



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS



FACULTAD DE CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA
ESPECIALIDAD EN GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS.

“La confianza como factor determinante en la gestión de los recursos humanos”. Estudio de caso: Distribuidora automotriz JVR.

TESINA

Que para obtener la especialidad en Gestión de Recursos Humanos

Presenta

Mtra. Daniela Beatriz Salgado Arteaga

Director de tesis

Dr. Augusto Renato Pérez Mayo.

Coasesora de tesis

Dra. Luz Stella Vallejo Trujillo

Cuernavaca, Morelos a 19 de febrero del 2018

DRA. VERÓNICA ELENA PALMERÍN LÓPEZ
SECRETARIA DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO DE LA FCAeI
PRESENTE

Me es grato enterarle que en mi carácter de **DIRECTOR DE LA TESIS** Titulada "La confianza como factor determinante en la gestión de los recursos humanos". Estudio de caso: Distribuidora automotriz JVR", que presenta la estudiante Daniela Beatriz Salgado Arteaga con matrícula 8520140708, cumple con los lineamientos teóricos, metodológicos y de investigación requeridos en el Reglamento de Titulación de Posgrado en la UAEM, y con fundamento en lo anterior, **OTORGO** la **LIBERACIÓN DE LA TESIS** para que continúe con los trámites correspondientes y presentar la defensa ante el jurado que sirva designar para tal fin.

Sin otro particular, le envío un cordial saludo.



Atentamente

POR UNA HUMANIDAD CULTA

A handwritten signature in blue ink, which appears to read "Augusto Renato Pérez Mayo". The signature is written over a circular stamp that contains the letter "A".

DOCTOR AUGUSTO RENATO PÉREZ MAYO
Profesor- Investigador

**Cuerpo Académico de Estudios de las Organizaciones, Competitividad
Estratégica y Sociología de las Organizaciones
Facultad de Contaduría Administración e Informática**

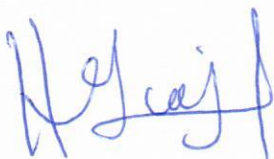
Cuernavaca, Morelos a 01 Marzo del 2018.

**DRA. VERONICA ELENA PALMERIN LOPEZ
SECRETARIA DE INVESTIGACIÓN Y
POSGRADO DE LA FCAel.**

Hago de su conocimiento que he leído con interés su investigación, para obtener el grado de la especialidad en Gestión de Recursos Humanos, de la estudiante Daniela Beatriz Salgado Arteaga, con matrícula 8520140708, con el título "**La confianza como factor determinante en la gestión de los recursos humanos**". **Estudio de caso: Distribuidora automotriz JVR**, me permito informarle que después de una revisión cuidadosa de dicha tesina, concluyo que el trabajo se caracteriza por el establecimiento de objetivos académicos pertinentes y una metodología adecuada para su logro. Además, construye una estructura coherente y bien documentada, por lo cual, considero que los resultados obtenidos de la investigación contribuyen al conocimiento del tema tratado.

Con base en los argumentos precedentes, me permito expresar mi **VOTO APROBATORIO** por lo que de mi parte no existe inconveniente para que la estudiante continúe con los trámites que esta Secretaría de Investigación y Posgrado tenga establecidos para obtener el grado mencionado.

ATENTAMENTE



**DR. HUMBERTO GARCIA JIMENEZ
CATEDRATICO DE LA SECRETARIA DE
INVESTIGACION Y POSGRADO DE LA FCAel.**

Cuernavaca, Morelos a 12 Abril del 2018.

DRA. VERONICA ELENA PALMERIN LOPEZ
SECRETARIA DE INVESTIGACIÓN Y
POSGRADO DE LA FCAeI.

Hago de su conocimiento que he leído con interés su investigación, para obtener el grado de la especialidad en Gestión de Recursos Humanos, de la estudiante Daniela Beatriz Salgado Arteaga, con matrícula 8520140708, con el título "**La confianza como factor determinante en la gestión de los recursos humanos**". **Estudio de caso: Distribuidora automotriz JVR**, me permito informarle que después de una revisión cuidadosa de dicha tesina, concluyo que el trabajo se caracteriza por el establecimiento de objetivos académicos pertinentes y una metodología adecuada para su logro. Además, construye una estructura coherente y bien documentada, por lo cual, considero que los resultados obtenidos de la investigación contribuyen al conocimiento del tema tratado.

Con base en los argumentos precedentes, me permito expresar mi **VOTO APROBATORIO** por lo que de mi parte no existe inconveniente para que la estudiante continúe con los trámites que esta Secretaría de Investigación y Posgrado tenga establecidos para obtener el grado mencionado.

ATENTAMENTE

DR. AUGUSTO RENATO PÉREZ MAYO
PROFESOR- INVESTIGADOR DE LA FCAeI



Cuernavaca, Morelos a 03 Mayo del 2018.

DRA. VERONICA ELENA PALMERIN LOPEZ
SECRETARIA DE INVESTIGACIÓN Y
POSGRADO DE LA FCAeI.

Hago de su conocimiento que he leído con interés su investigación, para obtener el grado de la especialidad en Gestión de Recursos Humanos, de la estudiante Daniela Beatriz Salgado Arteaga, con matrícula 8520140708, con el título "**La confianza como factor determinante en la gestión de los recursos humanos**". **Estudio de caso: Distribuidora automotriz JVR**, me permito informarle que después de una revisión cuidadosa de dicha tesina, concluyo que el trabajo se caracteriza por el establecimiento de objetivos académicos pertinentes y una metodología adecuada para su logro. Además, construye una estructura coherente y bien documentada, por lo cual, considero que los resultados obtenidos de la investigación contribuyen al conocimiento del tema tratado.

Con base en los argumentos precedentes, me permito expresar mi **VOTO APROBATORIO** por lo que de mi parte no existe inconveniente para que la estudiante continúe con los trámites que esta Secretaría de Investigación y Posgrado tenga establecidos para obtener el grado mencionado.

ATENTAMENTE

U.A.E.M.



DR. JOSE ALBERTO HERNÁNDEZ AGUILAR
PROFESOR- INVESTIGADOR DE LA FCAeI
F.C.AeI
SECRETARIA DE
INVESTIGACION Y POSGRADO

Cuernavaca, Morelos a 12 Abril del 2018.

DRA. VERONICA ELENA PALMERIN LOPEZ
SECRETARIA DE INVESTIGACIÓN Y
POSGRADO DE LA FCAel.

Hago de su conocimiento que he leído con interés su investigación, para obtener el grado de la especialidad en Gestión de Recursos Humanos, de la estudiante Daniela Beatriz Salgado Arteaga, con matrícula 8520140708, con el título "**La confianza como factor determinante en la gestión de los recursos humanos**". **Estudio de caso: Distribuidora automotriz JVR**, me permito informarle que después de una revisión cuidadosa de dicha tesina, concluyo que el trabajo se caracteriza por el establecimiento de objetivos académicos pertinentes y una metodología adecuada para su logro. Además, construye una estructura coherente y bien documentada, por lo cual, considero que los resultados obtenidos de la investigación contribuyen al conocimiento del tema tratado.

Con base en los argumentos precedentes, me permito expresar mi **VOTO APROBATORIO** por lo que de mi parte no existe inconveniente para que la estudiante continúe con los trámites que esta Secretaría de Investigación y Posgrado tenga establecidos para obtener el grado mencionado.

ATENTAMENTE


DR. FERNANDO ROMERO TORRES
PROFESOR- INVESTIGADOR DE LA FCAel

U.A.E.M.

SECRETARIA DE
INVESTIGACIÓN Y POSGRADO



Cuernavaca, Morelos a 12 Abril del 2018.

DRA. LAURA PATRICIA CEBALLOS GILES
DIRECTORA DE LA FCAel.

Hago de su conocimiento que he leído con interés su investigación, para obtener el grado de la especialidad en Gestión de Recursos Humanos, de la estudiante Daniela Beatriz Salgado Arteaga, con matrícula 8520140708, con el título "**La confianza como factor determinante en la gestión de los recursos humanos**". **Estudio de caso: Distribuidora automotriz JVR**, me permito informarle que después de una revisión cuidadosa de dicha tesina, concluyo que el trabajo se caracteriza por el establecimiento de objetivos académicos pertinentes y una metodología adecuada para su logro. Además, construye una estructura coherente y bien documentada, por lo cual, considero que los resultados obtenidos de la investigación contribuyen al conocimiento del tema tratado.

Con base en los argumentos precedentes, me permito expresar mi **VOTO APROBATORIO** por lo que de mi parte no existe inconveniente para que la estudiante continúe con los trámites que esta Secretaría de Investigación y Posgrado tenga establecidos para obtener el grado mencionado.

ATENTAMENTE


U.A.E.M.

DRA. VERONICA ELENA PALMERIN LOPEZ
SECRETARIA DE INVESTIGACIÓN Y
POSGRADO DE LA FCAel.
C.A.e.I.
SECRETARIA DE
INVESTIGACION Y POSGRADO

DEDICATORIAS

A Dios, mi razón de ser, quien ha guiado mis pasos y me ha dado la sabiduría para culminar con éxito mis estudios de posgrado. Gracias por darme vida y así tener la dicha de compartir con mi familia y amigos este gran logro. ¡Ilumina mi camino siempre!

A mis padres Leonardo Salgado Reyes y Alejandra Arteaga Luna, quienes han sido los pilares fundamentales de mi vida y me han dicho de manera reiterada, que la educación es la mejor herencia que puedo recibir, para retribuirla en beneficio de la sociedad. Gracias por brindarme su amor, inculcarme buenos principios y valores fundamentales de la vida; lo cual me ha convertido en la gran mujer que soy.

A mis hermanos Ivan Emmanuel Salgado Arteaga y Ana Elizabeth Salgado Arteaga, dedico con todo mi amor esta tesina, pues ustedes son la alegría de mi vida, mi inspiración y mi ejemplo a seguir.

A todos los miembros de mi familia paterna y materna, pues a pesar de la adversidad, hemos descubierto que cada día somos más resilientes y ello ha propiciado la unión familiar.

Al Pbro. Juan Guerrero Pizano, por brindarme su apoyo, cariño y amistad incondicional y a quien considero como un miembro más de mi familia por todos sus consejos y enseñanzas durante estos últimos quince años de mi vida.

Al Lic. Carlos Axel Bautista Corona, un amigo muy especial para mí, a quien dedico con mucho cariño esta tesina, toda vez que quiero ser un ejemplo de vida e inspiración para ti. Gracias por la confianza y todo lo que hemos compartido juntos en el ámbito afectivo y laboral. Le pido a Dios, que sigamos consolidando nuestros lazos de amistad por muchos años más, para disfrutar de todos tus éxitos.

A mis colegas y amigos Lic. Miguel Ángel Genis López y Lic. Héctor Xavier Sánchez Castro, a quienes agradezco su cariño, apoyo y presencia durante mi estancia en la especialidad. Deseo de todo corazón, que también culminen con éxito sus trabajos de tesis y logren sus metas profesionales.

AGRADECIMIENTOS

A la Dra. Laura Patricia Ceballos Giles, directora de la Facultad de Contaduría, Administración e Informática de la Universidad Autónoma del Estado de Morelos, por abrirme las puertas de ingreso a la especialidad en gestión de recursos humanos, la cual me ha dotado de nuevos conocimientos y éxito profesional en beneficio de la sociedad.

A mi director de tesis, colega y amigo Dr. Augusto Renato Pérez Mayo, por brindarme tu apoyo incondicional, desde hace cinco años. Gracias por confiar en mí y déjame decirte que es un gran honor, el compartir contigo publicaciones en libros y artículos indexados; y lo que más me enorgullece es formar parte de tu equipo de trabajo. Te reitero todo mi respeto y admiración; eres mi ejemplo a seguir. Siempre llevo conmigo una de tus frases célebres: ¡Que en la mente, no paren las ideas!

A mi coasesora la Dra. Luz Stella Vallejo Trujillo, le agradezco sus consejos y enseñanzas; no solo en el ámbito académico, sino también en lo personal. Sin duda, una persona con gran calidez humana.

A la Dra. Verónica Elena Palmerín López, por su apoyo durante mi estancia en la especialidad y también por brindarme las facilidades necesarias para la publicación de un artículo indexado, en base a mi tema de tesina. Gracias por darme su voto de confianza.

A los Doctores José Alberto Hernández Aguilar, Fernando Romero Torres, Humberto García Jiménez, quienes fueron mis maestros y lectores de mi tesina. Gracias por brindarme sus conocimientos y experiencias, a fin de retroalimentar mi trabajo de investigación.

Al Dr. Jesús Orlando Morales Ortiz, por hacerme parte de la Academia Internacional, del Centro de Capacitación, Científico, Tecnológico y Laboral. Agradezco la distinción como “Gran mujer emprendedora 2018”, con reconocimiento internacional, con motivo de las actividades académicas y de investigación en la especialidad de gestión de recursos humanos.

“Yo soy el camino, la verdad y la vida”

Jesucristo.

“Uno no es lo que es por lo que escribe, sino por lo que ha leído”.

Borges.

