

LA INFLUENCIA DE LA COMUNICACIÓN PARA FORTALECER LA
RELACIÓN INTERPERSONAL DE LOS TRABAJADORES EN LA EMPRESA
LOS ROSALES PAN C.A



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES
CARRERA

LA INFLUENCIA DE LA COMUNICACIÓN PARA FORTALECER LA
RELACIÓN INTERPERSONAL DE LOS TRABAJADORES EN LA EMPRESA
LOS ROSALES PAN C.A

LOS ROSALES PAN C.A

AUTOR (A): VETRI CHAVEZ FABIANA ALESSANDRA.

C.I: V- 26.020.399

TUTOR(A): GARCÍA, MYRIAN.

SAN DIEGO, AGOSTO 2021



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES
CARRERA

LA INFLUENCIA DE LA COMUNICACIÓN PARA FORTALECER LA
RELACIÓN INTERPERSONAL DE LOS TRABAJADORES EN LA EMPRESA
LOS ROSALES PAN C.A

CONSTANCIA DE ACEPTACIÓN

MYRIAN GARCÍA, C.I: V-6.443.254 TUTOR ACADÉMICO

ALILIA CHAVEZ, C.I: V-7.573.115 TUTOR EMPRESARIAL

AUTOR (A): VETRI CHAVEZ FABIANA ALESSANDRA

C.I: V- 26.020.399

SAN DIEGO, AGOSTO 2021

AGRADECIMIENTO

En primer lugar quiero agradecer a Dios por haberme brindado sabiduría y fortaleza para enfrentar los obstáculos en esta etapa universitaria, también un agradecimiento eterno a mis Padres por su esfuerzo, apoyo, amor y paciencia en este largo camino, a mi hermana por sus consejos y su complicidad. Igualmente quiero agradecer a mis tutoras en este proyecto, la profesora Myrian García, mi tutora académica, y a Alilia Chávez, mi tutora empresarial, muchas gracias por su tiempo, dedicación y atención hacia mí durante todo este tiempo. Agradecida totalmente con la empresa Los Rosales Pan C.A., por la apertura a sus instalaciones y hacer posible esta investigación, y con la institución que guío toda mi carrera profesional la Universidad José Antonio Páez por brindarme todo el conocimiento y sostén.

DEDICATORIA

Esta investigación se la dedico primeramente a Dios,
A mis padres Luigi y Carolina, mi hermana Rossana,
Mis abuelas Sebastiana y Alilia, a todos por haber estado presentes
En mi vida en todo momento, apoyarme y alentarme siempre,
A darme el impulso para alcanzar este logro.
Además se la dedico a mis compañeros de estudio,
Sin ellos mi vida universitaria no habría sido la misma.

ÍNDICE GENERAL

PÁGINAS PRELIMINARES

CONSTANCIA DE ACEPTACIÓN.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DEDICATORIA.....	v
INTRODUCCIÓN.....	8

CAPÍTULO I

LA EMPRESA

LOS ROSALES PAN C.A.....	10
1.1 Ubicación.....	10
1.2 Breve descripción de la empresa.....	10
1.3 Misión, Visión y Valores de la empresa.....	10

CAPÍTULO II

EL PROBLEMA

2.1 Planteamiento del Problema.....	12
2.2 Formulación del Problema.....	16
2.3 Objetivos de la Investigación.....	16
2.4 Justificación.....	16
2.5 Alcance de la Investigación.....	17
2.6 Delimitación del estudio.....	17

CAPÍTULO III

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

3.1 Antecedentes.....	18
-----------------------	----

3.2 Bases Teóricas.....	19
3.2.1 Teoría de las Relaciones Humanas.....	20
3.2.2 Teoría de la Inteligencia Emocional.....	21
3.2.3 Teoría X y Teoría Y.....	22
3.3 Cuadro de operacionalización de variables.....	24
 CAPÍTULO IV	
MARCO METODOLÓGICO	
4.1 Tipo de Investigación.....	25
4.2 Diseño de la Investigación.....	25
4.3 Población.....	25
4.4 Muestra.....	26
4.5 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.....	26
 CAPÍTULO V	
ANÁLISIS DE RESULTADOS	
5.1 Análisis e interpretación de los resultados.....	28
 CAPÍTULO VI	
DISEÑO DE ESTRATEGIAS	
6.1 Estrategias.....	49
6.2 Conclusiones.....	51
6.3 Recomendaciones.....	52
BIBLIOGRAFÍA.....	53
 ANEXOS	
Cuestionario.....	57

INTRODUCCIÓN

Hoy en día, uno de los puntos importantes que permite el avance del mundo es la comunicación, resultando más factible gracias a las tecnologías donde la información puede dar la vuelta al mundo en cuestión de minutos, sin embargo, en el ámbito laboral una gran cantidad de organizaciones no posee un buen sistema de comunicación efectivo entre los que la conforman, acarreando para ellas situaciones desagradables como escaso sentido de pertenencia, falta de credibilidad, desmotivación, desigualdad de ideas entre los miembros de la organización, poca interactividad lo que resulta en el no desarrollo de las relaciones interpersonales, entre otros.

Es importante señalar que la empresa depende de su gente, por lo que las relaciones interpersonales son la clave para un mayor desempeño. Comprender la naturaleza humana y el comportamiento de las personas creará un clima agradable dónde sentirse bien consigo mismos, es decir, un entorno de trabajo que fomente y respalde el desempeño de alto nivel, permitiendo que el trabajo ayude a satisfacer las necesidades personales. Asimismo, se debe considerar que un equipo de trabajo con prácticas interactivas saludables y buen manejo de la comunicación puede lograr excelentes resultados.

Para una mayor comprensión de la investigación, la misma se desarrolló en cinco capítulos planificados sistemáticamente con la intención de obtener resultados que puedan orientar a recomendar estrategias y acciones para mejorar la comunicación y a su vez fortalezcan las relaciones interpersonales de los trabajadores en la empresa Los Rosales Pan C.A., a continuación se detallan:

El Capítulo I donde está establecida la descripción y ubicación de la empresa, junto con su misión, visión y valores.

El Capítulo II el cual comprende la descripción de la problemática de estudio, la formulación del problema, los objetivos planteados, la justificación, el alcance y la delimitación de la investigación.

El Capítulo III contiene el marco teórico referencial, producto de la revisión bibliográfica y refiere estudios previos, teorías importantes, así como el cuadro de operacionalización de las variables.

El Capítulo IV contiene el marco metodológico, el tipo de investigación, el diseño aplicado, la población general, la muestra escogida de manera intencional, y las técnicas e instrumento de recolección de información.

El Capítulo V corresponde al diagnóstico de la situación planteada a través del análisis e interpretación de los resultados, presentando dicho diagnóstico en tablas y gráficos.

El Capítulo VI concierne a la propuesta, es decir, las estrategias diseñadas para solventar el problema existente.

Finalmente, se encuentran expresas las referencias bibliográficas utilizadas, así como también los respectivos anexos que sustentan a la investigación.

CAPÍTULO I

LA EMPRESA

LOS ROSALES PAN C.A

1.1 Ubicación

Av. 5 de Julio (Av.95) casa Nro 88-50 Sector Los Taladros, Valencia, Estado Carabobo, Venezuela.

1.2 Breve descripción de la empresa

La Compañía tiene por objeto principal la explotación comercial del ramo de la panadería y pastelería, elaboración, empaque, distribución, comercialización de todos los productos del ramo, compra, venta de materia prima insumos, exportación, importación, así como también la explotación de cualquier otro ramo comercial conexo o similar que la administración resolviere ejercer en un futuro, estando facultado además para realizar actos de lícito comercio, cuando así lo exijan las necesidades propias de la Empresa.

1.3 Misión, Visión y Valores de la empresa

La misión de la empresa es, brindar alimentos y satisfacer las necesidades de nuestros consumidores, garantizando calidad, eficiencia y la mejor relación precio/valor. Por otro lado, la visión es, expandirnos a nivel nacional como internacional, mejorando la industria de la panificación y optimizando la atención hacia nuestros consumidores.

Entre los valores que posee la empresa encontramos el respeto, la excelencia, la pasión por el bien, la calidad, la integridad, la responsabilidad, la solidaridad, la transparencia, la puntualidad, el trabajo en equipo, la competitividad.

La estructura organizativa que busca emplear Los Rosales Pan C.A., tiene como primordial objetivo el establecer líneas de mando directas, que entre cada unidad de la organización exista un flujo directo de información, propiciando la disminución de pasos a la hora de tomar decisiones, con calidad en la percepción de los negocios y eficiencia en el manejo de lineamientos estratégicos.

CAPITULO II

EL PROBLEMA

2.1 Planteamiento del Problema

Desde los inicios, la comunicación ha sido clave para el buen rendimiento, desarrollo, eficacia y convivencia de cualquier grupo o espacio social; abarcando el tema empresarial, es la clave de su éxito. La comunicación es el proceso dinámico dado entre dos o más personas o grupos de personas con el fin de compartir información, el cual, a su vez, posee distintos elementos: código (lenguaje empleado), canal de comunicación (medio usado), contexto (circunstancias del desarrollo del mensaje), retroalimentación (respuesta del receptor).

Según Idalberto Chiavenato, comunicación es "el intercambio de información entre personas. Significa volver común un mensaje o una información. Constituye uno de los procesos fundamentales de la experiencia humana y la organización social".

El proceso comunicativo es esencial para la vida en sociedad: permite que los seres humanos se expresen y compartan información entre sí, establezcan relaciones, lleguen a acuerdos y sean capaces de organizarse. Como valor social, es la base de la autoafirmación personal y grupal, ya que a través de ella intercambiamos opiniones y sentimientos con otras personas. Aprender a comunicarse es fundamental para el desarrollo de nuestra personalidad. Por eso, ante todo, una conversación debe estar rodeada de sinceridad y honestidad; el intercambio de mensajes (que puede ser verbal o no verbal) permite al individuo influir en los demás y a su vez ser influido.

