresas ecuatorianas cuyos gerentes son funcionarios altamente desarrollados con perfectas habilidades de comunicación. Este último es responsable de permitir que las instituciones establezcan relaciones comerciales para mejorar sus negocios y empoderar a sus empleados (Baque et al., 2020).

Una de las experiencias más representativas de un profesional o experto en comunicación generalmente planifica e implementar estrategias comunicacionales relacionadas con el ámbito de la organización; Sin embargo, pueden presentarse en un contexto social y periodístico. El término “estrategia de comunicación” es controvertido, porque se interpreta en algunos casos como el desarrollo de actividades comunicativas sin rumbo, y en otros como la implementación de piezas gráficas encaminadas a la resolución de problemas de bajo nivel en el análisis del contexto de comunicación (Ríos et al., 2020).

De tal manera, el compromiso y la motivación son otros dos aspectos clave que explican la relación actual entre la comunicación interna y los equipos de trabajo. Por lo tanto, las empresas que logran atraer el talento de sus empleados identificándose con la cultura y los valores de la empresa deben centrarse en la motivación para considerar el compromiso de los empleados, por lo que es importante entender que esta relación requiere reconocimiento. que la comunicación interna tiene una funcionalidad y un valor que va más allá de la finalidad de información y comunicación (Guerrero et al., 2022).

1.1.3. Contexto Local.

En la actualidad el clima organizacional en las empresas se enfrenta a cambios acelerados tanto económicos, políticos, tecnológicos, sociales y culturales estos cambios afectan el ambiente laboral lo cual influye en que los trabajadores cambien su conducta o

comportamiento, cuando existe desmotivación al personal, ausencia de liderazgo, inestabilidad laboral, deficiente comunicación, haciendo que se sientan insatisfechos en su lugar de trabajo, repercutiendo en un deficiente desempeño laboral al tener bajo compromiso con la empresa o institución (Sumba et al., 2022).

No obstante, la falta de una estrategia comunicacional efectiva en las empresas interviene como un factor limitante para motivar a los equipos de trabajo, dando apertura a un análisis inadecuado en la transmisión de información. Por consiguiente, la ausencia de las diversas estrategias comunicacionales puede afectar negativamente el rendimiento de los empleados, de modo que promueve un ámbito laboral inexpresivo y sin herramientas comunicacionales en la organización.

1.2. Planteamiento del problema

En un entorno empresarial cada vez más competitivo y dinámico, la motivación de los grupos de trabajo es un factor clave para alcanzar los objetivos organizacionales. En este contexto, la comunicación interna juega un papel esencial como facilitadora de la transferencia de información, fortaleciendo la cultura organizacional y creando un ambiente de trabajo que promueva el compromiso y la productividad.

Por ende, las estrategias comunicacionales es una parte importante del funcionamiento efectivo de una empresa. Para Esika, empresa líder en cosmética y cuidado personal, las estrategias de comunicación juegan un papel vital en la gestión de sus recursos humanos. Sin embargo, la eficacia y el impacto de estas estrategias en el desempeño del personal y la motivación laboral no siempre están claramente definidos. Por ello, es necesario estudiar a fondo cómo afectan estas estrategias de comunicación al personal de Primera Línea y cómo optimizarlas para mejorar el rendimiento y la motivación laboral. En este sentido, es importante estudiar las estrategias de comunicación que implementa esta

empresa para motivar a sus trabajadores, entendiendo su efectividad, alcances y posibles áreas de mejora.

¿Cómo las estrategias comunicacionales de la empresa inciden en el desempeño y motivación laboral del personal que conforma la empresa de "ESIKA", del Cantón Pueblo Viejo en el periodo 2023?

1.3. Justificación.

La importancia de este estudio se enfoca en la inducción de las estrategias comunicacionales en función de mejorar el campo de la comunicación, orientan a el sector empresarial, otorgando un aporte esencial en el vínculo entre la comunicación interna y la motivación laboral; mediante la cual se introduzca una información de vital importancia para la empresa que requieren las directrices para mejorar la motivación laboral de la organización, de forma que puedan implementar estrategias acorde a una correcta estructura comunicacional, dado que durante los últimos años se ha evidenciado que existe una disminución de estudios acorde al mejoramiento comunicacional del sector empresarial siendo un objeto de estudio indispensable para la comunicación.

No obstante, el impacto de esta investigación dará acceso a impulsar la motivación laboral mediante la aplicación de estrategias comunicacionales, la cual se llevará a cabo a través de un proceso de recolección de datos utilizando herramientas validas que darán paso al levantamiento de información necesaria para la consecución de los objetivos propuesto.

El presente estudio tiene la factibilidad la cual se destaca por la disponibilidad de recursos documentales y la posibilidad de acceder a la información de una empresa dispuesta a colaborar en la investigación. Asimismo, la intervención y la aplicación práctica ayudara a evidenciar hallazgos que pueden traducirse como estrategias tangibles para mejorar el clima laboral y la eficiencia organizacional.

Los beneficiarios de esta investigación serán de manera directa los empleados de la empresa involucrada y por ende sus colaboradores, basados en el perfeccionamiento de la comunicación interna y externa, por lo tanto es considerado un factor de gran importancia que ayude al flujo de la información de manera eficiente, manteniendo los niveles de la estructura organizacional informados, provocando que los comunicados lleguen a todos los trabajadores de la empresa categoría en belleza "ESIKA", del mismo modo los beneficiarios indirectos, son aquellos clientes, proveedores, con los que la empresa mantiene relaciones comerciales.

1.4. Objetivos de investigación.

1.4.1. Objetivo general.

Analizar la incidencia de las estrategias comunicacionales de la empresa en relación en el desempeño y motivación laboral.

1.4.2. Objetivos específicos.

- Diagnosticar las estrategias comunicacionales que utilizan para motivar al equipo de trabajo de "ESIKA".
- Identificar el aporte de las estrategias comunicacionales en la motivación de los trabajadores de una Empresa.
- Fomentar nuevas estrategias comunicacionales para promover la motivación y el desempeño laboral.

1.5. Hipótesis.

La implementación de estrategias comunicacionales de una empresa promueve la motivación y desempeño laboral de los equipos de trabajo de la empresa de belleza Esika.

CAPÍTULO II.- MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes.

A través de los estudios proporcionado por Parrales et al. (2020) indican que hoy en día la motivación laboral es el impulso para que el personal fundamental de las empresas desarrolle actividades y opere de manera eficiente, lo que posibilita un mejor desarrollo y éxito. Por ello, el tema de análisis es “la aplicación de estrategias de comunicación a la motivación laboral como herramienta eficaz para el mejor desarrollo de las empresas”.

Por otra parte, según Guevara (2020) en su estudio titulado “Comunicación interna en la corporación belleza S.A.C, Lima 2020” identifico que actualmente la comunicación interna es muy valiosa en las empresas, porque ayuda a los empleados a realizar sus tareas de manera correcta y eficiente, pero, sin embargo, muchas de las empresas olvidan que la adaptación a estas condiciones, se definen para enfrentar los cambios que requiere el mercado, es necesario motivar y dirigir. sus socios para promover una buena cultura e identidad organizacional, y para ello necesitan una adecuada comunicación interna como herramienta estratégica.

Del mismo modo frente al estudio planteado por Deroncele (2021) en su estudio denominado “Motivación en empresas de servicios: Contribuciones desde la intervención psicosocial” manifiesta que la motivación se denomina como un elemento importante del comportamiento organizacional, que permite canalizar el esfuerzo, la energía y la conducta en general del trabajador, permitiéndole sentirse mejor respecto a lo que hace y estimulándolo a que trabaje más para el logro de los objetivos organizacionales.

Acorde al estudio proporcionado por Inchaustegui (2022) previo a la obtención de su título como Licenciado en Comunicación realizo la investigación titulada “Estrategia de comunicación interna para la empresa Chocodosis, 2021” en la cual afirma que, **las** empresas

modernas se han dado cuenta de que, para estar en una buena posición en el mercado, la comunicación interna se convierte en una herramienta estratégica que permite alcanzar los objetivos de la organización. Porque su mala gestión conduce a la creación de entornos menos productivos y propensos al conflicto. Por tanto, una de las responsabilidades más importantes de toda organización es la promoción y motivación del equipo humano, porque son un factor importante en el correcto uso de la comunicación interna en toda empresa.

