



UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL
DE LOS LLANOS OCCIDENTALES
“EZEQUIEL ZAMORA”

VICERRECTORADO DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO SOCIAL
PROGRAMA CIENCIAS SOCIALES Y ECONÓMICAS
SUBPROGRAMA ADMINISTRACIÓN

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA

FERREAGRO DON ANTONIO

Trabajo de Aplicación presentado como requisito para optar al título de

Licenciado en Administración

Autora:

Meriño, Angelina C.I: V-27.846.532

Tutor: Prof. José Isidoro Mejías

Barinas, Julio 2022



UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL
DE LOS LLANOS OCCIDENTALES
“EZEQUIEL ZAMORA”

VICERRECTORADO DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO SOCIAL
PROGRAMA CIENCIAS SOCIALES Y ECONÓMICAS
SUBPROGRAMA ADMINISTRACIÓN

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA

FERREAGRO DON ANTONIO

Trabajo de Aplicación presentado como requisito para optar al título de
Licenciado en Administración

Autora:

Meriño, Angelina C.I: V-27.846.532

Tutor: Prof. José Isidoro Mejías

Barinas, Julio 2022



UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL
DE LOS LLANOS OCCIDENTALES
"EZEQUIEL ZAMORA"
VICERECTORADO DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO SOCIAL
PROGRAMA CIENCIAS SOCIALES Y JURIDICAS
SUBPROGRAMA ADMINISTRACIÓN

ACTA DE EVALUACIÓN FINAL TRABAJO DE APLICACIÓN

Nosotros, los abajo firmantes, constituidos como Jurado Evaluador, hoy, dos (02) de Agosto del año 2022, reunidos en el Subprograma de Contaduría, Cubículo 4, se dio inicio al acto de presentación oral y pública del Trabajo de Aplicación Titulado: **"ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA FERREAGRO DON ANTONIO"**. Presentado por la Bachiller: Angelina Paola Meriño Zambrano C.I. Nro. V – 27.846.532. A los fines de cumplir con el requisito legal para optar al grado académico de Licenciado (a) en Administración. Concluida la presentación oral y el ciclo de preguntas, de acuerdo con lo establecido en las Normas para la Elaboración y Presentación del Trabajo de Aplicación, este Jurado otorga la siguiente calificación:

| Apellidos y Nombres | C.I. N° | 30% (Prof. Aula) | 50% (Inf. Esc.) | 20% (Pres. Oral) | 100% TOTAL | CAL DEF. (1-5) |
|--------------------------------|------------|------------------------|-----------------------|------------------------|---------------|----------------------|
| Angelina Paola Meriño Zambrano | 27.846.532 | 28 | 48 | 18 | 94 | 4,76 |

Se emite la presente acta según Resolución de Comisión Asesora Nro. CAPCSyE/06/2022, Acta N° 003, Punto N° 32, de fecha 21/06/2022 y queda asentada en el Subprograma Administración a los dos (02) día del mes de Agosto de 2022.

Observaciones Aprobado

| Miembro | Apellidos y Nombres | C.I. N° | Firma |
|------------------|---------------------|------------|-------|
| Tutor (a) | Mejias Ace J. J. J. | 9.184.940 | |
| Jurado Principal | Rivero Sandra | 11.714.619 | |
| Jurado Principal | Arroyo J. J. J. | 14.340.516 | |





UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL

DE LOS LLANOS OCCIDENTALES

“EZEQUIEL ZAMORA”

VICERRECTORADO DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO SOCIAL

PROGRAMA CIENCIAS SOCIALES y ECONÓMICAS

SUBPROGRAMA ADMINISTRACIÓN

Aprobación del Tutor

Yo José Isidoro Mejías Gamboa titular de la cédula de identidad N° 9.184.940, en mi carácter de Tutor del Trabajo de Aplicación titulado ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA FERREAGRO DON ANTONIO presentado por la bachiller: Angelina Paola Meriño Zambrano cédula de identidad N° V-27.846.532 para optar el Título de Licenciado en Administración, por medio de la presente certifico que he leído el Trabajo y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del jurado asignado para tal efecto.

Asimismo, me comprometo como tutor, a estar presente en la defensa del Trabajo de Aplicación, en la fecha, hora y lugar que se establezca para tal fin.

En la ciudad de Barinas, a los 18 días del mes de julio de 2022.

Datos del Tutor

Teléfono: 0424-5676922

E-Mail: josemejias01@gmail.com

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'José Isidoro Mejías', with a long horizontal stroke extending to the right.

Firma

Prof. José Isidoro Mejías

C.I. N° V-9.184.940

Índice General

| | pp. |
|---|------------|
| Contraportada..... | 1 |
| Dedicatoria..... | 5 |
| Agradecimiento..... | 6 |
| Lista de Cuadros..... | 7 |
| Lista de Gráficos..... | 8 |
| Resumen..... | 9 |
| Introducción..... | 10 |
| Capítulo | |
| I El Problema..... | 12 |
| Planteamiento y Formulación del Problema..... | 12 |
| Objetivos de la Investigación..... | 14 |
| Objetivo general..... | 14 |
| Objetivos específicos..... | 14 |
| Justificación..... | 15 |
| Alcance y Delimitación..... | 16 |
| II Marco Teórico o Referencial..... | 17 |
| Antecedentes de la investigación..... | 17 |
| Breve reseña histórica del ámbito social objeto de estudio..... | 20 |
| Bases teóricas..... | 21 |
| Estrategia..... | 21 |
| Estrategias de Comunicación..... | 25 |
| Rendimiento Laboral..... | 30 |

| | |
|--|-----------|
| Bases legales..... | 36 |
| Sistema de variables..... | 40 |
| Operacionalización de las variables..... | 41 |
| III Marco Metodológico..... | 42 |
| Enfoque o paradigma de investigación..... | 42 |
| Tipo de investigación..... | 42 |
| Diseño de la investigación..... | 43 |
| Población y muestra..... | 43 |
| Técnicas e instrumentos de recolección de información..... | 44 |
| Técnicas de procesamiento y análisis de información..... | 47 |
| IV Análisis de la Información..... | 49 |
| Presentación y análisis de los resultados..... | 49 |
| Resumen de los resultados..... | 63 |
| Fortalezas y debilidades..... | 65 |
| V Conclusiones y Recomendaciones..... | 66 |
| Conclusiones..... | 66 |
| Recomendaciones..... | 67 |
| Propuesta..... | 68 |
| Referencias..... | 71 |
| Anexos..... | 76 |
| Anexo A-Cuestionario del Diagnóstico..... | 76 |
| Anexo B-Cuadro de validación del cuestionario..... | 78 |
| Anexo C-Carta de validación del cuestionario..... | 79 |

Dedicatoria

A Ziomara, Castor, Douglas y Beatriz por su apoyo incondicional y sabios consejos para cumplir todas mis metas.

A mis dos Angelitos Wilmer y Atilio.

Angelina Meriño

Agradecimiento

Agradezco a Dios Todopoderoso, por darme vida, salud y fortaleza para cumplir mis metas.

A Ziomara Zambrano, Castor Corona, Douglas Meriño y Beatriz de Meriño, por su apoyo incondicional en todo momento.

A María Concetta por su apoyo.

A mi casa de estudios UNELLEZ por abrir sus puertas para formarme como profesional.

A mi tutor José Mejías por su asesoría, consejos y conocimientos transmitidos durante la realización de mi trabajo de grado.

A los profesores José Aranda e Yves Aranda por su colaboración y consejos durante la realización de mi trabajo de investigación.

Angelina Meriño

Lista de cuadros

| Cuadro | | pp. |
|---------------|--|------------|
| 1 | Operacionalización de las variables..... | 41 |
| 2 | Frecuencias de las Respuestas y Porcentajes..... | 51 |
| 3 | ¿Considera ud. que su jefe inmediato mantiene un diálogo eficiente con sus subalternos dentro de la empresa?..... | 52 |
| 4 | La empresa, periódicamente, comunica información de interés laboral a sus empleados a través de..... | 53 |
| 5 | La empresa realiza reuniones para comunicar informaciones de interés laboral | 54 |
| 6 | La empresa utiliza las redes sociales para comunicar información ONLINE de interés laboral a través de?..... | 55 |
| 7 | Ud. emplea las redes sociales para comunicar información de interés laboral a través de?..... | 56 |
| 8 | ¿Considera Ud. que existe suficiente comunicación interpersonal para transmitir información laboral dentro de la empresa?..... | 57 |
| 9 | La empresa motiva eficientemente a sus empleados mediante..... | 58 |
| 10 | ¿La empresa realiza entrenamiento permanente y oportuno para el desempeño de cada empleado?..... | 59 |
| 11 | ¿La empresa le suministra oportunamente los recursos necesarios para ejercer sus funciones?..... | 60 |
| 12 | Considera Ud. que la comunicación laboral dentro de la empresa es?..... | 61 |
| 13 | ¿Está Ud. dispuesto a participar en un plan de mejoramiento en la comunicación laboral dentro de la empresa?..... | 62 |

Lista de Gráficos

| Gráfico | pp. |
|---|------------|
| 1 ¿Considera ud. que su jefe inmediato mantiene un diálogo eficiente con sus subalternos dentro de la empresa?..... | 52 |
| 2 La empresa, periódicamente, comunica información de interés laboral a sus empleados a través de..... | 53 |
| 3 La empresa realiza reuniones para comunicar informaciones de interés laboral | 54 |
| 4 La empresa utiliza las redes sociales para comunicar información ONLINE de interés laboral a través de..... | 55 |
| 5 Ud. emplea las redes sociales para comunicar información de interés laboral a través de..... | 56 |
| 6 ¿Considera Ud. que existe suficiente comunicación interpersonal para transmitir información laboral dentro de la empresa?..... | 57 |
| 7 La empresa motiva eficientemente a sus empleados mediante..... | 58 |
| 8 ¿La empresa realiza entrenamiento permanente y oportuno para el desempeño de cada empleado?..... | 59 |
| 9 ¿La empresa le suministra oportunamente los recursos necesarios para ejercer sus funciones?..... | 60 |
| 10 Considera Ud. que la comunicación laboral dentro de la empresa es?..... | 61 |
| 11 ¿Está Ud. dispuesto a participar en un plan de mejoramiento en la comunicación laboral dentro de la empresa?..... | 62 |

Estrategias de Comunicación en la Empresa Ferreagro Don Antonio

Resumen

El presente estudio se concibe bajo el enfoque cuantitativo, apoyada en un diseño de campo con un nivel de investigación analítico. Su objetivo general es analizar estrategias de comunicación para el mejoramiento del rendimiento laboral en la empresa Ferreagro Don Antonio. La muestra quedó conformada por ocho personas que laboran en la empresa. Se empleó como técnica la encuesta y el instrumento utilizado fue el cuestionario. Con relación al procesamiento de la información, los datos recopilados en las encuestas aplicadas fueron codificados, transferidos, cuantificados y totalizados en un cuadro de frecuencias computarizado; después, se realizaron gráficos de pastel para facilitar su análisis e interpretación por ítem. Luego de la experiencia, se concluye que el diálogo en la comunicación laboral de la empresa no es eficiente, ya que solamente se comunican de forma oral directa, ignorando otras formas de comunicación profesional; además, no motiva eficientemente a sus empleados, tampoco realiza entrenamiento permanente y oportuno. Basado en lo anterior, se determinó que las estrategias de comunicación adecuadas para este caso son: la humanización de la empresa, una comunicación interna real, innovación digital, creación de un Manual Corporativo y capacitación permanente. Estas estrategias han sido elaboradas y presentadas en la propuesta “Plan de estrategias de comunicación para mejorar el rendimiento laboral de los empleados en la empresa Ferreagro Don Antonio” ante los directivos de la compañía y en las recomendaciones del presente trabajo.

Palabras Clave: estrategias, comunicación, rendimiento laboral.

La comunicación, juega un papel fundamental dentro del proceso productivo que involucra al rendimiento laboral de cualquier empresa, debiéndose realizar constantes investigaciones que permitan crear estrategias tendientes a mantener en alto la productividad. Es por ello que la aplicación de nuevas alternativas de comunicación dentro del ámbito laboral, ha permitido durante años mejorar el comportamiento de los trabajadores, a través de diversas técnicas implementadas desde la producción hasta la comercialización del producto final, tales como: evaluación de los procesos, planificación de estrategias, definición de mensajes, definición de los canales de comunicación, manejo de la publicidad y visualización de especialistas, entre otros.

No obstante, la comunicación deficiente dentro de cualquier empresa, genera desmotivación en la gestión individual de cada empleado, provocando hacia el conglomerado laboral efectos negativos por falta de visión efectiva hacia la expansión de sus funciones y, por consiguiente, se generan barreras, conflictos en situaciones que dañan la eficiencia, la productividad y el clima laboral. La falta de comunicación efectiva, es una de las principales causas por las que una empresa puede perder de vista los objetivos comunes. Esto provoca que los trabajadores de la empresa estén desmotivados y descontentos en sus actividades diarias. No resolver a tiempo estos problemas provoca consecuencias que terminan por afectar los objetivos de negocio y beneficios de la organización.

Actualmente, es necesario que los especialistas del área laboral realicen los estudios pertinentes, con el propósito de diseñar o crear un modelo de estrategias de comunicación

que permita no solo predecir el comportamiento de los empleados dentro de la empresa, sino también conocer de qué manera la comunicación afecta la vida productiva desde lo externo hasta el entorno laboral, adaptándose a las exigencias de los nuevos tiempos.

Tomando en consideración lo anterior, el presente estudio tiene como objetivo analizar las estrategias de comunicación para el mejoramiento del rendimiento laboral en la empresa Ferreagro Don Antonio, se desarrolló desde el paradigma cuantitativo, apoyada en un diseño de campo con un nivel de investigación analítico. Asimismo, se estructura en cinco (5) capítulos descritos de la siguiente manera:

Capítulo I: comprende el planteamiento y formulación del problema, los objetivos de la investigación, la justificación, el alcance y la delimitación respectiva.

Capítulo II: contiene los antecedentes de la investigación, la breve reseña histórica del ámbito social objeto de estudio, las bases teóricas, las bases legales, así como el sistema de variables. Lo antes mencionado, sirve de marco referencial para el trabajo realizado.

Capítulo III: lo conforman el marco metodológico, dónde se describen el enfoque o paradigma de investigación, el tipo de investigación, el diseño de la investigación, la población y muestra, las técnicas e instrumentos de recolección de información y la técnica de análisis de información empleada.

Capítulo IV: en este capítulo se presentan la exposición y análisis de los resultados obtenidos durante la ejecución de la investigación, tomando en cuenta el marco teórico y los objetivos planteados.

Finalmente, el Capítulo V está constituido por las conclusiones de la investigación, tomando en consideración los resultados obtenidos y los objetivos planteados. Asimismo, se mencionan las recomendaciones y la propuesta respectiva.

Capítulo I

El Problema

Planteamiento y Formulación del Problema

En el mundo, las empresas se han enfocado en mejorar su productividad y mantenerse activas a lo largo del tiempo, a pesar de ciertos factores que, de una u otra forma, comprometen su estabilidad (políticas gubernamentales, control cambiario, crisis económica, suministro de materia prima, la pandemia, entre otros), por lo que deben adoptar los cambios necesarios según las tendencias del mercado. No obstante, son pocas las que implementan nuevos sistemas que permiten al personal sentirse motivados a realizar las actividades asignadas, debido a que “su trabajo no es valorado ni compensado, creando una insatisfacción laboral que minimiza la productividad de la organización.” (Bohórquez, Pérez, Caiche y Rodríguez. 2020. p. 2) y que por lo tanto afectan el rendimiento laboral de toda empresa.

Para que el personal se sienta motivado, es preciso que el ambiente laboral de la empresa sea adecuado, con el fin de generar confianza al momento de desempeñar sus labores, es decir, que cuente con las condiciones idóneas para realizar un buen trabajo, haciendo énfasis en el bienestar, la seguridad del mismo y que la comunicación fomente el buen rendimiento laboral. Sin embargo, la mayoría de las empresas prefieren implementar estrategias enfocadas en el producto o servicio, dejando a un lado la comunicación, la cual juega un papel importante para que la organización alcance el éxito, argumentando que les genera gastos al momento de realizar las evaluaciones de desempeño,

En cuanto a la comunicación, Martínez (s/f) afirma que es una “herramienta estratégica esencial para la empresa, es necesaria para crear equipos eficaces que consigan los objetivos marcados y es clave para la gestión del talento y para la motivación, compromiso e implicación del factor humano dentro de las organizaciones” (p.1.), lo que permite integrar a todos los colaboradores en los objetivos, planes, actuaciones y tareas de la empresa para mejorar el rendimiento laboral.

