



**UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ  
VICERRECTORADO ACADÉMICO  
DIRECCIÓN GENERAL DE ESTUDIOS DE POSTGRADO  
MAESTRIA EN GERENCIA DE LA COMUNICACIÓN  
ORGANIZACIONAL**

**LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL INTERNA Y SU RELACIÓN CON LA  
SATISFACCIÓN LABORAL DE LOS TRABAJADORES DE FLEXOPRINT, C.A**

**Autor(a):  
Gabriela Rojas  
Tutor(a):  
Msc. Leidys Nuñez**

**San Diego, Julio 2020**



**UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ  
VICERRECTORADO ACADÉMICO  
DIRECCIÓN GENERAL DE ESTUDIOS DE POSTGRADO  
MAESTRIA EN GERENCIA DE LA COMUNICACIÓN  
ORGANIZACIONAL**

**LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL INTERNA Y SU RELACIÓN CON LA  
SATISFACCIÓN LABORAL DE LOS TRABAJADORES DE FLEXOPRINT, C.A**

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Magister en  
Gerencia de la Comunicación Organizacional

**Autor(a):  
Gabriela Rojas  
Tutor(a):  
Msc. Leidys Nuñez**

**San Diego, Julio 2020**



**UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ  
VICERRECTORADO ACADÉMICO  
DIRECCIÓN GENERAL DE ESTUDIOS DE POSTGRADO  
MAESTRIA EN GERENCIA DE LA COMUNICACIÓN  
ORGANIZACIONAL**

**CONSTANCIA DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

Mediante la presente hago constar que he leído el Proyecto de Trabajo Especial de Grado, elaborado por la ciudadana Gabriela Rojas, titular de la cédula de identidad N. V- , para optar al grado académico de **Magíster en Gerencia de la Comunicación Organizacional**, cuyo título es **La comunicación organizacional interna y su relación con el desarrollo y satisfacción laboral de los trabajadores de Flexoprint, C.A.**, adscrito a la línea de investigación: Planificación y Comunicación Estratégica Corporativa.

Y declaro que acepto la tutoría del mencionado proyecto durante su etapa de desarrollo hasta su presentación y evaluación por el jurado evaluador que se designe; según las condiciones del Reglamento de Estudios de Postgrado de la Universidad José Antonio Páez.

**Tutor(a):**

---

**Firma  
C.I. 10730307**

**San Diego 2020**



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ  
VICERRECTORADO ACADÉMICO  
DIRECCIÓN GENERAL DE ESTUDIOS DE POSTGRADO

VEREDICTO

Nosotros, miembros del jurado designado para la evaluación del Trabajo de Grado presentado por el (la) ciudadano (a) GABRIELA CAROLINA ROJAS ESTELLER cédula de identidad N° 20.785.639 titulado: LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL INTERNA Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN LABORAL DE LOS TRABAJADORES DE FLEXOPRINT, C.A. Elaborado bajo la supervisión del tutor, Prof. Leidys Nuñez cédula de identidad N° 10.730.307, adscrito a la línea de investigación: Planificación y Comunicación Estratégica Corporativa, para optar al grado académico de MAGÍSTER EN GERENCIA DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL estimamos que el mismo reúne los requisitos académicos para ser considerado como: **APROBADO**.

Nombre, Apellido	C. I.	Firma del Jurado
Prof. Edgar León Guerra (Presidente)	4.122.734	
Prof. José Chirinos (Miembro)	9.449.695	
Prof. Maira Sánchez (Miembro)	10.231.010	



En San Diego, a los 01 días del mes de Diciembre de dos mil veinte.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

	<b>Página</b>
RESUMEN.....	6
INTRODUCCION.....	7
 <b>CAPÍTULOS</b>	
<b>I EL PROBLEMA</b>	
Planteamiento del Problema.....	8
Objetivos de la Investigación.....	16
Objetivo General.....	16
Objetivos Específicos.....	16
Justificación del Proyecto.....	16
Limitaciones y Factibilidades del Proyecto .....	18
 <b>II MARCO TEÓRICO</b>	
Antecedentes de la Investigación.....	19
Bases Teóricas.....	22
Bases Legales.....	29
 <b>III MARCO METODOLÓGICO</b>	
Tipo y Diseño de la Investigación.....	33
Población y Muestra .....	36
Técnicas e Instrumentos de recolección de datos ...	37
Validez y Confiabilidad.....	38
 <b>IV ASPECTOS ADMINISTRATIVOS</b>	
Plan de Trabajo .....	41
 <b>V ANALISIS DE RESULTADOS.....</b>	
<b>Conclusiones y Recomendaciones .....</b>	<b>50</b>
 <b>REFERENCIA BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>52</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>56</b>



**UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ  
VICERRECTORADO ACADÉMICO  
DIRECCIÓN GENERAL DE ESTUDIOS DE POSTGRADO  
MAESTRIA EN GERENCIA DE LA COMUNICACIÓN  
ORGANIZACIONAL**

**LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL INTERNA Y SU RELACIÓN CON LA  
SATISFACCIÓN LABORAL DE LOS TRABAJADORES DE FLEXOPRINT, C.A**

**AUTOR(A):**

**Gabriela Rojas**

**TUTOR(A):**

**Msc. Leidys Núñez**

**Año: 2020**

**RESUMEN:**

Hoy en día la comunicación representa uno de los principales recursos que poseen las empresas. Es por ello que la gerencia de toda organización debe tomar en cuenta que el manejo de la misma será un factor de incidencia en el éxito o fracaso de su labor. Se puede ver que para toda organización es de suma importancia contar con mecanismos que permitan controlar y manejar adecuadamente la información, para así aprovecharla al máximo y sacar ventajas de ello. Por lo que la satisfacción laboral y la comunicación interna constituyen un motor y eje de gestión para las organizaciones, en pro de alcanzar mayor productividad y competitividad. El presente proyecto de investigación tiene como objetivo principal analizar la relación existente entre la comunicación organizacional interna y la satisfacción laboral de los trabajadores de Flexoprint, C.A estando el proyecto enmarcado dentro de la línea de investigación denominada Planificación y Comunicación Estratégica Corporativa. De acuerdo a la metodología a utilizar será una investigación de campo con carácter descriptivo. Teóricamente se utilizará aportes de la teoría bifactorial de Herzberg en lo concerniente a la satisfacción laboral, así como también aportes de Sherman y Bohlander.

**Palabras clave:** Comunicación Organizacional Interna, Satisfacción Laboral.

## INTRODUCCIÓN

La comunicación es un componente clave para el correcto desenvolvimiento de los seres humanos en las sociedades donde habitan y en las actividades cotidianas. Sin comunicación, muchas de las interacciones y conexiones entre personas, marcas, gustos, intereses, entre otros, sería imposible, pues la evolución de las formas y medios para transmitir información son cada día más numerosos y no hay excusa alguna que justifique el aislamiento o la incomunicación entre las personas.

En el mundo gerencial, existe la necesidad latente de mantenerse actualizados con las nuevas tendencias de comunicación e interacción, que le permita a la organización contar con una ventaja competitiva, además del compromiso y disposición a la creatividad e innovación de sus métodos de gestión gerencial.

Debido a ello, el auge de las tecnologías de información y comunicación han llevado a la sociedad actual a emplear nuevas herramientas de conexión interpersonal que han expandido nuestras capacidades, eliminando barreras de comunicación físicas, semánticas y administrativas, como es el caso de las redes sociales, en donde el usuario es el protagonista. También existen otras maneras de comunicarse que aunque no son nuevas si pueden ser aplicadas con éxito, ya que, las nuevas generaciones no las conocen o saben muy poco de ellas.

Mostrarse de acuerdo con los beneficios de incorporar estrategias comunicacionales en las empresas es de gran importancia para asegurar la permanencia y rentabilidad de la misma, ya que permite conectarse con sus empleados, gerentes y trabajadores en todos los niveles, con el objetivo de mantener ese “acercamiento” que toda organización desea y así contribuir con una satisfacción laboral entre sus trabajadores.

De esta manera, la presente investigación se centra en determinar cuáles estrategias comunicacionales gerenciales mejoraría la satisfacción laboral de los

trabajadores de Flexoprint, C.A. como proceso vital para la obtención de los objetivos comunicacionales y de clima laboral, que es de suma importancia por tratarse de una compañía que debe mantener unos lineamientos de calidad con respecto a la prestación del servicio, la utilización de las redes sociales como estrategia, determinar el impacto que produce una buena comunicación gerencial interna en los trabajadores y su satisfacción laboral, entre otros objetivos,

Asimismo, el presente estudio está constituido de la forma siguiente: el Capítulo I: plantea la problemática existente, los objetivos de la investigación que sirven como base para la indagación y la justificación. Seguidamente, en el Capítulo II: se presentan los antecedentes y teorías que contribuyen con el tema esbozado, para así respaldar el área de conocimiento, bases legales y la operacionalización de las variables.

En cuanto a la metodología utilizada, el Capítulo III: expone el enfoque, diseño y tipo de investigación, así como la población y muestra del estudio, la técnica e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad del instrumento y técnica de análisis de los resultados obtenidos.

De igual forma, se hace referencia a los aspectos administrativos en el Capítulo IV, a través de recursos financieros, técnicos y humanos necesarios para llevar a cabo la investigación, que guió a la investigadora al logro de los objetivos planteados desde el inicio de la indagación.

En lo que respecta al análisis de los datos obtenidos en la investigación mediante la aplicación del instrumento, el Capítulo V destaca los resultados y su interpretación. De este modo, se destacan las conclusiones alcanzadas por la investigadora y las recomendaciones pertinentes.

Finalmente, se citan las referencias consultadas durante el proceso de indagación que fundamentan el marco teórico del presente estudio, así como los anexos que complementan a la investigación.

# CAPÍTULO I

## EL PROBLEMA

### **Planteamiento del Problema.**

Los cambios se producen de forma vertiginosa en el mundo de hoy incidiendo de forma determinante en el aspecto personal y profesional de los individuos, asimismo ocurre en el ámbito empresarial, donde las formas convencionales de emprendimiento deben dar paso a alternativas novedosas y de mayor adaptabilidad a los cambios, a los fines de favorecer, mayores oportunidades para la activación de aparatos productivos de la economía y, con ello generar mejores oportunidades de acceso a fuentes de trabajo y de producción.

Las organizaciones de todos los sectores tal como lo afirma López (2001), a diario buscan estrategias para distinguirse ante la competencia y así conseguir más y mejores beneficios, en virtud de esto las empresas dedican gran cantidad de recursos en investigaciones y estudios a fin de mejorar sus procesos administrativos y con ello mantener sus ventajas competitivas, teniendo en cuenta esto cada organización necesita tener un plan de direccionamiento que permita a la empresa seguir un desarrollo continuo de la organización.