Acorde al estudio planteado por Diaz et al. (2021) destaca que la motivación de los empleados comprende el motor impulsor de la mejora continua, el mayor ente generador de valor agregado para las empresas modernas y representa uno de los tantos beneficios que conlleva un funcionamiento bien entendido. La fluidez comunicacional en la empresa es parte esencial de la estrategia y el diseño de la misma, debe ser adaptada a las necesidades del consumidor que va evolucionando constantemente, las expectativas son cada vez más altas y sus requerimientos suelen ser muy distintos de lo que se mostraban en anteriores años.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Definición la comunicación

En un contexto tecnológico, la comunicación permite que personas de diferentes grupos sociales de una comunidad intercambien información e ideas de forma positiva y productiva. En este sentido, la comunicación se llama social, y cobra aún más importancia cuando se relaciona con el desarrollo de la sociedad (Geneteau, 2021).

Asimismo, esta se define como un proceso que ocurre en el intercambio de información entre emisores y un receptor cuyo propósito es transmitir o recibir un mensaje específico. Su significado radica en el intercambio de diferentes tipos de información entre sí, con la finalidad de comunicar una actividad importante en la sociedad (Calua et al., 2020).

2.2.1.1. Estrategias comunicacionales

Las estrategias surgen como herramientas de planificación, métodos de trabajo para alcanzar las metas estructuradas. En este aspecto en particular, se ha demostrado que las estrategias son una base fundamental encaminada a buscar beneficios sostenibles a largo plazo e identificar oportunidades de rentabilidad económica y social que ofrece la orientación para el desarrollo de organizaciones, empresas, entre otros (Navarro et al., 2020).

Además, las estrategias de comunicación se manifiestan a través de actividades, herramientas u oportunidades basadas en estándares de comunicación, intervención e integración; Se puede ver en la cultura corporativa y se utiliza en la planificación externa e interna de la organización para crear confianza y aumentar la fidelidad de los clientes al utilizar los servicios (Navarro et al., 2020).

Según Barroso et al. (2020) indica que “En este sentido, es importante resaltar que, al definir la estrategia de comunicación de la identidad corporativa, una organización (voluntaria o involuntariamente) emite una gran cantidad de información que llega a sus públicos” (p.26).

Se ha determinado que las estrategias comunicacionales son una forma o canal que promueve la transmitir de lo que el emprendedor y/o empresa quiere comunicar, utilizando los medios necesarios a través de una comunidad que fortalece la adquisición del interés del grupo objetivo, asimismo, permite exponer sus productos o servicios sean elegidos por el público y fortalezcan el desarrollo y crecimiento de la empresa (Cervantes et al. 2022).

2.2.1.2. Características de las estrategias comunicacionales

Un aspecto que categoriza la aplicación de estrategias comunicacionales, es su característica que se enfoca en analizar los objetivos, la gestión, los cambios internos, su

imagen y trayectoria. A esto debe sumarse, la evaluación de aspectos como el tratamiento de los procesos innovación, las ventajas tecnológicas y la creatividad de los discursos que ayudan a lograr el posicionamiento, identidad y compromiso (Torres, 2020).

Sin una estrategia de comunicación adecuada a cada empresa, su alcance y características, el desarrollo empresarial se ve obstaculizada. Para eso no sólo es importante tener un plan de comunicación específico, sino también contar con personal cualificado para desarrollarlo, trabajando internamente o externamente en su defecto (Lobillo & Panigua, 2023).

2.2.1.3. Habilidades de la comunicación

La comunicación en sus diversas formas y códigos es importante y definitoria. La comunicación se define como un circuito en el que dos o más personas interactúan e interactúan simultáneamente (Mendoza 2021).

La comunicación se utiliza para orientar el comportamiento de los empleados observando su jerarquía y el nivel organizacional al que pertenecen; La comunicación promueve la motivación porque permite a las personas saber qué se debe hacer, qué tan bien lo están haciendo y cómo se puede mejorar su desempeño. La comunicación ayuda a los miembros del equipo a expresar su satisfacción y frustración, por lo que se considera un medio de expresión emocional, y la función última de la comunicación es ayudar a tomar decisiones proporcionando la información necesaria para identificar y evaluar alternativas (Quezada et al., 2020).

2.2.2. Tipos de comunicación en las empresas.

En la actualidad, las empresas se enfrentan a diversos retos producto de los cambios dinámicos y profundos que se viven en el mundo contemporáneo. De tal forma, al momento de impulsar o llevar a cabo la toma de decisiones estratégicas surgen múltiples desafíos para

las empresas. El entorno empresarial es cada vez más incierto y complejo, lo cual dificulta la identificación y evaluación de oportunidades y amenazas (Nuñez et al., 2023).

Según Viñaras (2022) identifica que la comunicación en las empresas debe estar estructurada de la siguiente manera:

- Ofrecer formación en materia de Comunicación a directivos, mandos intermedios y empleados
- Aclarar la confusión que actualmente existe sobre qué departamento debe asumir la responsabilidad de la Comunicación Interna.
- Hacer crecer los presupuestos de estos departamentos.
- Crear ambientes saludables y felices.
- Empoderar a los colaboradores
- Perfeccionar las herramientas de escucha

2.2.2.1. Desempeño de los equipos de trabajo.

En las empresas, los trabajadores tienen diferentes grados de asertividad, por lo que demuestran de distintas formas sus sentimientos, emociones y pensamientos. El lenguaje utilizado para comunicarse sea oral U/o expresado, es la representación del temperamento y del aprendizaje desde el contexto familiar- social donde vive. Es importante para el funcionamiento óptimo de la empresa contar con personas asertivas que sepan ir más allá de expresar quejas que desgastan, situaciones que provocan malestar, enojo, desánimo y desmotivación. La empresa necesita personas que busquen solución a los problemas, utilizar su influencia personal sobre aspectos desagradables y tener control sobre las cosas que le afectan (Farias et al., 2020).

El desempeño laboral se constituye en un sistema orientado al desarrollo de la efectividad y éxito de las organizaciones , a través de sus dimensiones: desempeño de la tarea siendo el logro de las tareas de acuerdo a los conocimientos que contribuyen a la

organización directa o indirectamente; comportamientos contraproducentes ,son actos deliberados que se dan de manera voluntaria que son de beneficio para el trabajador y desempeño contextual siendo comportamientos espontáneos e individuales que superan a lo esperado para su puesto, estos son importantes para el logro de los resultados anhelados en las organizacionales (Bautista et al., 2020).

2.2.2.2. Nivel de desempeño laboral

En la medición del desempeño laboral se enmarcan los factores de motivación interna vinculados a los incentivos y al desempeño del cargo que ocupan dentro de la empresa, impulsan la acción de los trabajadores en sus distintos puestos jerárquicos, todos enfocados en alcanzar un nivel adecuado de producción de bienes o servicios (Manjarrez et al., 2020).

La evaluación en el nivel del desempeño empresarial implica una conducción metodológica, partiendo del hecho que se deben establecer indicadores tangibles e intangibles, evaluando el grado de eficiencia y eficacia que los colaboradores realizan en sus áreas de trabajo durante un tiempo determinado, así como su potencial progreso (Guartán & Ollagüe, 2019).

2.2.2.3. Importancia del desempeño laboral

Los beneficios de la comunicación en el desempeño laboral y motivación son intangibles y a largo plazo, pero su buena gestión constituye también la base de una comunicación tanto interna como externa exitosa. Así, un adecuado desarrollo de sus potencialidades permite a las organizaciones ser más competitivas a nivel interno y externo. La empresa actual, inserta en un entorno comunicativo que permite la retroalimentación constante y simultánea, se ve obligada a desarrollar una comunicación dinámica y en permanente evolución donde se pone de relevancia la participación de los públicos internos como agentes clave de este proceso (Castro & Morilla, 2020).

2.2.2.4. Gestión de las estrategias comunicacionales en el desempeño laboral

Es por eso, que la comunicación organizacional es una pieza fundamental para el proceso de la emisión y recepción de mensajes en el ámbito empresarial. De igual manera, se utiliza como una estrategia para el desarrollo de las actividades, con el fin de mejorar la productividad y las relaciones interna y externa de forma positiva, esto tiene como objetivo mejorar el desempeño por parte del recurso humano, a fin de lograr éxitos, y evitar el fracaso. A su vez ayuda a establecer una gestión eficaz y eficiente de una empresa u organización, enfrentando problemas y necesidades en el mundo cambiante (Asencio & Palhua, 2022).

La gestión de la comunicación tiene que ver con lo público interno, alcanza sentido de pertenencia entre el personal convirtiéndose en parte indispensable de la organización y la comunicación externa, aporta diversidad de opiniones y contribuyen a la cultura organizacional; cada gestión permiten delinear estrategias adecuadas, aplicarla en la resolución de conflictos entre los empleados, usuarios, fortalecer vínculos con la identidad, desarrollando habilidades y aprender de las experiencias de otras instituciones (Zambrano, 2022).

2.2.2.5. Motivación laboral

La motivación laboral es una herramienta muy útil a la hora de encontrar los objetivos empresariales, ya que posibilita engranar con los objetivos planteados, sujeta a factores del desarrollo de la personalidad, su sistema de creencias y su constructo cognitivo (Martínez & Carhuanca, 2022).