El ser humano como ser social, necesita relacionarse con los demás, para establecer vínculos y aptitudes competitivas que le permitan crecer a sí mismo con el propósito de ser aceptado y desenvolverse dentro de un rol social, dando a conocer un conjunto de actitudes y conocimientos útiles para la sociedad y para sí mismo. Es ahí donde las relaciones interpersonales con los demás influyen de gran manera en el sostenimiento o debilitamiento de esta misma.

Siguiendo con el mismo orden de ideas, como es conocido y mencionado anteriormente, en el ámbito empresarial la comunicación es un elemento clave y fundamental para alcanzar el éxito en las organizaciones, puesto que permite la extensión de la información a todas las áreas y departamentos. A su vez, la misma es primordial a la hora de desarrollar el buen clima organizacional de una empresa, colaborando a alcanzar sus objetivos y metas a través del recurso humano. Sin embargo, su poca práctica genera, además de bajas en los ingresos de la compañía, que los trabajadores no posean una buena relación entre sí resultando en contradicciones, diferencias de ideas, malestar, tensión, entre otros. “En el ámbito laboral surgen muchas discrepancias, celos, roces; unos verbales, en el contexto de una conversación entre compañeros de trabajos; y otros corporales, en la comunicación no verbal”, (López Jerez, 2006).

Según Collado (1995), la comunicación interna es el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales.

Haciendo referencia al libro Comportamiento Organizacional de Stephen P. Robbins y Timothy A. Judge en su decimotercera edición (2009), los chismes son uno de los temas principales de la comunicación, siendo probable que la mala

comunicación sea el origen que se cita con más frecuencia de conflictos interpersonales, tal y como las investigaciones lo indican. Debido a que los individuos pasan cerca del 70% de las horas que están despiertos comunicándose (escribiendo, leyendo, hablando, escuchando) parece razonable concluir que una de las cosas que más privan en el desempeño exitoso de un grupo es la carencia de una comunicación eficaz, resultando en variadas complicaciones.

La comunicación tiene cuatro funciones principales dentro de un grupo u organización: control, motivación, expresión emocional e información.

La comunicación actúa de varias maneras para *controlar* el comportamiento de los miembros, siendo que las organizaciones tienen jerarquías de autoridad y lineamientos formales que se exige que los empleados sigan.

La comunicación impulsa a la *motivación* porque aclara a los empleados lo que se hace, qué tan bien se hace y lo que puede hacerse para mejorar el desempeño, si éste fuera insatisfactorio.

Para muchos empleados su grupo de trabajo es la fuente principal de interacción social. La comunicación que tiene lugar dentro del grupo es un mecanismo fundamental por medio del cual los miembros expresan sus frustraciones y sentimientos de satisfacción. Por tanto, la comunicación brinda un medio para la *expresión emocional* de los sentimientos y para satisfacer las necesidades sociales.

La última función que ejecuta la comunicación se relaciona con su rol para facilitar la toma de decisiones. Proporciona la *información* que los individuos y grupos necesitan para tomar decisiones por medio de la transmisión de datos para identificar y evaluar las alternativas de selección.

No debería verse a ninguna de estas cuatro funciones como más importante que las otras. Para que los grupos se desempeñen con eficacia, necesitan mantener cierta forma de control sobre sus miembros, estimular a éstos en su desempeño,

proporcionar un medio para la expresión emocional y elegir una decisión. Se puede suponer que casi toda interacción de la comunicación que tiene lugar en un grupo u organización lleva a cabo una o más de estas cuatro funciones.

Por otro lado, según un estudio realizado por la Universidad de San Carlos de Guatemala en el año 2014 sobre la incidencia de las relaciones interpersonales en el trabajo, explica que está debe de propiciar las condiciones para una relación positiva entre las personas que allí laboran; por lo que es indispensable el afecto y la amistad. Además, para que el ser humano pueda sentirse satisfecho con su trabajo, es necesario que todas las personas que laboran muestren interés y entusiasmo por realizar sus tareas de la mejor manera posible, demostrando simpatía, amabilidad y colaboración hacia sus compañeros, prestar ayuda cuando se necesite y permitir recibir ayuda de los demás; debe existir una unión positiva, un nexo, entre los trabajadores, ya que si ocurre lo contrario se produce la insatisfacción y por ende esto da pie a la ineficiencia organizacional. Así, en el mundo laboral, las relaciones interpersonales son cruciales porque permiten a cada individuo formar parte de un grupo de profesionales, comunicarse con ellos y cumplir con las obligaciones laborales exigidas.

Haciendo referencia a lo anteriormente estipulado, la investigación se enfoca en la empresa Los Rosales Pan C.A, una empresa fabricante de productos derivados del pan, donde se ha podido observar la existencia de esta problemática, dando pie a la desconfianza, disipación del mensaje, falta de empatía, resentimiento y frustración entre los trabajadores, y otros elementos negativos que resultan nocivos para la organización afectando el clima organizacional que posee, ya que la falta de comunicación deteriora las relaciones, el humor y por lo tanto, la productividad. Es por ello que se ve la necesidad de hacer un estudio que conlleve a solucionar para posteriormente mejorar y fortalecer la falla actual de dicha compañía.

2.2 Formulación del Problema

Ante esta situación, surge la siguiente interrogante: ¿Cuáles estrategias de comunicación pueden ser aplicadas para el desarrollo de la comunicación y el fortalecimiento de las relaciones interpersonales en la empresa en Los Rosales Pan C.A?

2.3 Objetivos de la Investigación

Objetivo General: Proponer estrategias de comunicación para su desarrollo y el fortalecimiento de las relaciones interpersonales de los trabajadores de la empresa Los Rosales Pan C.A

Objetivos Específicos:

1. Describir el grado de comunicación existente entre los trabajadores de las distintas áreas.
2. Evaluar los aspectos positivos y negativos del grado de comunicación en los trabajadores de Los Rosales Pan C.A
3. Diseñar estrategias comunicativas para el fortalecimiento de las relaciones interpersonales.

2.4 Justificación de la Investigación

La comunicación en los seres humanos es indispensable para su desarrollo y continuidad, no saber manejar este tema en las organizaciones conlleva a una mala comunicación, a disminuir la productividad y las ganancias, además generan, cotilleos, frustración, inestabilidad y promueve el comportamiento emocional.

La comunicación es el factor primordial que nos permite expresar nuestras opiniones y es de vital importancia darle un papel protagónico en nuestra vida, ya que el ser humano no es un ser solitario, depende de los otros para poder sobrevivir, socializar es parte del ser humano y una buena comunicación puede hacer la

diferencia para convertimos en personas exitosas. En la organización la comunicación es el factor más importante ya que permite alinear las ideas de la gerencia con la de los empleados en la búsqueda y el logro de los objetivos comunes, mutuamente logrando beneficios para el crecimiento de los empleados que conlleva a la eficiencia en las actividades realizadas aportando mayores ingresos para la compañía.

Si una organización está correctamente estructurada, con todos los objetivos, cargos y tareas definidas pero carece de comunicación entre los empleados de un mismo departamento o entre distintos departamentos, es decir, que no existan las buenas relaciones laborales, se verá afectada de manera negativa al paso del tiempo y sufrirá descensos, causando conflictos, baja productividad, morosidad, entre otros factores que no permitirán a la organización surgir y desarrollarse debidamente.

2.5 Alcance de la Investigación

La presente investigación tiene como propósito recomendar acciones y estrategias que puedan fortalecer las relaciones interpersonales, la buena comunicación y la sana interacción entre los trabajadores de la empresa Los Rosales Pan C.A, beneficiando tanto a la organización como a los mismos empleados, y aportando a su vez para la optimización de sus servicios y su apto desarrollo y crecimiento.

2.6 Delimitación del estudio

Esta investigación es de naturaleza cuantitativa, el contexto será el municipio Valencia del Estado Carabobo, en los espacios de la Empresa Los Rosales Pan C. A. específicamente en la Av. 5 de Julio (Av.95) casa Nro 88-50, Sector Los Taladros, Valencia Edo. Carabobo Venezuela, donde se desarrollarán las fases de la investigación, durante el primer semestre del año 2021.

CAPITULO III

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

3.1 Antecedentes de la Investigación

Arias (2006) define al marco teórico referencial como “el producto de la revisión documental y bibliográfica, consiste en la recopilación de ideas, postura de autores, conceptos y definiciones que sirven de base a la investigación por realizar” (p.106).

Con respecto a los antecedentes internacionales, la primera investigación que se puede citar es la de Balarezo, (2014) Ecuador, titulada “La comunicación organizacional interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de la empresa San Miguel Drive”. El objetivo de su investigación está enfocado en la deficiente comunicación organizacional interna y en identificar de forma técnica el problema latente, sus causas y efectos. La metodología empleada tiene una explicación cualitativa, por lo que se utilizó una investigación bibliográfica y de campo. Como conclusión menciona que la comunicación organizacional influye directamente sobre la baja productividad y el desarrollo organizacional de la empresa.

Gómez, (2007) España, en su investigación para su tesis doctoral, titulada “La comunicación en las organizaciones para la mejora de la productividad: El uso de los medios como fuente informativa en empresas e instituciones andaluzas”, tiene como objeto de estudio la comunicación en las empresas e instituciones y en cómo una adecuada selección, tratamiento y adecuación de la información a sus distintos miembros repercutirá en una mejora de la productividad, la eficacia y el conocimiento. El método objeto de estudio que se optó, es una herramienta

metodológica como la encuesta. Se ha demostrado que teniendo un adecuado nivel de información se logra el objetivo propuesto por la organización.