En este contexto, se hacen presentes las llamadas empresas manufactureras, las cuales, en su ámbito histórico, constituyen una verdadera innovación en virtud de que sus formas de organización y flexibilidad vienen a representar oportunidades para darle mayor fuerza a los procesos de desarrollo de las economías en crecimiento, siendo capaces de adaptarse a los cambios y exigencias del mundo actual, buscando ser más competitivas y rentables.

Hoy en día la comunicación representa uno de los principales recursos que poseen las empresas. Es por ello que la gerencia de toda organización debe tomar en cuenta que el manejo de la misma será un factor de incidencia en el éxito o fracaso de su labor. En este sentido, Corredor (1996) expone que: “hoy nadie pone en duda la validez que información es poder, por lo que no es extraño observar como cada vez mayor número de organizaciones predisponen a todos los medios para su obtención y control” (p. 20). Partiendo de lo anteriormente expuesto, se puede ver que para toda organización es de suma importancia contar con mecanismos que permitan controlar y manejar adecuadamente la información, para así aprovecharla al máximo y sacar ventajas de ello.

Sin embargo, la productividad que tenga una empresa actualmente dependerá de muchos factores, entre los destacan; la capacidad gerencial, la oferta y demanda que tenga el producto, los procesos, las técnicas y perspectivas en la gestión empresarial necesarias para la consecución de un alto rendimiento en los resultados de las empresas. En este sentido, como lo afirma Kaplan y Norton (2004), la mayoría de las empresas manufactureras, caracterizadas por el aumento continuo en los costos de insumos y servicios requieren de procedimientos y eficientes herramientas para llevar a cabo su proceso productivo y la buena marcha de sus operaciones.

Sobre la base de lo expuesto, Robbins (1996) afirma que “Los sistemas de comunicación e información son armas estratégicas que pueden hacer que la empresa mejore su posición competitiva, alterando la naturaleza, el comportamiento o la orientación de los negocios” (p. 4). Ante esto es importante definir Sistemas de Información, Melincoff (1994) lo define como: disposición de personas, actividades, datos, redes y tecnología integrados entre sí con el propósito de apoyar y mejorar las operaciones cotidianas de una empresa, así como satisfacer las necesidades de información para la resolución de problemas y la toma de decisiones por parte de los directivos (p. 39).

La cita anterior, hace ver, que contar con sistemas de comunicación e información, trae ventajas si se utilizan de la mejor manera, por cuanto ellos deben servir de apoyo a la toma de decisiones, debido a que aportan información valiosa para cualquier área de la misma.

En base a lo anterior, se puede indicar que los sistemas de tecnologías de Información han cambiado la forma en que operan las organizaciones actuales. A través de su uso se logran importantes mejoras, pues se automatizan procesos, se dispone de una plataforma comunicacional necesaria para la toma de decisiones y su implantación logra ventajas competitivas.

Resulta importante acotar que las empresas que decidan contar con un sistema de comunicación e información que apoye las actividades realizadas cotidianamente deben tener claro que él solo hecho de contar con un sistema no solventará sus problemas ni traerá ventajas competitivas, éste sistema se debe adecuar a la realidad organizacional, en sinergia Moreno (2009) expone que: “El sistema de comunicación ha de aportar información que satisfaga las necesidades percibidas por los usuarios” (p. 48), de ésta forma se garantiza que el proceso llevado a través del sistema traerá consigo mensajes, procesos, o datos que resulte importante para la organización.

Asimismo, antes de adoptar cualquier decisión de carácter financiero, un directivo debe acumular la máxima información posible; por esta razón Garrido (2003), manifiestan lo siguiente:

La toma eficaz de decisiones financieras exige conocer las metas de la empresa. ¿Qué objetivos deberían orientar la toma de decisiones en los negocios? Es decir, ¿qué debería tratar de alcanzar la dirección en nombre de los propietarios de la empresa? El objetivo más ampliamente aceptado de una empresa es maximizar el valor de ésta para sus propietarios, es decir, maximizar la riqueza de los accionistas (p. 7).

En este sentido, de la cita anterior se desprende la necesidad imperante de mantener una constante y continua fuente de información, siendo esta la única fuente de la empresa para mantener una óptima comunicación, asegurando el cumplimiento de los objetivos y metas propuestas, verificando el cumplimiento de los planes de trabajo planteados, así como mantener y garantizar las relaciones interpersonales, y una buena cultura y desempeño organizacional.

Actualmente en el entorno donde se desenvuelven las organizaciones existe una gran cantidad de cambios económicos, sociales y políticos que afectan considerablemente sus operaciones, obligándolas a que se ajusten a la realidad y adopten nuevas herramientas o estrategias que les permita mantenerse al ritmo de la innovación dentro un mercado competitivo. La dinámica de las empresas en un mundo con cambios constantes y permanentes exige la definición de desempeño laboral que esté acorde con las nuevas exigencias para mantener la capacidad competitiva en condiciones de eficiencia y eficacia.

Es un hecho afirmado por Barros (2006), que el recurso humano es mucho más que un instrumento y su administración debe considerar que es necesario hacer realidad aquel viejo adagio de que el “recurso humano es el más importante capital de una empresa”(p.107), el cual posee habilidades y características que le dan vida, movimiento y acción a toda organización, por lo cual de ahora en adelante se utilizará el término Talento Humano. El talento humano entonces, es el recurso más importante para el funcionamiento de cualquier organización. Si el elemento humano está dispuesto a proporcionar su esfuerzo, la organización marchará, de lo contrario se estancará.

En este sentido, el reconocimiento de la importancia de las personas dentro de las organizaciones ha sido motivo de mucho interés, con frecuencia se exigen resultados, eficiencia y eficacia sin considerar sus sentimientos, pensamientos y aportes, es por ello que, Niven (2003) opina, debido al avance de la tecnología sobre los procesos de recursos humanos, la globalización y nuevas formas de gestionar las empresas, la motivación como un factor determinante se ha vuelto un reto en las empresas de hoy.

Hay consenso en que el trabajo es un factor primordial para el desarrollo de las naciones, siendo este un proceso universal caracterizado por el desempeño profesional, físico e intelectual de sus quehaceres actores dentro del lugar de prestación del servicio, en los cuales son observados, no como fuente de ocupación, conocimientos, sino como pioneros en el papel de guía o apoyo durante el proceso labor, ejercicio, tarea o faena, al respecto García (2004), señala lo siguiente:

Procurar que los trabajadores tengan deseo y compromiso, así como un desempeño elevado (el papel de la motivación), ayudarles a desear seguir siendo miembros de la organización, a mostrar compromiso, y desarrollar carrera profesional dentro de la empresa. (p. 92)

En este sentido, Farnataro (2009) hace referencia a la motivación como papel fundamental para la estimulación en adquirir nuevos conocimientos, orientando el interés del trabajador hacia el esfuerzo, desempeño laboral; donde este pueda adquirir, mantener o aumentar el interés del personal hacia las empresas objeto de estudio.

Es evidente que para el desarrollo de la organización el factor humano es indispensable, ya que conforma un grupo de personas que entregan su trabajo, talento, creatividad para el logro de los objetivos, ellos son los agentes pensantes, capaces de observar y proponer mejoras a los procesos.

Asimismo, las empresas e instituciones tienen necesidad de mensajes, datos a medida, pertinente, práctica y útil, convirtiéndose de esta manera en un recurso esencial e imprescindible, desde la convicción de que sin ella es imposible realizar ninguna tarea mínimamente válida; siendo la comunicación interna un recurso, un bien capaz de generar un valor determinado cuando aumenta su papel en aquello que puede afectar a las organizaciones y cuando incide en la acertada toma de decisiones.

Sin embargo, Chiavenato (2002) menciona tres premisas que explican el comportamiento humano.

1. El comportamiento es causado. Existe una causalidad del comportamiento. Tanto la herencia como el ambiente influyen de manera decisiva en el comportamiento de las personas.

2. El comportamiento es motivado. En todo comportamiento humano existe una finalidad. El comportamiento no es causal ni aleatorio; siempre está dirigido u orientado hacia algún objetivo.

3. El comportamiento está orientado hacia objetivos. En todo comportamiento existe un impulso, un deseo, una necesidad, expresiones que sirven para indicar los motivos del comportamiento. (p.98)

En este orden de ideas, según lo afirmado por el antes mencionado autor, y partiendo de estas bases se debe conciliar la información que se da con la que realmente se necesita. Tendría que existir adecuación, oportunidad e inmediatez en la selección y transmisión de la comunicación, noticias, entre otros; para cada caso habría que someter toda esa enorme cantidad de información a un tratamiento de recuperación, selección, análisis y posterior transmisión a los usuarios que hubiera expresando su necesidad de contar con ella.

Mientras que la comunicación es elemental para que se cumplan muchos de los objetivos y valores de la organización. Este es uno de los medios en el que se obtiene el mejor desarrollo de cada uno de los colaboradores involucrados y así poder enfrentar los retos y necesidades que les exige su trabajo diariamente, por esto es un tema vital para el constante desarrollo de las distintas organizaciones, no es menos cierto que la satisfacción, implica un cuidado al factor productivo de la organización.

Tomando en consideración la expresión de Davis (1998), “El trabajador más satisfecho es aquel que satisface mayores necesidades psicológicas y sociales en su empleo” (p.92), por tanto, suele poner mayor dedicación a la tarea que realiza. Una elevada satisfacción de los empleados en el trabajo es algo que siempre desea la dirección de toda organización, porque tiende a relacionarse con los resultados positivos, con mayores índices de productividad, lo cual lleva al desarrollo empresarial.

En este sentido, la satisfacción laboral ha sido definida como el resultado de varias actitudes que tiene un trabajador hacia su empleo, los factores concretos como la compañía, supervisor, compañeros de trabajo, salarios, ascensos, condiciones de trabajo y la vida en general. De modo que es vista como el conjunto de actitudes generales del individuo hacia su trabajo, por lo que quien está muy satisfecho con supuesto tiene actitudes positivas hacia éste; y quien está insatisfecho, muestra en cambio, actitudes negativas.

Por tanto, Davis y Newstrom (2003), la definen como un “conjunto de sentimientos y emociones favorables o desfavorables con que los empleados ven su trabajo. Se trata de una actitud afectiva, un sentimiento de agrado o desagrado relativo hacia algo” (p.86), dependiendo no solo de los niveles salariales si no del significado que el trabajador le dé a sus tareas laborales, pudiendo ser causa de felicidad y bienestar de una persona, o de infelicidad e indisposición.

En este orden de ideas, la satisfacción con el trabajo tiene una variedad de consecuencias para el individuo, puede afectar las actitudes ante la vida, ante su familia y ante sí mismo, la salud física y la longitud de su vida, pudiendo relacionarse con la salud mental, afectando comportamientos laborales ante la organización.