Según Piedra (2020) indica que existen dos tipos de motivación en el área laboral, detallándose de la siguiente manera:

La motivación extrínseca es lo que siempre ha existido, aquellos mensajes como “para poder alimentarte debes trabajar, sin trabajo no hay dinero y morirás”. Es todo

lo externo, con lo cual se pueden cubrir las necesidades básicas, o de lujo, o si se puede obtener alguna sanción por realizar algo incorrecto.

la motivación intrínseca es lo que más le interesa, debido a que un trabajador pueda cumplir con labores solo por exigencias de su supervisor (motivación extrínseca) no sería tan importante como que lo haga por él mismo. Con la motivación intrínseca, cada persona estará identificado con su trabajo, lo vivirá como si fuera parte de él afectándolo de forma positiva o negativa (p.42).

2.2.2.6. Tipos de estrategias para impulsar la motivación laboral

Para hablar de comunicación estratégica hay que partir de un objetivo central, que responde a la meta organizacional y parte del plan estratégico de la organización. Dentro de esta se pueden desarrollar diferentes líneas de tiempo para las estrategias que permitan alcanzar la meta empresarial, objetivos a corto, mediano y largo plazo, todo esto pasa a formar parte de las decisiones que se tomen dentro de la organización. Por lo que es fundamental tomar en cuenta esta diferencia antes de ubicar la estrategia Corporativa, que pueden representar el primer paso de un conjunto de nuevas acciones que formen parte del Plan de Comunicación Estratégica. Para fijar metas, la estrategia y línea de acción deben ser claras, no es suficiente con ser creativos, hay que tener un criterio amplio y conocimiento sobre toda una realidad en donde juega la estrategia (Maldonado, 2020).

Es decir, se debe considerar importante reconocer si en las empresas u organizaciones se ejerce un desenvolvimiento armónico en grupos de trabajo o equipos de trabajo, y observar además que se requiere tener un liderazgo eficaz, que comunique, promueva el reconocimiento entre los miembros, dé ejemplo, fomente la honestidad y la comunicación de puertas abiertas y escucha activa, así como la retroalimentación permanente, cruciales para la mejora continua de las personas (Alatriza, 2020).

Según Parrales et al. (2020) la motivación laboral engloba una serie de elementos que pueden ser considerados dentro de las organizaciones, es decir, que las organizaciones pueden motivar a sus empleados no tan solo con incentivos económicos, sino que también brindándoles un ambiente agradable, que exista una buena comunicación dentro de la misma, horarios flexibles, entre otros con la finalidad de brindar una comodidad al personal que labora en ella, obteniendo buenos resultados de trabajos.

CAPÍTULO III.- METODOLOGÍA.

3.1. Tipo y diseño de investigación.

Investigación descriptiva.

Según Guevara et al. (2020) afirma que este tipo de investigación tiene como objetivo describir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utiliza criterios sistemáticos que permiten establecer la estructura o el comportamiento de los fenómenos en estudio, proporcionando información sistemática y comparable con la de otras fuentes. Es por ello, que al utilizar este tipo de investigación permitirá conocer de manera detallada los acontecimientos en cuanto a la motivación laboral y las estrategias comunicacionales que se desenvuelven en la empresa “Almacén Zurita”.

Diseño No experimental.

Según Arispe et al. (2020) indican que, en este diseño no experimental las variables no se manipulan, los fenómenos se observan naturalmente para su posterior análisis. Este mismo modelo se considera muy útil para variables que no se pueden manipular por su dificultad o por razones éticas. Por tal razón el uso de este diseño permitirá conocer los fenómenos que se presentan en la realidad, de forma que se obtendrán datos sobre los mismos.

En este sentido al ser un diseño no experimental brindara el acceso a fomentar un estudio de los fenómenos que inciden en la comunicación y la motivación laboral que ocurre en la actualidad.

Métodos.

Deductivo

Según Rodríguez y Pérez (2017) indican que “Mediante la deducción se pasa de un conocimiento general a otro de menor nivel de generalidad. Las generalizaciones son puntos

de partida para realizar inferencias mentales y arribar a nuevas conclusiones lógicas para casos particulares” (p.11).

En este estudio se aplicará, el método deductivo ya que permitira probar la hipótesis preestablecida sobre la relación entre las estrategias comunicacionales y la motivación de los equipos de trabajo en Esika, lo que proporcionaría un marco claro de acuerdo a la investigación establecida.

Inductivo.

La aplicación de los métodos deductivo e inductivo se plantean de la siguiente forma, según Palmett (2020) describe que:

La inducción del método inductivo se destaca por la experiencia hacia la idea abstracta, la idea abstracta es la teoría o los conceptos, mientras que la experiencia son los pensamientos, vivencias, percepción y opinión del sujeto que ha cultivado desde el quehacer cotidiano diario laboral, profesional u otro campo. En este sentido, se describe que el método inductivo ayuda a conocer las inferencias para llegar a una conclusión (p.37).

A traves de la implementación del método inductivo se realizará un estudio a los equipos de trabajo de Esika, lo que ayudara a recopilar datos relevantes sobre las estrategias comunicacionales utilizadas en la empresa de Esika y su impacto en la motivación de los equipos de trabajo. De tal manera este metodo permitirá generar conclusiones y recomendaciones fundamentadas en evidencia empírica obtenida a través de la investigación inductiva.

De acuerdo a lo mencionado por los autores la intervención de los métodos deductivo e inductivo se consideran indispensable en el desarrollo del estudio puesto que ayudará a obtener una deducción y análisis de los hechos existentes de forma que permita establecer un vínculo de unión entre teoría y observación.

3.2. Operacionalización de variables.

Tabla 1. Operacionalización de las variables

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Ítems/Instrumento
Independiente: Estrategias comunicacionales en las empresas	las estrategias comunicacionales se definen como la planificación de estrategias que involucran los objetivos establecidos por la empresa que faciliten y promuevan la colaboración continua y pertinente del logro de las metas propuestas (Chamorro, 2020).	Control Organización Información	<ul style="list-style-type: none"> • Planificación • Compromiso • Asesoramiento y Apoyo • Trabajo en equipo • Direccionalidad • Objetividad • Enfoque • Recoger y Transmitir Información 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cree usted que la forma de comunicarse internamente en la empresa ha sido satisfactoria para el desempeño laboral? 2. ¿Cree usted que la empresa aplica correctamente una comunicación estratégica en el entorno laboral? 3. ¿Existe en la empresa la comunicación estratégica? 4. ¿Se comunica satisfactoriamente con sus compañeros de trabajo? 5. ¿Usted cree que la empresa cuenta con un plan de estratégico en la forma de comunicar decisiones? 6. ¿En su entorno laboral se promueve la motivación? 7. ¿Identifique el nivel motivacional que se otorga en el Almacén Zurita? 8. ¿Como define la estimulación motivacional en el ámbito laboral del Almacén Zurita? 9. ¿Como define la estabilidad laboral en el Almacén Zurita? 10. ¿Considera usted que su trabajo está siendo bien

				recompensado con el salario que recibe?
Dependiente: Motivación del equipo de trabajo	la motivación comprende tanto los procesos individuales que llevan a un trabajador a actuar y que se vinculan con su desempeño y satisfacción en la empresa, como los procesos organizacionales que influyen para que tanto los motivos del trabajador como los de la empresa vayan en la misma dirección (Puma, 2020).	Estimulación negativa Estimulación positiva Factores Motivadores	<ul style="list-style-type: none"> • Tensión debido al trabajo. • Presión del trabajo • Relación interpersonal al con sus jefes • Monotonía laboral • Satisfacción por el trabajo • Competencia laboral • Promoción profesional • Estabilidad laboral • Responsabilidad • Avance y Crecimiento • Logros 	<p>1. ¿Cómo calificaría la relación interpersonal de sus empleados?</p> <p>2. ¿Desde su perspectiva cómo cree usted que se desenvuelve la solución de problemas en el entorno laboral?</p> <p>3. ¿Cómo calificaría la comunicación en su equipo de trabajo?</p> <p>4. ¿A la hora de comunicarse en resoluciones laborales, se realizan reuniones para informar a todo el personal de la empresa?</p> <p>5. ¿ha implementado estrategias comunicacionales en su equipo de trabajo?</p> <p>6. ¿En la empresa se impulsa la motivación laboral?</p> <p>7. ¿De acuerdo a su criterio considera que la motivación laboral ayuda a incrementar un mejor ambiente laboral?</p> <p>8. ¿Con que frecuencia cree Ud. Que se debe incentivar la motivación en los empleados del Almacén Zurita?</p> <p>9. ¿Cómo propietario del Almacén Zurita cómo calificaría el</p>

				desempeño y motivación que poseen sus trabajadores? 10. ¿Considera Ud. Que la motivación laboral en los empleados desempeña una mejor respuesta para la empresa?
--	--	--	--	---

Elaborado por las autoras (2024)

3.3. Población y muestra de investigación.

3.3.1. Población.

La población se conformará por la totalidad de los trabajadores de la empresa “Esika”, correspondientes a 30 empleados que forman parte de la misma., así como también el gerente de la empresa en la localidad del cantón Puebloviejo, Provincia de los Ríos.