Díaz, (2014) Guatemala, en su investigación titulada “La comunicación organizacional y el trabajo en equipo” expresa que ambos elementos son de gran importancia dentro de la empresa, ya que al no existir una buena relación dentro del capital humano, no podrá desarrollarse el trabajo en equipo, afectando a todos los miembros del grupo y por ende dejando como consecuencia una serie de problemas dentro de la organización. Una empresa no puede funcionar correctamente si los procesos de comunicación son deficientes ya que habrá confusiones entre los empleados, lo cual afectaría el desempeño de cada uno de los miembros de la institución tanto en su desarrollo individual como grupal. Bajo estas circunstancias negativas los empleados notarán deficiencias en la comunicación organizacional y esto dará como resultado desmotivación laboral y baja productividad.

Como antecedente nacional, se encuentra la investigación de Beiza, (2012) Venezuela, titulado “Las relaciones interpersonales como herramienta esencial para optimizar el clima organizacional en la Escuela Básica Nacional *Creación Chaguaramos II*”, la cual expresa que cada individuo en un entorno laboral ejecuta una labor específica, en el cual el engranaje de estos niveles jerárquicos genera resultados favorables dentro de este ámbito laboral si existe una buena relación entre ellos, evidenciándose a través de las relaciones interpersonales y enfatizando que las necesidades de afiliación y afecto están desde un principio acopladas a las relaciones humanas.

3.2 Bases Teóricas

Según Arias (2006), las bases teóricas están formadas por: “un conjunto de conceptos y proposiciones que constituyen un punto de vista o enfoque determinado, dirigido a explicar el fenómeno o problema planteado” (p. 39).

Por su parte Tamayo (2012) señala que “El marco teórico nos amplía la descripción del problema. Integra la teoría con la investigación y sus relaciones mutuas” (p. 148).

Con respecto a lo antes mencionado, se puede tomar en cuenta las siguientes teorías:

3.2.1 Teoría de las Relaciones Humanas

Destaca que en una organización la parte humana es la más importante, y que, además, el individuo se siente más realizado y con mayor bienestar si está bien relacionado socialmente, a favor de las normas que imperan y a través del entorno, y el contexto en el que se encuentra.

Esta teoría fue desarrollada por el psicólogo Elton Mayo, que fue un gran referente en el estudio de las relaciones humanas. Sus estudios de investigación para desarrollar la teoría tienen su origen en la cuarta década del siglo XX. Surgió para equilibrar la relación entre los obreros y jefes de las compañías, y como contraposición de la teoría clásica en la que se trataban a los trabajadores como máquinas, y no como una parte humana.

La Teoría de las Relaciones Humanas estudia a la organización no como una máquina sino como un grupo de personas basándose en sí, aportándoles confianza a los trabajadores a realizar de la mejor manera sus tareas, promoviendo los trabajos en grupo y, además, da suma importancia a las relaciones interpersonales existentes entre los empleados de la organización para así tener un óptimo clima organizacional, un ambiente cálido y a gusto que permita la facilidad y motivación del alcance de los objetivos y metas de la organización.

3.2.2 Teoría de la Inteligencia Emocional

Fernández (2004), en su libro cita a Peter Salovey de la Universidad de Yale y John Mayer de la Universidad de New Hampshire (1990), para definir la inteligencia emocional, denominándola como una capacidad compleja integrada por un sistema de actitudes y habilidades (percepción de control, contactarse con otras personas, enfrentar el estrés, etc.) que determinan la conducta individual, reacciones, estados mentales, estilo de comunicación, niveles de autoestima, entre otros. Estos factores afectan de manera directa el éxito, así como la satisfacción personal y social de los empleados en la organización. Se presenta en cuatro grandes capacidades:

- Conciencia y conocimiento sobre sí mismo, o sea, con cuánta y con qué profundidad conocemos nuestras fortalezas y debilidades: capacidad para sintonizar nuestros pensamientos y sentimientos, confianza en nosotros mismos.
- Capacidad para manejar las emociones personales, es decir, el control de las emociones, de los impulsos en forma responsable y flexible de manera que beneficie los resultados de la actividad propia: perseverancia ante contratiempos, motivación positiva hacia el logro de mejores resultados.
- Conciencia social, lo que equivale a estar en sintonía con los sentimientos, necesidades y temas que interesan a los otros: habilidad para lograr empatía con otros (colegas, jefes, subordinados, clientes, entre otros.).
- Habilidad social, aquella que nos permite interactuar con otros: comunicarse, influir, colaborar y otras, ya sea en forma individual o en equipo, así como para manejar los conflictos.

En general, la inteligencia emocional es aquella que permite interactuar con los demás, trabajar en grupo, tolerar situaciones difíciles y de conflicto, fortalecer 3 vínculos afectivos, establecer una empatía social, controlar los impulsos y mantener

niveles adecuados de humor. La carencia de las aptitudes anteriores se denomina actualmente analfabetismo emocional.

Sin embargo, Goleman (1996), en su publicación destaca en base a la teoría las mismas componentes pero de forma amplificada y más detalladas, define a la inteligencia emocional en el trabajo como la manifestación de disposiciones que deben desarrollarse, tanto por los gerentes como por el personal especializado, entre ellas se encuentran: el compromiso organizacional, las iniciativas que estimulan el mejoramiento y la calidad en la ejecución de las distintas tareas, los incentivos para el desarrollo de la comunicación y la confianza entre los empleados, los distintos jefes y directivos de la empresa, la construcción de relaciones dentro y fuera de la compañía que ofrecen una ventaja competitiva, el incentivo de una constante colaboración, apoyo e intercambio de fuentes y recursos, la innovación, riesgo y enfrentamiento de cualquier situación como un equipo y la pasión por el aprendizaje y el mejoramiento continuo.

En la actualidad es importante impulsar en todos los ámbitos laborales programas que ayuden efectivamente al desarrollo humano, sin éste no será posible en modo alguno lograr el desarrollo organizacional en forma sólida y sustentada en un contexto global de competencia ascendente entre un ámbito y otro que comparta características y funciones comunes.

3.2.3 Teoría X y Teoría Y

Una de las teorías más conocidas relacionada con el comportamiento humano en las organizaciones empresariales es la conocida Teoría X y Teoría Y. Creada por el economista estadounidense Douglas McGregor representa dos actitudes que agrupan distintas concepciones y prácticas con relación a la gestión de los recursos humanos. Según este autor, son dos tipos de conducta que puede presentar una persona frente al trabajo: teoría X y teoría Y.

Teoría X: Esta teoría se basa en un estilo de administración tradicional, estricto y rígido. La creencia principal de este modelo es que las personas son un simple medio de producción. Los directivos consideran que los trabajadores sólo se mueven por motivaciones económicas, rehúyen de las responsabilidades, necesitan ser dirigidos, ven el trabajo como una obligación y poseen métodos deficientes de trabajo.

En este modelo se implanta un estilo de liderazgo en el que los superiores crean esquemas de trabajo, diseñan los objetivos, instruyen a los trabajadores y controlan que las tareas se desarrollen como ellos desean; en ocasiones se implantan obligaciones, castigos y/o amenazas para el cumplimiento de los objetivos. Creen, además, que los empleados deben tener claro quién es su líder y guardarle respeto y obediencia.

Para McGregor, la Teoría X no aporta una visión realista del ser humano en la empresa. Más bien describe el estado de las organizaciones a causa, posiblemente, de su concepción de las personas frente al trabajo.

Teoría Y: Por otro lado encontramos la teoría Y, basada en la creatividad y el poder de la imaginación y del pensamiento de la gran mayoría de los empleados. El trabajo, para ellos, es algo motivador e inherente a su vida, como los simples actos de salir, jugar y disfrutar. El trabajo no es considerado un peso y tampoco es considerado una obligación. Se trata de un momento de producir y complementar la organización corporativa. El trabajador, en esta segunda postura, puede aportar ideas y expresar su comportamiento sin haber cohibición, ya que los líderes y trabajadores tienen objetivos en común que se basan en el crecimiento y rendimiento profesional.

En este caso, los líderes o superiores creen que, otorgando las condiciones y herramientas adecuadas, sus empleados desempeñarán las funciones que les corresponden de manera correcta. Consideran, además, que la satisfacción de realizar un trabajo bien hecho, es un factor motivador.

3.3 Cuadro de Operacionalización de Variables

Variables	Definición	Dimensiones	Indicadores	Items
Comunicación	Se define como el proceso mediante el cual dos o más personas intercambian información con el propósito de ejercer influencia sobre la conducta de otra persona. Ninguna empresa u organización escolar pudiese conformarse sin comunicación ya que ésta es la transferencia de significación.	Formas de la comunicación	-Ascendente.	14
			-Descendente.	7
			-Lateral.	3, 5, 6
		Rumores	-Negativos	4
Relaciones Interpersonales	Se refiere al modo de vincularse que existe entre dos o más personas, basándose en emociones, sentimientos, intereses, actividades sociales. Son la base de la vida en sociedad y se dan en numerosos contextos cotidianos, como la familia, los amigos, el entorno laboral, clubes deportivos, matrimonios, y muchas más.	Apoyo	Humanidad	1, 2, 8, 9, 10, 11
		Motivación	Mejoramiento laboral.	12, 13

CAPITULO IV

MARCO METODOLÓGICO

4.1 Tipo de Investigación

El presente estudio, tiene como propósito analizar la influencia de la comunicación en la empresa Los Rosales Pan C.A., como herramienta esencial para fortalecer las relaciones interpersonales de los trabajadores. En este sentido, puede decirse que se trata de una investigación descriptiva, ya que logra caracterizar un objeto de estudio o una situación, señala sus características y propiedades, interpreta lo que es y describe la situación de las cosas, tal como lo presenta Silva (2008).

4.2 Diseño de la Investigación

El estudio descriptivo se fundamenta en un diseño de campo, de manera cuantitativa, por tanto, el mismo permite no solo observar, sino recolectar los datos de la realidad y sin alteración de variable alguna en un ambiente cotidiano. La información se obtiene del instrumento que se defina válido y aplicable al personal de la empresa Los Rosales Pan C.A., como parte del diagnóstico que se realizó.