Por lo que la satisfacción laboral y la comunicación interna constituyen un motor y eje de gestión para las organizaciones, en pro de alcanzar mayor productividad y competitividad, siendo básicos para la producción, innovación y mantenimiento de la empresa, dirigiendo, orientando y motivando las personas que prestan servicios dentro de la organización buscando que estos últimos se sientan a gusto dentro de las instalaciones de la empresa donde laboran, por tanto, la gerencia identifica los puntos débiles dentro de ella para mejorarlos.

A tal efecto, gracias a los sistemas de comunicación constantes, las organizaciones tienen un control sobre todos los elementos de la empresa y los recursos con los que cuenta, por cuanto en él pueden ser llevados los registros de las actividades que realizan y cualquier información relevante para la organización, de esta manera se pueden evitar

desperdicios o pérdidas de recursos materiales y otros, que se reflejarán de positivamente dentro de la organización, siendo una herramienta necesaria para el flujo de información empresarial, constituyendo una fuente de datos que sirven de apoyo para la dirección y proporciona los conocimientos básicos en la ejecución de las actividades o tareas de cualquier departamento.

En este orden de ideas, en aras de mantener una satisfacción laboral por parte de los trabajadores a fin de generar compromiso, lealtad y sentido de pertenencia entre el personal y la sociedad mercantil, por lo que se pretende comprobar la forma en la que influyen las comunicaciones internas dentro de la organización FlexoPrint C.A, estando íntimamente relacionada con el clima organizacional de esta, determinando con esto el nivel de conformidad, satisfacción y gusto del talento humano en el desempeño de la prestación de sus servicios.

De manera que, es conveniente concretar la situación a estudiar a través de las siguientes interrogantes: ¿Cuál es la situación actual de los trabajadores de la empresa FlexoPrint, C.A?, ¿Cuáles son las formas de impulsar el desarrollo organizacional y satisfacción laboral de los trabajadores?, ¿Cuál es la relación en la comunicación organizacional con el desarrollo y satisfacción laboral de los trabajadores de la empresa FlexoPrint, C.A?

Dichas interrogantes serán respondidas por medio del cumplimiento de los objetivos posteriormente mencionados, a lo largo del presente proyecto.

### **Objetivos de la Investigación.**

A los efectos de la presente investigación, los objetivos planteados son los siguientes:

#### **Objetivo General.**

Analizar la relación existente entre la comunicación organizacional interna y la satisfacción laboral de los trabajadores de Flexoprint, C.A

### **Objetivos Específicos**

- Caracterizar los niveles de satisfacción laboral actual de los trabajadores de la empresa FlexoPrint, CA
- Identificar estrategias de comunicación organizacional interna para impulsar la satisfacción laboral de los trabajadores.
- Determinar la relación del uso de estrategias de comunicación interna con la satisfacción laboral de los trabajadores de la empresa FlexoPrint, CA

### **Justificación del Proyecto**

La justificación es una pieza clave en todo trabajo de investigación, por ello, de acuerdo a Méndez (2001), se tiene que la justificación de esta investigación es de carácter teórica, práctica y metodológica. Así pues, se considera una justificación teórica en virtud de que se pretende estudiar la relación existente entre la comunicación organizacional interna y la satisfacción laboral de los trabajadores de FlexoPrint, C.A, sector San Blas de Valencia, estado Carabobo y como consecuencia de ser elementos que están estrechamente interrelacionados, en el éxito o fracaso de una empresa.

Por tanto, la justificación práctica se da cuando se efectúe el análisis pertinente en cuanto a determinar la relación de la comunicación organizacional interna en el desarrollo y la satisfacción laboral, dichos elementos beneficiarán a la organización al contribuir en las condiciones adecuadas que le permitan al trabajador ser más productivo, así como también fomentar la comunicación organizacional, generar nuevas estructuras, y relaciones sociales patronales y trabajadores más flexibles y equitativas, orientar el decir

empresarial y fecundar con éste todos los procesos de la dinámica de la organización, además de comunicación abierta, receptiva y empática que ayuda a generar desarrollo organizacional y a dinamizar los cambios contemplados en toda su plenitud en el talento humano.

En cuanto a la justificación metodológica, se refiere al aporte a la investigación, a través de la determinación de la relación de la comunicación organizacional interna dentro de la satisfacción laboral de los trabajadores de FlexoPrint, C.A a fin de demostrar el impacto y relación entre la comunicación interna y la satisfacción laboral, la comunicación debe ser concebida como un vector estratégico y un aspecto integral, cuyos efectos y causas pueden ser comunes reflejadas en el clima laboral, la cultura, el estilo de liderazgo, la toma de decisiones, las relaciones, el trabajo en grupo, y en definitiva en los niveles de producción y el desarrollo organizacional, de igual manera, podrá ser utilizado como material de consulta y apoyo en aquellas instituciones educativas interesadas en el tema planteado.

De manera que, el trabajo es la base fundamental para la construcción de una sociedad, por tanto, resultan de suma importancia los factores que influyen en la comunicación organizacional, desarrollo empresarial, a fin de lograr un óptimo desempeño, que ayude a contribuir al desarrollo del interés, al sentido de pertenencia, compromiso empresarial, satisfacción laboral.

Además, de otorgar a la comunidad grandes beneficios, que sin duda alguna se verá favorecida por la intervención del trabajador, en un mejor desempeño de roles que presten ante la organización, fomentando mayores niveles de atención en la empresa y en el hogar, brindando estímulos, reforzadores positivos y afecto como premisa de las relaciones personales y condicionantes de un buen rendimiento económico. De allí que, en lo laboral, en la medida que los patronos fomenten seguridad, valores, comunicación y afecto, el trabajador incrementará de una manera efectiva su desempeño, aumentando su trabajo, compromiso y confianza, debido a los avances y metas alcanzadas.

Además, de otorgar a la comunidad grandes beneficios, que sin duda alguna se verá favorecida por la determinación de la influencia de la comunicación organizacional interna en el desarrollo y satisfacción laboral de los trabajadores específicamente de la empresa FlexoPrint, C.A, fomentando los flujos de comunicación, propiciando una importante herramienta de aporte laboral, brindando estímulos, reforzadores positivos como premisa de las relaciones laborales y condicionantes de un buen rendimiento empresarial.

### **Limitaciones y Factibilidades del Proyecto**

Según Bernal (2006), las limitaciones pueden estar referidas al tiempo, espacio o territorio y limitaciones de recursos. Por lo tanto, la presente investigación en cuanto a la limitación de tiempo se tiene que será desarrollada en el año 2017, la limitación de espacio o geográfica en este caso se refiere al sector San Blas, de la ciudad de Valencia, estado Carabobo y la limitación de recursos tiene que ver principalmente con los recursos financieros que el investigador posee para el desarrollo de la presente investigación.

La confianza que se establece entre el investigador y las fuentes primarias, será un elemento fundamental en la realización de este trabajo de grado, ya que gracias a este recurso las personas que participaran en la investigación permitirán la observación en sus lugares de trabajo, y revelaran algún detalle sobre el ejercicio de su desempeño profesional y sus vidas que complementarán fructíferamente el trabajo investigativo.

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

Una vez definido el planteamiento del problema y precisados sus objetivos generales y específicos que determinan los fines de la investigación, es necesario establecer los aspectos teóricos que sustentarán el estudio en cuestión. En consecuencia, dentro del capítulo se muestran las bases de las diversas teorías y conceptos que orienten el sentido del estudio.

Resulta evidente, que ante cada problema de investigación se dispone de referentes teóricos, conceptuales y de informaciones, aun cuando estas sean difusas o sistemáticas. El propósito es dar al estudio un sistema coordinado y coherente de conceptos que permitan integrar al problema a un ámbito donde éste adquiera sentido. Dentro de esta perspectiva, a continuación, se presenta el marco teórico que sustenta la presente investigación.

El marco de referencia teórico que orienta el presente estudio, está determinado por la perspectiva de análisis y la visión del objeto de estudio que se asume en esta investigación. Para ello, este estudio se estructura de la siguiente manera: antecedentes de la investigación, referentes teóricos y las teorías que fundamentan el plan de trabajo, que orientan el problema objeto del estudio y que servirán de base para el trabajo de campo y el análisis de resultados.

#### **Antecedentes de Investigación**

Para elaborar la presente proyecto se realiza una revisión de diferentes trabajos y estudios realizados referentes al tema, con la finalidad de recaudar información como la que a continuación se describe.

Bajo este orden de ideas, con los antecedentes lo que se trata de hacer es una síntesis a nivel de conceptos de la investigación o trabajo realizado sobre el problema formulado, con el fin de determinar el enfoque metodológico de la misma investigación, esto se hace, según Tamayo y Tamayo (2005) con la finalidad de tener un mayor apoyo a la hora de realizar cualquier estudio a través de la revisión de trabajos o investigaciones anteriores.

Con la finalidad de apoyar la investigación realizada, se analizaron trabajos anteriores relacionados con la problemática planteada, para utilizar dichos aportes como complemento teórico. Tamayo y Tamayo (ob. cit) indica “con los antecedentes de la investigación 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 investigación” (p. 56).

Es por esto, que a los fines de esta investigación se revisaron algunos trabajos que guardan relación directa o indirecta con el estudio a desarrollar, de esta manera, la definición de los autores se puede confirmar, que dentro de toda investigación es necesario acudir a otras fuentes de información de trabajos de grados revisados previamente, con el objetivo de ampliar conocimientos con respecto al tema a estudiar.

A nivel internacional, Aguilar (2014), realizó un trabajo titulado “**Comunicación Organizacional de un grupo de Trabajadores del Área de Gerencia Administrativa de la empresa Arca Continental**” el presente estudio contó con 50 trabajadores de los cuales se escogieron dentro de los departamentos de administración, despachos y almacén.

Para llevar a cabo el estudio en mención, se utilizaron dos cuestionarios los cuales fueron en representación a las dos variables, comunicación y satisfacción laboral.

La investigación es cuantitativa de diseño no experimental, la cual es una investigación en la que las variables no son manipuladas. Es de tipo correlacional, la cual consiste en describir relaciones entre dos o más variables en un momento dado.

Según los resultados obtenidos se concluye que sí existe relación entre la comunicación y la gerencia administrativa, ya que los sujetos evaluados muestran que si existe una mala comunicación puede repercutir tanto en el rendimiento como en la productividad y competitividad, que puede sentir un colaborador dentro de la organización.

La investigación mostró que los colaboradores deben sentirse identificados con la organización como reconocidos para poder incrementar su productividad. Esto porque el colaborador se siente parte de la organización y considera que su trabajo realizado es valorado y reconocido, lo cual les forma confianza en sí mismos y por ello su sentido de pertenencia, liderazgo y profesionalismo crece junto con su productividad.