Para lograr una buena comunicación dentro de la empresa, es necesario implementar estrategias que permitan motivar a los empleados e integrarlos; de esta manera, se evita un bajo rendimiento laboral. Al respecto, Cardozo (2021) menciona las siguientes: “fomentar las interacciones, promover la alineación de expectativas con los empleados, usar el endomarketing, comunicarse a través de imágenes y videos, apostar por diferentes canales de comunicación” (p.7). Lo anterior, puede aplicarse en cualquier tipo de corporación.

Haciendo referencia al problema de estudio, sobre las deficiencias comunicacionales en una empresa, De La Colina (2011) manifiesta que “la falta de comunicación puede influir en la desmotivación laboral” (p.1), generando divulgación de información errónea, confrontación irreal de opiniones, clima laboral tenso, lo que a su vez se traduce en toma de decisiones inadecuadas, dificultades para ejecutar los planes de trabajo, pérdida de tiempo y de la inversión. trascendiendo directamente en el desempeño laboral del empleado y por supuesto en su productividad

En cuanto a la realidad objeto de estudio, las evidencias empíricas detectadas a través de observaciones simples y conversaciones preliminares con el personal de la empresa, se evidenció que no logran establecer una comunicación efectiva y fluida; debido entre otros factores a la prevalencia de una comunicación directa cara a cara entre

propietarios, gerencia y personal, poca comunicación escrita y limitado uso de los medios de comunicación electrónicos, Tomando en consideración lo anterior, surgió la necesidad de analizar las estrategias de comunicación para el mejoramiento del rendimiento laboral en la empresa Ferreagro Don Antonio, esto con el propósito de lograr un discernimiento profundo de los conocimientos sobre el tema que, de una manera u otra, permite el aporte de soluciones viables acordes con la realidad del problema estudiado. Por consiguiente, se plantearon las siguientes interrogantes:

¿Cuál es la situación actual de la comunicación laboral en la empresa?

¿Cuáles son las estrategias de comunicación que prevalecen en la empresa Ferreagro Don Antonio?

¿Cuáles serán las estrategias de comunicación adecuadas para mejorar el rendimiento laboral en la empresa?

Objetivos de la Investigación

Objetivo general.

Analizar las estrategias de comunicación para el mejoramiento del rendimiento laboral en la empresa Ferreagro Don Antonio.

Objetivos específicos.

Diagnosticar la comunicación laboral en la empresa.

Identificar las estrategias de comunicación adecuadas para los empleados de la empresa.

Elaborar las estrategias de comunicación para el mejoramiento del rendimiento laboral en la empresa.

Justificación

La importancia del presente estudio radica en el hecho de que el estudiante puede aplicar sus conocimientos adquiridos durante la carrera, con el fin de actuar con mayor facilidad al momento de realizar sus prácticas profesionales y tomar decisiones que le permitan crear nuevas propuestas para la empresa, mejorando así su desempeño en el campo laboral. Asimismo, tiene relevancia social, puesto que integra a un grupo de profesionales en el área de la administración, con la finalidad de identificar las necesidades o problemas existentes en los centros de trabajo, así como darle soluciones viables que permitan mejorar la productividad y lograr el bienestar de los involucrados.

Desde el punto de vista técnico, es importante puesto que, al implementar las estrategias de comunicación adecuadas, los empleados mejoran su productividad, incrementan su rendimiento laboral, se sienten más identificados y conectados con la empresa, obtienen mejores resultados en sus planes de trabajo, se mantienen más enfocados en un mismo objetivo y, por supuesto, favorece un clima laboral agradable. También, tiene relevancia contemporánea, ya que se ajusta a la realidad actual del país, lo que permite profundizar los conocimientos sobre el fenómeno de estudio.

De igual forma, tiene importancia educativa y científica, ya que la investigadora identifica las variables relacionadas con el problema de estudio, fomentando el discernimiento profundo de los conocimientos al momento de realizar un proyecto. Además, se encuentra en contacto con la realidad a través de la búsqueda y selección de información confiable, lo que le permite comprender, verificar, corregir o aplicar lo anterior e, incluso, formular nuevos postulados que pueden demostrarse mediante el método científico, sirviendo de base a otras investigaciones.

En síntesis, el trabajo constituye un aporte específico para la investigación en el área de administración, ya que la intención es analizar las estrategias de comunicación adecuadas que permitan a los empleados comunicarse de manera efectiva para mejorar su rendimiento laboral.

Alcance y Delimitación

El alcance de una investigación, de acuerdo a Sánchez, Reyes y Mejía (2018), se refiere “al nivel de logro al cual se propone llegar el investigador” (p.15), en donde se debe definir qué tipo de investigación va a manejar de acuerdo a los objetivos que delimitan el alcance de su investigación. La delimitación es como poner una frontera al estudio, un *hasta aquí* llega la investigación y que oriente a futuros investigadores.

Una delimitación identifica la demarcación real o alcance específico, de un estudio, en este caso, se delimitó la investigación mediante el análisis de estrategias de comunicación que permitan el mejoramiento del rendimiento laboral de los empleados en la empresa Ferreagro Don Antonio del estado Barinas y, de esta manera, optimicen su desempeño en la atención al cliente durante el año 2022.

Capítulo II

Marco Teórico o Referencial

Antecedentes de la investigación

Son todas aquellas investigaciones previas al trabajo que se está realizando y que deben guardar relación con el tema a investigar. Al respecto, Tamayo (1999: 98), expresó lo siguiente:

En los antecedentes se trata de hacer una síntesis conceptual de las investigaciones o trabajos realizados sobre el problema formulado con el fin de determinar el enfoque metodológico de la misma investigación. El antecedente puede indicar conclusiones existentes en torno al problema planteado.

La revisión bibliográfica permitió constatar la existencia de estudios previos relacionados con estrategias de comunicación para el mejoramiento del rendimiento laboral en la empresa Ferreagro Don Antonio y, con la finalidad de delimitar la investigación, se consideraron de gran relevancia los siguientes:

Los investigadores **Adame, Tapia y Estrada (2019)**, presentaron ante la Universidad Autónoma de Nuevo León en México, para la Facultad de Contaduría Pública y Administración un estudio de postgrado (Maestría) denominado: Proceso de comunicación y su impacto en el desempeño laboral: Una prueba piloto. La investigación se enmarcó bajo la modalidad de enfoque mixto, donde su objetivo general fue diseñar un proceso de comunicación efectiva que impacte en el desempeño de los trabajadores de la microempresa comercializadora de carnes frías. Primeramente, realizaron una revisión de

los conceptos y teorías sobre el tema estudiado, para la conceptualización de las variables sujetas a estudio. Seguidamente se realizó un diagnóstico cuyos datos los llevaron a una tabla de congruencia metodológica, posteriormente aplicaron un instrumento de recolección de datos, que fue estructurado como encuesta, Para la aplicación del instrumento se realizó una prueba piloto al 100% de la población.

Por medio del diagnóstico los autores determinaron que la empresa analizada, tiene varias deficiencias en su proceso de comunicación interna, donde no existe buena comunicación entre los trabajadores y los superiores, no existe buena relación obrero patronal, lo que causa desmotivación en el personal. Luego se implementaron actividades de integración dentro de la empresa como parte de una propuesta de comunicación asertiva eficaz, donde todo el personal participó. Luego de la experiencia concluyeron que, a través de la motivación directa, la mayor parte de los trabajadores estuvieron satisfechos con las herramientas que cuentan para realizar sus trabajos, el desempeño laboral de los trabajadores se encuentra íntimamente relacionado con la motivación. El trabajo de los autores antes mencionados es significativo para la investigación, ya que se evidencia, mediante la revisión bibliográfica y los datos obtenidos en campo, que mediante una comunicación asertiva se logra un óptimo rendimiento laboral.

Por otro lado, **Maza (2019)**, en su tesis de posgrado (Maestra en Gestión del Talento Humano) para la Universidad César Vallejo de Perú, desarrolló una investigación bajo el título: Comunicación interna y el desempeño laboral de los trabajadores del área de Recursos Humanos de la UGEL N° 04 Comas, Lima 2018, teniendo como objetivo general, determinar la relación que existe entre la comunicación interna y el desempeño laboral del personal del área de Recursos Humanos. El método empleado fue, hipotético deductivo, el

tipo de investigación fue básica, aplicada, de nivel descriptivo correlacional, de enfoque cuantitativo; de diseño no experimental: transversal. La población estuvo formada por 78 trabajadores nombrados, contratados bajo el régimen CAS y CAP del área de Recursos Humanos de la UGEL 04; por consiguiente, la población es censal. La técnica empleada para recolectar información fue la encuesta, y los instrumentos de recolección de datos fueron cuestionarios, que fueron debidamente validados a través de juicios de expertos y determinado su confiabilidad a través del estadístico de fiabilidad (Alfa de Cronbach, KR-20).

La autora llegó a las siguientes conclusiones: Se determinó que, la comunicación interna e institucional, la comunicación intrapersonal e interpersonal se relacionan significativamente con el desempeño laboral de los trabajadores del área de Recursos Humanos. Como se puede observar, el trabajo de Maza es de gran relevancia para la investigación, debido a que aporta elementos importantes que permiten estudiar la influencia que puedan tener las formas de comunicación en el desempeño laboral de los trabajadores de cualquier empresa o entidad.

De igual manera, **Manzano (2017)**, presentó para la Universidad Nacional del Altiplano en Perú, en la Facultad de Ciencias Contables y Administrativa, su tesis de pre grado para optar al título de Licenciado en Administración “la comunicación interna y el desempeño laboral del talento humano de la cooperativa de ahorro y crédito San Salvador agencias Puno y Juliaca-2016” en la cual su objetivo fue determinar la relación entre la comunicación interna y el desempeño laboral del talento humano de la Cooperativa de Ahorro y Crédito. La investigadora recurrió al método cuantitativo, con un diseño de

investigación no experimental de tipo transversal, bajo un alcance descriptivo, tomando una muestra total de 11 trabajadores.

El instrumento utilizado fue un cuestionario estructurado para medir la efectividad de la comunicación interna. Según el estudio realizado el 36% de los encuestados afirmaron que la comunicación interna influye en su desempeño laboral, el 45% de los encuestados afirmaron que el miedo a dar malas noticias, el deseo de agradar al jefe o los malos hábitos al escuchar influyeron en su desempeño laboral, por otro lado un 72% manifestaron que en la organización priva la comunicación informal, el 27 % manifestó que los reconocimientos solo son otorgados a los colaboradores que tienen algún tipo amistad con los directivos, los cuales indicaron que son eficientes en su trabajo.

Finalmente llegó a la conclusión de que la comunicación interna influye en el desempeño laboral y debe ser mejorada a través de incentivos de acuerdo al rendimiento. Las barreras personales como el lenguaje utilizado, los factores emocionales y la información oportuna como medio de comunicación deben ser tomadas en cuenta para mejorar el rendimiento laboral. La tesis de Manzano, se relaciona con la presente investigación, ya que en él se identifican factores motivacionales que permiten mejorar el rendimiento laboral.

En resumen, los trabajos anteriores guardan relación con la presente investigación, lográndose evidenciar que el problema de estudio en común, es la comunicación como factor influyente en el rendimiento laboral de una empresa o institución.

Breve reseña histórica del ámbito social objeto de estudio

Ferreagro Don Antonio, C.A. (FEDONACA): Fue fundada en junio de 1995 por el Sr Francesco de Filippo (Fallecido). Los propietarios actuales de la empresa Ferreagro

Don Antonio, C.A. (FEDONACA) son los señores Félix Filippo, Lourdes Filippo y María de Filippo, la cual tiene como domicilio Barinas en la Avenida 23 de Enero c/c Apure Edificio Ferreagro Don Antonio Sector Centro Barinas Edo Barinas. Su RIF es J-30283330-2, siendo esta una firma jurídica sin sucursales. En general, lo que se propone esta empresa es la venta y comercialización de productos agrícolas y ferreteros, formulando programas de formación integral como herramienta gerencial que ayuden a fomentar el desarrollo personal y profesional de los ocho (8) trabajadores de Ferreagro Don Antonio.

Bases teóricas

Estrategia.

El Diccionario Enciclopédico Larousse (1999), la define como el arte de dirigir un conjunto de disposiciones para alcanzar un objetivo. Para Westreicher (2020) la estrategia es un procedimiento dispuesto para la toma de decisiones y/o para accionar frente a un determinado escenario. Esto, buscando alcanzar uno o varios objetivos previamente definidos. Es una acción planificada para lograr una buena comunicación.

Comunicación.

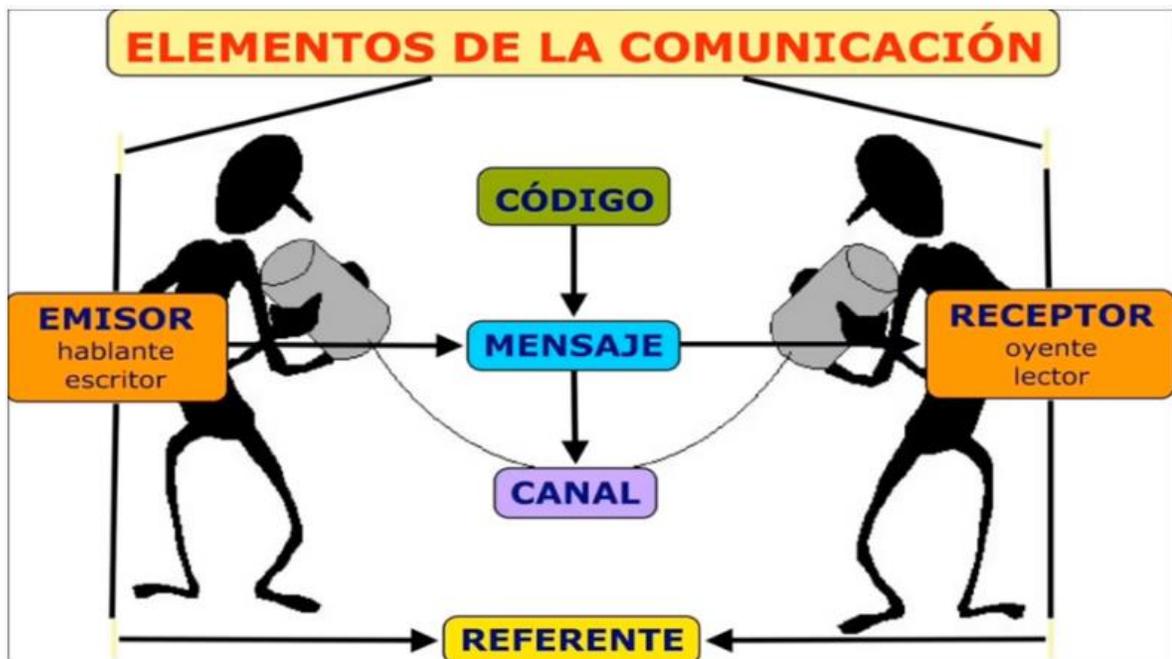
Para García Sanz (2019) la comunicación es el proceso mediante el cual intercambiamos información. Es el puente o conexión entre diferentes interesados, con el objetivo de informar, generar acciones, transmitir una idea o crear un entendimiento. En si es la interacción entre dos o más personas.

Elementos clave para toda comunicación: para toda comunicación, Padilla (2014) considera que los elementos más relevantes lo constituyen.

- a. *Emisor.* Es aquel ente que codifica el mensaje y lo transmite a través de un canal hasta su receptor, perceptor u observados.

- b. *Receptor*. Es el ente destinatario (persona o equipo) que recibe el mensaje, señal o código emitido por un emisor/transmisor. Su acción está centrada en descifrar e interpretar los códigos utilizados por el emisor.
- c. *Mensaje*. Es el contenido que el emisor quiere transmitir al receptor.
- d. *Código*. Es el conjunto de signos con el que se transmite el mensaje entre emisor y receptor.
- e. *Canal*. Es el medio físico a través del cual se transmite el mensaje del emisor hacia el receptor.
- f. *Referente*. Es la realidad concreta a la que se refiere un signo en un proceso de comunicación determinado.

Es de suma importancia conocer estos elementos al momento de elaborar estrategias de comunicación para mejorar el rendimiento laboral de una empresa.



Fuente: Tomado de <https://www.youtube.com/watch?v=merYJcsaMIo>

Bloques de Comunicación: García Sanz (2019) plantea que existen dos grandes bloques de comunicación: Verbal y no verbal.

1.- Comunicación Verbal: consiste en utilizar palabras, signos sonoros o auditivos para comunicarte con otras personas. La comunicación verbal puede ser oral y escrita.