Tabla 2. *Población del estudio "ESIKA"*

Personal que labora en “ESIKA”	Total
Trabajadores: venta, bodega, administración, movilidad y mercadeo.	30
Gerente de la empresa	1
Total:	31

Elaborado por las autoras (2024)

3.3.2. Muestra.

En relación a la población anteriormente expuesta, la muestra de este estudio se constituye por 30 trabajadores de la empresa de belleza “Esika” y el gerente de la empresa en la localidad del cantón Puebloviejo, los cuales se someterán a una evaluación de acuerdo a las herramientas respectivas para la recolección de datos, permitiendo conocer la situación existente acorde a la implementación de estrategias comunicacionales en función del desempeño y motivación laboral en la empresa.

Tabla 3. *Muestra del estudio empresa "ESIKA"*

Personal que labora en "ESIKA"	Total
Trabajadores: venta, bodega, administración, movilidad y mercadeo.	30
Gerente de la empresa	1
Total:	31

Elaborado por las autoras (2024)

3.4. Técnicas e instrumentos de medición.

Para llevar a cabo el análisis y obtención de datos de acuerdo al tema planteado, se requiere el uso de la siguiente técnica e instrumento en la recolección de información:

3.4.1. Técnicas

Encuestas: Según Sánchez et al. (2020) deduce que la aplicación de encuestas promueve la recopilación de información de [una muestra de] los entes, con el fin de construir descriptores cuantitativos de los atributos de la población general de la cual los entes son miembros.

Entrevista: Según Feria et al. (2020) determina que La entrevista se define como el método empírico, basado en la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto o los sujetos de estudio, para obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el problema.

3.4.2. Instrumentos

Formulario de preguntas para encuesta: Según Cisneros et al. (2020) indica que este instrumento consiste en una serie de preguntas organizadas, estructuradas y específicas, que permiten medir o evaluar una o varias de las variables definidas en el estudio, respondiendo al planteamiento del problema e hipótesis.

Formulario de preguntas semiestructurada para entrevista: Según Tejero (2021) sugiere que al aplicar esta técnica permitirá la recolección de datos de los entrevistados a

través de un conjunto de preguntas abiertas. Para saturar los datos, es decir, para recolectar información suficiente para entender el área de interés, este tipo de entrevista requiere una muestra relativamente grande de participantes.

3.5. Procesamiento de datos.

Para la ejecución de la investigación correspondiente se utilizaron diversas fuentes para el procesamiento de datos, lo que impulso una recolección de información acorde al análisis del estudio el cual se configuro bajo la aplicación de herramientas como Excel, PowerPoint, Barras y elementos gráficos, estadística entre otros. De modo que el uso de estas fuentes ayudara a conocer las variables de estudio de una manera mas sistemática y estructurada.

3.6. Aspectos éticos.

Respeto: Con base en los resultados del estudio, el propósito y compromiso de esta información es reconocer y valorar la individualidad, la dignidad humana y los derechos de los demás. Esto promueve a un correcto trato de las personas, escuchar sus opiniones y mostrar empatía por sus experiencias.

Transparencia: Describir los hechos existentes de forma clara y precisa, evitando exagerar o distorsionar los resultados. De manera que se puedan visualizar datos reales acorde a las técnicas de investigación empleada.

CAPÍTULO IV.- RESULTADOS Y DISCUSIÓN.

4.1. Resultados

Formulario de preguntas dirigida a los equipos de trabajos de la empresa Esika en el Cantón Pueblo Viejo- Provincia de Los Ríos.

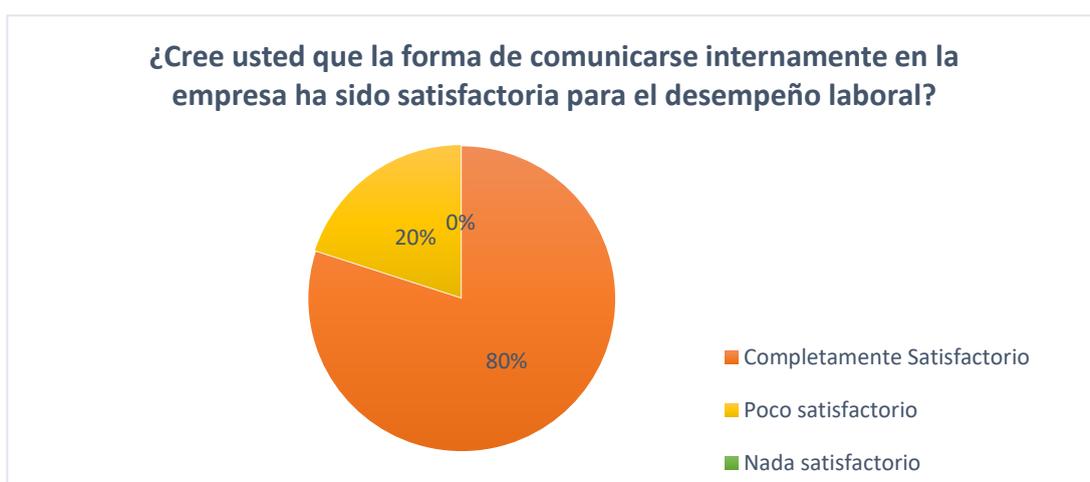
1. ¿Cree usted que la forma de comunicarse internamente en la empresa ha sido satisfactoria para el desempeño laboral?

Tabla 4. Cree usted que la forma de comunicarse internamente en la empresa ha sido satisfactoria para el desempeño laboral

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
COMPLETAMENTE SATISFACTORIA	26	80%
POCO SATISFACTORIA	4	20%
NADA SATISFACTORIA	0	0%
TOTAL	30	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa Esika.

Gráfico 1. Cree usted que la forma de comunicarse internamente en la empresa ha sido satisfactoria para el desempeño laboral



Elaborado por las autoras (2024)

Análisis e interpretación de datos

De acuerdo a los datos expuestos anteriormente se diagnosticaron las siguientes respuestas, el 80% de los trabajadores encuestados de la empresa Esika indican es Completamente satisfactoria la forma de comunicarse internamente en la empresa para el desempeño laboral, mientras que el 20% de la población restante indica que es Poco satisfactorio la comunicación interna vinculada al desempeño laboral.

2. ¿Cree usted que la empresa aplica correctamente una comunicación estratégica en el entorno laboral?

Tabla 5. Cree usted que la empresa aplica correctamente una comunicación estratégica en el entorno laboral

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
SI	23	77%
TAL VEZ	5	17%
NO	2	6%
TOTAL	30	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa Esika

Gráfico 2. Cree usted que la empresa aplica correctamente una comunicación estratégica en el entorno laboral



Análisis e interpretación de datos

En relación a los datos obtenidos, el 77% Si cree que la empresa aplica correctamente una comunicación estratégica en el entorno laboral, seguidamente un 17% indica que Tal vez aplican una comunicación estratégica y finalmente un 6% manifiesta que No promueven una comunicación estratégica en el entorno laboral.

3. ¿Existe en la empresa capacitaciones sobre la comunicación estratégica?

Tabla 6. *Existe en la empresa capacitaciones sobre la comunicación estratégica*

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
SI	30	%
A VECES	0	%
NUNCA	0	%
TOTAL	30	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa Esika

Gráfico 3. *Existe en la empresa capacitaciones sobre la comunicación estratégica*



Análisis e interpretación de datos

En relación de los datos reflejados anteriormente, se identificaron la siguiente respuesta, el 100% de los trabajadores de Esika manifiesta que Si existen capacitaciones sobre la comunicación estratégica.

4. ¿Se comunica satisfactoriamente con sus compañeros de trabajo?

Tabla 7. *Se comunica satisfactoriamente con sus compañeros de trabajo*

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
SI	19	63%
A VECES	11	37%
NUNCA	0	0%
TOTAL	30	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa Esika

Gráfico 4. *Se comunica satisfactoriamente con sus compañeros de trabajo*



Elaborado por las autoras (2024)

Análisis e interpretación de datos

De acuerdo a los resultados reflejados, se determino que el 63% de los trabajadores de Esika se comunican satisfactoriamente con sus compañeros de trabajo y el 37% restante manifiestan que A veces se comunican satisfactoriamente con sus compañeros.