Con ello se puede ver que las variables evaluadas en dicha investigación son de suma importancia para la organización, ya que pueden observar cuáles son los factores a fortalecer para que los colaboradores puedan sentirse escuchados para incrementar su productividad y su óptima gestión gerencial.

A nivel nacional, Jiménez (2015), con su investigación titulada “**La comunicación efectiva en el liderazgo empresarial de los institutos públicos, caso Contraloría Municipal del estado Lara**” estudio ubicado en el paradigma cuantitativo, sobre la base de una investigación de carácter descriptivo-correlacional no experimental, tuvo como propósito analizar la comunicación efectiva como elemento clave del liderazgo transformacional en las Contralorías Municipales del estado Lara.

Se observa como conclusiones que la comunicación efectiva de los líderes de la institución tienden a seguir el estilo de Liderazgo Transformacional, así como que existe una interacción entre el líder y sus seguidores que permiten obtener una mayor eficiencia en los resultados de los trabajos realizados, por último, se observó que existen acciones administrativas enfocadas a influir en el comportamiento de sus seguidores para así fortalecer la cultura de la organización.

También Tinol, (2016), en la investigación titulada “Diseño de estrategias que mejoren la comunicación interpersonal y organizacional de la empresa GLOBALAIRE JM, CA,” desarrollada bajo la modalidad de proyecto factible, apoyándose en un tipo de investigación descriptiva y de campo. En la misma, aplicó un instrumento de recolección de información que evidenció los detalles de los procesos comunicacionales, las barreras existentes y las deficiencias en las estrategias comunicacionales por parte de la gerencia encargada para tal fin. El instrumento compuesto por preguntas tipo Escala de Likert, se aplicó a una muestra de los distintos departamentos, de allí se destaca que el 84% de las personas encuestadas manifestaron no conocerse entre sí.

Por lo tanto esa investigación nos dice que se hace imperativo buscar estrategias comunicacionales que permitan alguna interacción entre los equipos de trabajo. Para el autor de esta investigación, el resultado crea un alerta que debe ser revisada por quienes dirigen las organizaciones.

## **Bases Teóricas**

Las teorías explican, sistematizan y predicen acontecimientos; están compuestas de observaciones, axiomas y postulados, que tienen como objetivo expresar bajo qué condiciones se desarrollarán los mismos. Las bases teóricas sirven para sustentar la investigación que se está presentando.

El marco teórico para Yedigis y Winbach (citados por Hernández, Fernández y Baptista, 2006), “es un proceso de inmersión en el conocimiento existente y disponible que puede estar vinculado con nuestro planteamiento del problema, y un producto que a su vez es parte de un producto mayor: el reporte de investigación” (p. 64).

Según Bernal (2006), las bases teóricas o marco teórico son:

La fundamentación teórica dentro de la cual se enmarcará la investigación que va a realizarse (...) es una presentación de las

principales escuelas, enfoques o teorías existentes sobre el tema objeto de estudio, en que se muestre el nivel del conocimiento en dicho campo, los principales debates, resultados, instrumentos utilizados y demás aspectos pertinentes y relevantes sobre el tema de interés (p. 125).

Por lo tanto, las teorías y proposiciones que constituyen un punto de vista o enfoque determinado, dirigido a explicar el fenómeno o problema planteado, se señalan a continuación.

### **Comunicación Organizacional**

De acuerdo a (Brandoli, 2009) todas las organizaciones comunican cuando emiten mensajes y hasta cuando no lo hacen. Dentro de una organización existen dos tipos de comunicación, la comunicación externa y la comunicación interna.

#### **Comunicación externa:**

Es la que se dirige al público externo de la organización ósea, que tiene alguna relación pero no forman parte de la compañía.

#### **Comunicación interna**

Es la que está dirigida al público de la empresa, es una herramienta de gestión que puede entenderse también como una técnica “es la comunicación específicamente dirigida al público interno, al personal de una empresa, a todos sus integrantes y que surge aPartir de generar un entorno productivo armonioso y Participativo” (Brandolini 2009); para varios autores la comunicación interna tiene una función estratégica dentro de una institución por lo cual debe gestionarse de la misma manera que las demás políticas empresariales Villafañe (1993) su principal misión es la de retener los empleados calificados dentro de la empresa, un buen clima de trabajo, generar cohesión entre los empleados y tratar de cumplir sus expectativas. El comunicador que está abocado a esta tarea debe manejar y desarrollar estrategias integrales y ver los problemas que existen en la comunicación de las distintas áreas.

Asimismo, por medio de la comunicación interna según lo expresa Stanton (1993), permite el alineamiento del esfuerzo de sus empleados como fuerza productiva, resultando imposible la existencia de las organizaciones sin la comunicación, siendo un elemento central para articular las relaciones entre los diferentes departamentos de una organización.

En este sentido, la comunicación organizacional interna es un elemento de gran importancia dentro las relaciones humanas, en el sentido de que el ser humano por naturaleza, necesita relacionarse con otras personas para poder satisfacer sus necesidades de afecto y socialización, y esto se logra a través de diversos medios de comunicación, afirmando por Schermerhorn (2010), que la comunicación es el proceso mediante el cual, una persona transmite información a otra persona, y es el objetivo de toda comunicación; en el caso de las empresas en particular la transmisión de información es una actividad diaria y de gran importancia, es por ello que existe la comunicación organizacional.

Asimismo, la comunicación interna de las organizaciones va cambiando de forma en que van evolucionando las necesidades y actitudes de los empleados, quienes quieren estar informados sobre las diferentes políticas y planes de la organización. Tienen una necesidad de información que debe ser atendida por la empresa. El personal de una organización es un público objetivo al que comunicarle cualquier normativa o política sobre su entidad y su trabajo en la misma, pero que también tiene que poder hacer llegar sus sugerencias, ideas u opiniones e incluso reclamaciones a la dirección. Igualmente, la dirección tiene una necesidad creciente de información.

En este sentido, puede decirse que es una herramienta estratégica muy eficaz a la hora de dar respuesta a las necesidades informativas de sus clientes internos y externos, siendo eficaz para la gestión de las organizaciones; tal como lo afirma Stanton (1993), “un conjunto de acciones que se emprenden y consolidan para entablar vínculos entre los miembros de una organización, con el objetivo de comprometerlos e integrarlos en el desarrollo y realización de un proyecto común”.

Sin embargo, la comunicación interna permite conocer el recurso humano y evaluar su desempeño y productividad, bien a través de las entrevistas y recorridos por las diversas áreas de trabajo, en efecto, Sánchez (1993) perciben a la comunicación organizacional como “el flujo de información dentro del marco de la organización” (p.28); mientras que Romero (2008), la definen como “el hecho de enviar y recibir información dentro del marco de una compleja organización” (p.19)

En este sentido, tal como lo afirma Sherman. y Bohlander(1994), los principales encargados de la comunicación dentro de las organizaciones, deben tener en cuenta una serie de elementos a la hora de iniciar un proceso de comunicación, que influyan en la percepción, la personalidad, las emociones de cada individuo a su vez que aporten aprendizaje, satisfacción laboral, etc.

Por consiguiente, la comunicación organizacional interna busca definir la realidad de las organizaciones así como la identidad corporativa, por lo que esta se la define como el repertorio de procesos, mensajes y medios involucrados en la transmisión de información por parte de la organización; por tanto, no se refiere sólo a los mensajes, sino a los actos, al comportamiento mediante el cual todas las empresas transmiten información sobre su identidad, su misión, su forma de hacer las cosas y hasta sobre sus clientes.

## **Satisfacción Laboral**

La Satisfacción Laboral, entendida como los sentimientos que el trabajador tiene hacia su trabajo, es una herramienta muy importante que los empleadores deben conocer, ya que obedece a múltiples factores tanto del trabajador como del trabajo en sí mismo. No resulta fácil definir claramente la satisfacción laboral, algunos autores hablan de clima organizativo, clima social, clima laboral, y otros.

La satisfacción en el trabajo es el resultado de diversas actitudes ante factores tales como: incentivos económicos, condiciones de trabajo, relaciones de mando, estilos

gerenciales, relaciones interpersonales y características individuales. También, podría definirse la Satisfacción Laboral, como la actitud del trabajador frente a su trabajo, dicha actitud está basada en las creencias y valores que el trabajador desarrolla de su propio trabajo. Las actitudes son determinadas conjuntamente por las características actuales del puesto como por las percepciones que tiene el trabajador de lo que deberían ser.

Los gerentes han descubierto, afirmó Killian (1990) "que existe una mayor productividad y por lo tanto mayores ganancias cuando los trabajadores están satisfechos con su trabajo". Esta afirmación es confirmada por Gibson y otros (1993) cuando señalan que la alta satisfacción laboral mejora las condiciones laborales en las organizaciones, produciéndose un alto rendimiento, prontitud y rapidez en la ejecución, identificación con la organización, entusiasmo y optimismo.

En el mundo, se han realizado muchos estudios con relación a la satisfacción laboral en las empresas, enfocados a medir bienestar general, o hacia uno o varios aspectos del trabajo. Acompañando estas investigaciones ha venido el desarrollo de instrumentos de medición, debidamente validados con todas las técnicas científicas.

En este orden de ideas, Gómez (2011), considera la satisfacción laboral como "la perspectiva favorable o desfavorable que los empleados tienen en su trabajo. Expresa el grado de concordancia que existe entre las expectativas de las personas respecto al empleo y las recompensas que éste le ofrece".(p.53). Se puede agregar a ello, que es como una respuesta afectiva dada por el trabajador a su puesto, en relación con sus propios valores, con lo que desea y espera de él. Puede considerarse que la satisfacción tiene un sentido similar al placer

Cada trabajador tiene percepciones distintas sobre su ambiente de trabajo y de las acciones positivas que acomete la organización a la que pertenece a favor de su bienestar, que constituyen sensaciones que determinan su actuar, éstas además, se pueden transmitir a otras personas del ambiente externo que le rodea, influyendo indirectamente de manera negativa o positiva. Por tanto Espinoza (2010), opinan lo siguiente:

Medir el nivel de satisfacción laboral proporciona valiosa información acerca del estado en que se encuentra la organización y cuanto más falta para llegar al punto deseado. Es decir, si lo que se le promete es lo que recibe, y si efectivamente esto es lo que necesita (p.79).

De una manera más amplia, la satisfacción en el trabajo es la medida en que son satisfechas determinadas necesidades del trabajador y el grado en que éste ve realizadas las diferentes aspiraciones que puede tener en su trabajo, ya sean de tipo social, personal, económico o higiénico. La comprensión de estas necesidades del empleado, puede ayudar a entender su conducta, ya que generalmente éstas se encuentran detrás de ellas

Partiendo de lo anteriormente expuesto se puede afirmar que los niveles bajos de la pirámide de Maslow para satisfacer en los seguidores o trabajadores inmediatos las necesidades fisiológicas y de sobrevivencia, así como las necesidades de seguridad y protección. En cambio, el interés del liderazgo transformacional está orientado a satisfacer en los seguidores las necesidades de orden superior, hacia la satisfacción de las necesidades de pertenencia, reconocimiento y autorrealización.