“El éxito en la vida no se mide por lo que usted conquistó, sino por las dificultades que usted logró superar en el camino”.

Lincoln

“Lo que con mucho trabajo se adquiere, más se ama”

Aristóteles

“El que no vive para servir, no sirve para vivir”

Jesucristo.

INDICE	Pág.
Resumen	6
Abstract	6
Introducción	7
Capítulo I. Estructura de la investigación	9
1.1 Mapa de la estructura de investigación.....	11
1.2 Planteamiento del problema.....	12
1.3 Preguntas de investigación.....	13
1.3.1 Pregunta general de investigación.....	13
1.3.2 Preguntas específicas de investigación.....	14
1.4 Objetivos.....	14
1.4.1 Objetivo general.....	14
1.4.2 Objetivos específicos.....	14
1.5 Hipótesis de investigación.....	14
1.6 Variables de investigación.....	15
1.7 Justificación.....	16
1.8 Relevancia.....	17
1.9 Pertinencia y factibilidad.....	18
Capítulo II. Marco Teórico: La confianza en la gestión de los recursos humanos	20
2.1 Estado del arte en torno al concepto de confianza.....	22
2.2 La confianza como hecho social.....	26
2.2.1 La confianza y su impacto en las organizaciones.....	26
2.3 Teoría del comportamiento organizacional, como base para el estudio de la confianza.....	29
2.3.1 Niveles del comportamiento organizacional.....	32
2.4. Variables para el estudio de la confianza en la organización.....	34

2.5 Dimensiones para el estudio de la confianza en la organización.....	35
2.6 Características de la confianza.....	35
2.7 Partes involucradas en las relaciones de confianza.....	36
2.8 Análisis del modelo de confianza según Lewicki y Bunker.....	37
2.8.1 Confianza calculativa.....	38
2.8.2 Confianza cognoscitiva.....	38
2.8.3 Confianza identificativa.....	40
Capítulo III. Metodología de Investigación.....	41
3.1 Tipo de investigación cuantitativa.....	43
3.2 Alcances de investigación.....	43
3.3. Diseño de investigación.....	44
3.4. Muestra.....	44
3.5 Instrumento para la recolección de datos.....	46
Capítulo IV. Caso de estudio: Distribuidora automotriz JVR.....	47
4.1 Antecedentes históricos.....	49
4.2 Misión.....	49
4.3 Visión.....	49
4.4 Contexto de la organización.....	49
4.5 Estructura organizacional.....	50
4.6 Construcción e interpretación de resultados.....	51
4.7 Resultados.....	52
Conclusiones y propuestas de mejora	56
Bibliografía.....	58
Anexos.....	60

Índice de figuras

Figura 1. Mapa conceptual del capítulo I.....	10
Figura 2. Mapa general de la estructura de la investigación.....	11
Figura 3. Objeto de estudio.....	13
Figura 4. Mapa conceptual del capítulo II.....	21
Figura 5. Niveles de comportamiento organizacional.....	31
Figura 6. Modelo de Lewicki y Bunker para el desarrollo de la confianza.....	37
Figura 7. Mapa conceptual capítulo III.....	42
Figura 8. Mapa conceptual capítulo IV.....	48
Figura 9. Ubicación geográfica de la República Mexicana.....	50
Figura 10. Estructura organizacional de la distribuidora automotriz JVR.....	51
Figura 11. Gráfica general de resultados.....	52
Figura 12. Niveles de confianza organizacional en la distribuidora automotriz JVR.....	53

Índice de tablas

Tabla 1. Definición de variables dependientes e independientes de investigación....	16
Tabla 2. Aportes de la confianza en el ámbito organizacional.....	22
Tabla 3. Disciplinas de estudio en torno a la confianza organizacional.....	25
Tabla 4. Variables para el estudio de la confianza organizacional.....	34
Tabla 5. Alcance exploratorio y descriptivo en el método cuantitativo.....	43
Tabla 6. Metodología de la investigación cuantitativa.....	45

Resumen

La confianza ha sido abordada en distintas ramas del conocimiento tales como: la sociología, la economía y la psicología. Sin embargo, a partir de la década de los noventa, resulta fundamental dentro de la literatura administrativa; es por ello que la investigación teórica, revisa los tipos de confianza organizacional, a partir del modelo teórico propuesto por Lewicki y Bunker (1996), como marco explicativo que destaca el tema de la confianza para el éxito en las organizaciones y el cual establece tres tipos de confianza: la calculativa, la cognoscitiva y la identificativa. Éste modelo teórico, se encuentra sustentado en la teoría del comportamiento organizacional de Robbins (1999), Davis y Newstrom (2003). Previo a lo anterior, se revisa el estado del arte respecto a la confianza, sus características y las disciplinas en las cuales ha sido estudiada. La investigación que se realizó fue bajo el enfoque cuantitativo y la población estuvo conformada por una muestra representativa de la totalidad del universo.

Palabras clave:

Organización, confianza, confianza calculativa, confianza cognoscitiva, confianza identificativa.

Abstract

The trust has been addressed in different branches of knowledge such as: sociology, economics and psychology. However, from the decade of the nineties, it is essential within the administrative literature; that is why the theoretical research, reviews the types of organizational trust, from the theoretical model proposed by Lewicki and Bunker (1996), as an explanatory framework that highlights the issue of trust for success in organizations and which establishes three types of confidence: the calculative, the cognitive and the identifying. This theoretical model is based on the organizational behavior theory of Robbins (1999), Davis and Newstrom (2003). Prior to the above, the state of the art is reviewed with respect to trust, its characteristics and the disciplines in which it has been studied. The research that was carried out was based on the quantitative approach and the population consisted of a representative sample of the entire universe.

Keywords:

Organization, trust, calculative confidence, cognitive confidence, identity confidence.

Introducción

La confianza es y ha sido un concepto de gran interés para las ciencias sociales, la teoría organizacional y la sociología de las organizaciones en el ámbito de las organizaciones formales, mejor conocidas como empresas, debido a que cada vez más se observa que el compromiso organizacional en las relaciones sociales se hacen cada vez más improbables, es decir, la lealtad organizacional (Pérez Mayo y Hernández, 2016).

Aunado a lo anterior, la confianza es un valor en el cual se deben fundamentar las relaciones de colaboración en el ámbito de la organización; esto en razón de que la confianza ha sido reconocida en múltiples disciplinas, esto a partir de la década de los 50's (Argyris, 1962; y Mc Gregor, 1967). Posteriormente, en la década de los 90's se vuelve un aspecto esencial dentro de la literatura organizacional (Rousseau, et. al. 1998).

La confianza es importante en la gestión de los recursos humanos; por lo que ha tenido un énfasis preponderante en la literatura de las ciencias sociales y la administración. En este sentido, existen investigaciones, las cuales consideran que la confianza es fundamental en las actividades de cualquier organización, pues representa una ventaja competitiva. No obstante lo anterior; aún hacen falta estudios que se centren en la confianza organizacional.

En pleno siglo XXI, las organizaciones tienen la necesidad de irse adaptando a los cambios que pudieran surgir en el entorno; por lo que, las mismas tienen que formar alianzas de colaboración compartida tanto de recursos, como de conocimientos. Es por ello, que la confianza permite un equilibrio entre las diferencias a fin de generar nuevo conocimiento y así llegar al aprendizaje organizacional, el cual contribuye a la innovación (Rubio, 2009).

Por lo anterior, la confianza es el intercambio del conocimiento (Davenport y Prusak, 2009). Así mismo, es fundamental en las negociaciones y el trabajo en equipo (Kramer y Tyler, 1996). Los altos niveles de confianza propician: la comunicación efectiva, el debate, el aprendizaje, la innovación, el diálogo, y relaciones más comprometidas (Dodgson, 1993; Ichijo, et. al. 2003; Mayer et. al. 1995).

Esta investigación, es fundamental toda vez de que la confianza, ha sido abordada a efecto de comprender a las organizaciones a través su propia realidad. Así mismo, por todo lo que implica la reducción de costos y tiempos de entrega en la sociedad del conocimiento globalizado, en la que nos encontramos inmersos (Rubio, 2009).

Capítulo I: Estructura de la investigación

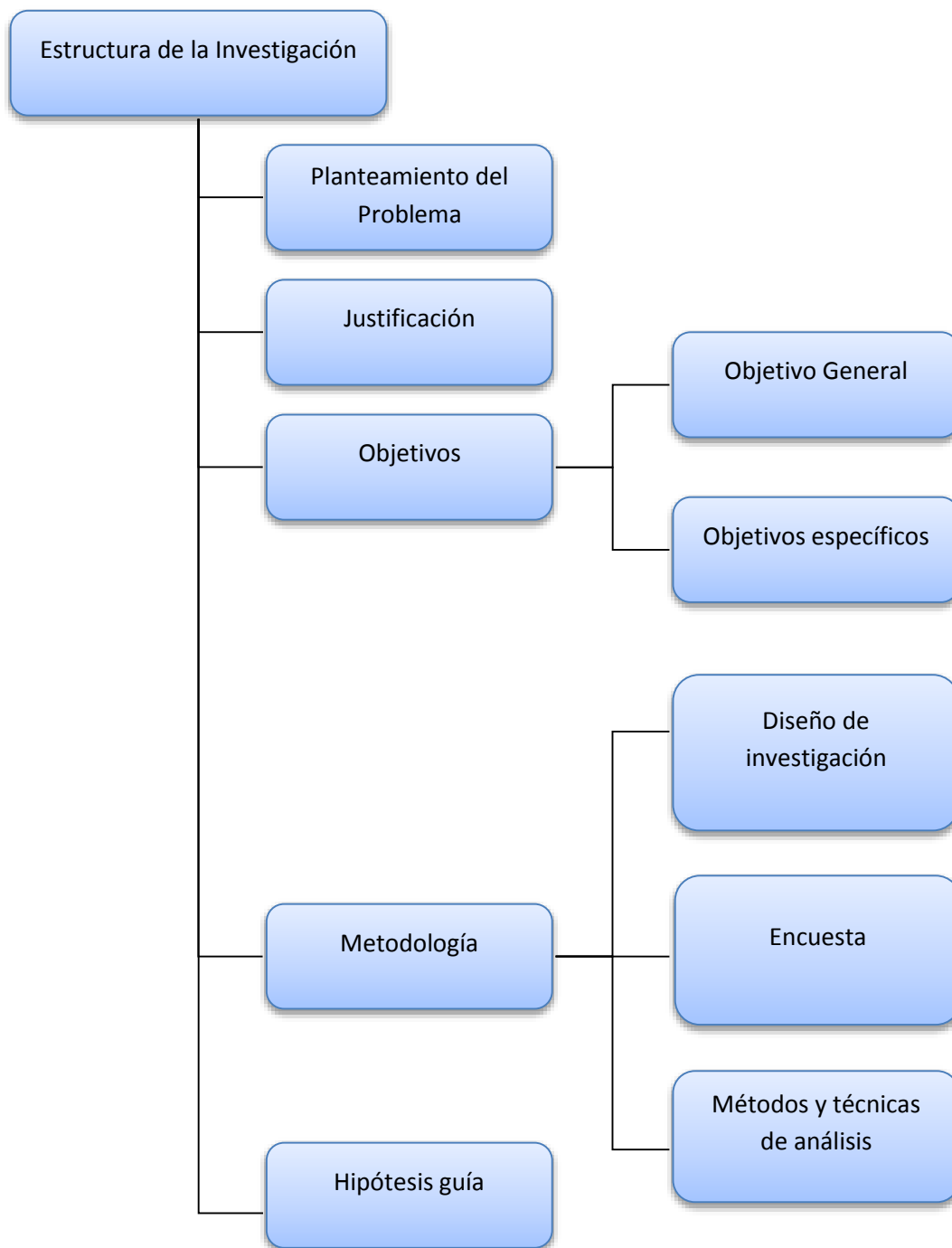
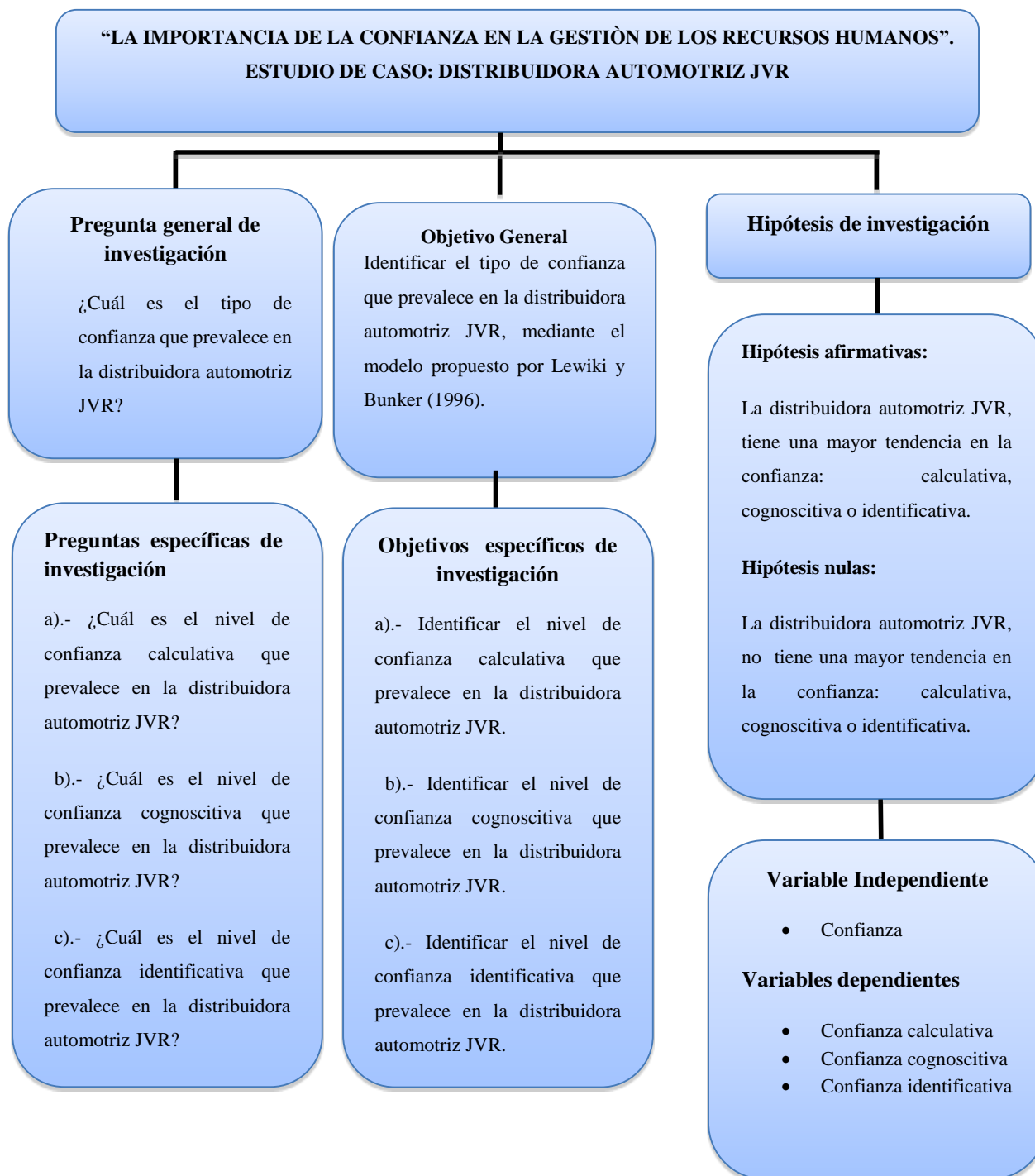