4.3 Población

Se entiende por población “el conjunto finito o infinito de elementos con características comunes, para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Esta queda limitada por el problema y por los objetivos del estudio”, Arias (2006).

Arias (2006), señala que, en una población, se utilizará un conjunto de personas con características comunes que serán objeto de estudio.

En el caso de la presente investigación, la población total a tener en cuenta es de catorce (14) empleados de la Panificadora Los Rosales Pan C.A.

4.4 Muestra

La muestra se define como: “Un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características, al que se le llama población”, Hernández (2010).

Una vez determinada la población, se procederá a elegir la muestra, la cual se extraerá de la totalidad de la población, en este caso, de los catorce (14) empleados de la Panificadora Los Rosales Pan C.A; la muestra a tomar en cuenta es de diez (10) empleados, seleccionados de manera intencional por la investigadora siendo que cumplen las características necesarias para la facilidad de la indagación, representando así el 71 por ciento de la totalidad de la población.

4.5 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

La técnica de recolección de datos usada en la presente investigación es la Encuesta, es una técnica de recolección de datos en investigaciones de campo que consiste en obtener información de una muestra representativa de una población, Silva (2008) (p.111). Ésta técnica permite realizar una evaluación y diagnosticar el grado de comunicación existente entre los trabajadores de la Panificadora Los Rosales Pan C.A, y así analizar la manera en que se desarrollan las relaciones interpersonales de los mismos. Éste cuestionario está constituido por catorce (14) ítems o preguntas cerradas, con posibilidad de cinco (5) alternativas de respuesta (SIEMPRE, FRECUENTEMENTE, ALGUNAS VECES, OCASIONALMENTE y NUNCA), donde los ítems se elaboran en base a los indicadores que se plantearon para las variables.

Esta técnica se lleva a cabo a través de un cuestionario, instrumento de evaluación que se aplica a la muestra, donde el cuestionario es un instrumento de

recolección de datos, de lápiz y papel, integrado por preguntas que solicitan información referida a un problema, objeto o tema de investigación, el cual, es administrado a un grupo de personas, Bolívar (2008) (p.191).

Una vez obtenidos los datos, se analiza cada indicador para sacar conclusiones y hacer un conjunto de recomendaciones y estrategias que puedan mejorar o potenciar los distintos aspectos observados en este estudio.

CAPITULO V

ANÁLISIS DE RESULTADOS

5.1 Análisis e interpretación de los resultados

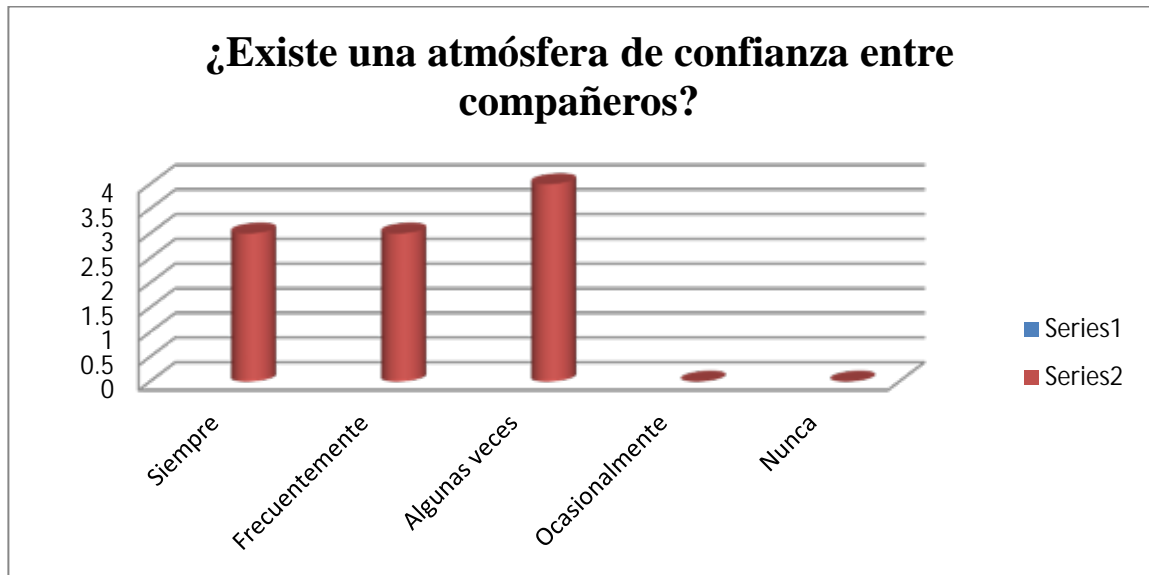
A continuación se presentan los datos obtenidos de las respuestas arrojadas por los trabajadores encuestados respecto a los indicadores y las dimensiones del instrumento utilizado para la recolección de la información, siendo éstos presentados mediante gráficos de columna, a fin de proceder a realizar el análisis respectivo del mismo y posteriormente hacer las debidas recomendaciones de acciones o estrategias necesarias en el fortalecimiento para un ambiente de trabajo armonioso, donde las relaciones interpersonales sean consideradas como parte fundamental en las labores diarias.

En cuanto a las variables de la investigación, comunicación, caracterizada por las dimensiones formas de la comunicación y rumores, y a su vez por los indicadores ascendente, descendente, lateral y negativos, y la variable relaciones interpersonales, caracterizada por las dimensiones apoyo y motivación, y a su vez por los indicadores humanidad y mejoramiento laboral, son las utilizadas para la recolección de la información y el éxito de la investigación.

Tabla N° 1. ATMÓSFERA ENTRE COMPAÑEROS.

ITEMS	ALTERNATIVAS					N° SUJETOS
	S	F	A V	O	N	
¿Existe una atmósfera de confianza entre compañeros?	3	3	4	0	0	10

Gráfico N° 1



Fuente: Vetri, Fabiana (2021).

Análisis del gráfico N° 1: La información suministrada por los trabajadores de la empresa Los Rosales Pan C.A para la variable Relaciones Interpersonales correspondiente a la dimensión Apoyo y el indicador Humanidad, a través del ítem N° 1, permite observar que un 30 por ciento elige la opción SIEMPRE, otro 30 por ciento la opción FRECUENTEMENTE, un 40 por ciento la opción ALGUNAS

VECES, y el 0 por ciento las opciones OCASIONALMENTE y NUNCA, evidenciando que efectivamente en la empresa ronda un ambiente lleno de confianza para los trabajadores apoyando al logro de las actividades de la organización.

Tabla N° 2. INTEGRACIÓN Y COORDINACIÓN.

ITEMS	ALTERNATIVAS					N° SUJETOS
	S	F	A V	O	N	
¿Cree que hay integración y coordinación entre sus compañeros del mismo nivel para la solución de tareas y problemas?	3	1	5	0	1	10

Gráfico N° 2



Fuente: Vetri, Fabiana (2021).

Análisis de gráfico N° 2: La información suministrada por los trabajadores de la empresa Los Rosales Pan C.A para la variable Relaciones Interpersonales correspondiente a la dimensión Apoyo y el indicador Humanidad, a través del ítem N° 2, permite observar que el 30 por ciento de ellos consideran la opción SIEMPRE, un 10 por ciento considera las respuesta FRECUENTEMENTE, otro 10 por ciento la respuesta NUNCA, un 50 por ciento ALGUNAS VECES, y 0 por ciento OCASIONALMENTE, evidenciando que la mayoría de los encuestados están de acuerdo en que hay integración y coordinación entre compañeros para la solución de tareas y problemas en el trabajo.

Tabla N° 3. COMUNICACIÓN ENTRE COMPAÑEROS.

ITEMS	ALTERNATIVAS					N° SUJETOS
	S	F	A V	O	N	
¿Cree que la comunicación entre sus compañeros del mismo nivel es de manera abierta?	5	0	3	2	0	10

Gráfico N° 3



Fuente: Vetri, Fabiana (2021).

Análisis del gráfico N° 3: La información suministrada por los trabajadores de la empresa Los Rosales Pan C.A para la variable Comunicación correspondiente a la dimensión Formas de la Comunicación y el indicador Lateral, a través del ítem N° 3, permite observar que el 50 por ciento de ellos consideran la opción SIEMPRE, un 0 por ciento considera las respuesta FRECUENTEMENTE y NUNCA, un 30 por ciento ALGUNAS VECES, y un 20 por ciento OCASIONALMENTE, evidenciando que la mayoría de los encuestados afirma que la comunicación entre compañeros es de manera abierta, permitiendo que el trabajo se torne placentero.

Tabla N° 4. OCULTAMIENTO DE INFORMACIÓN.

ITEMS	ALTERNATIVAS					N° SUJETOS
	S	F	A V	O	N	
¿Cree que se oculta información entre compañeros del mismo nivel?	0	0	2	1	7	10

Gráfico N° 4



Fuente: Vetri, Fabiana (2021).

Análisis del gráfico N° 4: La información suministrada por los trabajadores de la empresa Los Rosales Pan C.A para la variable Comunicación correspondiente a la dimensión Rumores y el indicador Negativos, a través del ítem N° 4, permite observar que el 0 por ciento de ellos consideran las opciones SIEMPRE y FRECUENTEMENTE, un 20 por ciento considera la respuesta ALGUNAS VECES, un 10 por ciento OCASIONALMENTE, y un 70 por ciento NUNCA, evidenciando que la mayoría de los encuestados afirma que entre compañeros no se oculta ningún tipo de información, sin embargo, una pequeña parte cree lo contrario.

Tabla N° 5. COMUNICACIÓN CON LOS COMPAÑEROS.