### **Teorías de la satisfacción laboral**

Una teoría sobre la satisfacción en el trabajo que ha captado mucha atención es la del modelo propuesto por Herzberg y colaboradores en 1959, ya que su afirmación de que el trabajo puede ser motivador en sí mismo constituye un importante hallazgo en la ciencia del comportamiento. Herzberg (citado por Morillo, 2006), desarrolló una teoría sobre la satisfacción en el trabajo, la cual comprende dos factores: motivación-higiene.

Esta fue el resultado del análisis de un estudio inicial de Herzberg y sus colegas, realizado en el Servicio de Psicología Clínica de Pittsburg. Él y sus colaboradores llegaron a la conclusión que el hombre tiene dos categorías diferentes de necesidades

que son independientes una de otra y que influyen en la conducta de manera distinta. La primera está formada por los llamados factores motivadores o satisfactores, los cuales se centran en el contenido del trabajo, ellos son: logro, reconocimiento, progreso, el trabajo mismo, posibilidad de desarrollo y responsabilidad.

La segunda, se refiere a los factores higiénicos o insatisfactores, los cuales no son muy fuertes como motivadores pero producen insatisfacción en el empleo, y que se relacionan con el contexto de éste, ya que se ocupan del ambiente externo del mismo, ellos son: política de la organización, calidad de la supervisión, relaciones con los compañeros, supervisores y subordinados, salario, seguridad en el empleo, condiciones de trabajo y posición social.

En este contexto, de lo antes señalado por Herzberg, el estudio generó siete factores como elementos principales en la satisfacción en el trabajo como ser: logro, reconocimiento, el trabajo en sí, responsabilidad, progreso, éxito y trabajo desafiante. En consecuencia, cuando uno de estos factores estaba presente, los trabajadores estaban satisfechos; no obstante, cuando estaban ausentes, los trabajadores no se encontraban descontentos, en esas circunstancias sus sentimientos eran neutrales.

El autor encontró, como se dijo antes, un grupo de factores nuevos para determinar la insatisfacción en el trabajo. Los principales determinantes de insatisfacción eran agentes extrínsecos a la tarea en sí, a los cuales denominó higiénicos: las políticas y la administración de la empresa, la supervisión, el salario, las relaciones interpersonales, las condiciones de trabajo, y la seguridad. Estos no son una parte intrínseca de un empleo pero se relacionan con las condiciones bajo las que se ejecuta el trabajo.

Si se quiere motivar a la gente en su trabajo, Herzberg sugiere enfatizar el logro, el reconocimiento, el trabajo en sí mismo, la responsabilidad y el progreso. Estas son las características que la gente encuentra intrínsecamente recompensantes.

De acuerdo a lo afirmado por Fernández (2002), define la satisfacción laboral “como un estado emocional positivo o placentero resultante de la percepción subjetiva de las

experiencias laborales del sujeto” (p.94). Asimismo, opina Cervera (2008), que los empleados tienden a preferir trabajos que les den oportunidades de usar sus habilidades y que ofrezcan una variedad de tareas, libertad y retroalimentación de cómo se están desempeñando. Estas características hacen que un puesto sea mentalmente desafiante. Los trabajos que tienen muy poco desafío provocan aburrimiento, pero un reto demasiado grande crea frustración y sensación de fracaso. En condiciones de reto moderado, la mayoría de los empleados sentirá placer y satisfacción.

Mientras que De León (2008), explica que la satisfacción laboral es como un estado emocional positivo o agradable de la percepción subjetiva de las experiencias laborales del sujeto, asimismo, Barrenechea y Ferrer (2000) establece que la satisfacción en el trabajo se relaciona con lo social, personal, económico o higiénico. Esta es la ineludible conexión entre satisfacción laboral, motivación y conducta o acción.

## **Bases Legales**

A nivel nacional se dispone de un marco legal, contenido en varios instrumentos que regulan la prestación del trabajo, garantizando el bienestar físico y mental del trabajador. Entre ellos se tienen:

La Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999), en el artículo 87 manifiesta:

Toda persona tiene derecho al trabajo y el deber de trabajar. Todo patrono o patrona garantizará a sus trabajadores(as) condiciones de seguridad, higiene y ambiente de trabajo adecuados. El Estado adoptará medidas y creará instituciones que permitan el control y la promoción de esas condiciones.  
(s/p).

La Ley Orgánica del Trabajo (1997) en el Título IV sobre Condiciones de Trabajo, artículo 185, establece que el trabajo debe prestarse en condiciones que permita a los trabajadores su desarrollo físico y psíquico normal; presten suficiente protección a la

salud y a la vida contra enfermedades y accidentes, así como que el ambiente donde se trabaja, mantenga condiciones satisfactorias.

Ley Orgánica de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo (LOPCYMAT, 2005), es una Ley fundamental de la seguridad social, cuyo objeto es garantizar a los trabajadores condiciones de seguridad, salud y bienestar, en un ambiente laboral adecuado y propicio para el ejercicio pleno de sus facultades físicas y mentales.

La LOPCYMAT en su artículo 70 define las enfermedades ocupacionales como:

...Los estados patológicos contraídos o agravados con ocasión del trabajo o exposición al medio en el que el trabajador o la trabajadora se encuentra obligado a trabajar, tales como los imputables a la acción de agentes físicos y mecánicos, condiciones disergonómicas, meteorológicas, agentes químicos, biológicos, factores psicosociales y emocionales, que se manifiesten por una lesión orgánica, trastornos enzimáticos o bioquímicos, trastornos funcionales o desequilibrio mental, temporales o permanentes.

El marco legal existente debe garantizar a través de los organismos controladores, condiciones de trabajo seguras para el personal, que le permitan el ejercicio de sus funciones en un ambiente de trabajo adecuado que garantice condiciones de seguridad, salud y bienestar.

### **Definición de Términos Básicos**

**Actitud:** Disposición de ánimo manifestada de algún modo.

**Creencias:** Completo crédito que se presta a un hecho o noticia como seguros o ciertos.

**Motivación:** Ensayo mental preparatorio de una acción para animar o animarse a ejecutarla con interés y diligencia.

**Satisfacción:** Razón, acción o modo con que se sosiega y responde enteramente a una queja, sentimiento o razón contraria.

**Satisfacción laboral:** Estado emocional positivo o placentero resultante de la percepción subjetiva de las experiencias laborales del sujeto.

**Trabajo:** Esfuerzo humano aplicado a la producción de riqueza, en contraposición a capital.

**Valores:** Cualidades que poseen algunas realidades, consideradas bienes, por lo cual son estimables. Los valores tienen polaridad en cuanto son positivos o negativos, y jerarquía en cuanto son superiores o inferiores.

**Salario:** En especial, cantidad de dinero con que se retribuye a los trabajadores por cuenta ajena.

**Supervisar:** Ejercer la inspección superior en trabajos realizados por otros.

**Empleado:** Persona que por un salario o sueldo desempeña los trabajos domésticos o ayuda en ellos.

## CAPITULO III

### MARCO METODOLÓGICO

Corresponde al procedimiento general para lograr de manera precisa el objetivo de la investigación, pues el planteamiento de una metodología adecuada garantiza que las relaciones que se establecen y los resultados obtenidos tengan el máximo grado de exactitud y confiabilidad, por ende, constituye la estructura sistemática para el análisis de la información.

De ahí que, según Silva (2008) "los elementos principales a tener en cuenta en un marco metodológico son el nivel y diseño de la investigación, población, métodos e instrumentos de recolección de datos, procedimiento de recolección de datos y plan de tabulación y análisis" (p. 83). La metodología está comprendida por una serie de pasos que rigen la actuación del investigador, con el de lograr los objetivos de la investigación, a través de la obtención en los resultados. En el presente capítulo se describe la metodología utilizada en el desarrollo de esta investigación.

Al respecto, Tamayo y Tamayo (2009), señala que "constituye la médula del plan que se refiere a la descripción de las unidades de análisis de investigación, las técnicas de observación y recolección de datos, los instrumentos y las técnicas de análisis" (p. 114). En efecto el marco metodológico, es donde se establece los procedimientos que se seguirán en la elaboración de la investigación, así como los elementos a estudiar y las técnicas que se aplicara para la recolección de la información. Por lo tanto, a continuación, se va a describir como se realizará la investigación, se hará referencia a la naturaleza de la investigación, al método, población y muestra, a la técnica de recolección de datos o información y a la técnica de análisis de datos o información, todo lo cual se plantea para la presente investigación con la finalidad de obtener los datos.

#### **Tipo y Diseño de la Investigación**

Se refiere al grado de profundidad con que se aborda el problema en atención a su planteamiento y formulación y a los objetivos perseguidos, además, el nivel de la investigación se clasifica en: exploratoria, descriptiva y explicativa. Al respecto Arias (2006), indica que “el nivel de una investigación se refiere al grado de profundidad con que se aborda un fenómeno u objeto de estudio” (p. 23), de tal manera, que el nivel del presente estudio se clasifica en investigación descriptiva. Según Silva (2008), con la investigación descriptiva “se logra caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta: señala sus características y propiedades, interpreta lo que es y describe la situación de las cosas en el presente” (p. 112).

Por lo anterior, se tiene que los estudios descriptivos son muy útiles para mostrar una precisión en los fenómenos, sucesos, comunidad o situación; en este caso, se pretende estudiar la relación existente entre la comunicación organizacional interna y la satisfacción laboral de los trabajadores de Flexoprint, C.A.

El proyecto se orienta hacia la incorporación de un diseño de campo, por cuanto el investigador obtendrá la información directamente de la fuente, es decir, se estudia el fenómeno social en su ambiente natural.

Es por ello, que esta fase representa para el investigador, entrar en contacto con la realidad, de acuerdo con el problema estudiado, con la posibilidad de entender las posibles causas-efectos que se deriven de él. Por consiguiente, la relevancia de la investigación de campo dentro de este estudio, se origina porque mediante la misma se alcanzaran los objetivos planteados en la referida investigación, y por ende, el objetivo general.

Es necesario destacar que el tipo de estudio donde se inserta esta investigación es de carácter descriptivo-correlacional, que según Tamayo y Tamayo (2000), señala que “los datos se recogen por medio de un diagnóstico donde se describen

sistemáticamente los factores que inciden en el problema de forma directa a la realidad por el propio investigador" (p.35).