5. ¿Sientes que ESIKA promueve un ambiente de trabajo positivo y colaborativo?

Tabla 8. *Sientes que ESIKA promueve un ambiente de trabajo positivo y colaborativo*

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
SI	28	93%
A VECES	2	7%
NUNCA	0	0%
TOTAL	30	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa Esika

Gráfico 5. *Sientes que ESIKA promueve un ambiente de trabajo positivo y colaborativo*



Elaborado por las autoras (2024)

Análisis e interpretación de datos

En función de los datos obtenidos, se identificó que el 93% de los trabajadores de Esika Si sienten que Esika promueve un ambiente de trabajo positivo y colaborativo, mientras que el 7% de la población restante indican que A veces se siente que Esika promueve un trabajo positivo y colaborativo.

6. ¿Tienes oportunidades de desarrollo profesional en ESIKA?

Tabla 9. Tienes oportunidades de desarrollo profesional en ESIKA

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
SI	30	100%
NO	0	0%
TOTAL	30	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa Esika

Gráfico 6. Tienes oportunidades de desarrollo profesional en ESIKA



Elaborado por las autoras (2024)

Análisis e interpretación de datos

De acuerdo a los resultados reflejados, el 100% del total de los trabajadores encuestados de la empresa Esika mencionan que Si tienen oportunidad de desarrollo profesional.

7. ¿Identifique el nivel motivacional que se proporciona por parte de la empresa Esika?

Tabla 10. Identifique el nivel motivacional que se proporciona por parte de la empresa

Esika

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
MUY BUENO	19	63%
BUENO	8	27%

REGULAR	3	10%
MALA	0	0%
TOTAL	30	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa Esika

Gráfico 7. Nivel motivacional que se proporciona por parte de la empresa Esika.



Elaborado por las autoras (2024)

Análisis e interpretación de datos

En base a los datos obtenidos, el 63% de los trabajadores encuestados de la empresa Esika indican que el nivel motivacional por parte de la empresa Esika es Muy Bueno, mientras que el 27% de los encuestados destacan que la motivación de la empresa Esika es Buena y finalmente un 10% manifiestan que el nivel motivacional que induce la empresa de Esika es Regular.

8. ¿ESIKA ofrece incentivos o recompensas por alcanzar metas y objetivos?

Tabla 11. *ESIKA ofrece incentivos o recompensas por alcanzar metas y objetivos*

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
SI	18	60%
A VECES	13	40%
NUNCA	0	0%
TOTAL	30	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa Esika

Gráfico 8. *ESIKA ofrece incentivos o recompensas por alcanzar metas y objetivos*

Elaborado por las autoras (2024)

Análisis e interpretación de datos

Los datos recabados mediante la encuesta aplicada, reflejo los siguientes resultados el 60% de los trabajadores de Esika indican que, Si reciben incentivos o recompensas por alcanzar metas y objetivos, asimismo un 40% manifiesta que A veces recibe incentivos por parte de la empresa debido a alcanzar metas y objetivos.

9. ¿Considera usted que la empresa de Esika fomenta la motivación laboral?

Tabla 12. *Considera usted que la empresa de Esika fomenta la motivación laboral*

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
SI		%
NO		%
TOTAL	30	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa Esika

Gráfico 9. *Considera usted que la empresa de Esika fomenta la motivación laboral*

Elaborado por las autoras (2024)

Análisis e interpretación de datos

Respecto a la interrogante planteada, los trabajadores de Esika determinan sus respuestas de la siguiente manera, el 100% es decir el total de los trabajadores de esta empresa indican que Si se fomenta la motivación laboral en la Empresa de Esika.

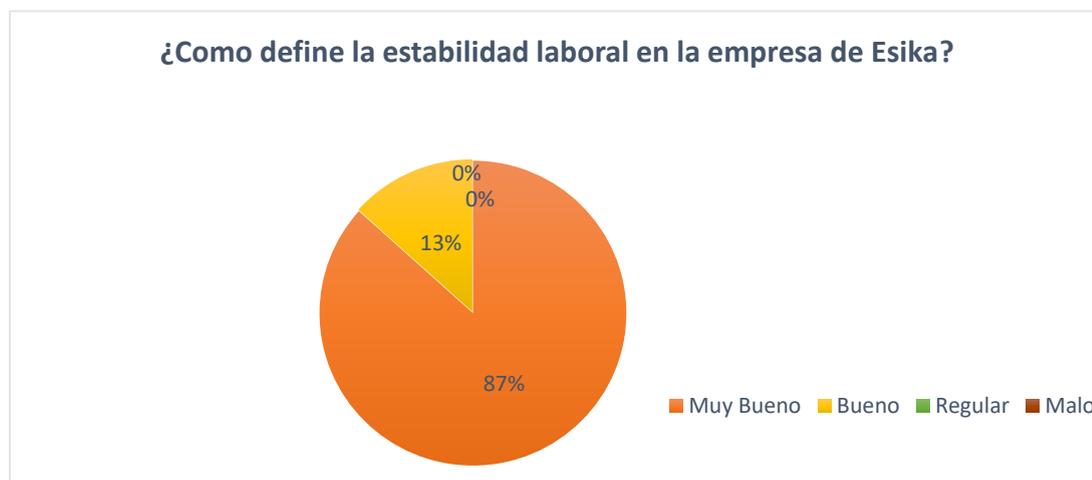
10. ¿Como define la estabilidad laboral en la empresa de Esika?

Tabla 13. *Como define la estabilidad laboral en la empresa de Esika*

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
MUY BUENO	26	87%
BUENO	4	13%
REGULAR	0	0%
MALA	0	0%
TOTAL	30	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa Esika

Gráfico 10. *Como define la estabilidad laboral en la empresa de Esika*



Análisis e interpretación de datos

En relación a los datos expuestos, el 87% de los trabajadores de la empresa de Esika mencionan que la estabilidad laboral en la empresa es Muy buena, mientras que el 13% indican que es Buena la estabilidad laboral por parte de la empresa Esika.

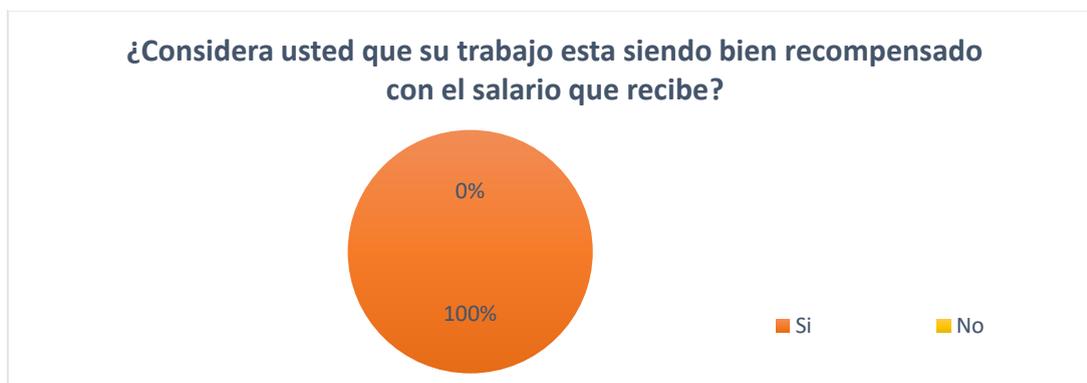
11. ¿Considera usted que su trabajo está siendo bien recompensado con el salario que recibe?

Tabla 14. *Considera usted que su trabajo está siendo bien recompensado con el salario que recibe*

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
SI	30	100%
NO	0	0%
TOTAL	30	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa Esika

Gráfico 11. *Considera usted que su trabajo está siendo bien recompensado con el salario que recibe*



Elaborado por las autoras (2024)

Análisis e interpretación de datos

De acuerdo a los resultados obtenidos, se destacan las respuestas de forma unánime por lo que el total de la población siendo el 100% mencionan que Si reciben un salario bien recompensado por parte de la empresa de Esika.

12. ¿Reciben bonificaciones extras o incentivos económicos?

Tabla 15. *Reciben bonificaciones extras o incentivos económicos*

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
SI	23	%
A VECES	7	%
NUNCA	0	0%

TOTAL | **30** **100%**

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa Esika

Gráfico 12. Reciben bonificaciones extras o incentivos económicos



Elaborado por las autoras (2024)

Análisis e interpretación de datos

Mediante los resultados obtenidos, se determinó que el 90% de los trabajadores de Esika indican que, Si han recibido bonificaciones extras o incentivos económicos, mientras que el 10% restante responden que A veces reciben este tipo de incentivos por parte de la empresa.

Resultados obtenidos mediante la entrevista al gerente de la empresa Esika

Localidad Pueblo Viejo Provincia De Los Ríos.