Figura 1. Mapa conceptual primer capítulo

Fuente: Elaboración propia.

Figura 2. Mapa de la estructura de la investigación



Fuente: elaboración propia.

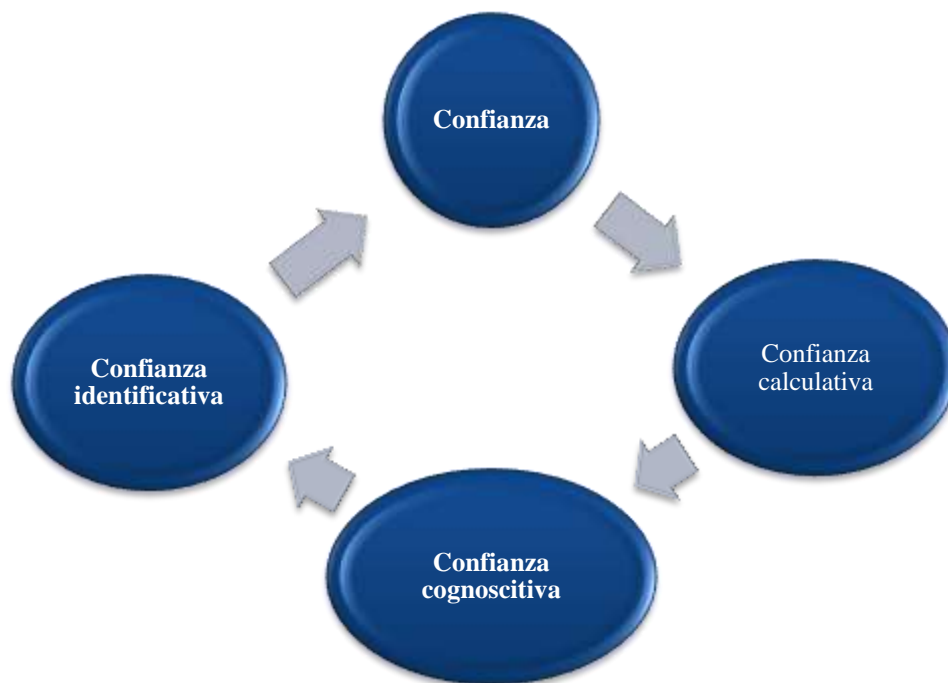
1.2 Planteamiento del problema de investigación

El fenómeno de la confianza, ha sido estudiado por la literatura de la administración desde hace más de una década. Sin embargo, y a pesar del gran número de trabajos académicos, no resulta tan sencillo dar con una definición acorde, clara y completa de qué es lo que se entiende por confianza. Esta misma diversidad es la que se puede percibir cuando se analiza la literatura, con respecto al tema de la confianza y su influencia en los resultados organizativos (Dirks y Ferrin, 2001).

Lo anterior, en razón, de que la confianza ha sido abordada en distintas ramas del conocimiento tales como: la economía, la psicología, la sociología y; por lo que aunque el objeto de análisis sea el mismo, el punto de vista desde la disciplina en que se estudia difiere en función del interés del área estudiada; es decir el objeto material es el mismo, el objeto formal es diverso.

Una vez que se ha realizado un análisis de la literatura, se puede observar que el modelo teórico propuesto por Lewicki y Bunker (1996), ha sido utilizado específicamente en la organización. En el contexto de la organización objeto de estudio, la problemática es que la distribuidora automotriz JVR, no ha realizado un diagnóstico que permita identificar el tipo de confianza (calculativa, cognoscitiva e identificativa), que prevalece actualmente en su organización. Lo anterior, implica el desconocimiento del tipo de confianza en el cual se han basado las decisiones; específicamente las que vinculan las relaciones entre el personal directivo y administrativo.

Figura 3. Objeto de estudio



Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar en la figura 3, existen tres tipos de confianza: la calculativa (la cual se basa en el incentivo), la cognoscitiva (basada en el conocimiento), y la identificativa (basada en la normatividad y en la cultura).

1.3 Preguntas de investigación.

Las preguntas de investigación, son planteadas a efecto de darle sentido al problema de investigación planteado.

1.3.1 Pregunta general de investigación

¿Cuál es el tipo de confianza, que prevalece en la distribuidora automotriz JVR?

1.3.2 Preguntas específicas de investigación

- 1.- ¿Cuál es el nivel de confianza calculativa, que prevalece en la distribuidora automotriz JVR?
- 2.- ¿Cuál es el nivel de confianza cognoscitiva, que prevalece en la distribuidora automotriz JVR?
- 3.- ¿Cuál es el nivel de confianza identificativa, que prevalece en la distribuidora automotriz JVR?

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Identificar el tipo de confianza que prevalece en la distribuidora automotriz JVR, a través del modelo propuesto por Lewicki y Bunker (1996).

1.4.2 Objetivos específicos

1. Identificar el nivel de confianza calculativa, en la distribuidora automotriz JVR.
- 2.- Identificar el nivel de confianza cognoscitiva, en la distribuidora automotriz JVR.
3. Identificar el nivel de confianza identificativa, en la distribuidora automotriz JVR.

1.5 Hipótesis de investigación

Según Hernández et. al. (2010), las hipótesis son respuestas provisionales que se dan a la preguntas de investigación y pueden ser formuladas en sentido afirmativo y negativo. Por lo anterior, las hipótesis de investigación, son las siguientes:

- **Hipótesis afirmativas:**

H1.- La distribuidora automotriz JVR, tiene una mayor tendencia de confianza calculativa.

H2.- La distribuidora automotriz JVR, tiene una mayor tendencia de confianza cognoscitiva.

H3.- La distribuidora automotriz JVR, tiene una mayor tendencia de confianza identificativa.

- **Hipótesis nulas:**

H01.- La distribuidora automotriz JVR, no tiene una mayor tendencia de confianza calculativa.

H02. La distribuidora automotriz JVR, no tiene una mayor tendencia de confianza cognoscitiva.

H03.- La distribuidora automotriz JVR, no tiene una mayor tendencia de confianza identificativa.

1.6 Variables de investigación

Las variables son susceptibles de medirse y observarse; por lo que pueden ser aplicadas a las personas, a los seres vivos, objetos y fenómenos, los cuales adquieren diversos valores respecto de la variable referida. (Hernández, 2010). En la presente investigación las variables dependientes e independientes a investigar se pueden apreciar en la tabla 1.

Tabla 1. Definición de Variables dependientes e independientes de investigación.

Confianza	
Es una actitud positiva de las expectativas que se tiene del comportamiento de alguien y/o algo en una situación determinada que entran a riesgo para la parte confiada. (Baba ,2009).	Confianza calculativa Se relaciona con los resultados que derivan de seguir la relación, en caso de violentar la confianza derivada de un acuerdo previo. (Rubio, 2009).
	Confianza cognoscitiva Está basada en el intercambio de información y en la forma de interpretación de la misma; lo cual tiene consecuencias en lo que respecta a la gestión del conocimiento. (Rubio, 2009).
	Confianza identificativa Es caracterizada por un entendimiento mutuo, entre las partes involucradas; hasta tal punto, de que cada uno pueda actuar a nombre de otro. Por lo tanto, la otra parte puede confiar en que su interés estará protegido sin necesidad de vigilancia. (Rubio, 2009).

Fuente: elaboración propia en base a Baba (1999) y Rubio (2009), Lewicki y Bunker (2009), Baba (1999), Curral y Judge (1995), Dooley, et. al. (1999) y Dirks et. al. (2001).

1.7 Justificación

Hernández et. al. (2010), afirma que en la justificación es importante señalar la conveniencia de la investigación, la relevancia social, su valor teórico y la utilidad metodológica.

Según Montaña (2014), los principales desafíos que enfrenta América Latina, es una sólida formación y preparación técnica para formar profesionales de la administración que analicen críticamente la realidad que enfrentan nuestras sociedades y sus organizaciones.

Lo anterior en razón de que el profesional de la administración carece de capacidad de análisis, orientación crítica para discernir entre problemas y soluciones simples o complejas, así como modelar las diversas situaciones que se le presenten, proponiendo soluciones en grado de complejidad.

Los estudios enfocados en la confianza, generan grandes beneficios a las organizaciones, pues al hacer un estudio de ésta magnitud se podrá identificar el tipo de confianza calculativa, cognoscitiva o identificativa, según sea el caso. Por lo anterior, cada organización necesita una intervención de acuerdo a su realidad, es decir necesita un traje hecho a la medida.

Así mismo, el estudio de confianza es justificable, en razón de que existe poca investigación, a pesar de ser trascendental para conocer el funcionamiento de las organizaciones; por lo que con esta investigación se realizarán nuevos aportes a la administración de los recursos humanos, así mismo a la distribuidora automotriz JVR.

1.8 Relevancia

Según Perrow (1984), ante la dificultad de hacer frente a las exigencias cada vez más complejas que la sociedad demanda, es conveniente asumir de una forma distinta el manejo de las organizaciones y sus recursos humanos. Por tal motivo, se considera necesario adaptar las estructuras y procesos a las exigencias históricas del momento, pues cada organización opera de la manera que cree es la más correcta.

Conforme avanza el siglo XXI, el tema de confianza, se vuelve uno de los pilares fundamentales en la administración de los recursos humanos, pues la competitividad es un

fenómeno al que se tienen que enfrentar las organizaciones para que se pueda lograr el éxito esperado; por lo que al ser la efectividad parte de la estructura humana, los líderes deben doblar esfuerzos para que se cumpla con los objetivos de la organización.

Finalmente, ésta investigación es relevante, en razón de que se encuentra inmersa dentro de las líneas de investigación del cuerpo académico de estudio de las organizaciones, competitividad estratégica y sociología de las organizaciones.

1.9 Pertinencia y factibilidad

Según Hernández, et. al. (2010), la factibilidad cuestiona lo siguiente: ¿es posible llevar a cabo el estudio?, ¿se poseen los recursos necesarios para realizar la investigación?

Esta investigación, es pertinente en razón de que la confianza, ha sido recuperada a efecto de comprender a las organizaciones desde su propia realidad. Así mismo, y dadas las presiones que implica la reducción de costos y tiempos de entrega en la sociedad del conocimiento globalizado, en las que nos encontramos inmersos; resulta necesario profundizar en el desarrollo de una confianza de mayor calidad en las relaciones (Rubio, 2009).