De esta forma, se señalarán las características fundamentales que presentan la empresa Flexoprint, C.A. en función a la comunicación organizacional interna y la satisfacción laboral, con el propósito de interpretar y entender su naturaleza. En el caso que nos ocupa, el investigador recolectara la información de fuentes primarias, es decir, del personal, involucrado en dicha investigación. En este sentido, Hernández, Fernández y Baptista (Ob. cit), definen que los estudios descriptivos miden evalúan y describen diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o fenómenos a investigar" (p.38)

El diseño de la investigación, es la estructura a seguir en el estudio, a fin de encontrar resultados confiables que respondan a las interrogantes formuladas, constituyendo una estrategia a desarrollar por el investigador para obtener soluciones positivas. Para Arias (2006), el diseño de investigación es la estrategia adoptada por el investigador para responder al problema planteado, es decir, el procedimiento concebido para obtener la información deseada. El diseño señala al investigador lo que debe hacer para alcanzar sus objetivos de estudio y dar respuesta a las interrogantes de conocimiento.

De allí que, la presente investigación se enmarca dentro de un estudio de campo, el cual corresponde a un tipo de diseño de investigación, al respecto, Palella y Martins (2006) la define "consiste en la recolección de datos de la realidad donde ocurre los hechos, sin manipular o controlar la vida (p.82). Es decir, es que la investigación de campo es aquella investigación que permite recopilar de: líos de forma directa a la realidad que le permite al investigador extraer información necesaria para la investigación.

Esta investigación se basa en un diseño no experimental, según Hernández, Fernández y Baptista (2006) "no es posible manipular las variantes o asignar aleatoriamente a los participantes o tratamientos" (p. 267). Entonces el diseño no

experimental es cuando resulta imposible manipular la variable o asignar aleatoriamente los sujetos.

De manera que, el investigador obtiene la información pero no altera las condiciones existentes, de allí su carácter de investigación no experimental. Por tanto, para Hernández, Fernández y Baptista (2010), la investigación no experimental, “son estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables en las que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos” (p. 205).

Por su parte, Sabino (2010) señala que “los datos primarios son los datos obtenidos directamente de la experiencia empírica, son llamados primarios, denominación que alude al hecho de que son datos de primera mano, originales, producto de la investigación en curso sin intermediación de ninguna naturaleza” (p. 64). Adicionalmente, Arias (2006), señala que:

En una investigación de campo también se emplean datos secundarios, sobre todo provenientes de fuentes bibliográficas, a partir de las cuales se elabora el marco teórico. No obstante, son los datos primarios obtenidos a través del diseño de campo, los esenciales para el logro de los objetivos y la solución del problema planteado (p. 31)

De tal manera, se tiene que la presente investigación de campo, no experimental, se realizará a la población y muestra que se describirán más adelante; además, se emplearán los datos primarios para obtener información requerida para estudiar la relación existente entre la comunicación organizacional interna y la satisfacción laboral de los trabajadores de Flexoprint, C.A apoyándose además, en los datos secundarios, provenientes de las fuentes bibliográficas consultadas en esta investigación.

## **Población y Muestra**

La población o universo es el conjunto de individuos que guardan similitud entre sí en los aspectos que son relevantes para los objetivos de la investigación y la muestra

es un subconjunto de la población o conjunto de unidades de análisis, que permite inferir, estimar o extrapolar los resultados de la observación y medición a la población total.

Hernández (1998) afirma que “muchos investigadores no describen suficientemente las características de la población o asumen que la muestra representa automáticamente a la población, además, define a la población como, el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones” (p.156), en otras palabras la población debe poseer características similares, y de interés ante la situación de estudio para que la información que se desea obtener sea la más acorde con los objetivos planteados.

En este orden Tamayo y Tamayo (Ob. cit.), en cuanto a población la consideran como “la totalidad del fenómeno a estudiar en donde las unidades de población poseen una característica común, la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación” ( p. 60).

En lo que respecta a la muestra, es la que puede determinar la problemática, ya que es capaz de generar los datos con los cuales se identifican las fallas dentro del proceso. Según Tamayo, (1997), afirma que la muestra “es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico” (P.38) y para Hernández, Fernández y Baptista (Ob. cit.),, plantean que la muestra “es, en esencia un sub-grupo de la Población, es decir, es un conjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que se le llama población...deben ser representativa...”.

En la presente investigación debido a que la población es pequeña y de fácil acceso en la investigación, se consideró la totalidad, por representar un número finito de elementos fácilmente controlables para el investigador. Lo que quiere decir que la muestra es censal, es igual a la población por ser esta finita.

En tal sentido, la población involucrada en este estudio está conformada sesenta y cuatro (64) trabajadores pertenecientes a las siguientes unidades de impresión digital,

impresión flexográfica, troquelados especiales, atención al cliente, despacho; De la muestra depende la investigación, por eso, es necesario que los sujetos a estudiar sean cuidadosamente escogidos de modo que la población esté totalmente representada.

## **Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos**

Al respecto, Curcio, (2000), indica que “las técnicas se refiere al camino a través del cual se establecen relaciones o mediaciones instrumentales entre el investigador y el consultor, para la recolección de datos y el logro de los objetivos”, (p.114). Para efectos, del presente proyecto la técnica a emplearse es la encuesta, para la cual Morales, citado por Arias, (ob.cit) “constituye una técnica de investigación dirigida al estudio, para recoger datos cuantitativos de las opiniones y comportamientos de conjuntos de números de personas” (p.94).

En función de los objetivos definidos en el presente estudio, se empleó como técnica la encuesta y como instrumento un cuestionario para la recolección de la información, orientados de manera esencial a alcanzar los fines propuestos. En este orden, la recolección de datos es un proceso meticuloso y difícil, pues requiere un instrumento de medición que sirva para obtener la información necesaria para estudiar un aspecto o el conjunto de aspectos de un problema.

Por lo que en este instrumento perteneciente a la técnica de la encuesta se aplicó en forma de cuestionario con preguntas dicotómicas cerradas, a los Directores, Jefes y personal operativo que forman parte de la empresa Flexo Print CA, sede San Blas en Valencia Estado Carabobo que representan un total de 64 trabajadores pertenecientes a las unidades, antes mencionadas, seleccionadas para el estudio y que representan la muestra estadística de la población, es decir, constituyen las unidades de análisis de la investigación

Los instrumentos son los medios materiales que se emplean para recoger y almacenar la información. Ejemplo: fichas, formatos de cuestionario, guías de entrevista,

lista de cotejo, grabadores, escalas de actitudes u opinión, entre otros, referente a este punto Padua (1989) señala:

...un instrumento de recolección de datos es cualquier recurso de que se vale el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos la información. La recopilación de datos se remite al uso de técnicas que establecen la forma o reglas para construir los instrumentos apropiados que permitan el acceso a la información requerida (p. 17)

El instrumento que se empleara en el proyecto será el cuestionario, que según Hernández, Fernández y Baptista, (1998), “consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir” (p.276).

En este sentido, la encuesta es la técnica que se utilizará como herramienta para obtener la información necesaria para el objeto de la presente investigación. Y el instrumento operacional es el cuestionario con preguntas estructuradas con alternativas de respuestas en opción múltiple, con estimación de escala de Likert, la cual según Arias, (1998): “se refiere a un formato diseñado por Rensis Likert para graduar las opciones, los intereses o las actitudes.

### **Validez y Confiabilidad**

En el proceso de investigación al momento de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos estos deben cumplir con la validez del mismo. Con la validez se determina la revisión de la presentación del contenido, el contraste de los indicadores con los ítems que miden las variables correspondientes. Se estima la validez como el hecho de que una prueba sea de tal manera concebida, elaborada y aplicada y que mida lo que se propone medir.

Por su parte, Sabino (2000), define validez “como la capacidad de la escala diseñada, para medir las cualidades para las cuales ha sido construida y no otras parecidas, en este sentido el instrumento de la investigación, será sometido a través del juicio de expertos con la finalidad de si presenta los criterios suficientes para considerarlo

valido. Para ello se seleccionarán, tres (03) expertos, entre los cuales un metodólogo, y dos expertos: dos en materia de gerencia y un experto en el área de la metodológica, quienes juzgaron el instrumento y verificaran la congruencia de cada uno de los ítems con los objetivos planteados en el planteamiento del problema, variables de estudio, dimensiones e indicadores de las mismas.

Por consiguiente, con los resultados obtenidos en el procedimiento de validación se realizarán las modificaciones que den a lugar para finalmente considerarlos válidos para medir las variables en estudio y una vez concluido, se efectuó la recolección en el cuestionario. Para la aplicación de una prueba piloto, que se llevará a cabo a ocho (8) empleados de la empresa FlexoPrint C.A sede sector San Blas Estado Carabobo.

La confiabilidad se refiere a la capacidad del instrumento para arrojar mediciones o datos que corresponde a la estabilidad de medición en diferentes momentos. Está dada por la aplicación del coeficiente Alfa de Cronbach el cual estima el grado de confiabilidad total y puede oscilar entre cero y uno (0 y 1).

Donde según Hernández y otros (ob.cit.), un coeficiente de cero (0) significa nula confiabilidad y uno (1) representa un máximo de confiabilidad. Mientras más se acerque el coeficiente a cero (0), hay mayor error en la medición. (p. 249).

A tal efecto, esta se determinará mediante la aplicación del instrumento a una prueba piloto a ocho (8) trabajadores de la empresa Flexo Print CA del sector San Blas de Valencia Estado Carabobo, que poseen características similares al objeto de estudio. Los resultados se procesaran a través de la formula Alpha de Cronbach. La fórmula se esquematiza de la siguiente manera:

$$\alpha = \frac{N}{N-1} - \frac{\sum S^2_i}{S^2_t}$$

En donde:  $\alpha$ = Coeficiente de Confiabilidad.

$\sum S^2_i$  = la suma de varianza de cada ítem.

$S_t^2$  = la varianza de total de la prueba.

$K$  = el número de preguntas o ítems.

## CAPITULO IV

### ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

Este consiste en la presentación del cronograma de actividades de la investigación. Para Balestrini (2001), éste tiene suma importancia ya que supone “la fijación de un compromiso, individual y colectivo por parte del estudiante, investigador o equipo de investigación, con la institución donde se está presentando el proyecto, para ejecutar y culminar el estudio que se propone realizar”. (p. 195)

A continuación se presenta el **Plan de Trabajo** correspondiente al presente proyecto de investigación:

ACTIVIDADES	jul-17				ago-17				sep-17				oct-17				nov-17				dic-17				ene-18				feb-18				mar-18			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1 Titulo del Tema	■	■																																		
2 Planteamiento del Problema		■	■																																	
3 Elaboración del Marco Teórico			■	■																																
4 Marco Metodológico				■																																
5 Presentación de proyecto al tutor																																				
6 Efectuar ajustes al proyecto según observaciones de tutor																																				
7 Diseño de instrumentos																																				
8 Elaboración de la prueba piloto (jueces o testigos)																																				
9 Corrección de instrumentos																																				
10 Aplicación de instrumentos																																				
11 Revisión avance de investigadores por tutores																																				
12 Efectuar ajustes al proyecto según observaciones de tutor																																				
13 Codificación y tabulación de datos																																				
14 Analisis estadísticos de datos																																				
15 Elaboración de conclusiones y recomendaciones																																				
16 Revisión avance de investigadores por tutores																																				
17 Efectuar ajustes al proyecto según observaciones de tutor																																				
18 Revisión final por tutores																																				
19 Elaboración Informe Final																																				
20 Entrega Trabajo de grado																																				

## **CAPÍTULO V**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS**

En el presente capítulo se muestran los resultados de la investigación, mediante el análisis e interpretación de la información recabada. Dichos datos permiten establecer conclusiones y recomendaciones para el caso de estudio, como también dar cumplimiento a los objetivos planteados en la investigación.