ITEMS	ALTERNATIVAS					N° SUJETOS
	S	F	A V	O	N	
¿La comunicación con sus compañeros es acorde para desempeñar su labor?	5	4	0	1	0	10

Gráfico N° 5



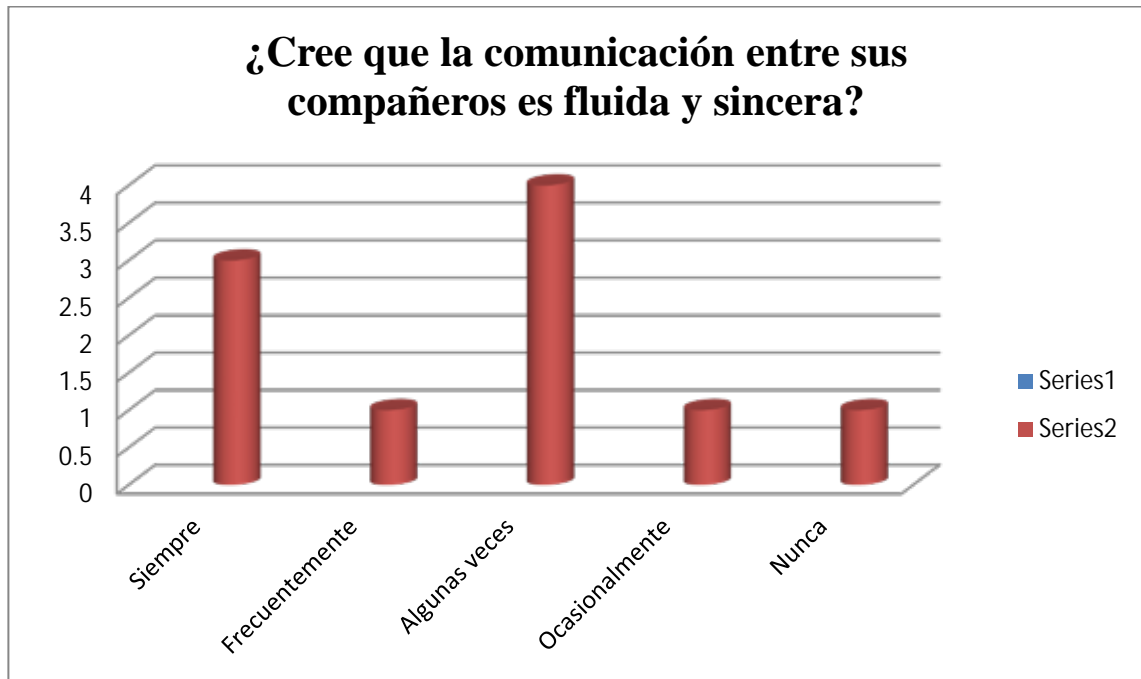
Fuente: Vetri, Fabiana (2021).

Análisis del gráfico N° 5: La información suministrada por los trabajadores de la empresa Los Rosales Pan C.A para la variable Comunicación correspondiente a la dimensión Formas de la Comunicación y el indicador Lateral, a través del ítem N° 5, permite observar que el 50 por ciento de ellos consideran la opción SIEMPRE, un 40 por ciento considera la respuesta FRECUENTEMENTE, un 0 por ciento ALGUNAS VECES y NUNCA, y un 10 por ciento OCASIONALMENTE, evidenciando que los encuestados manejan una buena comunicación con sus compañeros para el excelente desempeño y práctica del trabajo.

Tabla N° 6. COMUNICACIÓN FLUIDA.

ITEMS	ALTERNATIVAS					N° SUJETOS
	S	F	A V	O	N	
¿Cree que la comunicación entre sus compañeros es fluida y sincera?	3	1	4	1	1	10

Gráfico N° 6



Fuente: Vetri, Fabiana (2021).

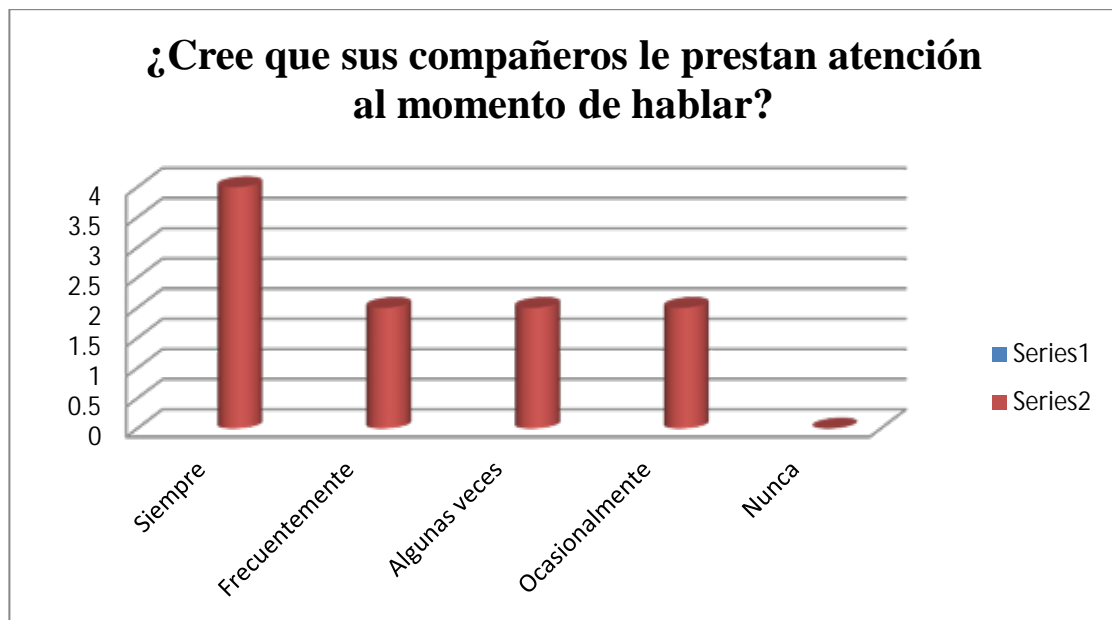
Análisis del gráfico N° 6: La información suministrada por los trabajadores de la empresa Los Rosales Pan C.A para la variable Comunicación correspondiente a la dimensión Formas de la Comunicación y el indicador Lateral, a través del ítem N° 6,

permite observar que el 30 por ciento de ellos consideran la opción SIEMPRE, un 10 por ciento considera la respuesta FRECUENTEMENTE, otro 10 por ciento la opción OCASIONALMENTE, otro 10 por ciento NUNCA, y un 40 por ciento ALGUNAS VECES, comprendiendo que la comunicación en la organización no es totalmente sincera y honesta pudiendo ocasionar malos entendidos entre los trabajadores llevando a las molestias y un ambiente un poco pesado.

Tabla N° 7. ATENCIÓN DE LOS COMPAÑEROS.

ITEMS	ALTERNATIVAS					N° SUJETOS
	S	F	A V	O	N	
¿Cree que sus compañeros le prestan atención al momento de hablar?	4	2	2	2	0	10

Gráfico N° 7



Fuente: Vetri, Fabiana (2021).

Análisis del gráfico N° 7: La información suministrada por los trabajadores de la empresa Los Rosales Pan C.A para la variable Comunicación correspondiente a la dimensión Formas de la Comunicación y el indicador Descendente, a través del ítem N° 7, permite observar que el 40 por ciento de ellos consideran la opción SIEMPRE, un 20 por ciento considera la respuesta FRECUENTEMENTE, otro 20 por ciento la opción ALGUNAS VECES, otro 20 por ciento OCASIONALMENTE, y un 0 por ciento NUNCA, lo que permite concluir que cuando un trabajador desea expresar sus pensamientos, sentimientos y emociones sus compañeros le prestan atención ayudando a la mejora y estabilidad emocional de dicho empleado.

Tabla N° 8. BRINDAR AYUDA.

ITEMS	ALTERNATIVAS					N° SUJETOS
	S	F	A V	O	N	
¿Brinda usted ayuda a sus compañeros cuando se es solicitada?	9	1	0	0	0	10

Gráfico N° 8



Fuente: Vetri, Fabiana (2021).

Análisis del gráfico N° 8: La información suministrada por los trabajadores de la empresa Los Rosales Pan C.A para la variable Relaciones Interpersonales correspondiente a la dimensión Apoyo y el indicador Humanidad, a través del ítem N° 8, permite observar que el 90 por ciento de ellos consideran la opción SIEMPRE, un 10 por ciento la opción FRECUENTEMENTE, y un 0 por ciento las opciones ALGUNAS VECES, OCASIONALMENTE y NUNCA, pudiendo analizar que los encuestados no poseen ningún tipo de molestias al momento de prestar su ayuda cuando se le es solicitada por sus compañeros, resultando grato y favorable para la creación de un buen clima laboral.

Tabla N° 9. INICIATIVA PROPIA.

ITEMS	ALTERNATIVAS					N° SUJETOS
	S	F	A V	O	N	
¿Cree que sus compañeros ofrecen ayuda por iniciativa propia?	5	2	3	0	0	10

Gráfico N° 9



Fuente: Vetri, Fabiana (2021).