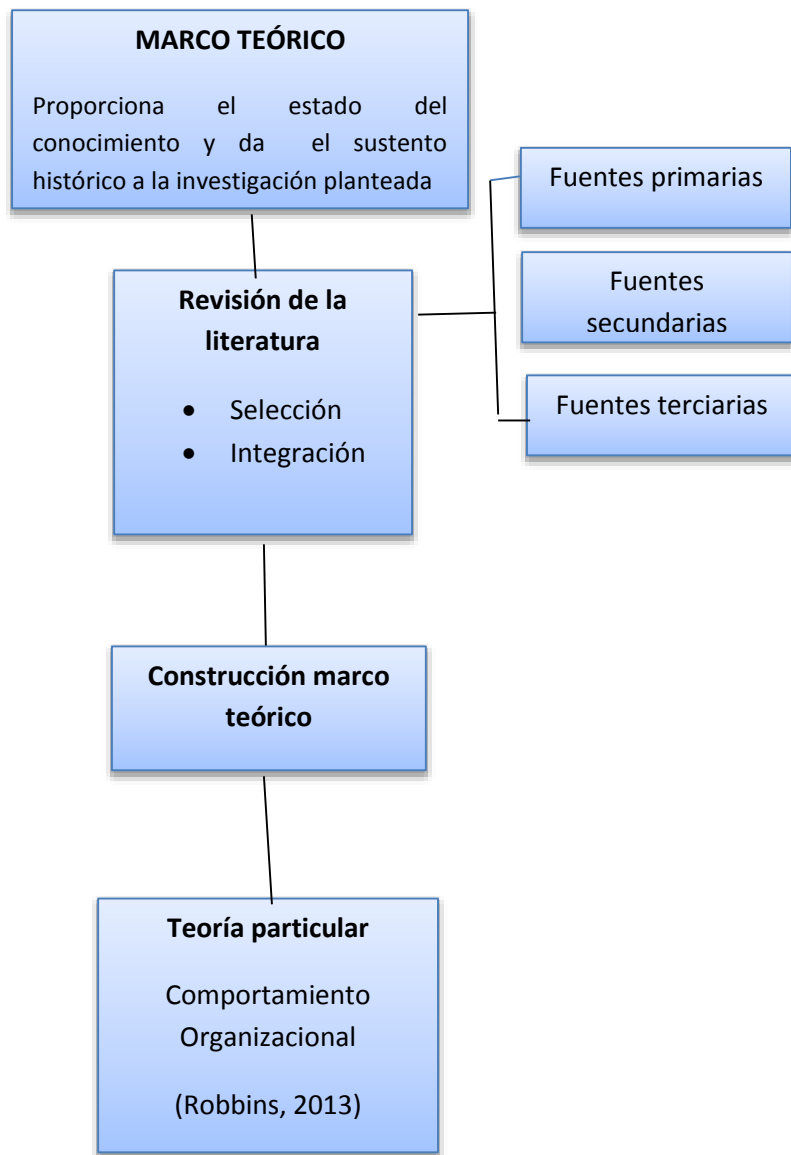
Por lo que respecta a la distribuidora automotriz JVR, es de tamaño macro y está enfocada a ofrecer servicios de distribución; respecto al tiempo, éste resulta suficiente para culminar la tesis: y por cuanto hace a los recursos no existe inconveniente porque fueron contemplados desde el inicio de la investigación.

Es importante hacer mención que el gerente de la distribuidora automotriz JVR, autorizó el desarrollo de la investigación y me canalizó al área de recursos humanos, a efecto de estar en posibilidad de recopilar la información necesaria para el desarrollo de la misma.

Ahora bien en el capítulo II, se hará un marco teórico, a través del cual se explicará la evolución histórica de la confianza, sus antecedentes de estudio en las organizaciones y sus dimensiones. Finalmente se desarrollará la teoría del comportamiento organizacional, la cual da sustento al tema de investigación planteado.

Capítulo II Marco teórico
La confianza en la gestión de los Recursos
Humanos.

Figura 4. Mapa conceptual del capítulo II



Fuente: Elaboración propia en base a Hernández (2010).

Según Hernández, et. al. (2010), afirman que una teoría es un conjunto de proposiciones interrelacionadas, capaces de explicar ¿Por qué y cómo ocurre un fenómeno?, en este caso el desarrollo de la teoría del comportamiento organizacional. Por lo tanto, en la elaboración del marco teórico, mediante el análisis de las contribuciones más importantes hasta llegar a la teoría del comportamiento organizacional.

2.1 Estado del arte, en torno al concepto de confianza.

El fenómeno de la confianza, ha sido estudiado por la literatura de la administración desde hace más de una década. Sin embargo, y a pesar del gran número de trabajos académicos, no resulta tan sencillo dar con una definición acorde, clara y completa de qué es lo que se entiende por confianza. Esta misma diversidad es la que se puede percibir cuando se analiza la literatura, con respecto al tema de confianza y su influencia en los resultados organizativos (Dirks y Ferrin, 2001), tal y como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 2. *Aportes de la confianza en el ámbito organizacional.*

AUTOR	AÑO	TEMA	CONCEPTO
Baba	1999	Confianza	Expectativas que se tienen del comportamiento de alguien en una situación determinada que entraña riesgo para la parte confiada.
Currall y Judge	1995		
Dooley	1999		
Dirks	2001		
Mc Aliister	1995	Confianza	Límite en el cual, se piensa en que los demás no actuarán para obtener un beneficio, aprovechándose de nuestra vulnerabilidad.

Panteli Y Sockalninga	2005	Confianza	Sus componentes son: la disposición para ser vulnerable y las expectativas que genera la confianza.
Lewicki	1998	Confianza	En nuestra vida cotidiana, la confianza es una combinación entre el sentimiento y nuestro pensamiento racional.
Mc Night et. al.	1998	Confianza	El ser humano es confiado, toda vez que tiene fe en la humanidad.
Dibben	2000	Confianza	Disposición que se tiene a la confianza; ya sea por tener una tendencia natural hacia ella; en cambio otros pueden tener confianza en determinadas situaciones y circunstancias.
Newell y Swam	2000	Confianza condicional	Se encuentra en las etapas iniciales de las relaciones y cuando no existe un motivo que genere desconfianza.
		Confianza incondicional	Se apoya en la sinergia de la relación; la cual es fundamental para obtener rendimientos y es consecuencia del conocimiento; y en la otra parte la experiencia y la confianza.
Boon y Holmes	1991	Confianza	Estos autores, argumentan que es un concepto dinámico que evoluciona en el transcurso del tiempo; por lo tanto, puede ser diferente al inicio, en el desarrollo y en el estado maduro de la relación.
Shapiro et. al.	1992		
Lewicki y Bunker	1995		
Lewicki y Bunker	1995	Confianza calculativa	Basada en el incentivo.
Lewicki y Bunker	1996	Confianza Cognoscitiva	Basada en el conocimiento.
Rousseau et. al. y	1998	Confianza identificativa	Basada en la identificación, también denominada confianza normativa o cultural.

Lane			
Robbins	2009	Confianza	Es un proceso que se da en el tiempo, requiere de familiaridad y se efectiviza cuando una persona puede hacerse vulnerable. Así mismo, establece tres tipos de confianza: por disuasión, por conocimiento y por identificación.
Echeverría	2001	Confianza	Esta fundamentada en toda relación de índole social.
Luhmann	1996	Confianza	La persona que decide confiar, ya no lo hace a cuenta de su propio riesgo; sino a cuenta del riesgo del sistema.
Kramer, (citado por Omar, 2010)	2010	Confianza	Conjunto de expectativas aprendidas socialmente y confirmadas que los individuos tienen, respecto de las organizaciones e instituciones con las que se relaciona.
Bachanan, (citado por Omar, 2010)		Confianza	La confianza organizacional, se va desarrollando cuando los individuos generalizan su confianza personal a las grandes organizaciones compuestas por individuos con las que tiene poca familiaridad, interdependencia y escasa interacción.
Searle y Ball		Confianza	Es una fuerza inherente, con la que el individuo se identifica dentro del entorno organizacional.
Lewicki Y Benedict (1996)		Confianza	Identifican tres perspectivas para su debido análisis: 1.- La personalidad. 2.- La perspectiva sociológica y económica, el cual la confianza se centra como un fenómeno institucional. 3.-La perspectiva de la psicología social, centrada en las transacciones interpersonales entre individuos.

Miller y Mitamura (2003)	Confianza Social	Confianza general hacia todas las personas; basada en una expectativa sobre la buena voluntad que tendrían los seres humanos.
Couch y Jones (1997)		

Fuente: Elaboración propia, en base a la revisión de la literatura y a los autores citados.

Como se puede observar de la tabla 1, dado la amplitud del estudio de la confianza en la literatura revisada, resulta necesario hacer énfasis en que los dos antecedentes de la confianza son: la confianza social y las características que son percibidas en quien se va a confiar (Mayer, Davis y Schoorman, 1995). Por su parte, Lewicki y Benedict (1996) exponen diferentes perspectivas desde las cuales se ha venido estudiando la confianza, tal y como se puede ver en la siguiente tabla:

Tabla 3. *Disciplinas de estudio en torno a la confianza.*

Perspectiva analítica asumida	Conceptualización de la confianza
Teoría de la personalidad (individualidad del ser humano)	<ul style="list-style-type: none"> • Creencias • Expectativas • Sentimientos
Sociología y Economía	<ul style="list-style-type: none"> • Fenómeno institucional • Característica social • Interacción entre partes
Psicológico-Social	<ul style="list-style-type: none"> • Transacción interpersonal • Expectativa sobre la conducta

Fuente: Elaboración propia, en base a Lewicki y Benedict (1996).

2.2 La confianza como hecho social

Luhmann (2006), afirma que la confianza es un hecho social; por lo que, el hombre en diversas situaciones tiene la decisión de otorgar confianza. Por otra parte, la necesidad de confianza se considera como el punto de partida, de donde se derivan reglas para una conducta apropiada. La confianza no puede ser considerada como una pérdida de tiempo; es más ni la propia percepción del tiempo, hasta que predomine en el proceso de la experiencia, evita el desarrollo de la confianza.

La confianza solamente puede ser asegurada y mantenida en el presente; puesto que ni el pasado, ni un futuro incierto pueden despertar la confianza; por el contrario, la base de toda confianza es el presente como un continuo de sucesos que pueden acontecer. Por lo anterior, el problema de la confianza se centra en el hecho de que el futuro tiene más posibilidades que el presente, y del presente regresarse al pasado. La incertidumbre que existe, es consecuencia de que no todos los futuros pueden convertirse en presente.

Por lo anterior, la confianza puede ir reduciendo tanto la incertidumbre, como la complejidad, lo cual permite ofrecer seguridad presente y planificaciones al futuro. Por lo que, al actuar con confianza se puede manejar más fácil el futuro; pero ello no puede suponer la eliminación del peligro, ya que quien confía se arriesga a que los defrauden. Todo ello permite establecer una relación entre la confianza y la acción humana (Luhmann, 2006).

2.2.1 La confianza y su impacto en las organizaciones.

Las organizaciones son relevantes para el ser humano, toda vez que nos encontramos junto de ellas, pues “nacemos, vivimos, crecemos y morimos en ellas”. (Scott, 1981:1). Por lo

anterior, es importante esclarecer ¿qué es una organización?, por lo que dos de las definiciones más completas son:

Una organización es una colectividad con una frontera relativamente identificable, un orden normativo, niveles de autoridad, sistemas de comunicaciones y sistemas de coordinación de membresías; esta colectividad existe de manera continua en un ambiente y se involucra en actividades que se relacionan por lo general con un conjunto de metas; las actividades tienen resultados para los miembros de la organización, la organización misma y la sociedad. (Hall, 1996:33).

Las organizaciones son entidades sociales que están dirigidas a las metas, que están diseñadas como sistemas de actividades estructuradas y coordinadas en forma deliberada y que están vinculadas al entorno; por lo que el elemento clave de una organización son las personas y las relaciones entre ellas; por lo que una organización existe cuando las personas interactúan entre sí para realizar funciones esenciales que ayudan a alcanzar las metas. (Daft, 2011:11).

El verdadero significado de la organización, reside en todos aquellos ámbitos que no pueden ser percibidos de inmediato, fuera del conocimiento humano y la experiencia; por ello, es importante la lucha del esfuerzo académico por hacerla inteligible.

Como se puede observar de dichas definiciones, podemos decir que toda vez que el ser humano interactúa cotidianamente dentro de la organización; luego entonces los dos elementos clave son: los recursos humanos y las relaciones que hay entre ellos. Por lo que,

dichos elementos deben estar despreocupados por la incertidumbre o el riesgo; ello en razón de que se debe tener la confianza en los demás a efecto de lograr el éxito en la organización.

Fukuyama (1995), dice que la organización más eficaz debería ser valorada en términos de la confianza. Así mismo, cuando diversas personas que trabajan en una misma organización, actúan de acuerdo con las reglas éticas y que además confían unas en otras; disminuirán favorablemente los costos a largo plazo. Contrario a lo anterior, un ambiente laboral que se caracterice por la falta de confianza atraerá el fracaso (Marden 1999).

La sociedad, en la que viven, viven y sobreviven las organizaciones, se caracteriza por la continuidad de la incertidumbre, la inseguridad, la velocidad de los cambios y el riesgo latente y complejo. Por lo anterior, la confianza es un antídoto para aliviar las tensiones que causan la imposibilidad de control y la dificultad de anticipar las respuestas. (Luhmann, 1996).