NOMBRE DEL ENTREVISTADO/A: Elvira Garces Arboleda

LOCALIDAD: Cantón Pueblo Viejo, provincia de los Ríos.

FECHA: 22 de febrero de 2024

1. ¿Cómo calificaría la relación interpersonal de sus empleados?

- Excelente
- Bueno
- Regular
- Malo

Respuesta: Como gerente de Ésika, calificaría como “excelentes” las relaciones interpersonales de mis empleados. Mantenemos un ambiente de trabajo colaborativo y respetuoso que fomenta la comunicación efectiva y el trabajo en equipo. Nuestros empleados demuestran una excelente capacidad para comunicarse entre sí, lo que contribuye significativamente al éxito de la empresa. Estoy orgullosa de la camaradería y el nivel de colaboración que es evidente en nuestro equipo.

2. ¿Desde su perspectiva cómo cree usted que se desenvuelve la solución de problemas en el entorno laboral?

- Con dificultad
- Sin facilidad

Respuesta: Desde mi punto de vista, como responsable de Esika en esta localidad, puedo decir que resolver problemas en nuestro entorno laboral se realiza “sin dificultad”. Contamos con un equipo altamente capacitado y dedicado que busca constantemente soluciones creativas y efectivas para los desafíos que se avecinan. Apoyamos un entorno que valora la innovación y la colaboración, lo que facilita encontrar soluciones a los obstáculos que puedan aparecer en el camino.

3. ¿Cómo calificaría la comunicación en su equipo de trabajo?

- Fluida y sin tropiezos
- Con serios problemas
- Con dificultad

Respuesta: Yo personalmente describiría la comunicación de nuestro grupo de trabajo como "fluida y sin tropiezos". Nos esforzamos por mantener relaciones de comunicación abiertas y transparentes entre todos los miembros del equipo. Promovemos una cultura que valora la comunicación efectiva, tanto vertical como horizontalmente, que

permite compartir información de manera rápida y precisa, una colaboración efectiva y una resolución efectiva de problemas.

4. ¿A la hora de comunicarse en resoluciones laborales, se realizan reuniones para informar a todo el personal de la empresa?

- Sí
- No
- A veces

Respuesta: Como gerente de Ésika del cantón Pueblo Viejo, puedo decir que sí, cuando tomamos decisiones laborales importantes, realizamos reuniones para informar a todo el personal de la empresa. Creemos que es importante mantener a todos los empleados informados y alineados con las metas y cambios de la organización. Estas reuniones nos permiten compartir información de forma clara y directa, fomentar la transparencia y permitir que todos los miembros del equipo comprendan el panorama general y cómo afecta el trabajo diario.

5. ¿Ha implementado estrategias comunicacionales en su equipo de trabajo?

- Sí
- No
- Otros

Respuesta: Sí, definitivamente implementamos estrategias de comunicación en nuestro grupo de trabajo. Entendemos que la comunicación efectiva es esencial para el éxito del negocio y la motivación y compromiso de nuestro equipo. Hemos desarrollado diversas iniciativas como reuniones periódicas, el uso de herramientas de comunicación digital, boletines y capacitaciones que se enfocan en mejorar las habilidades comunicativas de los empleados. Estas estrategias nos ayudan a garantizar que la información se comparta de forma clara, oportuna y eficaz en toda la organización.

6. ¿En la empresa se impulsa la motivación laboral?

- Sí
- No
- A veces

Respuesta: Como responsable de Ésika puedo asegurarles que Si, definitivamente fomentamos la motivación laboral en nuestra empresa. Entendemos que los empleados motivados son más productivos, comprometidos y felices en el trabajo, lo que significa un mejor desempeño general. Implementamos una variedad de estrategias motivacionales, como programas de reconocimiento, oportunidades de desarrollo profesional, incentivos y beneficios adicionales y un ambiente de trabajo positivo y colaborativo. Para nosotros es importante asegurarnos de que nuestros empleados se sientan valorados y motivados para lograr sus objetivos individuales y contribuir al éxito de la organización.

7. ¿De acuerdo a su criterio considera que la motivación laboral ayuda a incrementar un mejor ambiente laboral?

- Sí
- No
- A veces

Respuesta: Efectivamente Si, creo que la motivación laboral definitivamente ayuda a generar un mejor ambiente laboral. Cuando los empleados están motivados, se sienten más comprometidos con su trabajo, tienen una actitud más positiva y están dispuestos a cooperar con sus compañeros. Esto crea un ambiente de trabajo más dinámico que fomenta la creatividad, la productividad y el trabajo en equipo. Además, los empleados motivados tienden a estar más satisfechos con su trabajo y permanecen más tiempo en la empresa, lo que contribuye a la estabilidad general y al éxito del equipo. Por tanto, la

motivación laboral es fundamental para promover un ambiente de trabajo positivo y productivo.

8. ¿Con que frecuencia cree Ud. Que se debe incentivar la motivación en los empleados de la empresa de Esika?

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Nunca

Respuesta: Creo que es importante promover la motivación de los trabajadores de primera línea siempre que sea posible. La motivación no es algo estático; Debe mantenerse constantemente para garantizar un alto nivel de trabajo en equipo y rendimiento. Implementar programas de reconocimiento, brindar oportunidades de desarrollo profesional, brindar retroalimentación positiva y crear un ambiente de trabajo positivo son formas efectivas de mantener la motivación del equipo a lo largo del tiempo. Por tanto, la respuesta sería "siempre".

9. ¿Cómo gerente de la empresa de belleza Esika cómo calificaría el desempeño y motivación que poseen sus trabajadores?

- Bueno
- Muy Bueno
- No tan bueno
- Malo

Respuesta: Particularmente, calificaría el desempeño y la motivación de nuestros empleados como "Muy buenos". Estoy orgulloso de su dedicación y compromiso cada día. Nuestros empleados no sólo cumplen con sus deberes, sino que también quieren contribuir al éxito de la empresa. Además, buscan constantemente formas

de mejorar y mantenerse motivados para lograr sus objetivos individuales y colectivos. En general, estoy muy satisfecho con el desempeño y la motivación de nuestro equipo de Esika.

10. ¿Considera usted que la motivación laboral en los empleados desempeña una mejor respuesta para la empresa?

- Si
- No
- Muy Poco

Respuesta: Definitivamente creo que la motivación laboral de los empleados juega un papel más importante para la empresa. Los empleados motivados están más comprometidos con su trabajo, lo que significa mayor productividad, calidad del trabajo realizado y satisfacción del cliente. Además, la motivación laboral promueve un ambiente de trabajo positivo, cooperativo y proactivo que contribuye al crecimiento y éxito a largo plazo de la empresa. Por ende, mi respuesta es "sí".

4.2. Discusión

Discusión

A través de la información obtenida mediante las diversas herramientas de recolección de datos en función del estudio denominado estrategias comunicacionales de las empresas para motivar a sus equipos de trabajos, se destacó que:

En Ésika la motivación laboral y el desempeño van de la mano como principales factores del éxito de la empresa como lo es una comunicación estratégica satisfactoria. De tal manera La motivación se ve influenciada en el compromiso y el desempeño de los empleados por sus tareas y objetivos profesionales. Esto da como resultado un desempeño excepcional, donde los empleados no solo cumplen con sus deberes, sino que también buscan alternativas para mejorar sus roles y lograr el éxito de una empresa.

Según la entrevista aplicada a la gerente de la empresa de Esika se caracterizó que la motivación laboral es un factor clave para a generar un mejor ambiente laboral. Por otra parte se destacó que la comunicación en los grupos de trabajo se realiza mejor de manera “fluida y sin tropiezos”. Por lo que se enmarca que dentro de una empresa se deben establecer relaciones de comunicación abiertos y transparentes entre todos los miembros de la organización o empresa.

Entre uno de los aspectos sobresalientes dentro del estudio, se determinó que el 90% de los trabajadores de Esika manifiestan que al recibir bonificaciones extras o incentivos económicos promueven un mejor aporte a su salario laboral, lo que impulsa un mejor ambiente de trabajo. Por el contrario, una diferencia significativa que se obtuvo de acuerdo a este estudio identificó que una de las falencias se presenta en la comunicación interna y el desempeño laboral, ya que están altamente correlacionados, en este sentido el 37% de los trabajadores encuestados de la empresa Esika manifestaron que es pocas suele ser buena la forma de comunicarse internamente en la empresa lo que influye en el desempeño laboral.

CAPÍTULO V.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

5.1. Conclusiones

La incidencia de las estrategias comunicacionales en la funcionalidad de una empresa se ve vinculada notablemente en el desempeño y la motivación laboral ya que se pudo evidenciar que este es un factor indispensable que proporciona un mejor ambiente y entorno de trabajo. En tal sentido la comunicación estratégica eficaz de una empresa puede tener un impacto significativo en el compromiso, la satisfacción laboral y en última instancia, el desempeño de sus empleados. Asimismo, las estrategias comunicacionales deben ser claras y transparentes ayudando a alinear a los empleados con los objetivos de la empresa contribuyendo al éxito y mejores aportes profesionales.