Comunicación Verbal Oral: se realiza mediante reuniones, asambleas, conferencias, diálogos, entrevistas, foros, seminarios, simposios, redes sociales, videollamadas y videoconferencias entre otros.

Comunicación Verbal Escrita: se realiza mediante informes, cartas, circulares, panfletos, trípticos, carteleras, actas, contratos, reglamentos, manuales, mail, redes sociales y blogs entre otros.

2.- Comunicación No Verbal: es un tipo de lenguaje con el que transmitimos mediante el cuerpo mensajes a otras personas. Se trata de un lenguaje corporal: gestos, miradas, movimientos, posturas.

Tipos de comunicación por el número de participantes que intervienen. Según García Sanz (2019) existen:

1.- Individual: es la que se produce de forma más común entre un emisor y un receptor, el mensaje queda entre las dos personas que participan en el proceso de comunicación.

2.- Colectiva: es la que se realiza entre grupos de personas.

3.- Intragrupal: cuando se realiza dentro del mismo grupo de personas.

4.- De Medios Masivos: realizada a través de los medios de comunicación masiva.

5.- Comunicación Laboral: es el intercambio de mensajes entre las partes del engranaje laboral dentro de una empresa o institución.

6.- Comunicación Interpersonal: para el Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado (INTEF. s/f), es relacionarse positivamente con otras personas a través de una escucha empática, de una expresión clara de lo que queremos expresar por medios verbales y no-verbales. La comunicación interpersonal implica un intercambio de información y comprensión entre varias personas realizado por cualquier medio eficaz. Para que pueda considerarse verdadera comunicación debe darse un transvase de ideas comprensibles entre las personas, así como una interacción bidireccional entre los involucrados.

Formas de Comunicación en la Empresa: García Sanz (2019), expresa que toda empresa debe mantener dos formas de comunicación: interna y externa.

Comunicación interna: consiste en mantener la relación laboral a través de boletines, revistas, reuniones, intranet, RSC, WIKI, video conferencias.

Comunicación Externa: consiste en mantener la relación empresarial y laboral a través de página web, redes sociales, publicidad, entrevistas, Newsletters, notas de prensa y otros. Quedando claro que, para facilitar el desempeño laboral, toda empresa debe fomentar una comunicación activa tanto dentro de su estructura como hacia otros entes que la puedan apoyar.

Barreras en la Comunicación. El Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado de España (INTEF) (s/f), describe las siguientes barreras comunicacionales:

1.- Barreras personales o psicológicas: debidas a los valores, hábitos, cultura, de las personas que participan en el proceso de comunicación. Por ejemplo: Estereotipos: Se producen cuando emitimos juicios sobre una persona (a la que no conocemos aún) en base

a la idea que tenemos del grupo al que pertenece. Son generalizaciones que se utilizan para clasificar a las personas según el grupo al que pertenece. Efecto halo: el receptor resulta influido por la impresión favorable o desfavorable que tiene de una persona, de manera que llega a perder información relevante.

2.- Barreras físicas: son las interferencias que se producen en el ambiente de la comunicación y que se pueden evitar fácilmente: ruidos o murmullos, que no permiten escuchar al emisor, interferencias radiofónicas o telefónicas, el corte de línea telefónica cuando navegamos por Internet, e incluso una iluminación deficiente o inadecuada temperatura pueden impedir la adecuada comprensión del mensaje por el receptor.

3.- Barreras semánticas: surgen en la comunicación debido a una incorrecta interpretación de los signos del código, por ejemplo, hablar en un idioma que no dominamos o emplear una terminología muy técnica que desconocemos.

Estrategias de Comunicación

Las estrategias de comunicación son una herramienta de negocio que ayuda a la empresa a definir, elaborar y lanzar sus mensajes de manera efectiva, a través de cualquier canal y hacia todo tipo de destinatarios. Para que una estrategia de comunicación sea efectiva, debemos ser conscientes de que la comunicación, tanto interna como externa, es algo prioritario para la empresa. La estrategia de comunicación debe estar alineada con los objetivos y valores de la empresa, ser honesta y partir de un buen conocimiento del público al que se dirige la empresa. (Cyberclick. s/f)

Enfoques de las estrategias de comunicación. Miranda (s/f), plantea que para diseñar unas estrategias de comunicación debe ajustarse hacia el propósito central de la empresa y para ello refiere:

Estrategia como plan: Un curso de acción conscientemente deseado y determinado de forma anticipada, con la finalidad de asegurar el logro de los objetivos de la empresa. Normalmente se recoge de forma explícita en documentos formales conocidos como planes.

Estrategia como táctica: Una maniobra específica destinada a dejar de lado al oponente o competidor.

Estrategia como pautas: La estrategia es cualquier conjunto de acciones o comportamiento, sea deliberado o no. Definir la estrategia como un plan no es suficiente, se necesita un concepto en el que se acompañe el comportamiento resultante. Específicamente, la estrategia debe ser coherente con el comportamiento.

Estrategia como posición: La estrategia es cualquier posición viable o forma de situar a la empresa en el entorno, sea directamente competitiva o no.

Estrategia como perspectiva: La estrategia consiste, no en elegir una posición, sino en arraigar compromisos en las formas de actuar o responder.

Es importante tomar en cuenta el enfoque a manejar, ya que, dependiendo del propósito central de la empresa, sus objetivos deben conducirse hacia esa dirección.

Pasos para elaborar una estrategia de comunicación. Cyberclick (s/f) propone siete pasos:

1) Análisis de la situación inicial. Para saber a dónde queremos ir tenemos que empezar sabiendo de dónde partimos. Por tanto, el primer paso es analizar aspectos como la reputación e identidad de la marca, la experiencia de los clientes, las tendencias del mercado o el estado de la competencia.

2) Definición de objetivos. Los objetivos definen el tipo de estrategia de comunicación que vamos a escoger, así que es fundamental que los tengamos claros desde el principio. Si este tema te plantea dudas, prueba a responder a estas tres preguntas: ¿Qué quiero conseguir? ¿Para qué quiero conseguirlo? ¿Por qué es necesario hacerlo?

3) Definición del público objetivo. No todos usamos el mismo tipo de lenguaje ni los mismos canales de comunicación. Para poder acertar con las estrategias de comunicación, tenemos que saber a quién nos dirigimos y cuál es la manera más efectiva de llegar a ellos. En este paso, te recomiendo que partas de la elaboración de un buyer persona (personaje ficticio) que recoja las características, objetivos y retos de tus clientes ideales.

4) Definición de los mensajes. Aquí tenemos que responder a una pregunta fundamental en las estrategias de comunicación: ¿qué es lo que queremos contar? Y sobre todo, ¿cómo vamos a contarlo? Tu mensaje debería ser capaz de conectar con el público al que te diriges, generar su interés y llevarle a realizar una acción concreta.

5) Definición de los canales de comunicación. Un mismo mensaje puede adoptar formas muy distintas en función del canal de comunicación. La elección de los canales adecuados puede suponer el éxito o el fracaso de nuestras estrategias de comunicación. Para acertar, tienes que plantearte cuáles son los canales que ya está utilizando tu público objetivo y cómo puedes adaptar tu mensaje a ellos.

6) Planificación estratégica. Ha llegado la hora de pensar cómo vas a hacer realidad tu plan. Dentro de la fase de planificación estratégica entrarían elementos como: Las estrategias generales y las tácticas concretas para alcanzar cada objetivo, el presupuesto de cada campaña, los recursos asignados y los responsables de las diferentes tareas, los plazos de ejecución y publicación.

7) Medición y evaluación de los resultados. Por último, pero no menos importante, ninguna estrategia de comunicación estaría completa sin un sistema para medir los resultados. Por tanto, tu plan debe incluir una serie de controles periódicos durante los que revisaremos si se están alcanzando los objetivos y corregiremos el rumbo en caso de que sea necesario.

Como puede verse, cada uno de estos pasos son de vital relevancia en el proceso de elaboración de estrategias de comunicación para mejorar el rendimiento laboral de una empresa y deben ser tomados en cuenta siempre.

Estrategias de comunicación globales para todo tipo de negocios. Romero (2017). propone cinco estrategias:

1. Estrategia de Lanzamiento. Las primeras impresiones son muy importantes, y por eso todo lanzamiento debe ir acompañado de una estrategia de comunicación que nos permita sacarle el máximo partido. Hay dos momentos clave de una empresa en los que este tipo de estrategia es adecuado: cuando la propia marca sale al mercado por primera vez y cuando se lanzan nuevos productos o servicios. En cualquiera de los casos, es fundamental planificar las acciones y canales por adelantado para conseguir el máximo impacto en el momento clave. Para una estrategia de lanzamiento, puedes apoyarte en elementos propios como tu blog, tus perfiles en redes sociales o en la newsletter.

2. Estrategia de Visibilidad. La “visibilidad de marca” es el principal objetivo dentro de sus estrategias de negocio, marketing y comunicación. Ser visible y tener presencia de marca va más allá de tener una web y se consigue a través del uso de redes sociales, acciones o colaboraciones con perfiles e influencers o con apariciones en medios

de comunicación. Estos tres canales funcionarán como amplificadores para tu marca, poniendo el foco sobre ella y aumentando la visibilidad.

3. Estrategia de Confianza. Para vender necesitas generar confianza. La confianza es un factor estrechamente ligado al éxito empresarial. Si tu audiencia no confía en ti, no te va a comprar. Hay varias acciones que puedes llevar a cabo para conseguir esa confianza como por ejemplo compartir testimonios de clientes o poner una tira de logotipos en tu web de los medios de comunicación donde has aparecido.

4. Estrategia de Posicionamiento. Estar bien posicionado te llevará a conseguir más clientes, que los clientes no pongan objeciones a tus precios y que te contraten o te compren a ti antes que a tu competencia. Cuando nace un negocio su fundador establece unos atributos y valores a los que asociarse, así como una serie de ideas por las cuales les gustaría que su marca fuera recordada, pero para insistir y conseguir que ese posicionamiento sea real y cale de manera efectiva entre la audiencia hay que desarrollar una estrategia concreta y realizar una serie de acciones orientadas a reforzar y elevar tu posicionamiento inicial. Esta fase es la ideal cuando ya tienes un negocio que genera ventas, has validado tu producto o servicio, pero quieres crecer. En esta estrategia entran de lleno los medios de comunicación porque podrían posicionarte como una marca deseada, que es tendencia o un negocio Premium, por ejemplo. Sin duda, los medios de comunicación son los que te van a ayudar a que tu negocio crezca de verdad.

5. Estrategia de Expansión. Cuando tu empresa funciona quieres más. Si ya vendes, estás bien posicionado y todo va sobre ruedas. La estrategia de expansión puede pasar por llegar a nuevos mercados, nuevos clientes o crear nuevos productos o servicios

ampliando el catálogo inicial. En esta estrategia vas a utilizar todos los elementos que tengas a tu alcance como redes sociales, newsletter, medios de comunicación, influencers.

La definición de una estrategia de comunicación como herramienta de planificación depende del grado de evolución y de las necesidades de la empresa. Esta herramienta es significativa a la hora de empezar con un proyecto empresarial, por ello para que funcione plenamente es indispensable plantear objetivos a corto, mediano y largo plazo; y en la medida del tiempo hacer los ajustes necesarios para mantener un buen rendimiento laboral.

Rendimiento Laboral

El rendimiento laboral, para Operatrece (2020) es la relación existente entre lo producido y los medios empleados, tales como mano de obra, materiales, etc. Del mismo modo Pérez y Merino (2014), lo definen como el resultado alcanzado en un entorno de trabajo con relación a los recursos disponibles, el desempeño del trabajador, dependiendo de las metas fijadas para el trabajador en cuestión.

Factores que afectan al rendimiento laboral. Son todos aquellos elementos que influyen en la productividad final, Operatrece (2020) establece en su portal web la existencia de factores internos y externos que influyen en el rendimiento laboral.

Factores internos. El rendimiento de un empleado está íntimamente relacionado con otras variables, muchas de las cuales dependen directamente de la empresa. Para que esta persona logre un buen rendimiento es necesario que: desempeñe unas funciones para las que esté preparada, realice tareas a su alcance, conozca en todo momento cuál es su cometido dentro de la organización, no tenga duda acerca de sus objetivos.

Factores externos. Son los que provienen de la organización y son los siguientes:

El liderazgo de la dirección: constituye un punto fundamental ya que aporta motivación al empleado, le da confianza y le permite ser más productivo. El buen liderazgo necesita apoyarse en una organización adecuada y usar las formas idóneas de trabajar y comunicarse. Desde la dirección debe procurarse un ambiente de trabajo limpio y sin interrupciones (los llamados ladrones del tiempo).

La estructura organizativa: influye en gran medida en los trabajadores y por eso la empresa debe dejar claras las funciones de cada persona. Hay que delimitar tareas y responsabilidades, evitando las sobrecargas que mermen la productividad y la confianza, causas de insatisfacción en la plantilla.

La cultura de empresa: imprime en sus trabajadores valores y formas de entender el trabajo. Favorecer ambientes de trabajo agradables, organizar actividades lúdicas y de ocio, etc.

El rendimiento laboral de una empresa siempre será afectado por factores internos y externos que de alguna manera dependen directamente del liderazgo gerencial que la sostenga. Gerentes progresistas y motivadores forman una cultura organizacional favorable que busca un buen rendimiento bajo la premisa de incentivos productivos para el personal.

Otros factores que afectan al rendimiento laboral. Barcelo (s/f), plantea que existen siete factores a tomar en cuenta para evaluar el rendimiento laboral, independientemente del modelo de rendimiento que consideremos, es innegable que hay factores que afectan a nuestro rendimiento laboral; y los factores de los que vamos a hablar aquí están relacionados con la organización en la que trabajemos, su cultura y sus condiciones.

1. La motivación. En primer lugar, la motivación sin duda es uno de los factores claves que inciden en el desempeño laboral. Y sabiendo que la motivación no es algo que dependa exclusivamente de la organización, ya que sabemos que hay también una motivación intrínseca que depende de cada uno de nosotros, lo cierto es que cuando no sientes que tu trabajo tiene valor y razón de ser, probablemente te cueste mucho más ejecutarlo.

2. Clima laboral. En segundo lugar, el clima organizacional es otro factor determinante en nuestro rendimiento. A todos nos gusta trabajar teniendo un buen clima laboral que nos de tranquilidad y donde podamos expresarnos libremente y sentirnos bien. Cuando no se respira un buen clima organizacional, el rendimiento baja considerablemente.

3. La comunicación. Otro factor determinante para un buen rendimiento es la comunicación en el seno de la empresa. Si no existe una buena comunicación o si esta solo existe en una dirección, es muy probable que el rendimiento de los trabajadores disminuya. Está demostrado que aquellas organizaciones en las que la comunicación es abierta y fluye en todas las direcciones, los trabajadores son más felices y rinden más.

4. Los horarios. Los horarios también son un factor determinante. Afortunadamente desde hace algunos años aquella idea de que trabajar más horas suponía rendir más ha ido cambiando. Esto ha llevado a muchas organizaciones a plantearse este tema de los horarios e introducir cambios como una mayor flexibilidad o las reducciones de jornada. Muchas empresas van introduciendo también el trabajar desde casa, desterrando aquella máxima de que la presencialidad en la oficina era fundamental. Lo cierto y verdad es que trabajar demasiadas horas puede resultar contraproducente.

5. *Factores Ambientales.* Factores ambientales o higiénicos. Desde que la prevención de riesgos laborales alcanzó la importancia que siempre debió tener, los factores ambientales e higiénicos son considerados también fundamentales para un buen rendimiento. El clima (frío o calor excesivo afecta negativamente), el ruido, la iluminación, la calidad del aire, la ergonomía y todo aquello que afecte a la salud física o mental del trabajador se considera clave para su rendimiento.

6. *Desarrollo profesional.* Desarrollo profesional y promoción de los empleados; las plantillas rígidas son otro factor que sin duda afecta al rendimiento del trabajador. Para incentivar y motivar a los empleados se debe promoverlos. Tienen que tener la posibilidad de desarrollarse profesionalmente a través de planes de carrera que aumenten su motivación y su rendimiento.

7. *Herramientas necesarias.* No disponer de las herramientas necesarias para realizar las tareas es otro motivo que provoca la falta de rendimiento. Para poder ejecutar las tareas de nuestro trabajo debemos disponer de todas las herramientas necesarias. La falta de medios lleva consigo la falta de rendimiento.