Dentro de las organizaciones, la confianza debe comenzar a través de la alta gerencia e ir difundiéndose de manera descendente y ascendente para crear un ciclo donde el emisor de la confianza se retroalimenta cuando sea recibida por medio de sus receptores (Ramírez, 2011).

Actualmente la confianza recíproca entre los recursos humanos, es un factor trascendental para poder trabajar conjuntamente hacia un mismo objetivo y así lograr implementar las funciones administrativas. La confianza es la base primordial de las buenas relaciones entre líderes, colaboradores y clientes para aumentar los resultados esperados de la organización (Zenke 2000).

2.3 Teoría del comportamiento organizacional, como base para el estudio de la confianza.

La teoría de la organización es considerada como un territorio en disputa, en razón de la participación de diversos saberes; por lo que se carece de una unificación de criterios respecto a las teorías específicas para conocer a las organizaciones; dado que es un conocimiento multidisciplinario. Lo anterior, conlleva a comprender que en el estudio de las organizaciones no es la estructura, ni el ambiente, ni el comportamiento, ni los procesos; sino más bien la conglomeración entre todos ellos, lo que ayuda a definirlos. (Ibarra, 1999).

La confianza ha sido abordada en distintas ramas del conocimiento tales como: la psicología, la sociología y la economía; por lo que aunque el objeto de análisis sea el mismo, el punto de vista desde la disciplina en que se estudia difiere en función del interés del área estudiada; es decir el objeto material es el mismo, el objeto formal es diverso (Rubio, 2009).

Sin embargo, y toda vez que en esta investigación se aborda la confianza desde el punto de vista organizacional, es necesario recurrir a una teoría que le dé sustento, para lo cual Hernández, et. al. (2010), afirman que una teoría es capaz de explicar ¿por qué y cómo ocurre un fenómeno?, en este caso el desarrollo de la teoría del comportamiento organizacional, la cual es definida de la manera siguiente:

El comportamiento organizacional es el estudio y la aplicación de los conocimientos acerca de la forma en que las personas ya sea individual o grupalmente actúan en las organizaciones”. Por lo tanto, trata de identificar las formas en que los individuos actuar con mayor certeza y brinda herramientas a los administradores para que puedan observar el comportamiento de los individuos dentro de la organización

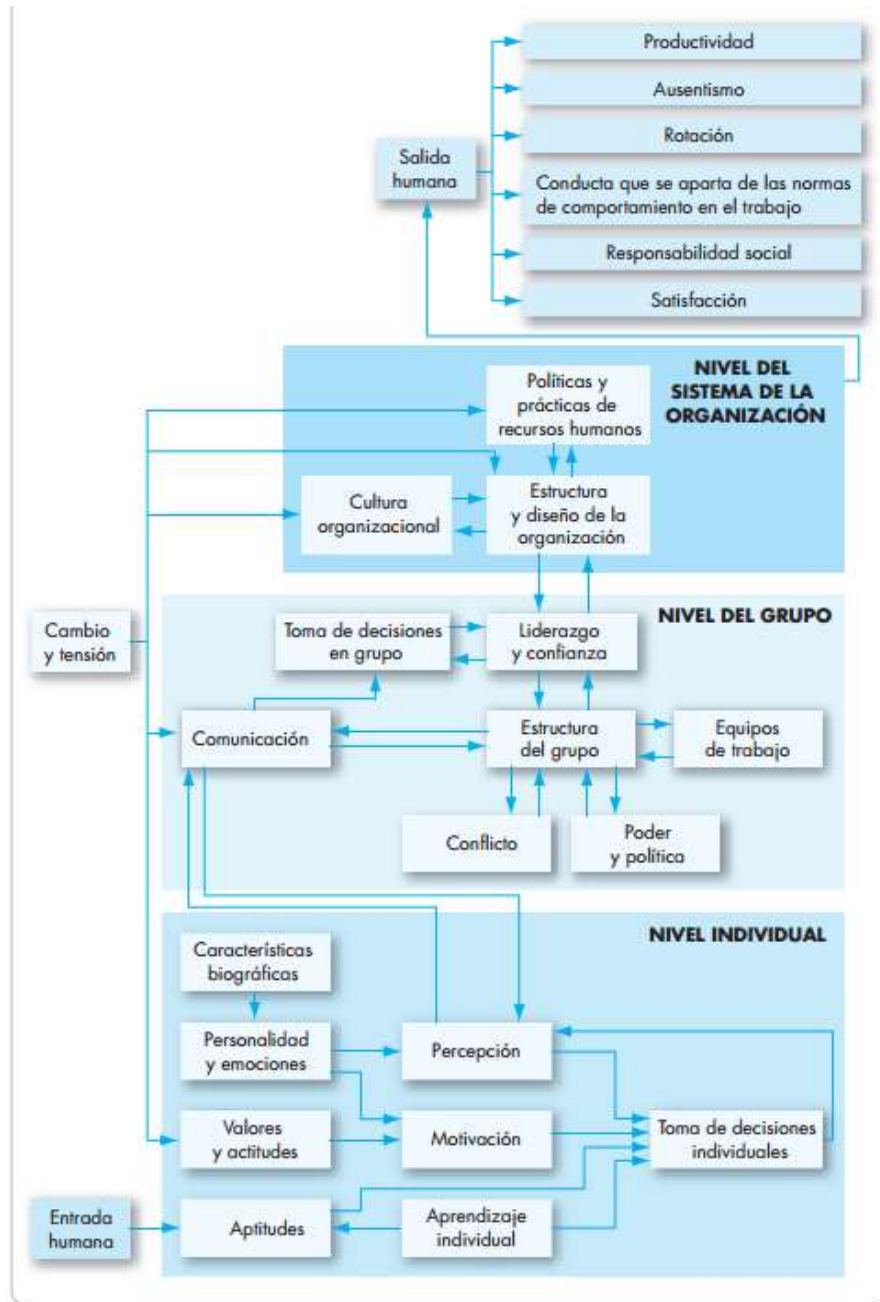
y examina la dinámica de los grupos pequeños, ya sean formales o informales.
(Davis y Newstrom 2003:26).

Así mismo, dichos autores afirman que el comportamiento organizacional tiene los siguientes objetivos:

- Describe constantemente cómo se comportan los individuos en contextos diversos.
- Razona por qué las personas se comportan como lo hacen dentro de la organización.
- Pronostica el comportamiento futuro de los empleados dentro de la organización.
- Controla y desarrolla cierta actividad en el trabajo.

Por su parte, Robbins (1999:11), define el comportamiento organizacional como: “un campo de estudio que investiga el efecto que los individuos, los grupos y la estructura tienen sobre el comportamiento dentro de las organizaciones, con el propósito de aplicar tal conocimiento al mejoramiento de la eficacia de la organización”. Rendón y Montaña (2004), los estudios organizacionales no constituyen una disciplina en sí misma, sino un punto de encuentro abierto al debate argumentado y respetuoso de las ideas. No se trata de una sociología aplicada ni de una administración crítica, aunque contiene algo de ellas; se trata a la vez de un esfuerzo organizacional que aborda a la organización siempre en su relación con el individuo y la sociedad, el grupo y la comunidad. Véase la figura 5.

Figura 5. Niveles del comportamiento organizacional.



Fuente: Robbins (2009:33)

Tal y como se observa de la figura 5, los niveles del comportamiento organizacional se basan en los individuos, los grupos y el nivel organizacional.

2.3.1 Niveles de comportamiento organizacional

1.- Los individuos: son el componente primordial de la conducta organizacional, el cual ingresa a la organización con características demográficas y de personalidad que pueden influir en su desempeño tales como:

- Características biográficas (sexo, estado civil y edad)
- Características de la personalidad (capacidad, actitudes, valores, percepción, aprendizaje, motivación y decisiones individuales).

El problema inicial que enfrentan los individuos dentro de una organización es mostrar que es una persona confiable, lo cual implica el riesgo de ser rechazado. En la dimensión organizacional, la confianza se convierte en un aceptar o rechazar el riesgo de que la otra parte cumpla con las expectativas planteadas. Tanto el "extraño" como el "yo" necesitan solucionar un problema primero personal y luego organizativo, en un presente, en una situación dada, de modo que la confianza probabiliza una solución pero también una contradicción, lo que implica un riesgo en las relaciones, lo cual siempre estará presente.

En las relaciones organizacionales y como en todos, la confianza se construye con el tiempo (Pérez Mayo y Hernández, 2016). Dentro del nivel individual, Currell y Judge (1995) definen la confianza como: “el comportamiento de un individuo creyendo en otro bajo condición de riesgo”.

2.- Los grupos: los individuos dentro de la organización, no se conducen de manera aislada; esto es así en razón de que pertenecen a grupos formales e informales. Por lo tanto, la función de la conducta de los individuos incluye los siguientes factores: valores, normas, patrones de

comunicación, procesos de decisión de manera grupal, el poder, la política, el liderazgo, relaciones intergrupales y el conflicto. El comportamiento en grupos no es más que la suma de los individuos dentro de la organización y por lo tanto, analiza la forma en que los individuos de los grupos reciben influencia de los patrones de comportamiento deseado.

3.- El nivel organizacional: tanto los individuos como los grupos interactúan con la estructura organizacional y por lo tanto el comportamiento organizacional se complica aún más cuando la estructura formal es sumada al comportamiento individual y grupal.

La dificultad en las organizaciones en las que hay un bajo nivel de confianza, es que el trabajo normalmente ocurre en condiciones de estrés, el personal dedica buena parte de su tiempo a cubrirse las espaldas, justificar las decisiones del pasado y sentirse culpable cuando algo no funciona, esto les impide centrarse en el trabajo y hace imposible el intercambio de ideas, la creatividad y la innovación. El vínculo de confianza es el factor que permite que las relaciones organizacionales sean permanentes y sean tan necesarias como la vida misma.

La confianza está situada en el campo de las ciencias de la administración, y se relaciona con los resultados de la organización. Es por ello, que la confianza es un elemento trascendental en la gestión de las organizaciones; pero para que se haga realidad esto, resulta necesario una transformación en las estructuras y comportamientos de la empresa para así poder orientar las decisiones hacia la calidad de los flujos de información. (Savall y Zardet, 2004).

2.4 Variables que han servido de base para el estudio de la confianza en la organización.

Según Echeverría (2001), la confianza está relacionada con otras variables tal como se aprecia en la tabla 4:

Tabla 4. Variables para el estudio de la confianza organizacional

Variable	Concepto
Poder	Es ejercido por autoridad y sin tener que recurrir a la fuerza; pues es un criterio fundamental para otorgar o revocar el poder es la confianza.
Vulnerabilidad	Cuando existe confianza, nos sentimos más seguros y menos vulnerables. Por lo tanto, la falta de confianza incrementa el temor.
Incertidumbre y Complejidad	Luhmann (1996), indica que la confianza ayuda a reducir la complejidad e incertidumbre. Así mismo, permite ofrecer seguridades presentes y orientaciones dirigidas al future; sin embargo, ello no nos da la certeza de que no haya riesgo.
Control	Baba (1999), afirma que la confianza sustituye al control jerárquico dentro de las organizaciones. Por su parte, Omar (2010), nos dice que la confianza ayuda a que se cumplan las reglas de la organización de manera que no sean impuestas de manera coercitiva y en términos de intereses. Por ello expresa que si existe confianza mutua, el costo operativo de una organización será menor
Cambio organizacional	Matthews y Bullen (1995), estudiaron la incidencia de la confianza en el cambio organizacional, pues cualquier intento por lograr un cambio significativo implicaría necesariamente, un conjunto de acciones. La confianza entre los individuos y los grupos brinda motivación continua para producir cualquier cambio real en una organización. La confianza que las personas tienen en la persona encargada implica el cambio es crucial.

Trabajo en equipo La confianza implica una expectativa y disposición de asumir el riesgo de que una persona actúe de un modo previsto. Sin confianza sería difícil lograr cooperación

Riesgo

La confianza no tendría sentido, si no existe incertidumbre.

Interdependencia

Implica la existencia de dos o más actores, que están relacionados dentro de un contexto social.

Fuente: Echeverria (2001).

2.5 Dimensiones para el estudio de la confianza en la organización

Por su parte, Robbins (2009), expresa que las dimensiones claves de la confianza son:

- **Integridad:** Relacionada con la honestidad y la veracidad.
- **Competencia:** Conlleva las habilidades y los conocimientos interpersonales del individuo.
- **Congruencia:** Relacionada en hasta qué punto se puede depender de un individuo y qué tan previsible y de buen juicio es al manejar una situación.
- **Lealtad:** Disposición a defender y dar la cara por otra persona.
- **Franqueza:** Posibilidad de que una persona diga toda la verdad.

2.6 Características de la confianza

Según Rojas et. al. (2015), las tres principales características que influyen en el desarrollo de relaciones de confianza son las siguientes:

1.- Demográficas: Se dan cuando las dos partes son afines en términos demográficos (experiencia, sexo tamaño, edad, entre algunas otras) tienen cosas comunes y por lo tanto, facilidad para entenderse y desarrollar la confianza.