Al respecto, se contó con instrumentos de medición focalizados en gestión comercial y uso de las redes sociales, que consta de un cuestionario compuesto por doce (12) preguntas dicotómicas cerradas, el cual fue aplicado a través de una encuesta desarrollada para los trabajadores de la empresa; para conocer la visión y percepción de la problemática comunicacional de la empresa, reflejando los resultados a través de una matriz de información con un análisis interpretativo, lo cual permitió obtener referencias importantes e información relevante para la consecución de los objetivos trazados en esta investigación.

Con respecto a los resultados obtenidos mediante la aplicación del instrumento cuantitativo de recolección de datos, cuestionario, se recurrió a la técnica de análisis cuantitativo o estadístico-descriptivo, para la cual se tabuló la información expresada en tablas de frecuencia de respuestas y porcentajes, para mayor visibilidad de los resultados, con el correspondiente análisis interpretativo de cada ítem respondido.

**Variable:** Comunicación

**Dimensión:** Recurso Humano

**Ítem 1:** ¿Es accesible intercambiar información con tus compañeros de trabajo en otros niveles?

**Cuadro 2**

Porcentaje y Frecuencias del Ítem 1

<b>Encuestados</b>		<b>SI</b>	<b>NO</b>
<b>Trabajadores</b>	Porcentaje	80	20
	Frecuencia	40	10

**Fuente:** Rojas (2020)

**Interpretación:** En el Cuadro 1, se observa que el 80% de los encuestados consideran efectivo el intercambio de información, mientras que 20% de los opina que no es accesible ese intercambio de información. Lo que significa que los trabajadores y empleados de Flexoprint, C.A consideran que no se comunican o intercambian información. De acuerdo a Candilli, (2005) la organización debe mantener una efectiva comunicación con sus trabajadores, en virtud que estos últimos son de vital importancia para la empresa en el logro de los objetivos planteados.

**Variable:** Gestión Gerencial

**Dimensión:** Objetivos

**Ítem 2:** ¿La gerencia hacen gestiones para favorecer la comunicación entre la gerencia y sus trabajadores?

**Cuadro 3**

Porcentaje y Frecuencias del Ítem 2

<b>Encuestados</b>		<b>SI</b>	<b>NO</b>
<b>Trabajadores</b>	Porcentaje	60	40
	Frecuencia	35	15

**Fuente:** Rojas (2020)

**Interpretación:** En el cuadro 2 se observa que el 50 por ciento dice que “si”, la gerencia hacen gestiones para favorecer la comunicación entre las empresas y sus trabajadores, mientras que el 30 por ciento opina que “no”. Se evidencia que mayoritariamente los

consultados opinan la pertinencia favorable de que la gerencia hacen gestiones para favorecer la comunicación entre las empresas y sus trabajadores.

**Variable:** Gestión Gerencial

**Dimensión:** Objetivos

**Ítem 3:** ¿Frecuentemente te comunicas con los jefes de departamento?

#### Cuadro 4

Porcentaje y Frecuencias del Ítem 3

Usuarios		SI	NO
Trabajadores	Porcentaje	60	40
	Frecuencia	30	20

**Fuente:** Rojas (2020)

**Interpretación:** De acuerdo a las respuestas se puede observar el cuadro 3, que el 80 por ciento dice que “sí”. Frecuentemente te comunicas con los jefes de departamentos, un 20 por ciento opina que “no”, por lo tanto se puede afirmar que si existe una comunicación importante y se pueden establecer lazos comunicacionales, sin embargo hay un 20% desatendido en ese aspecto tan importante.

**Variable:** Gestión Gerencial

**Dimensión:** Objetivos

**Ítem 4:** ¿A través de los gerentes puedes exponer tus inquietudes laborales?

#### Cuadro 5

Porcentaje y Frecuencias del Ítem 4

Encuestados		SI	NO
Trabajadores	Porcentaje	28	72
	Frecuencia	8	42

**Fuente:** Rojas (2020)

**Interpretación:** De acuerdo a las respuestas de los encuestados el 28 por ciento dice que “sí” puedes exponer sus inquietudes laborales, y el 72 por ciento opina que “no”. La proporción de las respuestas confiere afirmar que mayoritariamente los trabajadores no pueden exponer sus inquietudes laborales a sus superiores.

**Variable:** Gestión Gerencial

**Dimensión:** Objetivos

**Ítem 5:** ¿Existe una plataforma donde puedes expresar tu opinión con un determinado aspecto de tu trabajo?

**Cuadro 6**

Porcentaje y Frecuencias del Ítem 5

<b>Encuestados</b>		<b>SI</b>	<b>NO</b>
Trabajadores	Porcentaje	15	85
	Frecuencia	7	43

**Fuente:** Rojas (2020)

**Interpretación:** De acuerdo a las respuestas 85 por ciento dice que “no” existe una plataforma donde puedas expresar determinados aspectos laborales, el 15 por ciento opina que “si”. La orientación a la opción “si” confirma que no existe una plataforma para expresar su opinión con aspectos relacionados a su trabajo.

**Variable:** Comunicación

**Dimensión:** Recurso humano

**Ítem 6:** ¿Te parecen de fácil uso las redes sociales?

**Cuadro 7**

Porcentaje y Frecuencias del Ítem 6

<b>Encuestados</b>		<b>SI</b>	<b>NO</b>
Trabajadores	Porcentaje	90	10
	Frecuencia	45	5

**Fuente:** Rojas (2020)

**Interpretación:** De acuerdo a las respuestas el 90 por ciento dice que “si” le parece de fácil uso las redes sociales y el 10 por ciento opina que “no”. La tendencia al “si”, confirma que existe una oportunidad potencial para aprovechar las redes sociales en la debilidad

comunicacional de la empresa para el sostenimiento de una comunicación interna efectiva.

**Variable:** Comunicación

**Dimensión:** Recurso Humano

**Ítem 7:** ¿Sientes confianza en las formas de comunicación existentes entre los trabajadores?

**Cuadro 8**

Porcentaje y Frecuencias del Ítem 7

<b>Encuestados</b>		<b>SI</b>	<b>NO</b>
Trabajadores	Porcentaje	35	65
	Frecuencia	17	33

**Fuente:** Rojas (2020)

**Interpretación:** De acuerdo a las respuestas de los encuestados el 35 por ciento dice que “sí” Siente confianza en las formas de comunicación existentes entre los trabajadores y el 65 por ciento opina que “no”. Tales índices de respuestas negativas indican que no siente confianza en las formas de comunicación existentes entre los trabajadores, se debe establecer la comunicación institucional, en virtud que no se desprende del sujeto social, entre los trabajadores.

**Variable:** Comunicación

**Dimensión:** Recurso Humano

**Ítem 8:** ¿En la actualidad es importante que las empresas tengan página web?

**Cuadro 9**

Porcentaje y Frecuencias del Ítem 8

<b>Trabajadores</b>		<b>SI</b>	<b>NO</b>
Empleados, trabajadores y gerentes.	Porcentaje	68	32
	Frecuencia	34	16

**Fuente:** Rojas (2020)

**Interpretación:** De acuerdo a las respuestas de los encuestados 68 por ciento dice que “sí” y el 32 por ciento opina que “no”. Tales respuestas confirman lo importante que es que una empresa brinde a las personas una plataforma como una página web para estar

a la vanguardia de las nuevas tecnologías que brinde información adecuada y accesible a las personas.

**Variable:** Comunicación

**Dimensión:** Recurso Humano

**Ítem 9:** ¿Consideras importante la presencia de los gerentes en los procesos?

**Cuadro 10**

Porcentaje y Frecuencias del Ítem 9

Encuestados		SI	NO
Trabajadores, empleados y Gerentes	Porcentaje	82	18
	Frecuencia	41	9

**Fuente:** Rojas (2020)

**Interpretación:** De acuerdo a las respuestas de los encuestados el 82 por ciento dice que “sí” consideran importante la presencia de los gerentes en los procesos y solo un 18 por ciento dice que “no”, entonces se infiere que en este indicador se evidencia que es satisfactorio para la culminación de los procesos que los gerentes supervisen los mismos en tiempo real.

**Variable:** Comunicación

**Dimensión:** Recurso Humano

**Ítem 10:** ¿Utilizas las redes sociales para la búsqueda de información de los trabajadores?

**Cuadro 11**

Porcentaje y Frecuencias del Ítem 10

Encuestados		SI	NO
Trabajadores, empleados y Gerentes	Porcentaje	90	10
	Frecuencia	45	5

**Fuente:** Rojas (2020)

**Interpretación:** De acuerdo a las respuestas de los consultados en esta encuesta el 90 por ciento dice que “sí” mientras que el 10 por ciento opina que “no”. Las respuestas

confieren y afirma que las personas si utilizan las redes sociales para buscar información de los trabajadores, esto viene a dar respaldo a la utilidad de usar las redes sociales para este fin.

**Variable:** Comunicación

**Dimensión:** Recurso Humano

**Ítem 11:** ¿Con frecuencia se realizan reuniones para intercambiar experiencias entre los gerentes y el resto del personal?

**Cuadro 12**

Porcentaje y Frecuencias del Ítem 11

Encuestados		SI	NO
Trabajadores, empleados y Gerentes	Porcentaje	10	90
	Frecuencia	5	45

**Fuente:** Rojas (2020)

**Interpretación:** De acuerdo a las respuestas de los encuestados un 10 por ciento dice que “si” se realizan reuniones para intercambiar experiencias entre los gerentes y el resto del personal y un 90 por ciento dice que “no”. Por las respuestas de los encuestados se puede afirmar que es conveniente hacer reuniones para intercambiar experiencias entre todos los involucrados.