Sin duda alguna, factores como la motivación, el clima laboral, los horarios de trabajo, el ambiente de trabajo y la comunicación, influyen en el rendimiento laboral de cualquier empresa. Es necesario que en toda planificación de estrategias sean tomados en consideración, con el propósito de garantizar un rendimiento laboral óptimo y una larga vida útil del conjunto empresarial.

Aspectos fundamentales a la hora de medir el rendimiento laboral. Para Bizneo (s/f), es importante conocer bien los objetivos de la empresa, sus logros, los puestos de trabajo activos, las necesidades de los puestos de trabajo, las herramientas ofrecidas por la

empresa, la trayectoria del empleado y cómo lleva a cabo las tareas de su puesto. Es necesario mantener una revisión permanente de todos estos aspectos y realizar los correctivos pertinentes que permitan un alto rendimiento laboral.

Evaluación del Rendimiento Laboral. La evaluación del rendimiento laboral según Bizneo (s/f), es un proceso que se centra en medir, valorar, buscar y aplicar estrategias que mejoren la eficiencia de los empleados. Mediante este proceso se mide de forma periódica, tanto cuantitativamente como cualitativamente, la efectividad y eficiencia de cada empleado en su puesto de trabajo. Es decir, que la evaluación del rendimiento laboral es importante porque permite conocer cuáles son sus puntos fuertes y débiles para elaborar estrategias que mejoren sus resultados.

Métodos para medir el Rendimiento Laboral. Bizneo (s/f), plantea que existen métodos muy variados entre los que destacamos los siguientes:

Método de la puntuación: se establecen los ítems que se quieren valorar del rendimiento del empleado porque son importantes para la productividad empresarial. En función de cómo realiza su actividad se les otorga una puntuación del 1 al 10 a cada uno de esos puntos.

Método de la descripción: el responsable de RR. HH elabora, previamente, una lista con frases que describen actuaciones laborales en positivo y en negativo. Marcará, en cada empleado, las que más se ajustan a su manera de realizar las tareas. A más descripciones positivas, mejor rendimiento laboral y viceversa.

Método de la reunión: el trabajador y su jefe se entrevistarán para tratar in situ los problemas que están surgiendo en los procesos, conocer cómo afronta sus funciones el empleado, etcétera. Lo positivo de este método es que se obtendrán resultados más

inmediatos porque el responsable de la empresa podrá detectar, en ese momento, cuáles son las causas del buen o el mal rendimiento del trabajador.

Método de autoevaluación: el propio empleado examina su rendimiento laboral, analiza las áreas en las que encuentra más problemas para lograr sus objetivos y elabora propuestas de mejora.

El método del compañero: es similar al método anterior, solo que, la evaluación del rendimiento laboral no la realiza uno mismo sino los compañeros de trabajo.

Método de medición del responsable: los empleados califican cómo realiza su trabajo el director de cada área, a través de unas encuestas tipo que rellenan de forma anónima.

El método del cliente: el usuario contesta a unas preguntas en las que valora el trabajo de los empleados con los que ha tratado directamente.

En sí, para medir o evaluar el rendimiento laboral se pueden utilizar diversos métodos, los cuales deben ajustarse al momento histórico de la empresa y a su fase productiva, cada método en su fase adecuada.

Ventajas de Evaluar el Rendimiento Laboral. Para GD Human Capital. (2021), medir el rendimiento laboral permite:

Detectar puntos fuertes y cosas que mejorar tanto en la ejecución de las tareas como en la adecuación al puesto.

Analizar si hay factores externos y ajenos a la empresa que impiden al trabajador sacar su máximo rendimiento. Este punto tiene especial importancia para los RRHH en relación con los riesgos psicosociales, en una época como la que hemos vivido con una pandemia mundial sin precedentes.

Elaborar planes de formación adaptados a las necesidades del trabajador y a las características del puesto que desempeña. La formación es una de las vías principales de atracción y retención del talento en una compañía.

Implementar estímulos y/o incentivos: que fomenten la motivación de los equipos. Si existe una cultura en la que se recompensa al que alcanza los objetivos propuestos, eso redundará en una mayor implicación y esfuerzo por alcanzar las metas establecidas.

Establecer planes de carrera: muy relacionado con todos los puntos anteriores ya que la evaluación crea una imagen en el colaborador de tener un camino en la organización; sus actos son analizados para poder seguir creciendo internamente y poder desarrollar sus facultades hasta alcanzar la plena realización profesional.

Resulta claro que la evaluación del rendimiento laboral permite determinar debilidades y fortalezas tanto internas como externas a la empresa, para desarrollar estrategias puntuales como crear planes de formación permanente, promover incentivos y ascensos laborales, con el propósito de fomentar el éxito productivo permanente.

Bases legales

Venezuela, al igual que otros países, posee un marco legal consistente en materia laboral, que permite visualizar los beneficios extensivos hacia el trabajador en búsqueda de un rendimiento productivo satisfactorio para todos los involucrados.

A continuación, se describen algunos artículos de los documentos que sirven de soporte legal al presente estudio sobre la comunicación en el rendimiento laboral.

Primeramente, la **Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (2000)** en sus artículos 87 y 89, expresa lo siguiente:

Artículo 87. Toda persona tiene derecho al trabajo y el deber de trabajar. El Estado garantizará la adopción de las medidas necesarias a los fines de que toda persona pueda obtener ocupación productiva, que le proporcione una existencia digna y decorosa y le garantice el pleno ejercicio de este derecho. Es fin del Estado fomentar el empleo. La ley adoptará medidas tendentes a garantizar el ejercicio de los derechos laborales de los trabajadores y trabajadoras no dependientes. La libertad de trabajo no será sometida a otras restricciones que las que la ley establezca. Todo patrono o patrona garantizará a sus trabajadores o trabajadoras condiciones de seguridad, higiene y ambiente de trabajo adecuados. El Estado adoptará medidas y creará instituciones que permitan el control y la promoción de estas condiciones.

Artículo 89. El trabajo es un hecho social y gozará de la protección del Estado. La ley dispondrá lo necesario para mejorar las condiciones materiales, morales e intelectuales de los trabajadores y trabajadoras.

Lo anterior se relaciona con la investigación, puesto que mediante la Constitución se consagra el derecho al trabajo y la obligación del ciudadano a trabajar, en un plano de igualdad entre hombres y mujeres. Asegura que el Estado aplicará estrategias para que toda persona pueda tener un trabajo productivo adaptado a sus condiciones. Reconoce el derecho a la capacitación y al mejoramiento del ambiente de trabajo para lograr un rendimiento laboral óptimo. Dispone que el Estado mejore las condiciones de los trabajadores, sobre la base de los principios de intangibilidad de los derechos y beneficios laborales, primacía de la realidad, interpretación más favorable al trabajador.

Así mismo la **Ley Orgánica del Trabajo, los Trabajadores y las Trabajadoras**, en sus artículos 30, 110 y 156 entre otros regula el orden laboral:

Artículo 30 Toda persona es libre para dedicarse al ejercicio de cualquier actividad laboral sin más limitaciones que las previstas en la Constitución y las que establezcan las leyes. Ninguna persona podrá impedirle el ejercicio del derecho al trabajo a otra, ni obligarla a trabajar contra su voluntad.

Artículo 110 Los aumentos de productividad en una entidad de trabajo y la mejora de la producción, causarán una más alta remuneración para los trabajadores y las trabajadoras. A estos fines, el patrono o patrona y el sindicato o, cuando no exista éste, sus trabajadores y trabajadoras acordarán, con relación a los procesos de producción en un departamento, sección o puesto de trabajo, planes y programas orientados a mejorar tanto la calidad del producto como la productividad y en ellos considerarán los incentivos para los y las participantes, según su contribución.

Artículo 156 Condiciones de trabajo El trabajo se llevará a cabo en condiciones dignas y seguras, que permitan a los trabajadores y trabajadoras el desarrollo de sus potencialidades, capacidad creativa y pleno respeto a sus derechos humanos, garantizando: a) El desarrollo físico, intelectual y moral. b) La formación e intercambio de saberes en el proceso social de trabajo. c) El tiempo para el descanso y la recreación. d) El ambiente saludable de trabajo. e) La protección a la vida, la salud y la seguridad laboral. f) La prevención y las condiciones necesarias para evitar toda forma de hostigamiento o acoso sexual y laboral.

Esta Ley, es parte del soporte legal de la investigación ya que contiene normas fundamentales relativas a las características de la legislación del trabajo; el deber de

trabajar, el derecho al trabajo y la libertad de trabajo, la aplicación de las normas laborales y la prescripción de las acciones. El derecho a trabajar, la estabilidad laboral y las indemnizaciones son parte de sus tratados. Igualmente, la LOTTT incorpora la noción de que la riqueza es un producto social generado principalmente por los trabajadores - trabajadoras y por tanto se establece que su justa distribución debe garantizar una vida digna para la familia.

Asegura que los planes y programas para un puesto de trabajo deben estar orientados a mejorar la calidad del producto, la productividad con incentivos para el trabajador de acuerdo a su contribución, asegurando su participación en la producción de bienes y servicios. Esta ley dispone que el trabajo debe prestarse en condiciones adecuadas y seguras; además regula la jornada, los días de trabajo y los de descanso, así como también lo relativo al medio ambiente de trabajo, la higiene y la seguridad, que son factores que influyen en el rendimiento laboral.

De igual manera, la **Ley Orgánica de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo (LOPCYMAT)** está vinculada con la investigación porque entre sus articulados, el **Artículo 1** establece como objetivo garantizar a los trabajadores y trabajadoras, condiciones de seguridad, salud y bienestar en un ambiente de trabajo adecuado y propicio para el ejercicio pleno de sus facultades físicas y mentales. Así mismo, dictamina la promoción del trabajo seguro y saludable, la prevención de accidentes de trabajo y de enfermedades ocupacionales. También, la reparación integral del daño sufrido y la promoción e incentivo al desarrollo de programas para la recreación, utilización del tiempo libre, descanso y turismo social. De igual manera regula los derechos y deberes de los trabajadores y trabajadoras, y de los empleadores y empleadoras, en relación con la

seguridad, salud y ambiente de trabajo; así como lo relativo a la recreación, utilización del tiempo libre, descanso y turismo social.

Igualmente, la LOPCYMAT en el **Artículo 40**, establece entre sus funciones identificar, evaluar, prevenir y proponer los correctivos que permitan controlar las condiciones del medio ambiente de trabajo que puedan afectar la salud física o mental de los trabajadores. Vigilar la salud de los trabajadores y trabajadoras en relación con su desempeño. Promover programas de recreación y lograr el mantenimiento al nivel más elevado posible el bienestar físico, mental y social de los trabajadores y trabajadoras.

Otro apoyo para la investigación, es el **Reglamento De La Ley Orgánica Del Trabajo. (2006)** que en su **Artículo 17** presenta como deberes fundamentales del patrono o patrona: adoptar las medidas adecuadas para evitar que el trabajador o trabajadora sufra daños en su persona o en sus bienes, con ocasión de la prestación de sus servicios. Así mismo, estipula garantizar al trabajador o trabajadora ocupación efectiva y adecuada a su calificación profesional y a sus condiciones físicas y mentales respetando su dignidad. Además, este reglamento en su Artículo 19 establece el derecho a no acatar las instrucciones cuando fueren manifiestamente improcedentes, sin perjuicio del deber de obediencia donde el trabajador o trabajadora podrá abstenerse de ejecutar las labores ordenadas, que sean incompatibles con su dignidad, o pusieren en peligro inmediato su vida, salud o la preservación de la empresa.

Sistema de variables

De acuerdo con Hernández Sampieri Roberto, Fernández C. Carlos y Baptista L. Pilar. (2001: 75), una variable es “una propiedad que puede variar y cuya variación es susceptible de medirse... y adquieren valor para la investigación científica cuando pueden

ser relacionadas con otras”. En el presente estudio, sobre estrategias de comunicación para el mejoramiento del rendimiento laboral, las variables son las siguientes:

Variable independiente. Para Arias (2012: 59), la variable independiente comprende “las causas que generan y explican los cambios en la variable dependiente.”. En la presente investigación, lo constituyen *las estrategias de comunicación*, ya que mediante su aplicación se puede variar el resultado terminal alcanzado por el trabajador como rendimiento laboral.

Variable dependiente. Arias (2012: 59), define esta variable como “aquellas que se modifican por acción de la variable independiente.”. Para este caso, es *el rendimiento laboral*, debido a que su optimización depende de las estrategias de comunicación implementadas por la empresa.

Cuadro 1**Operacionalización de las Variables**

Objetivo General: Analizar las estrategias de comunicación para el mejoramiento del rendimiento laboral en la empresa

| Objetivos Específicos | Variable | Definición Operacional | Dimensiones | Indicadores | Ítems |
|---|-----------------------------|--|---------------------------|--------------------------|---------|
| 1. Diagnosticar la comunicación laboral en la empresa. | Comunicación laboral | Es el intercambio de información entre todos los involucrados en la relación laboral dentro de la empresa. | Canales de comunicación | Diálogo | 1,6 |
| | | | | Reuniones | 2,3,10 |
| 2. Identificar las estrategias de comunicación adecuadas para los empleados de la empresa. | Estrategias de comunicación | Son las diversas formas de comunicación que se ajustan al buen desempeño laboral dentro de la empresa. | Situación inicial | Escrita | 2 |
| | | | | Redes sociales | 2, 4, 5 |
| 3. Elaborar las estrategias de comunicación para el mejoramiento del rendimiento laboral en la empresa. | Estrategias de comunicación | Son las diversas formas de comunicación que se proponen en el proyecto ajustadas al buen desempeño laboral dentro de la empresa. | Planificación estratégica | Oral directa | 2 |
| | | | | Motivación | 7,11 |
| | | | Canales de comunicación | Atención de necesidades | 7,9 |
| | | | | Incentivos personales | 7 |
| | | | Situación inicial | Entrenamiento permanente | 8 |
| | | | | Comunicación online | 4 |
| | | | Planificación estratégica | Atención de necesidades | 7 |
| | | | | Incentivos personales | 7 |
| | | | Canales de comunicación | Entrenamiento permanente | 8 |
| | | | | Comunicación online | 4 |

Ferreagro Don Antonio.

Capítulo III

Marco Metodológico

El marco metodológico, lo define Arias (2012), como: "La descripción de las unidades de análisis o de investigación, las técnicas y los procedimientos que serán utilizados para llevar a cabo dicha indagación, la descripción del tamaño de la población y la muestra". (p. 110). De lo anterior se deriva, que la metodología del trabajo de aplicación se basa en el enfoque, diseño de investigación, la población, muestra, las técnicas y los instrumentos que se utilizan para recabar y analizar la información. Es el cómo se realiza el estudio para responder al problema planteado. A continuación, se describen cada uno de los aspectos que la conforman:

Enfoque o Paradigma de Investigación.

Tomando en consideración que este es un trabajo de aplicación analítico que sigue un patrón predecible y estructurado, la investigación se concibe bajo el *enfoque cuantitativo*, donde el investigador tiende a "utilizar instrumentos de medición que proporcionan datos numéricos susceptibles de análisis estadísticos, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías". (UNELLEZ. 2012).

Tipo de Investigación

Según el objetivo, las variables estudiadas, aunado al nivel de profundidad esta investigación es de tipo analítico, cuyo propósito fundamental es analizar las estrategias de comunicación para el mejoramiento del rendimiento laboral en la empresa Ferreagro Don Antonio. La investigación analítica consiste en el análisis de las definiciones relacionadas

con un tema, para estudiar sus elementos en forma exhaustiva y poder comprenderlo con mayor profundidad. Para Hurtado de Barrera (2000) una investigación analítica tiene como resultado “la emisión de un juicio, una interpretación o una crítica con respecto al evento de estudio. Ese juicio se hace con base en un criterio de análisis”. (p.247). El objetivo de este tipo de investigación, es analizar un evento identificando sus posibles causas para lograr comprenderlo en términos de sus aspectos menos evidentes.

Diseño de la Investigación

La investigación estuvo enmarcada en un estudio de campo, que según Arias (2012), la define como:

Aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes (p.31).

Población y Muestra

Población

Arias (2012), define la población como “conjunto finito o infinito de elementos con características comunes, para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Esta queda delimitada por el problema y los objetivos del estudio.” (p.81)

Relativo a la investigación objeto de estudio, la población estuvo conformada por ocho personas que laboran en la empresa.

Muestra

Para Arias (2012), la muestra es “un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible.”, así mismo dice que una muestra representativa “es

aquella que por su tamaño y características similares a las del conjunto, permite hacer inferencias o generalizar los resultados al resto de la población...” (P.83) en base a sus datos aportados a través de los instrumentos aplicados. Para el presente trabajo, la muestra estuvo conformada por ocho personas que laboran en la empresa. En otras palabras, la población es igual a la muestra.