2.- Personales: La afinidad para lograr relaciones de confianza con otro, se encuentra asociada con experiencias del pasado, la identidad propia y el origen. Al iniciar una relación entre dos individuos, se generan predisposiciones en estos ámbitos que afectan directamente las interacciones de las partes involucradas.

3.- Profesionales: Se refiere a los conocimientos y habilidades necesarias para llevar a cabo una actividad. Por lo anterior, la evaluación de estas competencias, requiere de títulos o la reputación adquirida.

2.7 Partes involucradas en las relaciones de confianza

1.- Fideicomitente: es la parte que confía en los demás. Para ello, se dispone a ser vulnerable a la confianza y por lo tanto; deben tomar el riesgo de perder algo importante y depender de la explotación de la vulnerabilidad que realizan los fideicomisarios.

2.- Fideicomisario y/o Fiduciario: es quien reacciona ante la buena voluntad del fideicomitente.

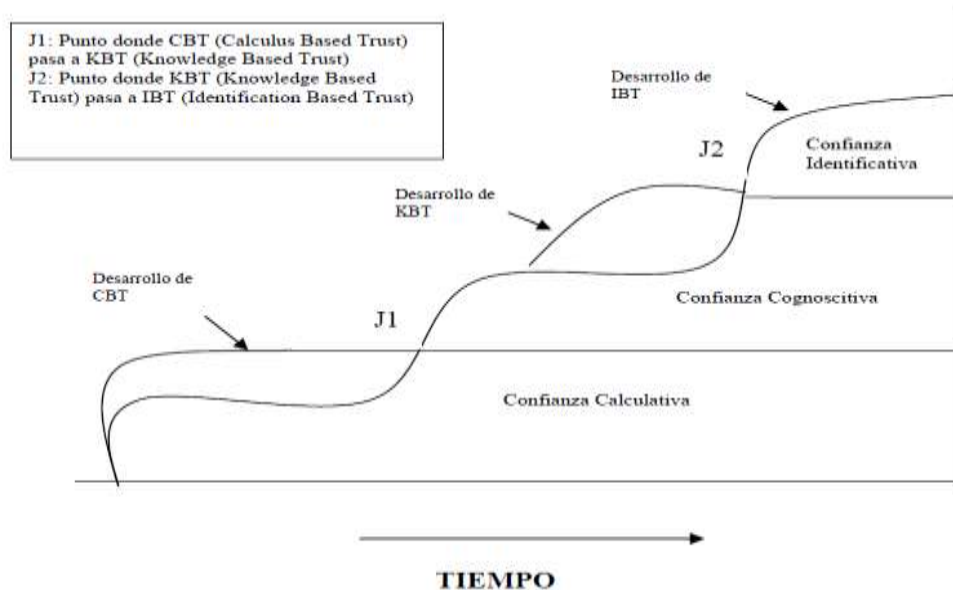
En esa relación se pueden dar varios tipos de riesgos: ya sean financieros, funcionales, sociales, físicos, emocionales y de identidad, los cuales se deben evaluar y controlar por ambas partes para generar confianza. Las características demográficas, personales y profesionales, generalmente son aceptadas tanto por el fideicomitente como por el fideicomisario. Estos dos conceptos representan cada una de las dos partes involucradas en

las relaciones que implican confianza. Ya sean personas, organizaciones o productos y entre competidores, es uno de los factores críticos de éxito de estas relaciones (Ybarra et. al. 2009).

2.8 Análisis del modelo de confianza según Lewicki y Bunker (1996).

El modelo propuesto por Lewicki y Bunker (1996), nos proporciona una herramienta teórica, a efecto de entender de una forma más clara, la evolución de la confianza para fomentar la colaboración y como ésta favorece el aprendizaje en la organización. Por lo anterior, estos autores proponen tres tipologías de confianza, las cuales se encuentran interrelacionadas entre sí, tal y como se puede observar en la figura 6.

Figura 6. Modelo de Lewicki y Bunker para el desarrollo de la confianza.



Fuente: Rubio (2009: 147)

Como se puede observar de la figura 6, el modelo de Lewicki y Bunker (1996), fue desarrollado para entender cómo se va desarrollando la confianza y así comprender mejor cómo es que van cambiando las relaciones en la alianza, a medida que transcurre el tiempo.

El movimiento de un tipo de confianza hacia otro inicia en el punto J1 llegando hasta el punto J2. Sin embargo, en algunas relaciones, puede estancarse en la etapa inicial de la confianza (Rubio, 2009).

Aunado a lo anterior, este modelo propone tres tipos de confianza (calculativa, cognoscitiva e identificativa), los cuales son susceptibles de medirse y observarse; por lo que se pueden aplicar a las personas, a los seres vivos, objetos y fenómenos, los cuales adquieren diversos valores respecto de la variable referida. (Hernández, 2010). En la presente investigación las variables dependientes e independientes a investigar se pueden explicar de la manera siguiente:

2.8.1 La confianza calculativa (basada en el incentivo).

Este tipo de confianza se encuentra relacionada con los resultados, los cuales derivan de seguir la relación; esto en el caso de violar la confianza inmersa en el acuerdo entre la partes. Por otra parte, este tipo de confianza puede incrementarse siempre y cuando; el mal comportamiento por parte de un socio; lo cual conlleva una pecunaria sanción en las relaciones profesionales y en la pérdida de reputación (Rubio, 2009).

2.8.2 La confianza cognoscitiva (basada en el conocimiento)

Según Rubio (2009), esta confianza encuentra sustento, en la información que se intercambia y en la forma de interpretación que se le pudiera dar a la misma; lo cual tiene consecuencias sobre la gestión del conocimiento. Por lo tanto, se puede afirmar que cuánto más información tiene una persona de la otra, resulta mucho más sencillo el predecir su forma de actuar. Así mismo, dicha información se va almacenando en el transcurso del tiempo, lo

cual pone en contacto a las partes, con respecto a sus necesidades y el enfoque que le pudieran dar a los problemas.

Lewicki y Bunker (1996) afirman que las partes no pueden avanzar desde la confianza calculativa hacia la confianza identificativa si se encontraran en los siguientes supuestos:

- a) La relación no necesita más que simples transacciones de negocio.
- b) La interdependencia entre las partes se encuentra limitada y regulada.
- c) Las partes tienen suficiente información que se consiguió sobre el otro, siendo innecesario para reuniones posteriores.
- d) Cuando se han producido violaciones de la confianza calculativa.

Según Nonaka (1991), la confianza es esencial para compartir el conocimiento y se da cuando la partes perciben que otros socios, tienen características que pudieran aparentar que hay reciprocidad en el intercambio del conocimiento. Por su parte, Morgan y Hunt (1994), afirman que al intercambiar conocimiento se intercambia poder con otros; esto en razón de que se favorecen situaciones constructivas para el afrontamiento de mayores riesgos de forma conjunta.

2.8.3 Confianza Identificativa (basada en la identificación).

Rousseau et. al. y Lane (1998), también denominan a este tipo de confianza como normativa o cultural. Este tipo de confianza se caracteriza por un mutuo entendimiento entre las partes involucradas, hasta el punto de que cada uno puede actuar de manera efectiva y a nombre y representación del otro, sin necesidad de vigilar su cumplimiento.

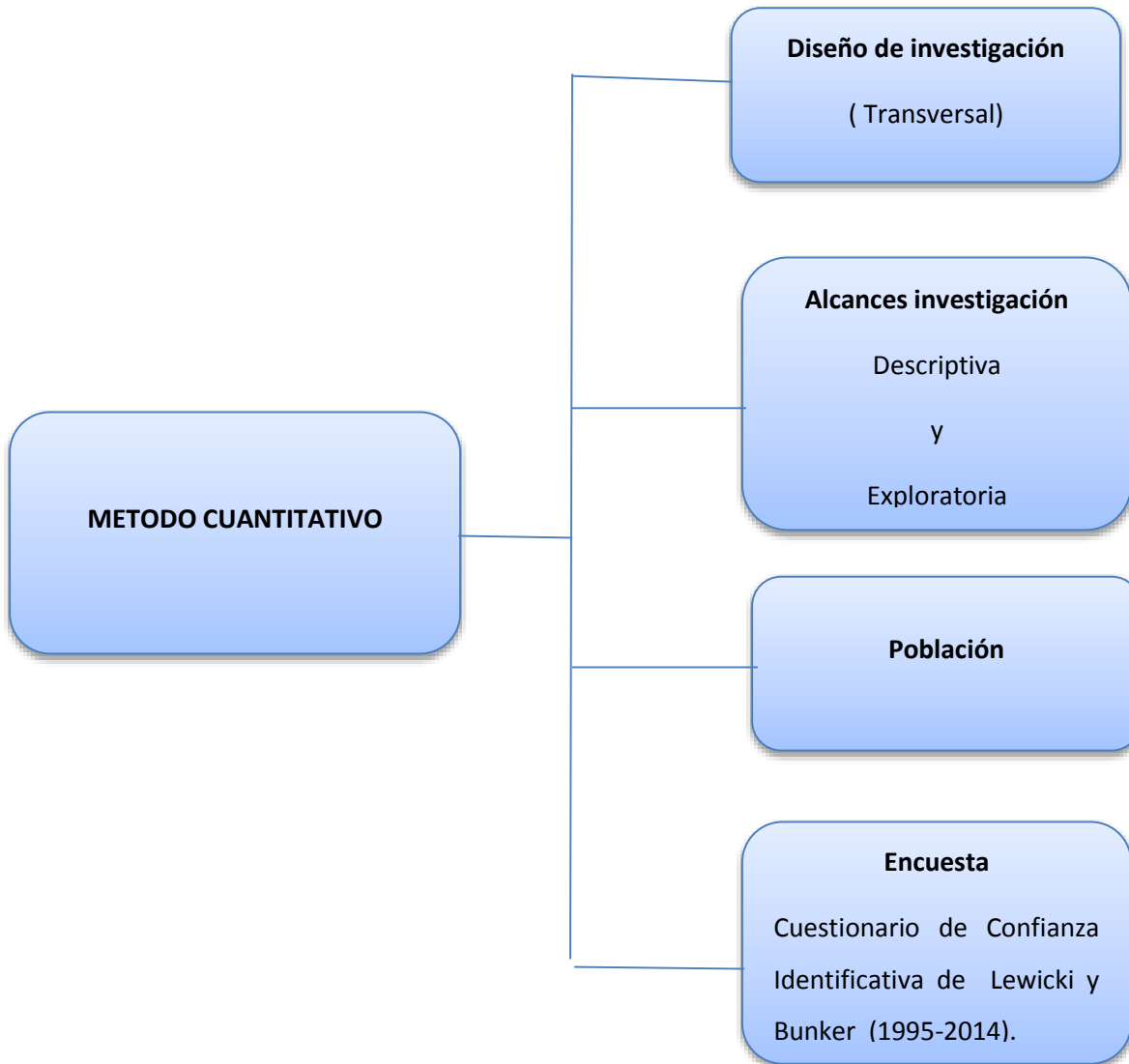
Los procesos de identificación de las partes, dentro de una relación se llevan a cabo, cuando son compartidos los valores. Por lo que, Rokeach (1973), afirma que los valores son convicciones estables a través del tiempo; y éstos pueden ser jerarquizados según la importancia que se les dé.

La confianza es un valor real que se ve materializado en la acción del hombre. Se tiene confianza para desarrollar determinada actividad, al poseer las habilidades y conocimientos necesarios para ello. También, se tiene confianza cuando dentro de las relaciones interpersonales creemos en el otro, siendo el otro una persona que con sus actos nos da seguridad (Ramírez, 2002).

Capítulo III

**Metodología de la
investigación: método cuantitativo**

Figura 7. Mapa conceptual capítulo III



Fuente: Elaboración propia.

De la Rosa (2011), afirma que en términos metodológicos y en la administración, es utilizada la metodología cuantitativa, cuya tendencia es estudiar grupos de organizaciones y empresas.

3.1 Tipo de investigación: enfoque cuantitativo.

De acuerdo a lo planteado por Hernández, et. al. (2010:4), “el enfoque cuantitativo usa la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías”.

3.2 Alcances de la investigación

Los alcances de la investigación que puede considerar el enfoque cuantitativo son: exploratorios, descriptivos, correlacionales y explicativos. En esta investigación serán los dos primeros, por lo que para su mayor comprensión se procede a explicarlos a través de la tabla siguiente:

Tabla 5. Alcances exploratorios y descriptivos en el método cuantitativo.

Alcance	Propósito	Valor
Exploratorio	Su objeto es examinar un tema de investigación poco estudiado del cual se tienen varias dudas. (Hernández et. al. 2010:79)	Se obtiene información para estar en posibilidad de obtener una investigación más completa (identificar nuevos problemas y conceptos.
Descriptivo	Busca especificar propiedades, características y rasgos del fenómeno.(Hernández et. al. 2010:80)	Es útil para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad, contexto y situación.

Fuente: Elaboración propia en base a Hernández, et. al. (2010:85).

Es importante hacer mención, que derivado de la tabla anterior, los principales factores que influyen para que una investigación sea exploratoria y descriptivo, “depende de dos factores: el estado del conocimiento sobre el problema de investigación, mostrado por la revisión de la literatura, así como la perspectiva que se pretenda dar a su estudio. (Hernández, et. al.2010: 78).