Se diagnostico que dentro de las estrategias comunicacionales implementadas por Ésika se enfocan en la motivación de su equipo de trabajo puesto que son parte clave del éxito y cohesión de la empresa. Mediante una comunicación clara, transparente y efectiva, la empresa establece un alineamiento en sus empleados con los objetivos de la organización, fomentando un ambiente de confianza, cooperación, reconociendo de aquellos logros individuales y colectivos.

No obstante uno de los acontecimientos negativos de la empresa se reflejo en el 10% de la población encuestada en el cual se especifica que el nivel motivacional que induce la empresa de Esika es Regular, por lo que estos hallazgos influyen de manera directa en aquellos trabajadores disminuyendo su capacidad y desempeño en el entorno laboral.

5.2. Recomendaciones

En función del estudio realizado, se expresan las siguientes recomendaciones de acuerdo a las estrategias comunicacionales de las empresas inducidas con la finalidad de

promover la motSe recomienda implementar acciones que impulsen el factor motivacional para la funcionalidad y éxito de la empresa en base al desempeño laboral de los equipos de trabajo. ivación y desempeño laboral de sus equipos de trabajo:

- Se recomienda implementar acciones que impulsen el factor motivacional para la funcionalidad y éxito de la empresa en base al desempeño laboral de los equipos de trabajo.
- Asimismo, se recomienda mejorar la implementen de mecanismos comunicacionales para el fortalecimiento del medio laboral y del mismo modo, potenciar el reconocimiento de los trabajadores por su esfuerzo y desempeño sobresaliente.
- Se sugiere realizar estudios en cuanto a la comunicación interna de la empresa y los factores externos que imposibilitan el desenvolvimiento y desarrollo de los trabajadores en las empresas.

REFERENCIAS

- Alatrística, G. (2020). Importancia del liderazgo en los equipos de trabajo. (2020). *Gestión En El Tercer Milenio*, 23(46), 89-98. <https://doi.org/10.15381/gtm.v23i46.19157>
- Arispe, C., Yangali, J., Guerrero, M., Lozada, O., Acuña, L., & Arellano, C. (2020). La investigación científica una aproximación para los estudios de posgrado. Universidad Internacional del Ecuador, pp.131. <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/4310/1/LA%20INVESTIGACION%20CIENTIFICA.pdf>
- Asencio, M., & Palhua, S. (2022). Percepción de la comunicación empresarial en los trabajadores administrativos de la empresa prestadora de servicios Emapa Huaral, 2022. [Tesis pregrado, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión]. <https://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/7230/TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y#page29>
- Baque, L., Viteri, D., & Izquierdo, A. (2022). Las habilidades interpersonales en la eficiencia de las empresas ecuatorianas. *Revista Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 10(1), 1-18. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2308-01322022000100018&lng=es&tlng=es.
- Barroso, M., Castillo, A., & Ruiz, I. (2023). La dimensión medioambiental y los ODS en la comunicación estratégica de las empresas de triple impacto. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 29 (1), 27-42. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.80708>
- Bautista, R., Cienfuegos, R., & Aguilar, E. (2020). El desempeño laboral desde una perspectiva teórica. *Revista de Investigación Valor Agregado*, 7(1), 109-121. https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_va/article/download/1417/1788
- Calua, M., Delgado, Y., & López, O. (2020). Comunicación asertiva en el contexto educativo. *Revista Boletín Redipe*, 10(4), 315-334. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7917878>
- Castro, A., & Morilla, P. (2020). “Comunicación interna y gestión de bienestar y felicidad en la empresa española”. *Profesional de la información*, 29(3), 1-13. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.24>

- Cervantes, C., Rodríguez, N., & Vallejos, L. (2022). Comunidad virtual: estrategia comunicacional en el desarrollo empresarial. *Polo del Conocimiento*, 7(7), 2708-2731. doi:<http://dx.doi.org/10.23857/pc.v7i7.4371>
- Cisneros, A., Guevara, A., Urdanigo, J., & Garces, J. (2022). Técnicas e Instrumentos para la Recolección de Datos que apoyan a la Investigación Científica en tiempo de Pandemia. *Revista Dom Cien*, 8(1), 1165-1185. <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/download/2546/5714>
- Chamorro, J. (2020). Análisis de Estrategias Comunicacionales en temas de Derecho y Violencia de Género de la Organización “SURKUNA” (2019). [Tesis pregrado, Universidad Central Del Ecuador, Quito]. <https://www.dspace.uce.edu.ec/entities/publication/4cc47751-aaae-4df3-a12d-7dbd23d6da2d>
- Deroncele, A., Anaya, Y., López, R., & Santana, Y. (2021). Motivación en empresas de servicios: Contribuciones desde la intervención psicosocial. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*, 26(94), 568-584. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8890445.pdf>
- Diaz, G., Quintana, M., & Fierro, D. (2021). La competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones. *INNOVA Research Journal*, 6(1), 145-161. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7878906>
- Farias, L., Espinoza, C., & Mora, N. (2020). Habilidades cognitivas y comunicación asertiva en los profesionales de secretariado ejecutivo. *593 Digital Publisher CEIT*, 5(6-1), 486-495. <https://doi.org/10.33386/593dp.2020.6-1.446>
- Feria, H., Matilla, M., & Mantecón, S. (2020). La entrevista y la encuesta: ¿métodos o técnicas de indagación empírica? *Revista Didasc@lia: D&E*. XI(3), 62-79. <https://revistas.ult.edu.cu/index.php/didascalia/article/download/992/997>
- Geneteau, G. (2021). La comunicación social y el desarrollo de la sociedad en tiempos de la era digital. *Centros: Revista Científica Universitaria*, 10(1), 110–126. <https://doi.org/10.48204/j.centros.v10n1a8>

- Guartán, A., & Ollague, J. (2019). La evaluación del desempeño laboral desde una perspectiva integral de varios factores. *593 Digital Publisher CEIT*, 4(6), 13-26. <https://doi.org/10.33386/593dp.2019.6.139>
- 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(1), 56-69. <https://doi.org/10.7263/adresic-27-206>
- Guevara, S. (2020). Comunicación interna en la corporación belleza S.A.C, Lima 2020. [Tesis pregrado, Universidad Cesar Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/53183/Guevara_PSA-SD.pdf?sequence=1
- Guevara, G., Verdesoto, A., & Castro, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *RECIMUNDO*, 4(3), 163-173. [https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173)
- Inchaustegui, F. A. (2022). Estrategia de comunicación interna para la empresa Chocodosis, 2021. [Tesis pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. <http://hdl.handle.net/20.500.12423/5987>
- Lobillo, G., & Paniagua, F. (2023). Estudio de la estrategia comunicativa en Instagram de las startups deportivas en España. *Universitas-XXI, Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, (38), 85-109. <https://doi.org/10.17163/uni.n38.2023.04>
- Maldonado, C. (2020). Plan de comunicación estratégica para la aplicación en Pymes Caso de estudio empresa G&M Copiadora Quito. [Tesis pregrado, Universidad Andina Simón Bolívar Sede Ecuador]. <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/7341/1/T3215-MCE-Maldonado-Plan.pdf#page15>
- Manjarrez, N., Boza, J., & Mendoza, E. (2020). The motivation in the labor performance of hotel employees in the Quevedo Canton, Ecuador. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(1), 359-365. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000100359&lng=es&tlng=en.