Por consiguiente, al ser una población finita y al tener un número tan pequeño de integrantes, no se aplicaron criterios muestrales a la misma, en este sentido, la población se considera en su totalidad para obtener la información. Según Arias (2012) "Si la población por el número de unidades que la integran, resulta accesible en su totalidad, no será necesario extraer una muestra. En consecuencia, se podrá investigar u obtener datos de toda la población objetivo" (p.83)

Técnicas e Instrumentos de Recolección de Información

Técnica de Recolección de Información:

Desde el punto de vista científico, un trabajo de investigación tiene validez cuando contiene información verificable que responda a las interrogantes planteadas. Por lo tanto, se debe recopilar los datos necesarios de manera organizada, tomando en cuenta los objetivos trazados. Al respecto, la recolección de datos consiste en el uso de una gran variedad de técnicas y herramientas que pueden emplearse para obtener información.

De acuerdo con Arias (2012, p.67), la técnica es “el procedimiento o forma particular de obtener datos o información”. Para el presente estudio, se empleó como técnica la encuesta, ya que se entrevistó a los empleados de forma individual y sus respuestas fueron registradas en un cuestionario elaborado para tal fin.

Instrumento de Recolección de Datos:

En el presente estudio, el instrumento que se uso es el cuestionario definido por Arias (2012) como: "la modalidad de encuesta que se realiza de forma escrita mediante un instrumento o formato de papel contentivo de una serie de preguntas" (p.74) Para la actual investigación el instrumento que se utilizó es el formato de cuestionario, contentivo de preguntas, definidas por Arias (2012) como "aquellas que establecen previamente las opciones de respuestas que puede elegir el encuestado" (p.74) el cual posteriormente será procesado para extraer de allí los resultados de la investigación.

Validez y confiabilidad:

Una de las características que todo instrumento debe tener es su validez. De acuerdo con Hernández Sampieri Roberto, Fernández C. Carlos y Baptista L. Pilar (2001), la validez "se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir, reflejando un dominio específico de contenido de lo que se mide." (p. 236). Para esto se procedió a recurrir a las observaciones del tutor del TA, y a Juicio de expertos, conformado por profesionales universitarios.

Con relación a la confiabilidad, Sabino (2002) expresa que "cabe confiar en una escala cuando produzca constantemente los mismos resultados al aplicarla a una misma muestra" (p.91). Para el presente estudio, se aplicó una prueba piloto a una muestra conformada por ocho personas que laboran en la empresa Ferreagro Don Antonio.

A los resultados obtenidos, se les aplicó la prueba estadística Alpha de Cronbach, que "requiere de una sola administración del instrumento de medición y produce valores que oscilan entre 0 y 1. Su ventaja reside en que simplemente se aplica la medición y se calcula el coeficiente aplicando la fórmula." (Hernández Sampieri y Otros, 2001: 242). En

sí, es un procedimiento que se centra en el logro de homogeneidad con que funcionan los ítems del instrumento.

Para determinar el grado de confiabilidad del instrumento aplicado, se utilizó el Paquete Estadístico para Ciencias Sociales SPSS versión 15, lo que permitió calcular el coeficiente de Cronbach. Su fórmula es la siguiente:

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \cdot \left[1 - \frac{\sum S_1^2}{S^2 \text{ total}} \right]$$

Donde:

α = Coeficiente de Confiabilidad

n = Número de ítems

$\sum S_1^2$ = Sumatoria de las Varianzas de cada ítem

S2 total = Varianza total del instrumento

Los valores, de acuerdo al instrumento aplicado a los empleados de la empresa, son:

n = Número de ítems = 11

$\sum S_1^2$ = Sumatoria de las Varianzas de cada ítem = 9,020

S2 total = Varianza total del instrumento = 38,945

Aplicando la Fórmula:

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \cdot \left[1 - \frac{\sum S_1^2}{S^2 \text{ total}} \right]$$

$$\alpha = \frac{11}{11-1} \cdot \left[1 - \frac{9,020}{38,945} \right] = 1,1 \times (1 - 0,23) = 0,847 \sim 0,85$$

Estadísticos de fiabilidad

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| 0,85 | 11 |

Coefficiente de Confiabilidad = 0,85

Tomando en consideración la escala de Ruiz (2002), el resultado obtenido se ubicó en el siguiente rango:

Escala del Coeficiente de Alfa de Cronbach

| Rango | Magnitud |
|--------------------|-----------------|
| 0,81 – 1,00 | Muy Alta |
| 0,61 – 0,80 | Alta |
| 0,41 – 0,60 | Moderada |
| 0,21 – 0,40 | Baja |
| 0,01 – 0,20 | Muy Baja |

Fuente: Ruiz (2002)

Por lo tanto, se puede afirmar que el instrumento de medición utilizado en el presente estudio tiene un coeficiente de confiabilidad muy alto (0,85). En otras palabras, es muy confiable.

Técnicas de procesamiento y análisis de la información

En primer lugar, se revisó toda la información registrada en los cuestionarios aplicados. Posteriormente, los datos fueron codificados para trasladarlos a un cuadro de frecuencias simple, seguidamente, se registraron las alternativas seleccionadas que se repetían en cada ítem para facilitar su tabulación. Después, los datos se totalizaron en un cuadro de frecuencias computarizado para realizar los cálculos respectivos en los valores

porcentuales. Luego de lo anterior, se trasladaron a los cuadros individuales por ítem. Además, la información procesada se colocó en gráficos de pastel para lograr una mejor visualización de los resultados obtenidos. Por último, se hizo un análisis en función de las discrepancias entre el ser (resultados obtenidos) y el deber ser (situación ideal teórica), a fin de formular conclusiones y recomendaciones.

Capítulo IV

Análisis de la Información

El propósito de este capítulo es presentar el análisis de la información recabada en la investigación. En tal sentido, es importante destacar que el análisis constituye un proceso que como lo expresa Hurtado (2000), abarca “la clasificación, la codificación, el procesamiento y la interpretación de la información obtenida durante la recolección de los datos” (p.75).

Los datos recopilados en las encuestas aplicadas fueron codificados y transferidos manualmente a un cuadro de frecuencias simple, donde se registraron las repeticiones de la alternativa seleccionada en cada ítem, para facilitar su tabulación.

El registro manual de repeticiones de las alternativas de respuesta fue vaciado, cuantificado y totalizado en un cuadro de frecuencias computarizado para hacer los respectivos cálculos en los valores porcentuales.

Presentación y análisis de los resultados

A continuación, se presenta el cuadro número 1, sobre frecuencias de las respuestas y porcentajes, donde se detallan cada uno de los ítems planteados en el cuestionario, los totales de las respuestas dadas por los encuestados a cada pregunta y los porcentajes a que corresponde de acuerdo al número de personas encuestadas, como es el caso relativo a 8 encuestas que es el 100%.

Los datos recopilados en los cuestionarios, luego de ser procesados, cuantificados y tabulados en los cuadros de frecuencias, se hace necesario llevarlos a cuadros individuales

por ítem. De igual manera, se hace pertinente mostrarlos en gráficos de pastel para facilitar su análisis y poder visualizar con facilidad los resultados de la investigación realizada.

Por lo tanto, luego de la tabla de frecuencias de respuestas y porcentajes, se desglosan de manera individual cada ítem con su cuadro y su gráfico. Posterior al graficado de los datos, se hace el análisis de los resultados respectivos.

Cuadro 2

Frecuencias de las Respuestas y Porcentajes

| Item No | PROPOSICIÓN | Alternativas de Respuesta | | | |
|---------|---|---------------------------|-----|----|-----|
| | | SÍ | % | NO | % |
| 1 | ¿Considera ud. que su jefe inmediato mantiene un diálogo eficiente con sus subalternos dentro de la empresa ? | 0 | 0 | 8 | 100 |
| 2 | La empresa, periódicamente, comunica información de interés laboral a sus empleados a través de: | | | | |
| | Reuniones | 0 | 0 | | |
| | Escritos | 0 | 0 | | |
| | Redes sociales | 0 | 0 | | |
| | Oral directa | 8 | 100 | | |
| | Otro | 0 | 0 | | |
| 3 | La empresa realiza reuniones para comunicar informaciones de interés laboral | | | | |
| | Semanal | 0 | 0 | | |
| | Quincenal | 0 | 0 | | |
| | Mensual | 0 | 0 | | |
| | Nunca | 8 | 100 | | |
| | Otra | 0 | 0 | | |
| 4 | La empresa utiliza las redes sociales para comunicar información ONLINE de interés laboral a través de | | | | |
| | Facebook | 0 | 0 | | |
| | Whatsapp | 0 | 0 | | |
| | Instagram | 0 | 0 | | |
| | Otro | 0 | 0 | | |
| | Ninguna | 8 | 100 | | |
| 5 | Ud. emplea las redes sociales para comunicar información de interés laboral a través de | | | | |
| | Facebook | 0 | 0 | | |
| | Whatsapp | 0 | 0 | | |
| | Instagram | 0 | 0 | | |
| | Otro | 0 | 0 | | |
| | Ninguna | 8 | 100 | | |
| 6 | ¿Considera Ud. que existe suficiente comunicación interpersonal para transmitir información laboral dentro de la empresa? | 0 | 0 | 8 | 100 |
| 7 | La empresa motiva eficientemente a sus empleados mediante | 0 | 0 | | |
| | Atención de necesidades | 0 | 0 | | |
| | Incentivos personales | 0 | 0 | | |
| | Ninguno | 8 | 100 | | |
| 8 | ¿La empresa realiza entrenamiento permanente y oportuno para el desempeño de cada empleado? | 0 | 0 | 8 | 100 |
| 9 | ¿La empresa le suministra oportunamente los recursos necesarios para ejercer sus funciones? | 8 | 100 | 0 | 0 |
| 10 | Considera Ud. que la comunicación laboral dentro de la empresa es | 0 | 0 | | |
| | Buena | 0 | 0 | | |
| | Regular | 0 | 0 | | |
| | Mejorable | 8 | 100 | | |
| 11 | ¿Está Ud. dispuesto a participar en un plan de mejoramiento en la comunicación laboral dentro de la empresa? | 8 | 100 | 0 | 0 |

Cuadro 3

¿Considera ud. que su jefe inmediato mantiene un diálogo eficiente con sus subalternos dentro de la empresa?

| Ítem No | Proposición | f | % |
|---------|---|---|--------|
| 1 | ¿Considera ud. que su jefe inmediato mantiene un diálogo eficiente con sus subalternos dentro de la empresa ? | | |
| | SI | 0 | 0,00 |
| | NO | 8 | 100,00 |

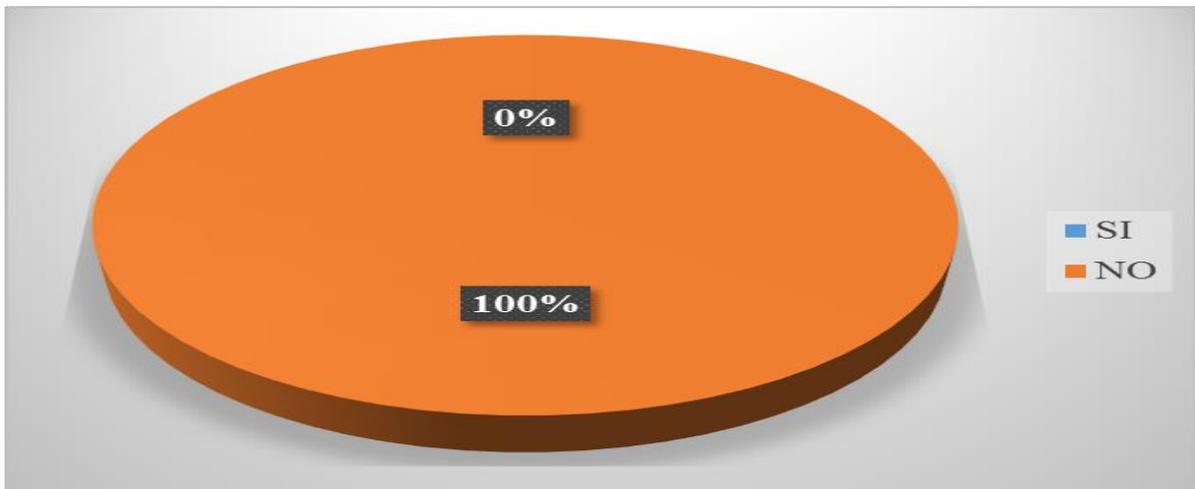


Gráfico 1. ¿Considera ud. que su jefe inmediato mantiene un diálogo eficiente con sus subalternos dentro de la empresa?

Los resultados reflejados en el ítem N° 1 demuestran que, de las 8 personas encuestadas, la mayoría absoluta consideran que su jefe inmediato no mantiene un diálogo eficiente con sus subalternos dentro de la empresa, lo cual influye en la comunicación interna de todos los empleados. Aquí se refleja que una de las debilidades de la empresa es la falta de un diálogo eficiente que permita que los protagonistas se puedan relacionar, mejorar la calidad y la confianza en las relaciones laborales.

Cuadro 4

La empresa, periódicamente, comunica información de interés laboral a sus empleados a través de.

| Ítem No | Proposición | f | % |
|---------|--|---|--------|
| 2 | La empresa, periódicamente, comunica información de interés laboral a sus empleados a través de: | | |
| | Reuniones | 0 | 0,00 |
| | Escritos | 0 | 0,00 |
| | Redes sociales | 0 | 0,00 |
| | Oral directa | 8 | 100,00 |
| | Otro | 0 | 0,00 |
| | Ninguna | 0 | 0,00 |

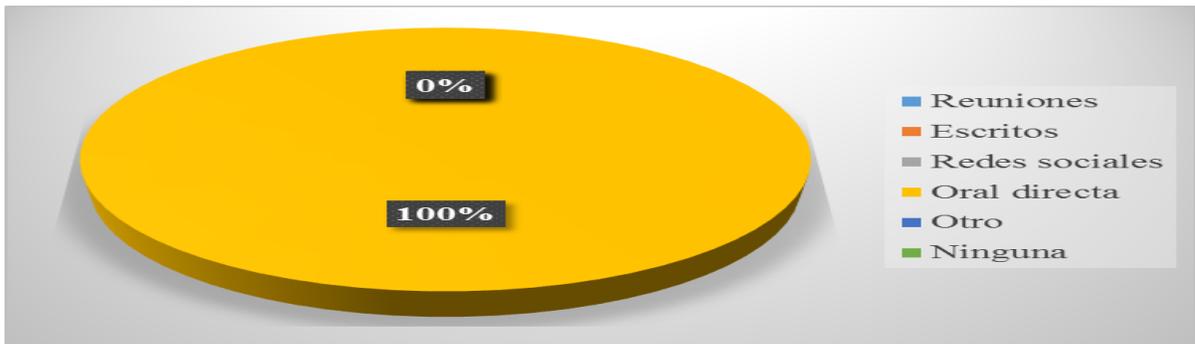
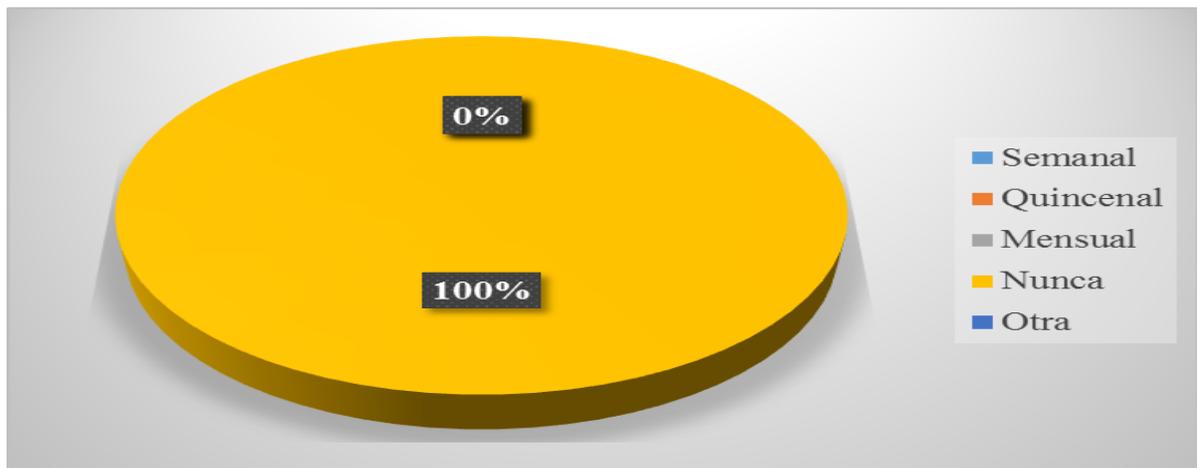


Gráfico 2. La empresa, periódicamente, comunica información de interés laboral a sus empleados a través de.