3.3 Diseño de investigación

Con la finalidad de dar respuesta a las preguntas de investigación que se han planteado y para dar cumplimiento a los objetivos del estudio; es necesario que el investigador desarrolle un diseño de investigación específico. Por lo tanto, un diseño de investigación “es un plan o estrategia para obtener la información que sea requerida en una investigación”. (Hernández, et. al.2010:120).

Por lo anterior, y toda vez que la investigación se centra en analizar cuál es nivel de confianza calculativa, confianza cognoscitiva n un momento determinado; en esas circunstancias en la presente investigación se llevará a cabo un diseño de investigación transversal en el cual “se realizan observaciones en un momento único en el tiempo”. (Hernández, et. al.2010:165).

3.4 Muestra

Hernández et. al. (2010: 173), afirma que “la muestra es un subgrupo de la población, de la cual se recolectan los datos y debe ser representativa de ésta”. Por lo anterior, antes de

elegir una muestra es necesario que se defina la unidad de análisis; en este caso la distribuidora automotriz JVR.

Elegir el tipo de muestra depende del planteamiento del problema, las hipótesis, el diseño de la investigación y el alcance del estudio. Por lo tanto, en esta investigación se eligió la muestra probabilística en razón de que es esencial en los diseños de investigación de tipo transeccional, descriptivo y correlacionales causales, con la finalidad de realizar estimaciones de variables en la población. Por lo anterior la muestra probabilística consiste en “elegir subgrupo de la población en el que todos los elementos de ésta tienen la misma posibilidad de ser elegidos”. Hernández et. al. (2010: 176).

De acuerdo con la tabla 6, la presente investigación se realiza bajo el enfoque cuantitativo, la muestra son 440 personas del total del personal administrativo de la distribuidora automotriz JVR y la herramienta a través de la cual se recopilan los datos es el cuestionario.

Tabla 6. Metodología de la investigación cuantitativa.

<i>Enfoque</i>	Cuantitativo
<i>Unidad de análisis</i>	Distribuidora automotriz JVR
<i>Técnica</i>	Estudio de Caso
<i>Herramienta</i>	Modelo de Lewicki y Bunker (1996)
<i>Diseño de Investigación</i>	Transversal
<i>Alcance</i>	Exploratorio / Descriptivo
<i>Población</i>	440 personas del personal administrativo

Fuente: Elaboración propia en base a Hernández, et. al. (2010).

3.5 Instrumento para la recolección de datos

En esta investigación, de manera provisional se realizó la captura de datos en Excel y de manera vertical se colocó el número de ítem del cuestionario de confianza identificativa de Lewicki y Bunker (1995-2014). Así mismo, ya establecidos los anteriores criterios se diseñaron dos herramientas para la medición de la confianza, la primera denominada Medición de Confianza Organizacional (MCO) para determinar valoraciones cuantitativas en una escala de 0 a 5 entre compradores y distribuidoras, y fundamentada en juicios de sinceridad, competencia e integridad que se hacen sobre otra persona.

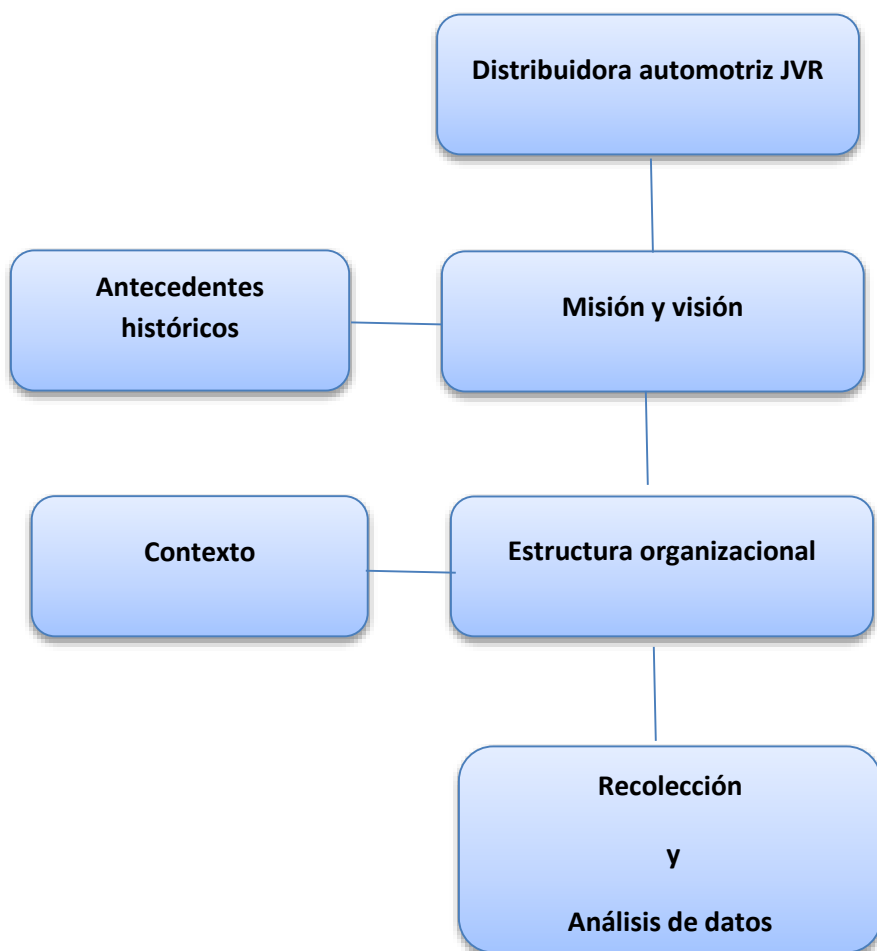
La segunda llamada la OTI, instrumento para medir el grado de confianza entre diferentes secciones o unidades de una organización, elaborada desde la definición de ser la confianza una creencia individual o grupal entre un grupo de individuos que con otro:

- (a) hace esfuerzos de lealtad, para que se den acuerdos sobre algo que está implícito o explícito;
- (b) es honesto en los procesos de negociación, así como en los compromisos; implica que hay consistencia entre lo que el individuo quiere y le conviene a los demás; y
- (c) no toma ventaja excesiva del otro aunque la ventaja esté disponible.

Capítulo IV

Estudio de caso: Distribuidora automotriz JVR

Figura 8. Mapa conceptual capítulo IV



Fuente: Elaboración propia

4.1. Antecedentes históricos de la distribuidora automotriz JVR

La distribuidora automotriz JVR, se estableció en México a principios de los años 90's, asociándose con otra compañía; por lo que cuenta con instalaciones corporativas de mercadotecnia, manufactura y distribución en las más de cinco ciudades de la República Mexicana, así como en otros países. Actualmente, emplea a más de 10 mil trabajadores.

4.2 Misión

Ser una empresa de prestigio a nivel nacional e internacional, la cual tenga la mayor fidelidad y satisfacción del cliente, con la garantía de la obtención de un servicio de calidad en todas nuestras áreas.

4.3 Visión

Ser una empresa líder en la distribución automotriz, la cual cumpla con los estándares de calidad en el servicio; logrando con ello la satisfacción y lealtad del cliente.

4.4 Contexto de la distribuidora automotriz JVR.

La Distribuidora JVR, está enfocada en ofrecer servicios de distribución automotriz y la cual tiene diferentes distribuidoras en la República Mexicana y en otros países, tal y como se muestra en la figura 9

:

Tipo organización: Automotriz

Ubicación: República Mexicana

Antigüedad: 30 años

Tamaño: grande



Figura 9. Ubicación geográfica de la República Mexicana

Fuente: Google maps (2017).

4.5 Estructura Organizacional

A continuación, se muestra un organigrama, a través del cual se pueden visualizar de manera general los departamentos administrativos en los cuales se estudió la confianza organizacional tales como: la dirección general, el departamento de ventas (el cual incluye la facturación y cobros), el departamento de marketing y el departamento de recursos humanos.



Figura 10.- Estructura Organizacional. Fuente: Elaboración propia.

4.6 Construcción e interpretación de los resultados

Hernández (2010), dice que el análisis cuantitativo de los datos, se lleva a cabo por computadora u ordenador. En esta investigación, de manera provisional se realizó la captura de datos en Excel y de manera vertical se colocó el número de ítem del cuestionario de confianza identificativa de Lewicki y Bunker (1995-2014). Así mismo, ya establecidos los anteriores criterios se diseñaron dos herramientas para la medición de la confianza, la primera denominada Medición de Confianza Organizacional (MCO) para determinar valoraciones cuantitativas en una escala de 0 a 5 entre compradores y distribuidoras, y fundamentada en juicios de sinceridad, competencia e integridad que se hacen sobre otra persona. La segunda llamada la OTI, instrumento para medir el grado de confianza entre diferentes secciones o unidades de una organización, elaborada desde la definición de ser la confianza una creencia individual o grupal entre un grupo de individuos que con otro

4.7 Resultados

Para tal efecto se realizó una base de datos de Excel, a fin de obtener los niveles de frecuencia de las tres dimensiones (confianza calculativa, confianza cognoscitiva y confianza identificativa).

Posteriormente se realizaron gráficas respecto de cada dimensión y sus respectivos índices a efecto de estar en posibilidad de identificar las puntuaciones altas y bajas de cada una de las dimensiones. A continuación, se presenta una gráfica en la cual se pueden identificar los porcentajes de las dimensiones antes citadas.

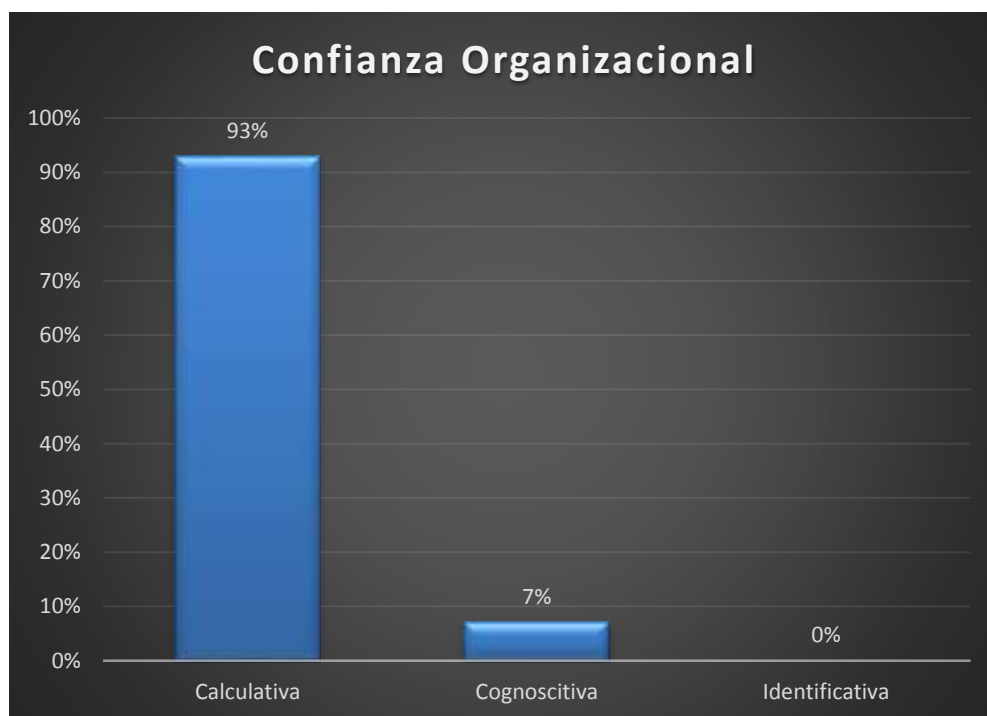


Figura 11.- Gráfica general de los resultados. Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar de la figura 11, los resultados preliminares hacen referencia al porcentaje de desarrollo del tipo de confianza (calculativa, cognoscitiva e identificativa), existente en los clientes de la distribuidora automotriz JVR. Por lo anterior, es evidente que la dimensión que tiene mayor fortaleza es la confianza calculativa con un 93% y la más débil

es la confianza cognoscitiva con un 7%. Sin embargo, y por cuanto hace a la dimensión de confianza identificativa, la misma no tiene ningún valor de rango, pues es igual a 0%.

Por otra parte, la siguiente figura nos muestra la ubicación de estos porcentajes dentro del modelo de Lewicki y Bunker, cuyo instrumento fue aplicado para la obtención de éstos datos y las áreas sombreadas presentan el estado de la confianza en la actualidad.



Figura 12.- Niveles de confianza organizacional en la distribuidora automotriz JVR.

- **Confianza calculativa 93%**

Lo anterior implica que si la distribuidora automotriz JVR, mantiene una relación comercial basada principalmente en este tipo de confianza; luego entonces ésta es susceptible de ruptura, pues se fundamenta en asegurar la coherencia del comportamiento, es decir, que los negociadores acaten los acuerdos establecidos, ya sea

por temor al castigo y pérdida de reputación al violar el pacto, o por la motivación que pueda representar una promesa de recompensa al cumplirlo.