- Martínez, R., & Carhuanca, D. (2022). Motivación y satisfacción laboral de los colaboradores en la empresa PTS S. A. de la Unidad Minera Alpayana, 2021. [Tesis pregrado, Universidad Continental]. https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/11578/2/IV_PG_MR_HGO_TE_Martinez_Tello_2022.pdf
- Mendoza, P. (2021). Habilidades comunicativas y relaciones interpersonales en estudiantes del servicio nacional de adiestramiento en trabajo industrial – Senati, Huaura. [Tesis posgrado, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión]. <https://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/4638/Patricia%20Roxana%20Mendoza%20Huarac.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Navarro, F., Almaguer, R., Moreno, F., & Hernández, N. (2020). Estrategias comunicacionales en el sector turismo. *Revista de ciencias sociales*, 26(1), 77-90. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7384407>
- Núñez, L., Alfaro, J., Aguado, A., & González, E. (2023). Toma de decisiones estratégicas en empresas: Innovación y competitividad. *Revista Venezolana De Gerencia*, 28(No. Especial 9), 628-641. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.e9.39>
- Olivera, Y., Leyva, L., & Napán, A. (2021). Clima organizacional y su influencia en el desempeño laboral de los trabajadores. *Revista Científica de la UCSA*, 8(2), 3-12. Epub August 00, 2021. <https://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752/2021.008.02.003>
- Palmett, A. (2020). Métodos inductivo, deductivo y teoría de la pedagogía crítica. *Revista Crítica Transdisciplinar*, 3(1), 36-42. https://petroglifosrevistacritica.org.ve/wp-content/rep/2020_030105.pdf
- Parrales, J., Villao, J., & Pisco, G. (2020). Motivación Laboral como Herramienta Eficaz para el Mejor Desarrollo de las Organizaciones. *Revista Dom. Cien*, 8(1), 177-186. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8383369.pdf>
- Piedra, M. (2020). Comunicación organizacional y la motivación laboral en el docente de la facultad de ciencias de la comunicación de una universidad privada peruana. [Tesis posgrado, Universidad Ricardo Palma]. https://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14138/3541/M-COMP-T030_41117346_M%20%20%20PIEDRA%20AMAYA%20MARITZA%20GRACIELA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Puma, M. (2020). La motivación laboral y el compromiso organizacional. *Ciencia y desarrollo*, 23(3), 45-53.
<https://revistas.uap.edu.pe/ojs/index.php/CYD/article/view/2141>
- Quezada, M., Quevedo, M., & Torres, M. (2020). Trabajo en Equipo, Comunicación y Desempeño laboral en las Organizaciones del sector público. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria KOINONIA*, 5(3), 746-778.
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7608887.pdf>
- Remicio, P. (2020). Comunicación organizacional y desempeño laboral de los colaboradores de la empresa café Del Perú, Miraflores - 2020. [Tesis pregrado, Universidad Autónoma del Peru].
[https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/1367/Remicio %20Diaz,%20Pamela%20Nathaly.pdf?sequence=1](https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/1367/Remicio%20Diaz,%20Pamela%20Nathaly.pdf?sequence=1)
- Ríos, E., Páez, H., & Barbos, J. (2020). Estrategias de comunicación: diseño, ejecución y seguimiento. Editorial REDIPE Red Iberoamericana de Pedagogía. pp 82.
<https://redipe.org/wp-content/uploads/2020/10/Libro-estrategias-de-comunicacion.pdf>
- Rodríguez, A., & Pérez, A. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento *Revista Escuela de Administración de Negocios. Revista EAN*, 82(1), 1-26. <https://www.redalyc.org/pdf/206/20652069006.pdf>
- Sánchez, A., Revila, D., Alayza, M., Sime, L., Trelles, L., & Tafur, R. (2020). Los métodos de investigación para la elaboración de las tesis de maestría en educación. Pontificia Universidad Católica del Perú. <https://files.pucp.education/posgrado/wp-content/uploads/2021/01/15115158/libro-los-metodos-de-investigacion-maestria-2020-botones-2.pdf#page=51>
- Sumba, R., Moreno, P., & Villafuerte, N. (2022). Clima Organizacional como Factor del Desempeño Laboral en las Mipymes en Ecuador. *Revista Dom. Cien.* 8(1), 234-261.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8383360>
- Tejero, J. (2021). Técnicas de investigación cualitativa en los ámbitos sanitario y sociosanitario. Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha, 180 p.
<https://rediee.cl/wp-content/uploads/Técnicas-de-investigación-WEB-4.pdf>

- Torres, T. (2020). Diseño de una estrategia de comunicación para posicionar el Centro de Capacitación Corazonando Líderes, empresa de preparación para postulantes a las Fuerzas de Seguridad Nacional con presencia en 12 ciudades del Ecuador. [Tesis posgrado, Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador]. <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/7264/1/T3148-MCE-Torres-Dise%c3%b1o.pdf>
- Vaca, S. (2020). Comunicación interna y formación de líderes coach como herramientas claves en la gestión organizacional del Hotel Howard Johnson. [Tesis pregrado, Universidad Empresarial Siglo 21]. <https://repositorio.21.edu.ar/bitstream/handle/ues21/19313/TESIS%20SOFIA%20VACA%20-%20Sofia%20018.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Velásquez, A., Duque, V., & Paladines, F. (2020). Uso de los medios sociales por las empresas líderes en telecomunicaciones de Ecuador. *Revista ComHumanitas*, 11 (2), 48-64. DOI: <https://doi.org/10.31207/rch.v11i2.241>
- Viñarás, M. (2020). La Comunicación Interpersonal y la Comunicación interna en las empresas: un análisis desde la profesión y la Universidad. *Comunicación Y Hombre*, (16), 335–354. <https://doi.org/10.32466/eufv-cyh.2020.16.607.335-354>
- Zambrano, K. (2022). Estrategias comunicacionales e imagen corporativa en CNEL-EP Manta. [Tesis pregrado, Universidad Estatal Península de Santa Elena]. <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/8168/1/UPSE-MCO-2022-0013.pdf>

ANEXOS

Anexo 1.

FORMULARIO DE PREGUNTAS DIRIGIDA A LOS EQUIPOS DE TRABAJOS DE LA EMPRESA ESIKA EN EL CANTON PUEBLOVIEJO- PROVINCIA DE LOS RIOS.

13. ¿Cree usted que la forma de comunicarse internamente en la empresa ha sido satisfactoria para el desempeño laboral?

- Completamente satisfactoria
- Poco Satisfactoria
- Nada satisfactoria

14. ¿Cree usted que la empresa aplica correctamente una comunicación estratégica en el entorno laboral?

- Si
- Tal vez
- No

15. ¿Existe en la empresa la comunicación estratégica?

- Si
- A veces
- Nunca

16. ¿Se comunica satisfactoriamente con sus compañeros de trabajo?

- Si
- A veces
- Casi nunca

17. ¿Sientes que ESIKA promueve un ambiente de trabajo positivo y colaborativo?

- Si
- A veces
- Nunca

18. ¿Tienes oportunidades de desarrollo profesional en ESIKA

- Si
- No

19. ¿Identifique el nivel motivacional que se proporciona por parte de la empresa

Esika?

- Muy Bueno
- Bueno
- Regular
- Mala

20. ¿ESIKA ofrece incentivos o recompensas por alcanzar metas y objetivos?

- Si
- A veces
- Nunca

21. ¿Como define la estabilidad laboral en la empresa de Esika?

- Muy Bueno
- Bueno
- Regular
- Mala

22. ¿Considera usted que su trabajo está siendo bien recompensado con el salario que recibe?

- Si
- No

23. ¿Reciben bonificaciones extras o incentivos económicos?

- Si
- A veces
- No

24. ¿Considera usted que la empresa de Esika fomenta la motivación laboral?

- Si
- No

Anexo 2.**FORMULARIO DE PREGUNTAS SEMIESTRUCTURADAS DIRIGIDO AL GERENTE DE LA EMPRESA ESIKA DEL CANTON PUEBLOVIEJO****NOMBRE DEL ENTREVISTADO/A:** _____**LOCALIDAD:** _____**FECHA:** _____**1. ¿Cómo calificaría la relación interpersonal de sus empleados?**

- Excelente
- Bueno
- Regular
- Malo

Respuesta: _____

2. ¿Desde su perspectiva cómo cree usted que se desenvuelve la solución de problemas en el entorno laboral?

- Con dificultad
- Sin facilidad

Respuesta: _____

3. ¿Cómo calificaría la comunicación en su equipo de trabajo?

- Fluida y sin tropiezos
- Con serios problemas
- Con dificultad

Respuesta: _____

4. ¿A la hora de comunicarse en resoluciones laborales, se realizan reuniones para informar a todo el personal de la empresa?

- Sí

- No
- A veces

Respuesta: _____

5. ¿ha implementado estrategias comunicacionales en su equipo de trabajo?

- Sí
- No
- Otros

Respuesta: _____

6. ¿En la empresa se impulsa la motivación laboral?

- Sí
- No
- A veces

Respuesta: _____

7. ¿De acuerdo a su criterio considera que la motivación laboral ayuda a incrementar un mejor ambiente laboral?

- Sí
- No
- A veces

Respuesta: _____

8. ¿Con que frecuencia cree Ud. Que se debe incentivar la motivación en los empleados de Esika?

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Nunca

Respuesta: _____

9. ¿Cómo gerente de la empresa de belleza Esika cómo calificaría el desempeño y motivación que poseen sus trabajadores?

- Bueno
- Muy Bueno
- No tan bueno
- Malo

Respuesta: _____

10. ¿Considera Ud. Que la motivación laboral en los empleados desempeña una mejor respuesta para la empresa?

- Si
- No
- Muy Poco

Respuesta: _____

Anexo 3.

Revisión del informe final del trabajo de integración curricular