Para el ítem 2, los 8 encuestados respondieron que la empresa, solamente comunica a sus empleados la información de interés laboral a través de la forma oral directa, obviándose otro tipo de comunicación. Cuando la empresa no utiliza los diversos medios existentes para comunicar información de interés laboral a sus empleados, limita el flujo de información impidiendo la atención inmediata de necesidades y el avance del proceso de producción en tiempo real.

Cuadro 5**La empresa realiza reuniones para comunicar informaciones de interés laboral**

| Ítem No | Proposición | f | % |
|---------|--|---|--------|
| 3 | La empresa realiza reuniones para comunicar informaciones de interés laboral | | |
| | Semanal | 0 | 0,00 |
| | Quincenal | 0 | 0,00 |
| | Mensual | 0 | 0,00 |
| | Nunca | 8 | 100,00 |
| | Otra | 0 | 0,00 |

**Gráfico 3. La empresa realiza reuniones para comunicar informaciones de interés laboral**

En el ítem 3, los 8 entrevistados manifiestan que la empresa nunca realiza reuniones para comunicar informaciones de interés laboral, limitándose solamente al cumplimiento de funciones de dirección. La falta de reuniones laborales cierra el flujo de información, mientras que su implementación fomenta la participación y genera motivación entre los empleados de una empresa, ya que son tomados en cuenta para la toma de decisiones o para el planteamiento de soluciones, cuando así sea el caso.

Cuadro 6

La empresa utiliza las redes sociales para comunicar información ONLINE de interés laboral a través de

| Ítem No | Proposición | f | % |
|---------|--|---|--------|
| 4 | La empresa utiliza las redes sociales para comunicar información ONLINE de interés laboral a través de | | |
| | Facebook | 0 | 0,00 |
| | Whatsapp | 0 | 0,00 |
| | Instagram | 0 | 0,00 |
| | Otro | 0 | 0,00 |
| | Ninguna | 8 | 100,00 |

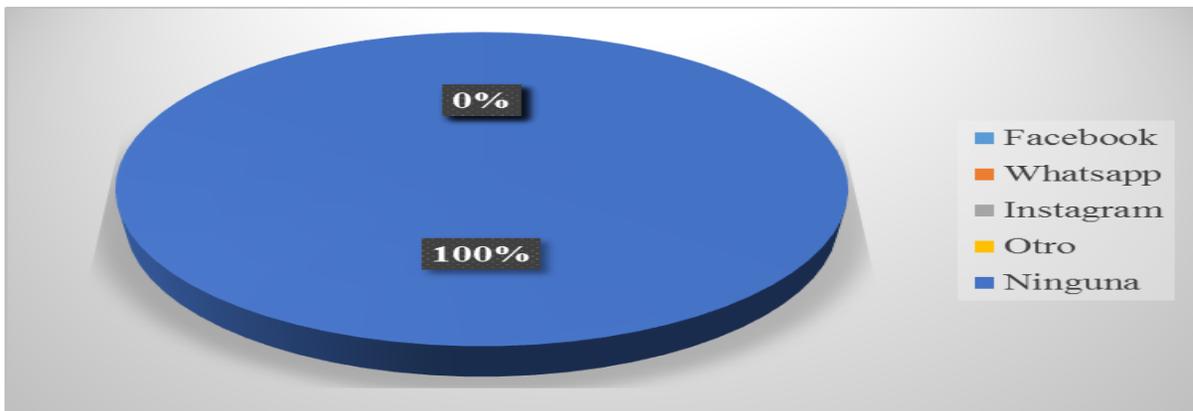


Gráfico 4. La empresa utiliza las redes sociales para comunicar información ONLINE de interés laboral a través de

El ítem 4, los 8 encuestados consideran que la empresa no utiliza ninguna de las redes sociales para comunicar información ONLINE de interés laboral, desperdiciando de esta manera las oportunidades que brindan los sistemas informáticos. La falta de aprovechamiento de las redes sociales y los recursos online para transmitir información laboral, limita el flujo de información dentro de esta empresa y por ende repercute en el rendimiento laboral de sus empleados. Este es un factor que debe ser habilitado dentro de la empresa para facilitar la relación laboral oportunamente.

Cuadro 7

Ud. emplea las redes sociales para comunicar información de interés laboral a través de

| Ítem No | Proposición | f | % |
|---------|---|---|--------|
| 5 | Ud. emplea las redes sociales para comunicar información de interés laboral a través de | | |
| | Facebook | 0 | 0,00 |
| | Whatsapp | 0 | 0,00 |
| | Instagram | 0 | 0,00 |
| | Otro | 0 | 0,00 |
| | Ninguna | 8 | 100,00 |

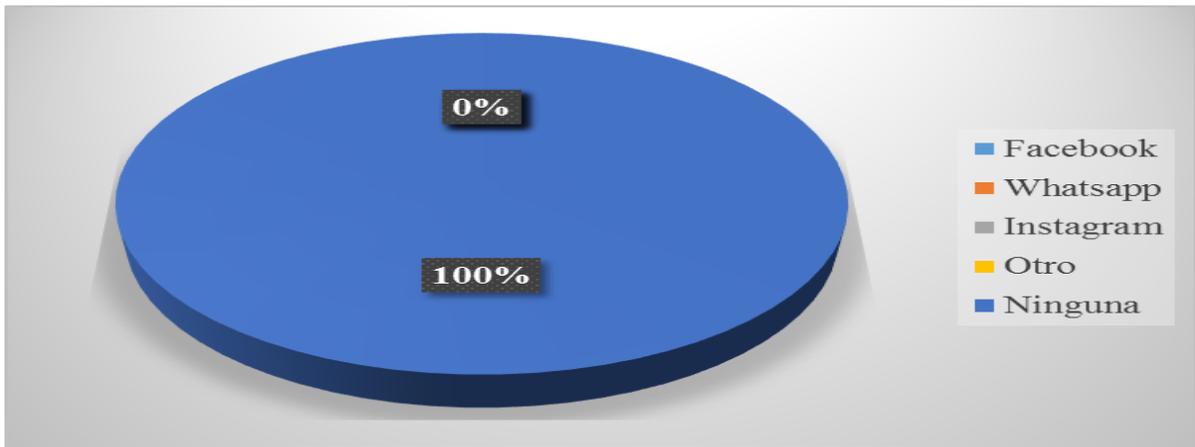


Gráfico 5. Ud. emplea las redes sociales para comunicar información de interés laboral a través de

Para el ítem 5, la mayoría absoluta expresan que no utilizan ninguna de las redes sociales para comunicar información de interés laboral, debido a que no lo han considerado necesario hasta el momento. Es casi lógico que, si la empresa no motiva hacia el uso de las redes sociales, el empleado demuestra poco interés y se desmotiva; sin embargo, al activar este sistema informático debe mejorarse las relaciones y estrechar más los lazos laborales.

Cuadro 8

¿Considera Ud. que existe suficiente comunicación interpersonal para transmitir información laboral dentro de la empresa?

| Ítem No | Proposición | f | % |
|---------|---|---|--------|
| 6 | ¿Considera Ud. que existe suficiente comunicación interpersonal para transmitir información laboral dentro de la empresa? | | |
| | SI | 0 | 0,00 |
| | NO | 8 | 100,00 |

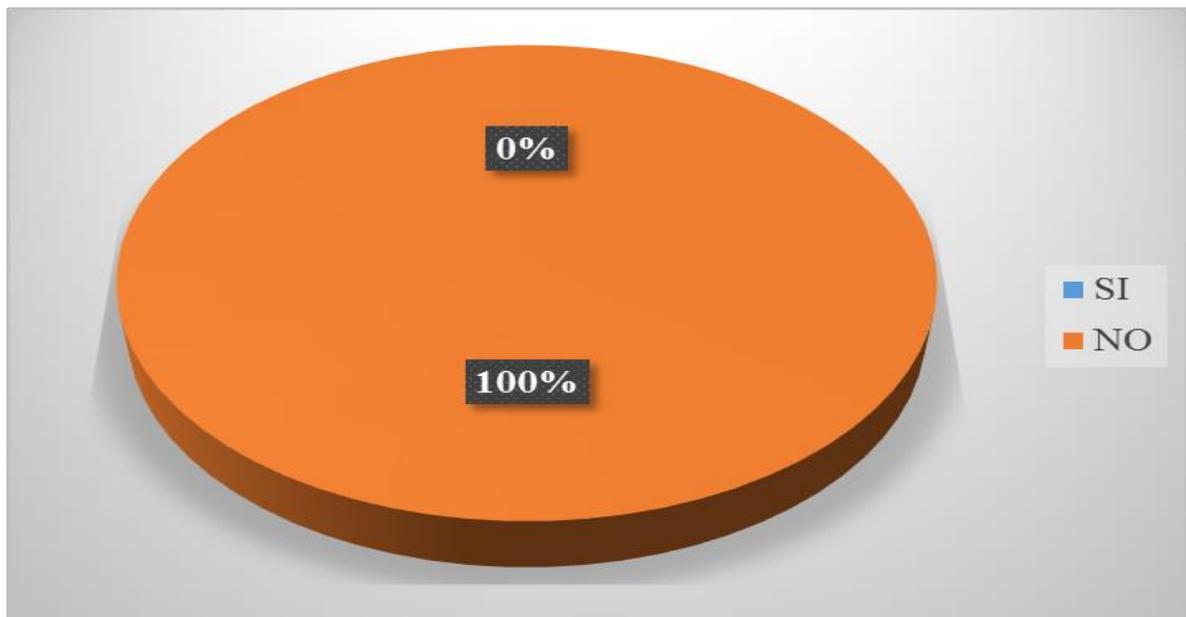


Gráfico 6. ¿Considera Ud. que existe suficiente comunicación interpersonal para transmitir información laboral dentro de la empresa?

Como se puede observar, en el ítem 6, el 100% de los empleados encuestados manifiestan que no existe suficiente comunicación interpersonal para transmitir información laboral dentro de la empresa, lo cual influye en el rendimiento laboral al generar diferencias operacionales. La falta de comunicación interpersonal evita la buena

relación entre los empleados y obstruye su buen desempeño laboral, por lo tanto, se hace necesario fomentarlas.

Cuadro 9

La empresa motiva eficientemente a sus empleados mediante

| Ítem No | Proposición | f | % |
|---------|---|---|--------|
| 7 | La empresa motiva eficientemente a sus empleados mediante | | |
| | Atención de necesidades | 0 | 0,00 |
| | Incentivos personales | 0 | 0,00 |
| | Ninguno | 8 | 100,00 |

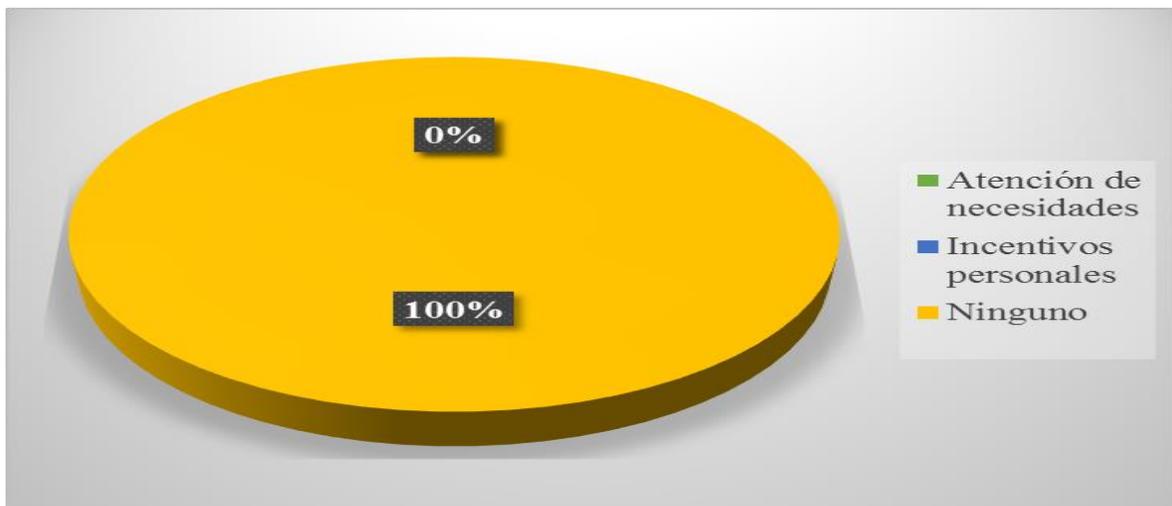


Gráfico 7. La empresa motiva eficientemente a sus empleados mediante

En el ítem 7, se puede observar que todos los encuestados expresan que la empresa no motiva eficientemente a sus empleados, por lo que su rendimiento laboral se ve afectado al no sentir apego a la empresa. Una empresa que no crea incentivos personales, ni atiende las necesidades de sus empleados genera apatía para las labores diarias y desmotiva hacia el

logro en condiciones generales, por ello es necesario crear estímulos personales y atender sus carencias.

Cuadro 10

¿La empresa realiza entrenamiento permanente y oportuno para el desempeño de cada empleado?

| Ítem No | Proposición | f | % |
|---------|---|---|--------|
| 8 | ¿La empresa realiza entrenamiento permanente y oportuno para el desempeño de cada empleado? | | |
| | SI | 0 | 0,00 |
| | NO | 8 | 100,00 |

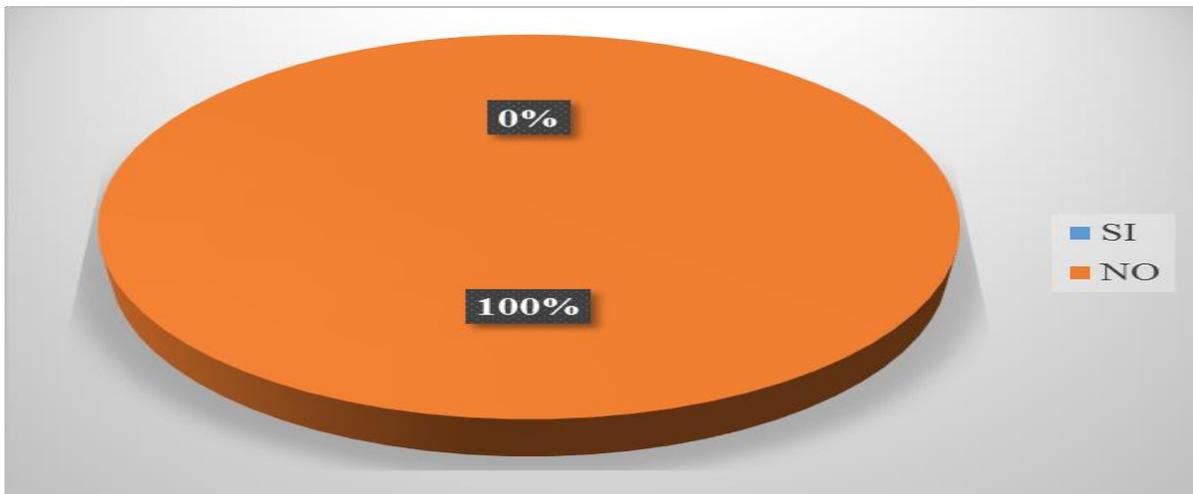


Gráfico 8. ¿La empresa realiza entrenamiento permanente y oportuno para el desempeño de cada empleado?

Para el ítem 8, todos los entrevistados (100%) expresaron que la empresa no realiza entrenamiento permanente y oportuno para el desempeño de cada empleado, lo cual influye en el cumplimiento de sus funciones y por ende en su rendimiento laboral. Cuando una empresa no capacita apropiadamente a sus trabajadores, éstos presentan dificultades para

entender sus labores y sólo son capaces de completar sus tareas diarias con un pobre rendimiento en comparación con los empleados más experimentados.