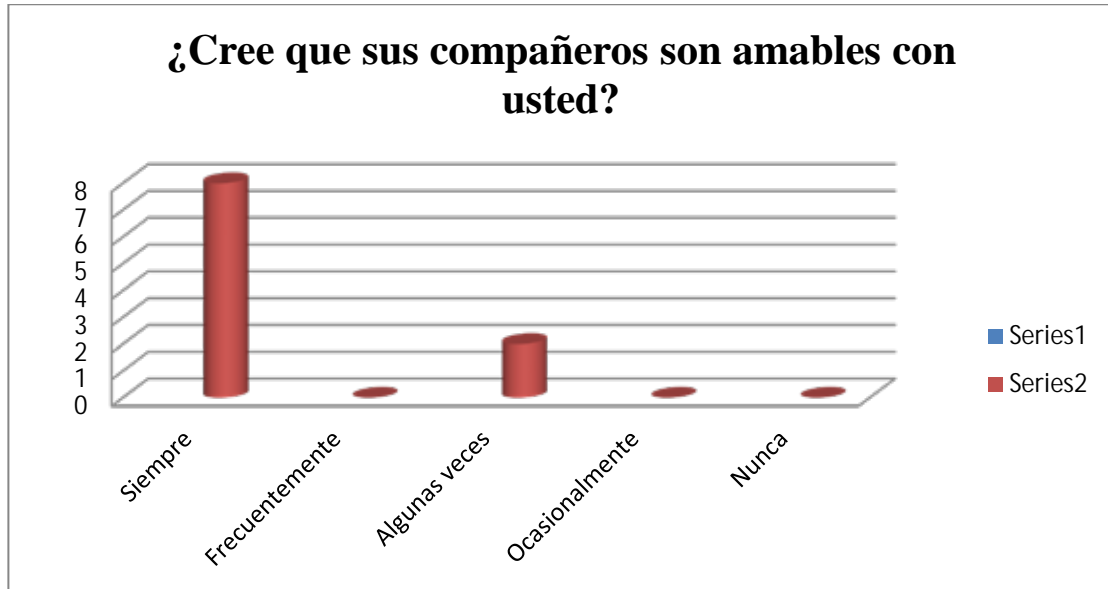
Análisis del gráfico N° 9: La información suministrada por los trabajadores de la empresa Los Rosales Pan C.A para la variable Relaciones Interpersonales correspondiente a la dimensión Apoyo y el indicador Humanidad, a través del ítem

Nº 9, permite observar que el 50 por ciento de ellos consideran la opción SIEMPRE, un 20 por ciento la opción FRECUENTEMENTE, un 30 por ciento la opción ALGUNAS VECES, y un 0 por ciento las opciones OCASIONALMENTE y NUNCA, dejando en evidencia que en la empresa existe un alto nivel de colaboración en el momento que un compañero le sea necesario solicitar ayuda para un mayor rendimiento en las actividades laborales de la organización.

Tabla Nº 10. AMABILIDAD EN EL TRATO.

ITEMS	ALTERNATIVAS					Nº SUJETOS
	S	F	A V	O	N	
¿Cree que sus compañeros son amables con usted?	8	0	2	0	0	10

Gráfico N° 10



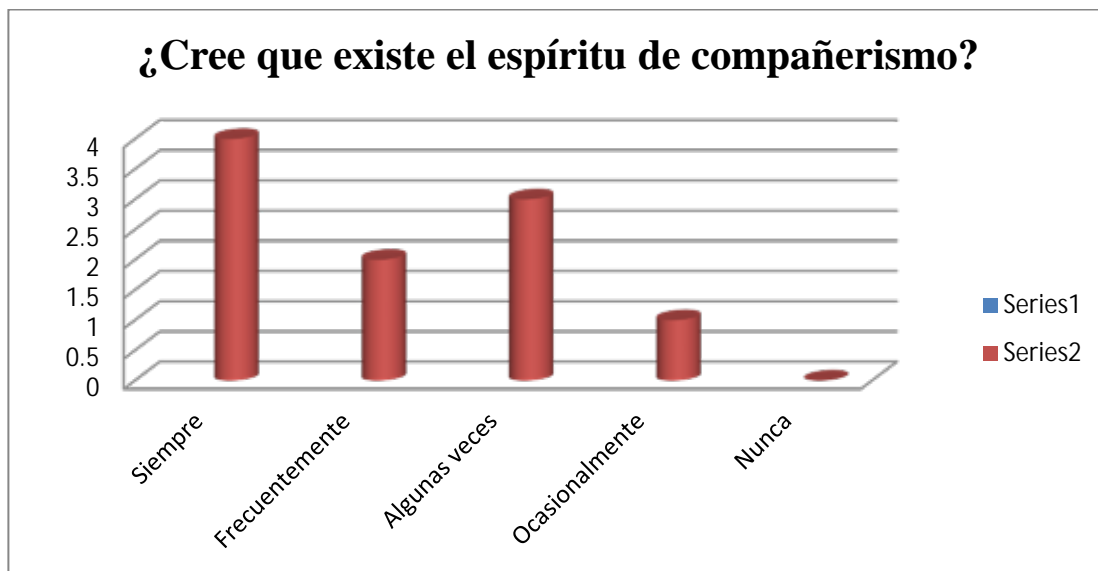
Fuente: Vetri, Fabiana (2021).

Análisis del gráfico N° 10: La información suministrada por los trabajadores de la empresa Los Rosales Pan C.A para la variable Relaciones Interpersonales correspondiente a la dimensión Apoyo y el indicador Humanidad, a través del ítem N° 10, permite observar que el 80 por ciento de ellos consideran la opción SIEMPRE, un 20 por ciento la opción ALGUNAS VECES, y un 0 por ciento las opciones FRECUENTEMENTE, OCASIONALMENTE y NUNCA, dejando en evidencia que en la empresa existen variables, sin embargo, se sigue presenciando un margen positivo en el cual se puede observar que los trabajadores son poseedores de ética y muy buenos valores manteniendo así un ambiente de amabilidad entre ellos, dando constancia que la organización ha sabido proporcionar un entendimiento eficaz entre las partes.

Tabla N° 11. ESPÍRITU DE COMPAÑERISMO.

ITEMS	ALTERNATIVAS					N° SUJETOS
	S	F	A V	O	N	
¿Cree que existe el espíritu de compañerismo?	4	2	3	1	0	10

Gráfico N° 11



Fuente: Vetri, Fabiana (2021).

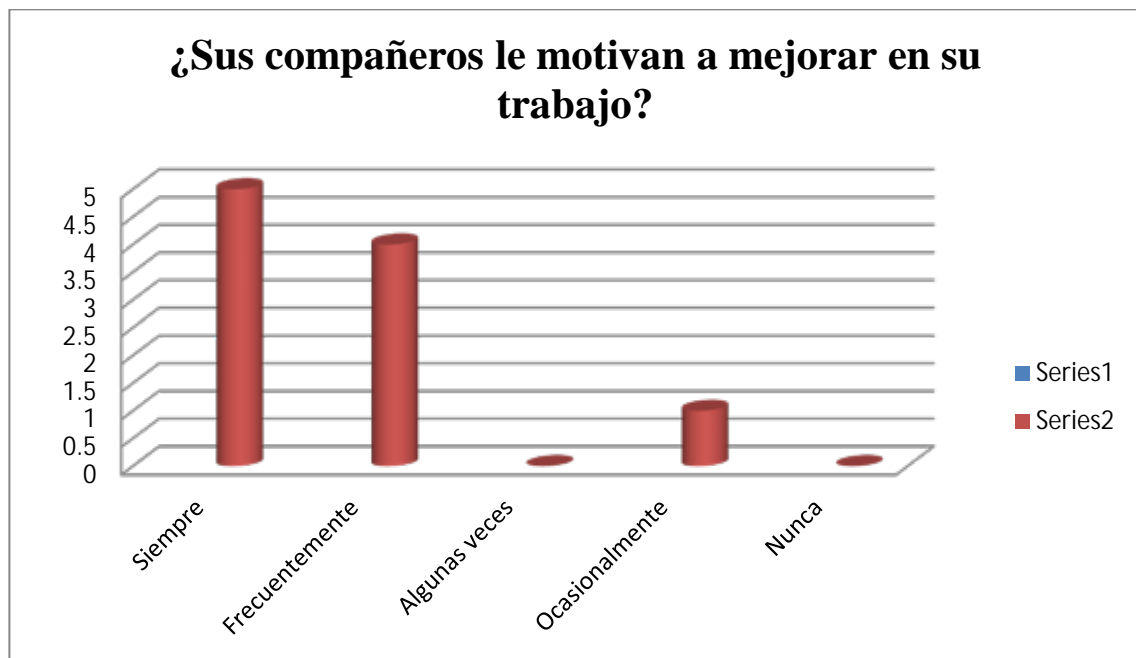
Análisis del gráfico N° 11: La información suministrada por los trabajadores de la empresa Los Rosales Pan C.A para la variable Relaciones Interpersonales correspondiente a la dimensión Apoyo y el indicador Humanidad, a través del ítem N° 11, permite observar que el 40 por ciento de ellos consideran la opción SIEMPRE, un 20 por ciento la opción FRECUENTEMENTE, un 30 por ciento la opción

ALGUNAS VECES, un 10 por ciento la opción OCASIONALMENTE, y un 0 por ciento la opción NUNCA, pudiendo observar que en el entorno de la empresa hay variabilidad en la pregunta en cuestión, constatando que el compañerismo puede presentar altas y bajas pero aun así persiste la ética profesional y el querer ayudar y apoyar al prójimo, dando por entendido que existe un bien común como es la preservación del rendimiento laboral en la organización.

Tabla N° 12. MOTIVACIÓN DE LOS COMPAÑEROS.

ITEMS	ALTERNATIVAS					N° SUJETOS
	S	F	A V	O	N	
¿Sus compañeros le motivan a mejorar en su trabajo?	5	4	0	1	0	10

Gráfico N° 12



Fuente: Vetri, Fabiana (2021).

Análisis del gráfico N° 12: La información suministrada por los trabajadores de la empresa Los Rosales Pan C.A para la variable Relaciones Interpersonales correspondiente a la dimensión Motivación y el indicador Mejoramiento Laboral, a través del ítem N° 12, permite observar que el 50 por ciento de ellos consideran la opción SIEMPRE, un 40 por ciento la opción FRECUENTEMENTE, un 10 por ciento la opción OCASIONALMENTE, y un 0 por ciento las opciones ALGUNAS VECES y NUNCA. En esta ocasión se deja en evidencia uno de los principales objetivos de los trabajadores, siendo el mejoramiento de la mano de obra para lograr posicionar el producto en la en el mercado y manteniendo un diálogo entre sí, enfocado en el desenvolvimiento de las partes con el fin de acrecentar la calidad de los productos elaborados en la organización.

Tabla N° 13. RECONOCIMIENTO.