**Variable:** Comunicación

**Dimensión:** Recurso Humano

**Ítem 12:** ¿Usualmente hay acercamientos entre los gerentes y los empleados con reuniones como el Word Café?

**Cuadro 13**

Porcentaje y Frecuencias del Ítem 12

Encuestados		SI	NO
Trabajadores, empleados y Gerentes	Porcentaje	2	98
	Frecuencia	1	49

**Fuente:** Rojas (2020)

**Interpretación:** De acuerdo a las respuestas de los encuestados 2 por ciento considera que “si” hay acercamientos entre los gerentes y los empleados, el 98 por ciento opina

que “no” existe acercamientos entre los gerentes y los empleados, Se puede considerar por las respuestas dadas, que la mayoría de los encuestados no ven un acercamiento entre gerentes y el resto de los trabajadores y esto es vital para lograr una buena comunicación que influya en la satisfaccion laboral.

## **CAPITULO V**

### **CONCLUSIONES**

### **Y RECOMENDACIONES**

#### **Conclusiones**

Existe una opinión entre los empleados de Flexoprint, C.A, en materia organizacional, así como también en materia de comunicación interna por la falta de comunicación entre los trabajadores y gerentes de la empresa que han hecho un manejo poco adecuado de la información.

A partir de esta investigación se ha analizado un modelo de planificación estratégica para el manejo de comunicación gerencial para mejorar la satisfacción laboral. Con el propósito de introducir herramientas como el coaching gerencial, la indagación apreciativa, el Word café y la programación neurolingüística.

Las actividades establecidas como herramienta gerencial buscan la integración de la gerencia-empleados con cargos de jefaturas en la organización. El plan gerencial puede ser aplicado a otras áreas conflictivas de la organización donde existan falta de comunicación llámese personal obrero y administrativo que hacen vida en la organización. La actualización constante gerencial permitirá al gerente identificar junto a sus empleados los puntos críticos en materia de comunicación interna que puedan surgir en la organización y tributar para mejorarla.

Todo el diagnostico dejo muestra de la necesidad de cambio en materia de comunicación gerencial, ya que casi nunca se toman el tiempo de intercambiar información de los procesos que se dan en la empresa, no existe un plan establecido que esté funcionando para mejorar la problemática planteada.

#### **Recomendaciones**

Una vez realizada la investigación y obtenida las conclusiones del trabajo se exponen algunas de las siguientes recomendaciones;

- Implementar acciones gerenciales para así fortalecer los puntos débiles que puedan tener los gerentes en especial para incentivar los valores corporativos a todos los miembros de la organización.

- Propiciar el uso de un método sencillo de comunicación interna como lo son el coaching gerencial, la indagación apreciativa, el Word café para lograr una comunicación efectiva y una satisfacción labora en este aspecto.

- Emplear la supervisión no como una herramienta de control de asistencia o cumplimiento de una jornada laboral más bien como un seguimiento del sistema de comunicación interna de la empresa.

- Fortalecer la comunicación a través del contacto personal entre los gerentes y empleados

- Realizar cursos gerenciales en materia de comunicación para los empleados con el fin de reforzar el liderazgo organizacional.

- Socializar los resultados obtenidos con los empleados que sirvieron como muestra con miras a concientizar la problemática detectada y asumir el compromiso en la resolución del problema del desempeño laboral.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barros, J (2006). *Gestión de Procesos*; Editorial Evolución; Santiago.
- Bernal, C. (2006). **Metodología de la investigación, para administración, economía, humanidades y ciencias sociales.** (Segunda edición). México: Pearson Educación.
- Chiavenato, I. (2002). **Administración en los Nuevos Tiempos.** Editorial Mc Graw - Hill. Interamericana, S.A. Bogotá, Colombia
- Corredor, J. (1996). **La Planificación. Enfoque y Proposiciones para su Aplicación.** 3ra Edición. Editorial Vadell Hermanos. Caracas-Venezuela
- Davis, K. yNewstrom, J. (2003), **Comportamiento Humano en el Trabajo** 11ª. Edición. Editorial McGraw-Hill.México
- Davis, K. (1998), **El Comportamiento Humano en el Trabajo.** Editorial Mc Graw Hill. México.
- Farnataro, Z. (2009). **Plan Estratégico para Mejorar la Productividad de una Empresa Fabricante de Bebidas Alcohólicas Basado en el Modelo BalancedScorecard.** Trabajo de Grado, Universidad Nacional Experimental Politécnica Antonio José de Sucre. Barquisimeto – Venezuela.
- García, J. 2004. **Los Sistemas de Información y la Estrategia Empresarial.** Disponible:  
<http://site.ebrary.com/lib/biblioelectronuclasp/docDetail.action?docID=10063251&p00=sistemas+de+informaci%C3%B3n>. [Consulta: 2017, Junio 16].
- Garrido, S (2003). **Dirección Estratégica** Editorial Mc Graw Hill. España
- Gómez, F (1993). **Sistemas y Procedimientos Administrativos.** Editorial Fragor. Caracas Venezuela
- Kaplan, R. y Norton, D.(2005) **Cuadro de Mando Integral. (BalancedScorecard).** 1ra Edición Gestión 2000.Madrid España
- López, J. (2001).**La teoría de los recursos y capacidades de la empresa. Unarevisión; Departamento de Organización de Empresas.** Tesis de Grado Publicada. Universidad de Murcia. España
- Melincoff, R. (1994). **La Estructura de la Organización.** Caracas. Venezuela: Editorial Panapo.

Moreno, M (2009). **Indicadores de Gestión de un Sistema de Quejas y Reclamos de una Entidad Bancaria**; Trabajo de Grado Publicado de la Universidad Nacional de Colombia. Medellín

Niven, P. (2003). El Cuadro de Mando Integral Paso a Paso. Ediciones Gestión 200 SA. Barcelona España

Robbins, S. (1996). **Comportamiento Organizacional. Teoría y Práctica**. 7ª Edición. Prentice-hall hispanoamerica, S:A.México DF

Barrenechea y Ferrer (2000) El Salario. Bilbao, España: Editorial Deusto.

Bergeron, J. (1983) Los Aspectos Humanos de la Organización. San José, Costa Rica. ICAP.

Cervera, A. (2008). Comunicación total. (4ta. ed.) España: Editorial ESIC. Díaz, F.

De León, G. (2008). Factores que influyen en la satisfacción laboral de las encargadas y vendedoras de la tienda de las cuatro cadenas de la corporación MEST S.A. (Tesis de licenciatura inédita). Universidad Nacional de Colombia.

Espinoza, L. (2010). Percepción de la satisfacción laboral de los trabajadores operativos de panificadora que posee incentivos monetarios y no monetarios. (Tesis de licenciatura inédita) Universidad de San Carlos de Guatemala.

Fernández, C. (2002). La Comunicación en las organizaciones. México: McGraw-Hill.

Guízar, R. (2004). Desarrollo organizacional, principios y aplicaciones. (2ª. Ed) México: McGraw-Hill.

Gómez, L. (2011). Manejo de la comunicación organizacional en una institución de forma básica. (Tesis de licenciatura inédita). Universidad de Bogotá, Colombia.

Hernández, N. (2010). La motivación como factor del desempeño laboral en el Departamento de Mantenimiento de Instrumentos del Complejo Petroquímico Morelos. México. Trabajo de grado de Maestría.

Herzberg, F. (2003). Higiene versus Motivadores. EE UU. Harvard Business Review.

Morillo, I. (2006) Nivel de satisfacción del personal académico del Instituto Pedagógico de Miranda “José Manuel Siso Martínez” en relación con el estilo de liderazgo del Jefe del Departamento, las relaciones interpersonales de los miembros

adscritos y el sistema de incentivos institucionales. SAPIENS. [Documento en línea]. Disponible: <[http://www2.scielo.org/ve/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S131758152006000100004&lng=es&nrm=iso](http://www2.scielo.org/ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S131758152006000100004&lng=es&nrm=iso)>. ISSN 1317-5815 Fecha de Consulta: Junio, 20 de 2017

Quintana, E. (2009). Satisfacción laboral y la eficiencia en el trabajo. (2a. Ed). Prentice-Hall.

Ramos, P. (2009). Relaciones del conflicto padres-adolescentes con la flexibilidad familiar, comunicación y satisfacción. (Tesis de licenciatura inédita). Universidad Veracruzana, México.

Reyes P. (1984). Administración de personal. Primera Parte. (14ª. Reimpresión) México: Editorial Limusa, S.A.

Robbins, S. (2005). Comportamiento organizacional. (10ª. Ed). México Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A.

Rodas, M. (2004). Evaluación del clima organizacional del personal operativo de una planta de producción. Caso: Alimentos Ideal, S.A. Idealsa, ubicada en el departamento de Escuintla (Tesis de licenciatura inédita). Universidad Rafael Landívar. Guatemala.

Rodríguez D. (2006). Diagnóstico organizacional. (6a. ed), México: Alfa y Omega.

Romero, R. (2008). La satisfacción laboral de los prestadores de servicios de salud como un factor de calidad. (Tesis de licenciatura inédita). Universidad Veracruzana. México.

Sánchez, F. (1993). Técnicas de administración de recursos humanos. (3ª. ed). México. Editorial Limusa, S.A. de C.V.

Schermerhorn, R. (2010). Administración. (9a. ed). México: McGraw-Hill.

Zalesnik, A. & Bornard, T. (2005). Estrategia, estructura, decisión, identidad. Política general de empresa. Madrid, España: Editorial Biblio Empresa. España

Sherman, A. y Bohlander, G. (1994). Administración de los recursos humanos. (Traducción: Ma. Teresa de Jesús Carter B.). México: Grupo Editorial Iberoamérica, S.A. de C.V.

Sotelo Enríquez, C. (2001). Introducción a la comunicación institucional. (1a. ed.). Barcelona, España: Editorial Ariel.

# **ANEXO**

### INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

ITEMS	PREGUNTAS	SI	NO
1	¿Es accesible intercambiar información con tus compañeros de trabajo en otros niveles?		
2	¿La gerencia hace gestiones para favorecer la comunicación entre las empresas y sus trabajadores?		
3	¿Frecuentemente te comunicas con las organizaciones de tu preferencia?		
4	¿A través de los gerentes puedes exponer tus inquietudes laborales?		
5	¿Existe una plataforma donde puedes expresar tu opinión con un determinado aspecto del trabajo?		
6	¿Te parecen de fácil uso las redes sociales?		
7	¿Sientes confianza en las formas de comunicación existentes entre los trabajadores?		
8	¿En la actualidad es importante que las empresas tengan página web?		
9	¿Consideras importante la presencia de los gerentes en los procesos importantes?		
10	¿Utilizas las redes sociales para la búsqueda de información relacionadas a la empresa?		

11	¿Con frecuencia se realizan reuniones para intercambiar experiencias entre los gerentes y el resto del personal?		
12	¿Usualmente hay acercamientos entre los gerentes y los empleados así como en un Word Café?		

**Fuente:** Rojas (2020)