Cuadro 11

¿La empresa le suministra oportunamente los recursos necesarios para ejercer sus funciones?

| Ítem No | Proposición | f | % |
|---------|---|---|--------|
| 9 | ¿La empresa le suministra oportunamente los recursos necesarios para ejercer sus funciones? | | |
| | SI | 8 | 100,00 |
| | NO | 0 | 0,00 |

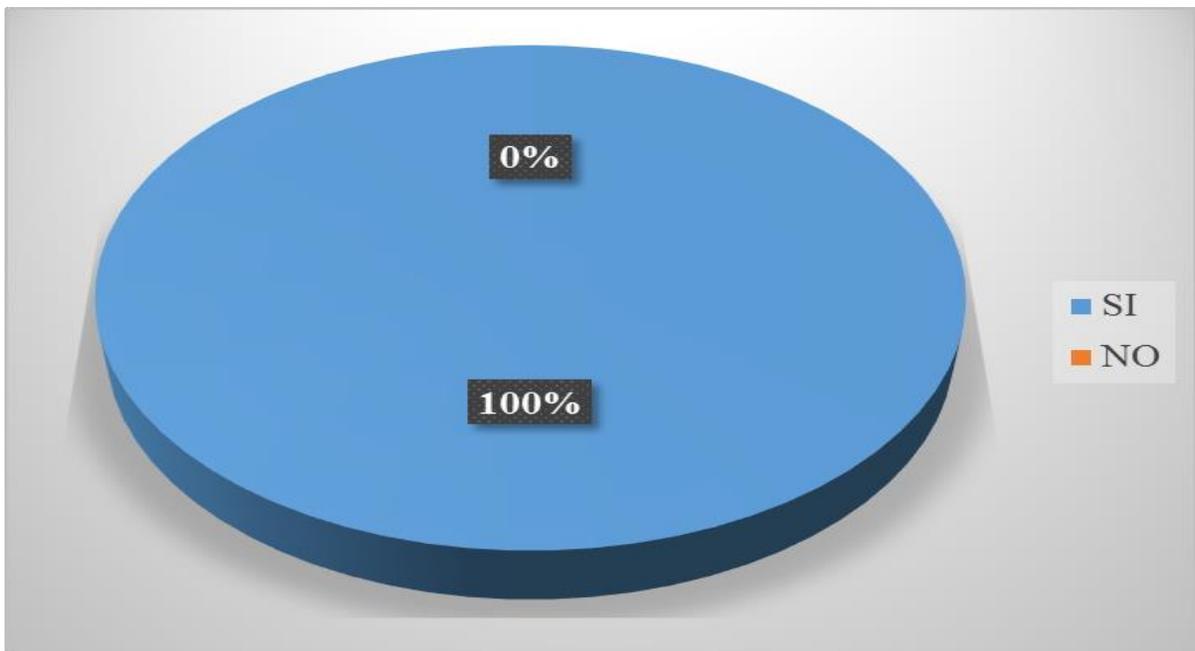


Gráfico 9. ¿La empresa le suministra oportunamente los recursos necesarios para ejercer sus funciones?

En el ítem 9, se puede observar que la mayoría absoluta opinó que la empresa si suministra oportunamente los recursos necesarios para ejercer sus funciones y, por lo tanto,

es un factor que motiva hacia el buen rendimiento laboral. Esta fortaleza es acertada, ya que al suministrar oportunamente al empleado los recursos que requiere para sus labores, le permite actuar con diligencia en sus actividades.

Cuadro 12

Considera Ud. que la comunicación laboral dentro de la empresa es

| Ítem No | Proposición | f | % |
|---------|---|---|--------|
| 10 | Considera Ud. que la comunicación laboral dentro de la empresa es | | |
| | Buena | 0 | 0,00 |
| | Regular | 0 | 0,00 |
| | Mejorable | 8 | 100,00 |

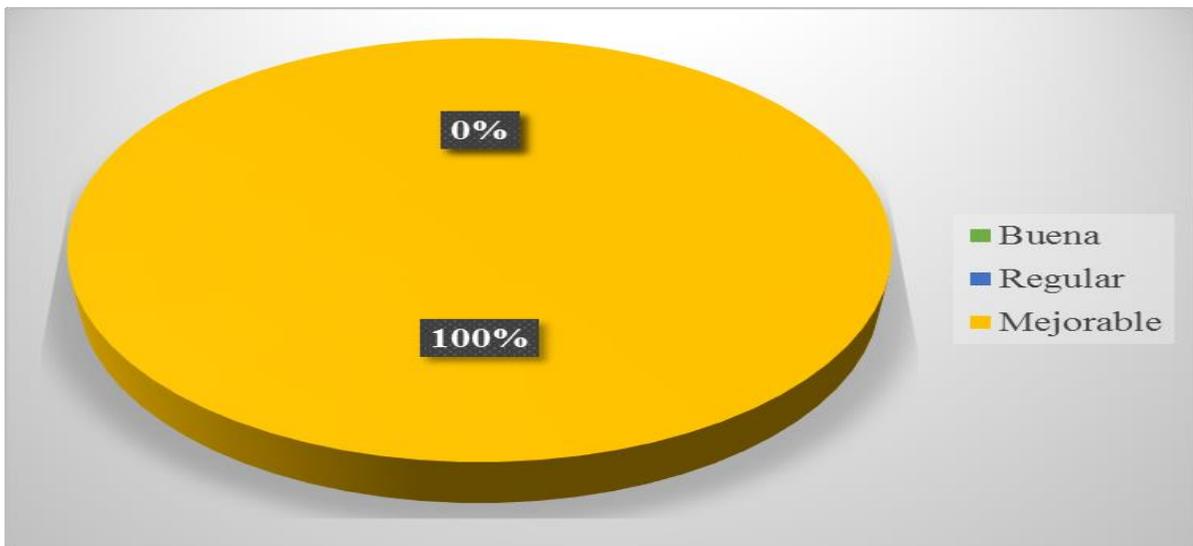


Gráfico 10. Considera Ud. que la comunicación laboral dentro de la empresa es

El ítem 10, demuestra que el 100% de los empleados estiman que la comunicación laboral dentro de la empresa es mejorable y por ello, se puede inferir la importancia en la aplicación de algunas estrategias que permitan mejorar el rendimiento laboral en la misma. Aquí se puede apreciar que los empleados admiten la deficiencia comunicacional y

reconocen la posibilidad inmediata de mejoramiento en la comunicación dentro de la empresa, lo que influirá positivamente en su rendimiento laboral.

Cuadro 13

¿Está Ud. dispuesto a participar en un plan de mejoramiento en la comunicación laboral dentro de la empresa?

| Ítem No | Proposición | f | % |
|---------|--|---|--------|
| 11 | ¿Está Ud. dispuesto a participar en un plan de mejoramiento en la comunicación laboral dentro de la empresa? | | |
| | SI | 8 | 100,00 |
| | NO | 0 | 0,00 |

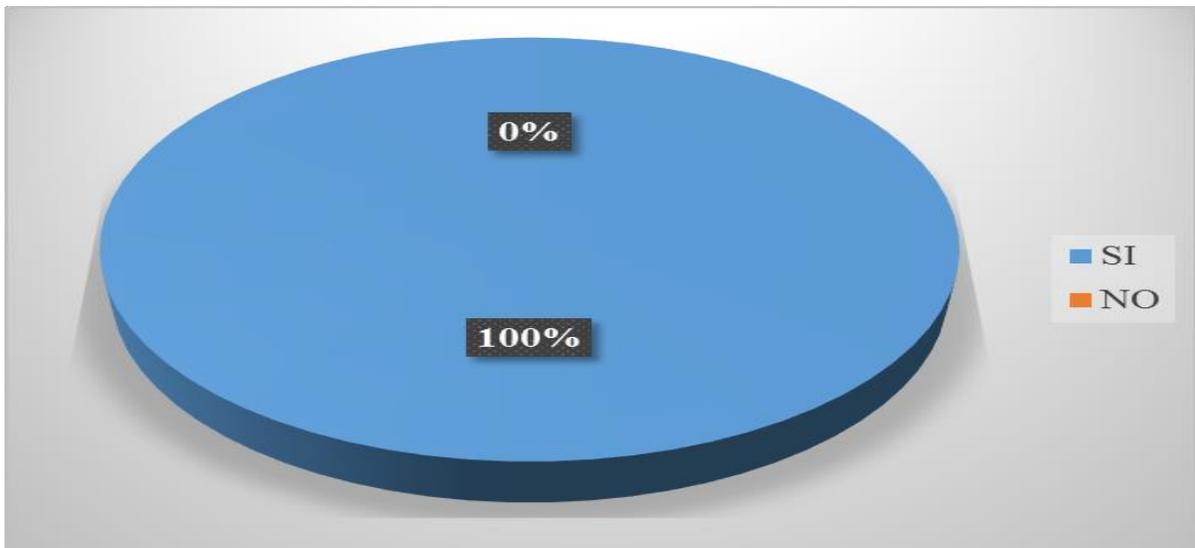


Gráfico 11. ¿Está Ud. dispuesto a participar en un plan de mejoramiento en la comunicación laboral dentro de la empresa?

Finalmente, en el ítem 11, se puede observar que los 8 encuestados manifiestan estar dispuestos a participar en un plan de perfeccionamiento en la comunicación laboral dentro de la empresa para mejorar su rendimiento laboral. La disponibilidad del personal para

participar en la implementación de Estrategias de Comunicación, permitirá fomentar la armonía laboral y la eficacia de los trabajadores en pro del mejoramiento del rendimiento laboral en la Empresa Ferreagro Don Antonio.

Resumen de los resultados

- En cuanto al diálogo, como indicador de la comunicación laboral jefe - subalterno en la empresa, se refleja que no es eficiente.

- Con respecto a la forma de comunicación de las informaciones de interés laboral, la forma oral directa como indicador, es la única utilizada dentro de la empresa.

- En cuanto a las reuniones como indicador de la comunicación interna, en la empresa nunca se realizan.

- Con relación al uso de las redes sociales por parte de la empresa, como indicador demuestra que no se utilizan para comunicar información ONLINE de interés laboral.

- Relativo al uso de las redes sociales por parte del empleado, como indicador demuestra que no se utilizan para comunicar información ONLINE de interés laboral.

- Referente a la comunicación interpersonal dentro de la empresa, se manifiesta que no existe una comunicación fluida para transmitir información laboral.

- En cuanto a la motivación como indicador de la comunicación en la relación laboral dentro de la empresa, se aprecia que la misma no motiva eficientemente a sus empleados.

- Igualmente con relación a la motivación como indicador de la comunicación en la relación laboral dentro de la empresa, se refleja que la misma no realiza entrenamiento permanente y oportuno de sus empleados.

- Relativo a la motivación como indicador de la comunicación en la relación laboral dentro de la empresa, se refleja que la misma si suministra oportunamente a los empleados los recursos necesarios para ejercer sus funciones, limitándose a atender solo necesidades laborales.

- En cuanto a la comunicación laboral en sí, los empleados consideran que es mejorable.

- Con relación a la disponibilidad como indicador, los empleados están dispuestos a participar en un plan de perfeccionamiento de la comunicación laboral dentro de la empresa para mejorar su rendimiento laboral.

Fortalezas y Debilidades

Luego del análisis precedente sobre la información recopilada en la encuesta aplicada a los empleados de la Empresa Ferreagro Don Antonio sobre comunicación laboral y, en atención a los resultados, se determinaron las siguientes fortalezas y debilidades.

| Fortalezas | Debilidades |
|--|--|
| -Existe comunicación oral directa entre directivos y empleados . | -Falta de un diálogo eficiente entre jefe y empleados. |
| -La empresa suministra oportunamente los recursos necesarios para que los empleados ejerzan sus funciones. | -La empresa no utiliza los diversos medios existentes para comunicar información de interés laboral. |
| -Los empleados consideran que la comunicación laboral dentro de la empresa es mejorable. | -La empresa nunca realiza reuniones con fines laborales. |
| -Los empleados están dispuestos a participar en un plan de mejoramiento de la comunicación laboral dentro de la empresa. | -La empresa no utiliza las redes sociales para comunicar información online de interés laboral. |
| -Existe buena disponibilidad y aceptación del personal gerencial para generar cambios en la comunicación. | -Los empleados no utilizan las redes sociales para comunicar información online de interés laboral. |
| | -Falta de comunicación interpersonal para transmitir información laboral dentro de la empresa. |
| | -La empresa no crea incentivos personales |

ni atiende las necesidades de sus empleados.

-La empresa no realiza entrenamiento oportuno y permanente para el desempeño de cada empleado.

Capítulo V

Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

Mediante el diagnóstico realizado en la empresa Ferreagro Don Antonio, se logró determinar que el diálogo en la comunicación laboral no es eficiente, ya que solamente se comunican de la forma oral directa, no realizan reuniones de trabajo y no existe una comunicación interpersonal fluida para transmitir información laboral. Ni los empleados, ni la empresa utilizan las redes sociales para comunicar información ONLINE de interés laboral. Además, la empresa no motiva eficientemente a sus empleados y tampoco realiza entrenamiento permanente de sus empleados.

Aunque la empresa suministra oportunamente a los empleados los recursos necesarios para ejercer sus funciones, se limitan solo a atender necesidades laborales. Sin embargo, se puede decir que la comunicación laboral es mejorable ya que los empleados y la gerencia están dispuestos a participar en un plan de perfeccionamiento de la comunicación laboral dentro de la empresa para mejorar su rendimiento laboral.

Las estrategias de comunicación adecuadas para los empleados de la empresa son: la humanización de la empresa, una comunicación interna real, innovación digital, creación de un Manual Corporativo y capacitación mediante cursos, talleres generando un entrenamiento del personal de manera permanente para mejorar el rendimiento laboral a través de una excelente comunicación.

Las estrategias de comunicación para mejorar el rendimiento laboral de la empresa

fueron elaboradas y están presentes en la propuesta: Plan de estrategias de comunicación para mejorar el rendimiento laboral de los empleados en la empresa Ferreagro Don Antonio, descrita en el presente proyecto.

Recomendaciones

- La propuesta debe ser ampliada al cumplirse las expectativas.
- Los administradores de empresas deben actualizar las formas de integración comunicacional para los empleados.
- Las empresas privadas, deben continuar con su política de puertas abiertas a los futuros profesionales universitarios, permitiendo su crecimiento personal.

Por lo tanto, a continuación, se presenta la Propuesta: Plan de Estrategias de Comunicación para Mejorar el Rendimiento Laboral de los Empleados en la Empresa Ferreagro Don Antonio.

PROPUESTA:

**PLAN DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA MEJORAR EL
RENDIMIENTO LABORAL DE LOS EMPLEADOS EN LA EMPRESA
FERREAGRO DON ANTONIO**

Conceptualización del Plan

Es un conjunto de estrategias a manejar por la directiva de la empresa Ferreagro Don Antonio con el propósito de mejorar el rendimiento laboral de sus empleados a través de una comunicación eficiente y eficaz.

Características del Plan de Estrategias

- Es un recurso flexible, adaptado a las necesidades variantes de la empresa.
- Es de carácter dinámico porque genera cambios positivos en los empleados.
- Es clara y fácil de entender por el empleado.
- Es multidimensional, porque contempla la cultura organizacional, los valores, la misión, la visión, los recursos, las competencias y las habilidades.
- Es competitivo, ya que genera la visión hacia lo mejor.

Objetivo General de las Estrategias

Promover la integración de los empleados en el desarrollo de las actividades comunicacionales, para lograr el mejoramiento del rendimiento laboral dentro de la empresa.

Objetivos Específicos

- Sensibilizar a los empleados sobre su rol productivo en la empresa.

- Generar un cambio de conducta positiva de los empleados hacia la atención integral de su desempeño.
- Fomentar la participación de los empleados en los sistemas de comunicación para mejorar su rendimiento laboral

Visión

Una empresa incorporada al quehacer productivo, bajo el compromiso de cumplir su verdadero rol en pro de un rendimiento laboral satisfactorio.

Misión

Integrar voluntariamente a los empleados en la comunicación eficiente para intercambiar experiencias y reflexionar sobre las mejores formas de cumplir con sus labores.

Lapso de Ejecución del Plan

Desde el 1 de agosto hasta el 31 de octubre 2022. (tres meses para revisar avances y actualizar el plan.)

ESTRATEGIAS A IMPLEMENTAR EN LA EMPRESA FERREAGRO DON

ANTONIO

1.- Humanización de la empresa. Se debe crear un ambiente donde los empleados se reúnan en sus momentos de descanso para que compartan experiencias. Se deben atender las necesidades de los empleados y crear incentivos personales en la prestación del servicio.

2.- Comunicación interna real. Organizar reuniones mensuales para verificar avances y debilidades de la empresa de manera concisa y precisa, bajar informaciones del mando superior y recibir sugerencias de los empleados.

3.- Innovación Digital. Mediante la incorporación de la empresa a aplicaciones móviles, donde los empleados compartan información, creación de un blog o grupo laboral en las redes sociales.

4.- Capacitación. Realizar cursos, talleres y entrenamiento del personal de manera permanente.

5.- Creación de un Manual Corporativo. Crear un manual con los objetivos de la empresa, el organigrama, los departamentos y sus funciones, las normas internas y otras informaciones relevantes.