Por lo anterior, la empresa se basa en la reputación de honestidad como un activo altamente valorado, ya que la fama de empresa que traiciona los acuerdos le puede cerrar las puertas a futuros pactos ventajosos. En esa tesitura, la reputación es un activo extremadamente frágil que debe ser objeto de especial cuidado cuando se está a este nivel de confianza.

- **Confianza cognoscitiva 7%**

De acuerdo con lo planteado por Lewicki y Bunker (1996), este tipo de confianza se sustenta en la información que se intercambia y la forma de interpretación que se le pudiera dar, lo que tiene consecuencias sobre la gestión del conocimiento. Por lo tanto, se asume que cuánto menos información tiene una persona de la otra, es mucho más difícil poder predecir su forma de actuar. Ante tales circunstancias, se puede afirmar que entre la distribuidora automotriz JVR y sus clientes, no existe una comunicación fluida que les permita ponerse en contacto, a fin de intercambiar información respecto a sus necesidades, preferencias y el enfoque que le puedan dar a sus problemas.

Así mismo, tal información se va almacenando a través del tiempo mediante las interrelaciones entre las partes involucradas; de tal forma que una comunicación fluida pone en contacto a las partes a fin de intercambiar información respecto a sus necesidades, preferencias y el enfoque que les den a los problemas. Aunado a lo anterior, al no intercambiarse el conocimiento en la distribuidora automotriz JVR, no se

intercambia poder con otros y por lo tanto, no se favorecen situaciones constructivas para el afrontamiento de riesgo de forma conjunta.

- **Confianza identificativa 0%**

El hecho de que la distribuidora automotriz JVR, no tenga ningún rango de valor en esta dimensión; ello implica grandes consecuencias tales como: la desconfianza entre las partes, hasta el punto de que la otra parte no confía en que su interés será protegido, por lo que se tiene la necesidad de vigilar su debido cumplimiento. Así mismo, y al no haber identificación de ninguna de las partes, en este caso entre la distribuidora automotriz JVR y sus clientes, entonces no se están compartiendo valores.

Por lo anterior, no se tiene confianza para desarrollar actividades dentro de la organización, pues no se poseen las habilidades y conocimientos necesarios para ello. Finalmente no se está llevando a cabo la misión y visión de la organización, dado que los clientes no se sienten identificados con la distribuidora automotriz JVR; por lo que no existe una coherencia entre lo que se dice con lo que se está haciendo en la realidad.

Ahora bien, y una vez que se han analizado los resultados, se procede a dar respuesta a las hipótesis planteadas en la investigación: se confirma la hipótesis **H1**, toda vez que la distribuidora automotriz JVR, tuvo una mayor tendencia de confianza calculativa y por lo tanto, se refutan las demás hipótesis H2, H3 y H01, H02 Y H03.

Conclusiones

En el siglo XXI, la confianza organizacional es un factor preponderante que incide en el desempeño de la organización y consecuentemente en la productividad. Por ello, la importancia de conocer periódicamente el estatus del tipo de confianza que prevalece en la distribuidora automotriz JVR, a efecto de identificar focos rojos y en ese sentido tomar decisiones estratégicas en beneficio de la organización.

En el caso específico, de la distribuidora automotriz JVR, existe una incoherencia entre su realidad actual (la cual tiende a ser calculativa) y en contraposición con la misión y visión establecida, ya que las metas a corto y largo plazo están enfocadas con la satisfacción y lealtad del cliente. (Robbins, 1999). Aunado a lo anterior y siguiendo el modelo de Lewicki y Bunker (1996), la organización objeto de estudio, ha estado estancada en un tipo de confianza calculativa, sin que pueda avanzar; no obstante de que han transcurrido varias décadas en las que fue fundada la distribuidora automotriz JVR, al encontrarse inmersa en alguno de los siguientes supuestos:

- a) La relación no necesita más que simples transacciones de negocio.
- b) La interdependencia entre las partes se encuentra limitada y regulada.
- c) Las partes tienen suficiente información que se consiguió sobre el otro, siendo innecesario para reuniones posteriores.
- d) Porque se han producido violaciones de la confianza calculativa.

Propuestas de mejora

La confianza entre la alta dirección, empleados y clientes tiene varias ventajas importantes. A continuación se describen algunas de las ventajas que han revelado las investigaciones:

- La confianza fomenta la toma de riesgos.

Cada vez que los empleados deciden desviarse de la forma común de hacer las cosas o confiar en los cambios propuestos por sus supervisores, están corriendo un riesgo. En ambos casos, una relación de confianza puede facilitar ese cambio.

- La confianza facilita el hecho de compartir la información.

Una razón importante por la cual los empleados no expresan sus preocupaciones en el trabajo es porque no se sienten seguros psicológicamente de revelar sus puntos de vista. Cuando los gerentes demuestran que escucharán las ideas de los subalternos y que realizarán los cambios pertinentes, los trabajadores se muestran más dispuestos a expresarse.

- Los grupos confiables son más eficaces.

Cuando un líder establece un ambiente de confianza en un grupo, sus integrantes se muestran más dispuestos a ayudarse entre sí y a esforzarse más, lo cual a su vez incrementa la confianza. Por el contrario, los miembros de grupos sin confianza tienden a mostrarse suspicaces, se cuidan constantemente de no ser explotados y restringen la comunicación con los otros integrantes del grupo. Estas conductas tienden a menoscabar al grupo y, a la larga, a destruirlo.

- La confianza incrementa la productividad.

Parece que el principal interés de las compañías también se ve afectado de manera positiva por la confianza. Los empleados que confían en sus supervisores tienden a recibir mayores puntuaciones de desempeño. La respuesta de los individuos ante la falta de confianza es el encubrimiento de la información y la búsqueda secreta de los propios intereses.

Fuentes consultadas:

Baba, M.(1999). "Dangerous Liaisons: Trust, Distrust, ad Information Technology in American Work Organizations". Human Organization, Fall, 58, 3, pp. 331-346.

Curral, S. y Judge T. (1995). Measuring Trust Between Organizational Boundary Role Persons". Behaviour And Human Decision Proceses, 64, 2, pp.151-170.

Davis, K., & Newstrom, J. (2003). Comportamiento humano en el trabajo. México: McGraw-Hill.

Dibben, M.R. (1993). "Learning , trust and technological collaboration". Human Relations, 46,1, pp. 77-95.

Hernández, S. (1994). Introducción a la administración. Un enfoque teórico práctico. México: McGraw- Hill Interamericana de México.

Hernández, S. R., Fernández , C. C., & Baptista, L. P. (2010). Metodología de la investigación. México : Mc Graw Hill.

Montaño, H. L. (2014). Los estudios organizacionales. Revisando el papel de la crítica en la Administración. Universidad del Valle, 21-46.

Morgan, R.M. y Hunt S.D. (1994). "The commitment Trust: Theory of Relation Ship Marketing", Journal of Marketing, 58, pp. 20-38.

Nonaka, I. (1991). "A Dynamic Theory of Orgaizational Knowledge Creation". Organization Science, 5, 14-37.

Lewicky, R. J. y Bunker, B.B. (1996). "Developing and Maintaining Trust in Working Relationships". In *Trust in Organizations: Fronteries of Theory and Research*, Kramer, R.M. and Tyler, T.R.(eds), Sage Publications. Thousand Oaks, CA.

Rendón, C. M., & Montaña, H. L. (2004). *Las aproximaciones organizacionales. Caracterización, objeto y problemática*. Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM, México, 111.

Robbins (1999). *Comportamiento Organizacional en el Trabajo*. Editorial Prentice Hall, México D.F.

Rokeach, M. (1973). *The nature of Human Values*. New York, Mc Milan.

Rousseau, D.M.; Sitkin, S.; Burt, R., y Camerer, C. (1998). "Not so Different After All: A Cross Disciplinary view of Trust". *Academia of Management Review*, 23 pp. 393-404.

Robbins, S. P. y Coulter (1999). *Administración (6° ed.)* (A.C. González, Trad.). México: Prentice Hall Hispanoamericana S.A.

Robbins, S. P. (1999). *Comportamiento Organizacional*. México: Prentice Hall.

Schulz, J. & Auld, C. (200&). *Perceptions of role ambiguity by chairpersons and executive directors in Queensland sporting organizations*.

Pfeffer, J. (1987). *Variedad de las perspectivas*. En C. Ramió y X. Ballart (Eds.), *Lecturas de la teoría de la organización vol. II. La dinámica organizativa: las últimas tendencias en teoría organizativa* (pp 9-35). Argentina: Colección Lecturas. Recuperado de la base de datos de EBSCO Host.

Zepeda, S. & Kruskamp, B. (2007). *Hih School Department Chairs Perspectives on Instructional Supervision*. *The High School Journal*. 90(2), 44-54.

Anexos

Instrumento de Medición

AFIRMACIÓN	CONSTRUCTO
A pesar de existir una amplia gama de marcas de autos, yo siempre compro la misma marca	Lealtad Conductual/Confianza/ Calculativa
Si a mí me gusta una marca de autos, difícilmente compro otra sólo para probar algo diferente	
He estado con esta marca de autos durante mucho tiempo	
Planeo continuar confiando en esta marca de autos por largo tiempo	
Hablo bien de esta marca de autos con otras personas	
Suelo incentivar a mis amigos y parientes para que utilicen esta marca de autos	
Desde que compré esta marca de autos, no la he querido cambiar	Lealtad Afectiva/Confianza Identificativa
Siento una fuerte lealtad hacia esta marca de autos	
Siento una conexión emocional con esta marca de autos	
La continua disponibilidad de esta marca de autos me da tranquilidad	
Me gustaría que esta marca de autos estuviera en el mercado permanentemente	
Una vez que llego a conocer una marca de autos, acostumbro a continuar con ella	Lealtad Cognitiva/Confianza Cognoscitiva
Desde que necesite un automóvil, no he buscado marcas alternativas	
Cuando adopto una marca de autos, me aseguro que sea una buena marca	
Soy fiel a esta marca de autos	

La lealtad de los compradores hacia esta marca de autos se basa en muy buenas razones	
Estoy orgulloso (a) de ser cliente de esta marca de autos	Compromiso
Siento una sensación de pertenencia hacia esta marca de autos	
Hasta donde sé, nadie podría escoger una mejor marca de autos	
Confío mucho en el éxito de esta marca de autos	
Siento que tengo un vínculo con esta marca de autos	
Creo plenamente en la integridad de esta marca de autos	
Tengo completa confianza en que esta marca de autos me beneficiará	
La empresa que produce esta marca de autos ha sido sincera con sus clientes	
La empresa que hace este producto jamás buscaría obtener ventajas engañando a sus clientes	
La empresa que produce esta marca de autos es digna de confianza	
Estoy completamente seguro (a) de que este producto es beneficioso para mi	Familiaridad
Respecto a la mayoría de mis amigos, yo conozco mucho acerca de automóviles	
Respecto a otras personas, yo conozco mucho acerca de automóviles	
Yo estoy familiarizado con casi todas las posibilidades que se ofrecen en la industria automotriz	
Yo sé bastante acerca de cómo seleccionar los mejores autos disponibles en el mercado automotriz	
Yo tengo claro cuáles son las características de los automóviles que son realmente importantes para alcanzar la máxima satisfacción	

La marca de mi vehículo me mantiene bien informado.	Comunicación
La marca de mi automóvil nunca duda en entregarme la información que yo requiero.	

La información entregada por esta marca de autos, es fácil de comprender.	Reputación
Esta marca me entrega la información de una manera clara.	
Ante cualquier error en la información, la marca de mi automóvil me avisa oportunamente.	
Esta marca de automóviles siempre cumple los compromisos que asume.	
La marca de autos que yo elegí tiene una buena reputación.	
La reputación de esta marca de automóviles es mejor que la de otras <u>marcas</u> del rubro.	
La marca de mi vehículo muestra consistencia entre lo que dice y lo que realmente hace.	
Esta marca de automóviles es respetada por las personas.	

Para cumplir sus propios objetivos, la empresa que produce esta marca de autos, puede que NO me entregue el mejor producto que tenga	
Para lograr sus objetivos, la empresa que hace estos automóviles a veces promete hacer cosas que NO cumple	
Esta marca, a veces, hace ver que el automóvil es un beneficio para mí, cuando realmente solo ve su propio beneficio	
Pienso que la empresa que produce esta marca de autos NO se interesa por mí	
A esta marca de automóviles sólo le interesan los ingresos que yo le dejo	
Oportunismo	

AFIRMACIÓN	CONSTRUCTO
Esta es una de las mejores marcas de autos que yo jamás haya comprado	
Esta marca de autos es exactamente la que yo necesito	
Este automóvil ha funcionado como lo tenía pensado	
Este automóvil ha satisfecho adecuadamente mis expectativas	
Comparado con otras marcas de autos, ésta da la mayor satisfacción	
En comparación con otras marcas, la de este automóvil tiene la mejor reputación	
Comparado con otras marcas, la de este automóvil proporciona la mayor satisfacción global al cliente	
Estoy satisfecho con mi decisión de elegir esta marca de autos en lugar de otra	
Satisfacción	