ITEMS	ALTERNATIVAS					N° SUJETOS
	S	F	A V	O	N	
¿Sus compañeros le elogian cuando realiza su trabajo adecuadamente?	2	2	2	1	3	10

Gráfico N° 13



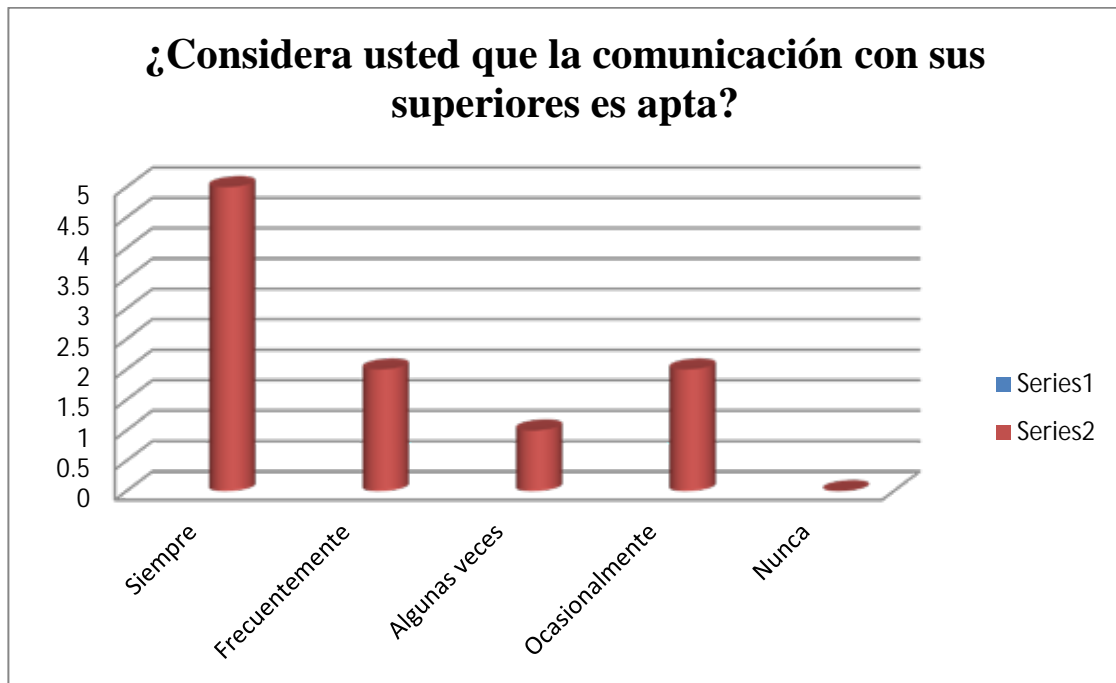
Fuente: Vetri, Fabiana (2021).

Análisis del gráfico N° 13: La información suministrada por los trabajadores de la empresa Los Rosales Pan C.A para la variable Relaciones Interpersonales correspondiente a la dimensión Motivación y el indicador Mejoramiento Laboral, a través del ítem N° 13, permite observar que el 50 por ciento de ellos consideran la opción SIEMPRE, un 40 por ciento la opción FRECUENTEMENTE, un 10 por ciento la opción OCASIONALMENTE, y un 0 por ciento las opciones ALGUNAS VECES y NUNCA. En esta observación se puede apreciar que existe una mayoría en la falta de apreciación o elogios por la realización de un buen desempeño, no obstante, cada persona es libre de criterios; el enfoque personal debe estar dirigido a la auto apreciación de la labor con el propósito de un bien común, al igual que mantener un ambiente estable y productivo para la empresa.

Tabla N° 14. COMUNICACIÓN CON SUPERIORES.

ITEMS	ALTERNATIVAS					N° SUJETOS
	S	F	A V	O	N	
¿Considera usted que la comunicación con sus superiores es apta?	5	2	1	2	0	10

Gráfico N° 14



Fuente: Vetri, Fabiana (2021).

Análisis del gráfico N° 14: La información suministrada por los trabajadores de la empresa Los Rosales Pan C.A para la variable Comunicación correspondiente a la dimensión Formas de la Comunicación y el indicador Ascendente, a través del ítem N° 14, permite observar que el 50 por ciento de ellos consideran la opción SIEMPRE,

un 20 por ciento la opción FRECUENTEMENTE, otro 20 por ciento la opción OCASIONALMENTE, un 10 por ciento la opción ALGUNAS VECES, y un 0 por ciento la opción NUNCA. Como se puede observar mediante los resultados, se mantiene un buen entendimiento entre los superiores y el subordinado, permitiendo la aceptación de las normativas laborales en el cumplimiento de las responsabilidades establecidas por la organización para el logro de los objetivos y metas propuestos.

CAPITULO VI

DISEÑO DE ESTRATEGIAS

6.1 Estrategias recomendadas

Para la ejecución de la investigación se procedió a diseñar una serie de estrategias dirigidas a mejorar la comunicación y las relaciones interpersonales entre los trabajadores de la empresa Los Rosales Pan C.A. a manera de recomendación.

- Estrategia N° 1: REUNIONES SEMANALES. CONVERSATORIOS.

Implementar reuniones semanales de 1 hora de duración para compartir con los trabajadores dirigidas por el supervisor inmediato, donde los trabajadores expresen todos sus desacuerdos, molestias o inconvenientes que puedan estar presentes con el fin de ser escuchadas por los superiores y tomar las medidas necesarias para su solución, teniendo en cuenta el brindarle comodidad a los trabajadores para que puedan ejecutar de mejor manera sus actividades diarias.

- Estrategia N° 2: RECONOCIMIENTO DE LOS TRABAJADORES.

Fomentar la motivación por parte de los superiores hacia los trabajadores, a través de un mecanismo de reconocimiento como lo es una Cartelera, la cual será elaborada por el Departamento de Personal donde se publique al empleado del mes por su responsabilidad, buen manejo y elaboración de las tareas cotidianas.

- Estrategia N° 3: TALLER DE COMUNICACIÓN EN EL TRABAJO.

Diseñar, planificar, ejecutar y evaluar un taller con el objetivo de desarrollar las habilidades de comunicación para mejorar las relaciones interpersonales y el clima organizacional, promoviendo cambios en las actitudes y comportamientos de los

trabajadores, de manera que el clima organizacional tienda a ser mejor. El taller contará con una serie de características reflejadas en un cuadro que harán más fácil su aplicación.

Cuadro representativo de la estrategia N° 3

Objetivo del Taller	Duración del taller	Estrategias a aplicar	Costo
Desarrollar las habilidades de comunicación para mejorar las relaciones interpersonales y el clima organizacional	8 horas.	Presentación del tema.	\$USD 480
		Objetivo del tema.	
		Desarrollo del tema.	
		Aplicación de ejemplos referentes al tema.	
		Cierre.	
		Habilitar un espacio de preguntas.	
		Cerrar espacio de preguntas.	
		Dar las gracias a los oyentes por la atención y colaboración.	

6.2 Conclusiones

Para concluir, es entendido que la comunicación es la base principal del éxito de toda organización puesto que permite el entendimiento, interacción e integración del personal de una empresa para que el alcance de los objetivos y metas establecidos sean logrados de la forma más óptima posible, permitiendo agilizar la toma de decisiones y el compromiso por parte de los empleados hacia la organización.

En función de los resultados obtenidos por el instrumento de recolección de datos aplicado en la empresa Los Rosales Pan C.A., se evidenció que en la presente empresa los trabajadores se sienten en confianza con sus compañeros, manteniendo una sana interacción y coordinación para desempeñar las labores adecuadamente y en un ambiente excelso, sin embargo, existe una parte de los trabajadores que consideran que la comunicación constituida no es del todo honesta y sincera pudiendo ocasionar malos entendidos, molestias y un ambiente laboral intenso.

De igual forma, teniendo en cuenta lo antes mencionado, los trabajadores brindan ayuda a sus colegas cuando se es requerida, apoyando y apreciando el trabajo del prójimo, fomentando un espíritu de compañerismo donde cada uno puede expresar sus deseos, pensamientos y emociones sin el temor de no ser escuchado, esto ayudando a crear relaciones interpersonales entre empleados que permitan su cercanía, es por ello que éstas no solo son una fuente de satisfacción de necesidades a nivel individual sino que también repercute en las personas que se encuentran a nuestro alrededor, por ello uno de los factores primordiales para comenzar a dar los pasos firmes es el fortalecimiento de las mismas.

En la empresa Los Rosales Pan C.A., se puede observar que los trabajadores se encuentran en un ambiente laboral adecuado pero con ciertos inconvenientes que son de suma importancia mejorar para el desarrollo de la organización. Por otro lado, la comunicación que pueda llevarse entre superiores y subordinados, jefes y trabajadores, es de buena escala permitiendo la captación de las normativas y

reglamentos establecidos para el mayor rendimiento posible en las actividades diarias de la organización.

6.3 Recomendaciones

Para la factibilidad de las estrategias establecidas, se recomienda su aplicación en beneficio para solventar el problema que se plantea en la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

Montes Padilla, Fátima Gabriela. (2016). *Relaciones interpersonales en el trabajo*. MDC Global Consultoría y Capacitación. Disponible en: <https://www.visionindustrial.com.mx/industria/noticias/relaciones-interpersonales-en-el-trabajo>

Destino Negocio. (2015). *Cómo mejorar las relaciones interpersonales en la empresa. La importancia de la comunicación*. Disponible en: <https://destinonegocio.com/ve/emprendimiento-ve/como-la-empresa-puede-mejorar-las-relaciones-interpersonales-de-los-empleados/>

Ruíz, Verónica. (2018). *Claves para potenciar las relaciones interpersonales en tu empresa. Cómo potenciar las relaciones en el trabajo*. Emprende Pyme.net. Disponible en: <https://www.emprendepyme.net/claves-para-potenciar-las-relaciones-interpersonales-en-tu-empresa.html>

Tecoloco Guatemala. (2018). *Importancia de las relaciones interpersonales en el trabajo*. Disponible en: <https://www.tecoloco.com.gt/blog/importancia-de-las-relaciones-interpersonales-en-el-trabajo.aspx>

Díaz Cifuentes, Susana Yanet. (2014). *Comunicación organizacional y trabajo en equipo*. Quetzaltenango, Guatemala. Disponible en: <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/05/43/Diaz-Susana.pdf>

Juantá Güinac, Rosaura Floridalma. (2018). *Relaciones Interpersonales y atención al usuario*. Guatemala. Disponible en: <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2018/05/43/Juanta-Rosaura.pdf>

Codnicht, Maryoris. (2012). *La Comunicación y las Relaciones Interpersonales en el L.B. "Arístides Bastidas"*. Carabobo, Venezuela. Disponible en:

<http://mriuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/handle/123456789/6151/mcodnicht.pdf?sequence=1>

Arias G., Fidas. (2006). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica*. (5ª ed.). Caracas, Venezuela.