Contenido Temático del Programa de Cursos o Talleres

- Valoración del trabajo como medio de producción
- La comunicación y la tolerancia en la relación laboral
- ¿Cómo formar hábitos de trabajo y valores laborales?
- El proyecto de vida y la asertividad laboral.

***Ejecución.** Al facilitador se le sugiere:*

1. Consultar la bibliografía adaptada al taller.
2. Desarrollar cada uno de los contenidos indicados en el programa.
3. Considerar las estrategias del programa e incluir otras si lo considera pertinente.

Control. El facilitador es responsable del control de asistencia de los participantes. Al concluir cada taller entregará al jefe inmediato el registro de asistencia, quien será el encargado de llevar el control de desempeño.

Evaluación. Se sugiere al facilitador aplicar una encuesta sobre el ejercicio del taller y valorar su actuación como facilitador del curso, las estrategias aplicadas y la calidad

de los recursos empleados; hacer autoevaluación, y coevaluación para recabar información y cuantificar la intervención de los participantes.

Referencias

- Adame Rodríguez, Laura; Tapia Salazar, Martín y Estrada Huipe. (2019). Proceso de comunicación y su impacto en el desempeño laboral: Una prueba piloto. Universidad Autónoma de Nuevo León. Recuperado de: http://www.web.facpya.uanl.mx/vinculategica/vinculategica_5_2/A.44
- Arias, Fidas G. (2012). El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica. 5ª Edición. Editorial Epísteme. Caracas-Venezuela.
- Barcelo, Juan Carlos. (s/f). 7 Factores que Afectan el Rendimiento Laboral. Recuperado de: <https://blogs.imf-formacion.com/blog/recursos-humanos/gestion-talento/7-factores-que-afectan-al-rendimiento-laboral/>
- Bizneo Blog. (s/f). Cómo medir el rendimiento laboral. Evaluación del desempeño. Gestión del talento. Recuperado de: <https://www.bizneo.com/blog/rendimiento-laboral/>
- Bohórquez Emanuel, Pérez Maritza, Caiche Wiliam y Rodríguez Arturo. (2020). La motivación y el desempeño laboral: el capital humano como factor clave en una organización. Universidad Península de Santa Elena. Ecuador. Recuperado de: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000300385
- Cardozo, Luana. (2021). La importancia de la comunicación interna y tips para aplicar mejor la estrategia en tu empresa. Recuperado de: <https://www.zenvia.com/es/blog/comunicacion-interna/>

- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. (2000). Gaceta Oficial Extraordinaria N° 36.860 de fecha 30 de diciembre de 1.999. Recuperado de: https://www.oas.org/dil/esp/constitucion_venezuela.pdf
- Cyberclick (s/f). Estrategias de comunicación: qué son y 5 ejemplos. Online marketing & digital marketing. Recuperado de: <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/estrategias-de-comunicacion-que-son-y-ejemplos>
- De La Colina, Juan Manuel. (2011). *Problemas de comunicación en una sucursal bancaria Argentina*. Universidad Católica de Salta. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/problemas-comunicacion-sucursal-bancaria-argentina/>
- Diccionario Enciclopédico Larousse (1999). Editorial Larousse. México. Pg. 479.
- García Sanz, Nagore. (2019). 33 Tipos de Comunicación que existen y sus características. Recuperado de: <https://nagoregarciasanz.com/tipos-de-comunicacion-caracteristicas/>
- GD Human Capital. (2021). Importancia de evaluar el desempeño de los trabajadores. Recuperado de: <https://www.gdhumancapital.com/blog/posts/importancia-evaluacion-desempeno-laboral-empresas>
- Hernández Sampieri Roberto, Fernández C. Carlos y Baptista L. Pilar. (2001). Metodología de la Investigación. Segunda Edición. Editorial Mc Graw Hill. México DF.
- Hurtado de B., J. (2000). El proyecto de investigación. Caracas, Bogotá: Sypal.
- Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado (INTEF) (s/f). Estrategias para la mejora de la comunicación interpersonal y funcionamiento de grupos. Formación en Red del INTEF. España. Recuperado de: https://formacion.intef.es/pluginfile.php/106295/mod_imsdp/content/3/4d_estrategias_pa

- ra_la_mejora_de_la_comunicacin_interpersonal_y_funcionamiento_de_grupos_habilidas_emocionales_toma_de_decisiones_tcnicas_de_negociacin_gestin_del_tiempo.html
- Ley Orgánica de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo (Gaceta Oficial N° 38.236 del 26 de julio de 2005. Recuperado de: <https://www.medicinalaboraldevenezuela.com.ve/archivo/LOPCYMAT.pdf>
- Ley Orgánica del Trabajo, los Trabajadores y las Trabajadoras. Gaceta Oficial N° 6.076 Extraordinario del 7 de mayo de 2012. Recuperado de: https://oig.cepal.org/sites/default/files/2012_leyorgtrabajo_ven.pdf
- Manson, Robert y Lind, Richard. (2002). *Estadística para las Ciencias Sociales*. Ediciones Alfaomega. Caracas. Venezuela
- Manzano Chura, Hilda Beatriz. (2017). La comunicación interna y el desempeño laboral del talento humano de la cooperativa de ahorro y crédito san salvador agencias Puno y Juliaca-2016. Universidad Nacional del Altiplano. Perú. Recuperado de: <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/4840>
- Martínez, Marta. (s/f). Las 7 consecuencias de la falta de Comunicación Interna en la empresa. Recuperado de: <https://blogs.imf-formacion.com/blog/recursos-humanos/recursos-humanos/consecuencias-falta-comunicacion-interna-empresa/>
- Maza Cahuascano, Valeria. (2019). Comunicación interna y el desempeño laboral de los trabajadores del área de Recursos Humanos de la UGEL N° 04 Comas, Lima-2018. Perú. Recuperado de: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/32370/Maza_CV.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Miranda Roque, Jaile R.(s/f). Estrategias de comunicación. Monografías. Recuperado de:
<https://www.monografias.com/trabajos95/estrategias-de-comunicacion/estrategias-de-comunicacion>
- Operatrece. (2020). Rendimiento laboral y procesos de mejora. Recuperado de:
<https://operatrece.com/rendimiento-laboral/>
- Padilla O. Crhistian D. (2014). Elementos de la comunicación. Recuperado de:
<https://www.youtube.com/watch?v=merYJcsaMIo>
- Pérez Porto Julián y Merino María. (2014). Definición de rendimiento laboral, Recuperado de: <https://definicion.de/rendimiento-laboral/>
- Reglamento De La Ley Orgánica Del Trabajo. (2006). (Gaceta Oficial N° 38.426 del 28 de abril de 2006). Decreto N° 4.447. Recuperado de:
http://www.oas.org/juridico/spanish/mesicic2_ven_anexo_50_sp.pdf
- Romero Eli. (2017). 5 estrategias de comunicación globales para todo tipo de negocios. Recuperado de: <https://eliromerocomunicacion.com/5-estrategias-de-comunicacion-globales-para-tu-negocio/>
- Ruiz, Carlos. (2002). Instrumentos de Investigación Educativa: Procedimientos para su Diseño y Validación. CIDEG. Barquisimeto.
- Sabino, C. (2002). El proceso de investigación. Buenos Aires: Editorial El Cid.
- Sánchez C. Hugo, Reyes R. Carlos y Mejía S. Katia (2018). Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística. Universidad Ricardo Palma Vicerrectorado de Investigación. Lima-Perú. Recuperado de:
<https://www.urp.edu.pe/pdf/id/13350/n/libro-manual-de-terminos-en-investigacion.pdf>
- Tamayo T., Mario. (1999). “El Proceso de la Investigación Científica”. Limusa. Colombia.

UNELLEZ (2012). Normas para la Elaboración del Trabajo de Aplicación. UNELLEZ.

Westreicher, Guillermo. (2020). Estrategia. Recuperado de:

<https://economipedia.com/definiciones/estrategia.html>

Anexo

Anexo A- Cuestionario de Diagnóstico

Barinas, ____ de _____ de 2022

Estimado compañero de trabajo:

A continuación, se le presenta *un cuestionario*, que tiene como propósito recabar información que servirá para desarrollar la investigación sobre *Estrategias de Comunicación en la Empresa Ferreagro Don Antonio*, durante el año 2022, proyecto que será presentado ante la UNELLEZ como requisito para obtener el título de Licenciado en Administración. Las respuestas proporcionadas por usted *sólo serán utilizadas con fines académicos*, sin que en ningún momento sean asociadas a su nombre. Por lo tanto, **al responder con toda sinceridad** cada pregunta, contribuirá con el éxito del estudio.

Agradeciendo su colaboración.

Atentamente:

Angelina Meriño

Instrucciones:

- Por favor se le agradece contestar todas las preguntas.
- Marque con una equis (X) la proposición que mejor refleje su opinión, teniendo en cuenta que las opciones de respuestas vienen dadas de la siguiente forma:
 - Un guion para marcar la equis (X), luego de cada palabra a seleccionar, según su opinión.
 - **Si** Cuando Ud. considere que se ajusta a su opinión personal.
 - **No** Cuando Ud. considere que no se ajusta a su opinión personal.

CUESTIONARIO

| No. | PROPOSICIÓN | SÍ | NO |
|-----|---|----|----|
| 1 | ¿Considera ud. que su jefe inmediato mantiene un diálogo eficiente con sus subalternos dentro de la empresa ? | | |
| 2 | La empresa, periódicamente, comunica información de interés laboral a sus empleados a través de: Reuniones____Escritos____Redes sociales____Oral directa____ Otro_____ Ninguna_____ | | |
| 3 | La empresa realiza reuniones para comunicar informaciones de interés laboral Semanal__Quincenal__Mensual__Nunca_____ Otra_____ | | |
| 4 | La empresa utiliza las redes sociales para comunicar información ONLINE de interés laboral a través de Facebook____Whatsapp____Instagram____ Otro_____ Ninguna_____ | | |
| 5 | Ud. emplea las redes sociales para comunicar información de interés laboral a través de Facebook____Whatsapp____Instagram____ Otro_____ Ninguna_____ | | |
| 6 | ¿Considera Ud. que existe suficiente comunicación interpersonal para transmitir información laboral dentro de la empresa? | | |
| 7 | La empresa motiva eficientemente a sus empleados mediante Atención de necesidades_____ Insentivos personales_____ Ninguno_____ | | |
| 8 | ¿La empresa realiza entrenamiento permanente y oportuno para el desempeño de cada empleado? | | |
| 9 | ¿La empresa le suministra oportunamente los recursos necesarios para ejercer sus funciones? | | |
| 10 | Considera Ud. que la comunicación laboral dentro de la empresa es Buena____Regular____Mejorable_____ | | |
| 11 | ¿Está Ud. dispuesto a participar en un plan de mejoramiento en la comunicación laboral dentro de la empresa? | | |

Anexo B- Cuadro de Validación del Cuestionario.

Cuadro de Validación para el Cuestionario que ser aplicado en la en la Empresa
Ferreagro Don Antonio en Barinas estado Barinas durante el año 2022.

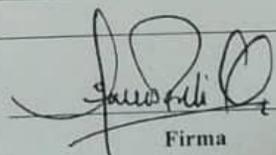
Datos del Experto

Nombre y Apellido: Dra. Geovana M. Pulido C.I.N° 12207014 Profesión:
Dr. Gerencia Fecha de la Validación: 20-06-22

| | Pertinencia | | Coherencia | | Claridad | | Recomendación | | |
|----|-------------|----|------------|----|----------|----|---------------|-----------|----------|
| | Si | No | Si | No | Si | No | Aceptar | Modificar | Eliminar |
| 1 | ✓ | | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 2 | ✓ | | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 3 | ✓ | | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 4 | ✓ | | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 5 | ✓ | | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 6 | ✓ | | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 7 | ✓ | | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 8 | ✓ | | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 9 | ✓ | | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 10 | ✓ | | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 11 | ✓ | | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |

Observaciones:

Lo considero Apto para concretar los objetivos
de la investigación.


Firma

**Cuadro de Validación para el Cuestionario que ser aplicado en la en la Empresa
Ferreoagro Don Antonio en Barinas estado Barinas durante el año 2022.**

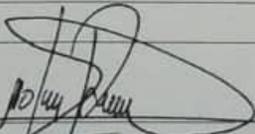
Datos del Experto

Nombre y Apellido: ADAN D LIMA C.I.N° 9.384.348 Profesión:
ECONOMISTA Fecha de la Validación: 18/06/2022

| | Pertinencia | | Coherencia | | Claridad | | Recomendación | | |
|----|-------------|----|------------|----|----------|----|---------------|-----------|----------|
| | Si | No | Si | No | Si | No | Aceptar | Modificar | Eliminar |
| 1 | ✓ | | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 2 | ✓ | | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 3 | ✓ | | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 4 | ✓ | | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 5 | ✓ | | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 6 | ✓ | | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 7 | ✓ | | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 8 | ✓ | | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 9 | ✓ | | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 10 | ✓ | | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 11 | ✓ | | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |

Observaciones:

APRUEBO SU APLICACIÓN


 Firma 9.384.348

**Cuadro de Validación para el Cuestionario que ser aplicado en la en la Empresa
Ferreagro Don Antonio en Barinas estado Barinas durante el año 2022.**

Datos del Experto

Nombre y Apellido: __JOSÉ FLEITAS__ C.I.N° V-3.866.087

Profesión: LCDO EN ADMINISTRACIÓN Fecha de la Validación: 18/07/2022

| | Pertinencia | | Coherencia | | Claridad | | Recomendación | | |
|-----------|-------------|----|------------|----|----------|----|---------------|-----------|----------|
| | Si | No | Si | No | Si | No | Aceptar | Modificar | Eliminar |
| 1 | X | | X | | X | | X | | |
| 2 | X | | X | | X | | X | | |
| 3 | X | | X | | X | | X | | |
| 4 | X | | X | | X | | X | | |
| 5 | X | | X | | X | | X | | |
| 6 | X | | X | | X | | X | | |
| 7 | X | | X | | X | | X | | |
| 8 | X | | X | | X | | X | | |
| 9 | X | | X | | X | | X | | |
| 10 | X | | X | | X | | X | | |
| 11 | X | | X | | X | | X | | |

Observaciones: _SIN

OBSERVACIONES _____


Prof. José Fleitas
C.I: V-3.866.087

Firma

Anexo C- Carta de validación del cuestionario.

Universidad nacional experimental de los llanos occidentales
"Ezequiel Zamora"
Vicerrectorado de planificación y desarrollo social
Programa ciencias sociales
Subprograma de administración

Carta de Validación

Yo, Dianoskey Peliado titular de la Cedula de Identidad
N° 12.207019, por medio de la presente hago constar que he leído y evaluado
el instrumento de recolección de datos correspondiente al Trabajo de Aplicación titulado
**"ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA
FERREAGRO DON ANTONIO"** presentado por la bachiller Meriño, Angelina, titular de
la cédula de la Identidad N° 27.846.532, para optar al Título de Licenciado en administración,
el cual apruebo en calidad de validador.

En Barinas en junio del 2022.

Firma del Experto

12.207.019

Cédula de Identidad



Universidad nacional experimental de los llanos occidentales
"Ezequiel Zamora"
Vicerrectorado de planificación y desarrollo social
Programa ciencias sociales
Subprograma de administración

Carta de Validación

Yo, Adán D. Lima titular de la Cedula de Identidad
N° 9.384.348, por medio de la presente hago constar que he leído y evaluado
el instrumento de recolección de datos correspondiente al Trabajo de Aplicación titulado
"ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA
FERREAGRO DON ANTONIO" presentado por la bachiller Meriño, Angelina, titular de
la cédula de la Identidad N° 27.846.532, para optar al Título de Licenciado en administración,
el cual apruebo en calidad de validador.

En Barinas en junio del 2022.

Firma del Experto

9.384.348

Cédula de Identidad



Universidad nacional experimental de los llanos occidentales
“Ezequiel Zamora”
Vicerrectorado de planificación y desarrollo social
Programa ciencias sociales
Subprograma de administración

Carta de Validación

Yo, JOSÉ FLEITAS titular de la Cedula de Identidad N.º V-3.866.087, por medio de la presente hago constar que he leído y evaluado el instrumento de recolección de datos correspondiente al Trabajo de Aplicación titulado **“ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA FERREAGRO DON ANTONIO”** presentado por la bachiller Meriño, Angelina, titular de la cédula de la Identidad N° 27.846.532, para optar al Título de Licenciado en administración, el cual apruebo en calidad de validador.

En Barinas en junio del 2022.



Prof. José Fleitas
C.I: V-3.866.087

Firma del Experto