Tamayo, Mario. (2012). *El Proceso de la Investigación Científica*. México.

Chiavenato, Idalberto. (2009). *Gestión del Talento Humano*. (3ª ed.). México.

Robbins, S. y Judge, T. (2009). *Comportamiento Organizacional*. (13ª ed.). México.

Goleman, D. (1996). *Inteligencia Emocional*. Estados Unidos.

ANEXOS



Valencia, 10 de junio de 2021

Señor(es):

Los Rosales Pan, C.A.

Att: Alilia Chávez

Gerente Administrativo

Yo, Fabiana Vetri, portador de la Cédula de Identidad N° 26.020.399, me dirijo a ustedes en mi condición de estudiante de la Carrera Relaciones Industriales, de la Universidad José Antonio Páez, en la oportunidad de solicitar el permiso para la aplicación de un instrumento de recolección de datos correspondiente a un proyecto factible, como requisito académico para culminar mi informe de pasantías, titulado **LA INFLUENCIA DE LA COMUNICACIÓN PARA FORTALECER LA RELACIÓN INTERPERSONAL DE LOS TRABAJADORES EN LA EMPRESA LOS ROSALES PAN C.A**

Agradecida por la colaboración que me han brindado hasta la fecha, la información procesada les será suministrada en una copia del informe que será elaborado al final.

Cuento con la autorización de la coordinación y escuela de Relaciones Industriales en la U.J.A.P.

**Coordinación
Escuela Relaciones Industriales
Universidad José Antonio Páez**



**Tutor Empresarial
Alilia Chávez
Los Rosales Pan C.A
Los Rosales Pan C.A.
Panificadora Industrial
Rif.:J-30561674-4**



República Bolivariana de Venezuela

Universidad José Antonio Páez

Facultad de Ciencias Sociales

Escuela de Relaciones Industriales

Grado

CUESTIONARIO

Propósito: El presente cuestionario permite la realización de una evaluación, para diagnosticar el grado de comunicación existente entre los trabajadores de la Empresa Los Rosales Pan C.A, y así analizar la manera en que se desarrollan las relaciones interpersonales de los mismos.

Indicaciones: Este cuestionario consta de catorce (14) ítems o preguntas relacionadas a la comunicación y las relaciones interpersonales, con cinco (5) posibles respuestas: Siempre, Frecuentemente, Algunas veces, Ocasionalmente, Nunca.

Es de suma importancia que escoja una (01) de cinco (05) respuestas, respondiendo cada enumeración de la forma más sincera posible.

Pregunta 1: ¿Existe una atmósfera de confianza entre compañeros?

Siempre__ Frecuentemente__ Algunas veces__
Ocasionalmente__ Nunca__

Pregunta 2: ¿Cree que hay integración y coordinación entre sus compañeros del mismo nivel para la solución de tareas y problemas?

Siempre__ Frecuentemente__ Algunas veces__
Ocasionalmente__ Nunca__

ANEXO 4-A



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

2017

COORDINACIÓN DE PASANTÍA Y TRABAJO DE GRADO

pág. 1/2

SEMESTRE REGULAR ___X___

SEMESTRE EXTRAORDINARIO _____

**DES
CRI**

OPCIÓN DEL PLAN DE TRABAJO DE PASANTÍA

DATOS DEL ESTUDIANTE	Apellidos y nombres: Vetri Chávez, Fabiana Alessandra			
	Cédula de identidad: 26.020.399		Teléfonos: 0412-8450315	
	Escuela: Relaciones Industriales		Facultad: Ciencias Sociales	
	Inicio de la pasantía: Enero del 2021		Final de la pasantía: Julio del 2021	
	Tiempo completo: <input checked="" type="checkbox"/>		Medio tiempo: <input type="checkbox"/>	
DATOS DE LA EMPRESA	Nombre: Los Rosales Pan C.A		Teléfonos: 0416-6406322 0412-3422116	
	Dirección: Calle 5 de julio, entre calle López y Bermúdez Coussin. Galpón 88-50, Parroquia Santa Rosa, Valencia, Estado Carabobo			
	Actividad económica: Fabricación y venta al mayor y al detal de panes, en diferentes presentaciones.			
	Departamento donde realizará la pasantía: Departamento de recursos humanos.			
DATOS DE LOS TUTORES	Tutor Académico: García, Myrian.		Teléfonos: 0414-4819483	
	Tutor Empresarial: Chávez, Alilia Carolina.		Departamento: Administrativo	
	Cargo: Gerente Administrativo		Teléfonos: 0412-3422116	

INFORME DE PASANTÍA

Título de la pasantía: La influencia de la comunicación para fortalecer la relación interpersonal de los trabajadores en la empresa Los Rosales Pan C.A
Identificación del problema o situaciones problemáticas: Como es conocido, la comunicación es un elemento clave y fundamental para alcanzar el éxito en las organizaciones, puesto que permite la extensión de la información a todas las áreas y departamentos. A su vez, la misma es primordial a la hora de desarrollar el buen clima organizacional de una empresa, colaborando a alcanzar sus objetivos y metas a través del recurso humano. Sin embargo, su poca práctica genera, además de bajas en los ingresos de la compañía, que los trabajadores no posean una buena relación entre sí resultando en

contradicciones, choques de ideas, malestar, tensión, entre otros.

Haciendo referencia a lo antes mencionado, encontramos a la empresa Los Rosales Pan C.A, donde se ha podido observar la existencia de esta problemática, dando pie a la desconfianza, disipación del mensaje, falta de empatía, resentimiento y frustración entre los trabajadores, y otros elementos negativos que resultan nocivos para la organización afectando el clima organizacional que posee, ya que la falta de comunicación deteriora las relaciones, el humor y por lo tanto, la productividad. Es por ello que se ve la necesidad de hacer un estudio que conlleve a solucionar para posteriormente mejorar y fortalecer la falla actual de dicha compañía.

Formulación del problema: ¿Cuáles estrategias de comunicación pueden ser aplicadas para el desarrollo de la comunicación y el fortalecimiento de las relaciones interpersonales en Los Rosales Pan C.A?

Objetivo general:

Proponer estrategias de comunicación para su desarrollo y el fortalecimiento de las relaciones interpersonales de los trabajadores de la empresa Los Rosales Pan C.A

Objetivos específicos:

1.- Describir el grado de comunicación existente entre los trabajadores de las distintas áreas.

2.-Evaluar los aspectos positivos y negativos del grado de comunicación en Los Rosales Pan C.A

3.-Diseñar estrategias comunicativas para el fortalecimiento de las relaciones interpersonales.

DESCRIPCIÓN PROGRAMÁTICA

Semana	Actividades a realizar	Observaciones
--------	------------------------	---------------

1	Programación y desarrollo del trabajo a realizar en la pasantía	
2	Indagar y obtener información de la empresa a trabajar.	
3	Identificar el problema que pueda presentarse en la empresa y elaboración del planteamiento.	
4	Formulación de la interrogante, propuesta y desarrollo del objetivo general y objetivos específicos.	
5	Establecer los límites de la investigación.	
6	Búsqueda de antecedentes correspondientes al tema de estudio para brindar posibles soluciones.	
7	Estudiar el tipo de metodología que se llevará a cabo durante la investigación.	
8	Realización de las bases teóricas, las bases legales y el marco metodológico.	
9	Descripción y diseño de los tipos de instrumentos de recolección de datos a aplicar, así como también el tiempo y materiales a utilizar.	

10	Definición de la población y muestra con la que se trabajará.	
11	Aplicación de los instrumentos de recolección de datos anteriormente detallados.	
12	Entrega final de la investigación.	
Tutor empresarial (Nombre, firma y sello de la empresa)		Tutor académico (Nombre, firma)

APROBACIÓN POR LA DIRECCION DE ESCUELA: _____

Firma, Sello y Fecha

pág. 2/2



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
COORDINACIÓN DE PASANTÍA Y TRABAJO DE GRADO

ACTA DE APROBACIÓN

INFORME FINAL DE PASANTÍA

TRABAJO DE GRADO

El jurado designado por la Facultad de Ciencias Sociales para la evaluación del Informe Final de Pasantía o Trabajo de Grado titulado: **La influencia de la comunicación para fortalecer la relación interpersonal de los trabajadores en la empresa Los Rosales PAN C.A.**

Realizado por el (la) Br. Vetri Chavez, Fabiana Alessandra C.I. N° 26.020399

cursante de la carrera de Licenciatura en Relaciones Industriales

hace constar después de analizar su contenido y oída la exposición oral, considera que reúne los méritos suficientes para su aprobación asignándole la

CALIFICACIÓN DEFINITIVA

DE: _____ VEINTE _____, (20) PUNTOS.

El Jurado

Tutor Académico (Coordinador)
Nombre: MYRIAN GARCIA
C.I.:6.443.254

Jurado
Nombre: GHISBEL LEDEZMA
C.I.:19.108.802



Jurado
Nombre: FAUSTINO CHIRINO
C.I.:4.644.424

Fecha: 17 / 08 /2021