



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**Efecto del programa de estrategias de comunicación interna para fortalecer el comportamiento de los obreros de la empresa “Viveros Génesis S.A.C.”, Chiclayo**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**Licenciada en Administración**

**AUTORA:**

Valderrama Montenegro, Gianina del Pilar (ORCID: 0000-0002-6049-0887)

**ASESORA:**

Dra. Delgado Wong, Sofía Irene (ORCID 0000 – 0001- 7204-2558)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de Organizaciones

**CHICLAYO -PERÚ**

2021

## **DEDICATORIA**

A mi Dios, por su amor y bendiciones, por darme fuerzas, perseverancia para salir adelante con mis metas trazadas.

A mi Padre Lorenzo por ser un pilar en mi camino, por sus consejos en los momentos que necesitaba aliento, por su comprensión y su apoyo en el inicio de esta etapa de mi vida.

A mi Madre Florinda, por ser una mujer llena de fortaleza, por inculcarme valores, por su amor incondicional, por enseñarme que no hay peor lucha que la que no se hace.

A mi hija Faviana, por ser mi motivo de superación. Por llenar mi vida de amor, por su bella sonrisa que llena de alegría mi día a día.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco, a la Universidad Cesar Vallejo, la cual me abrió sus puertas para formarme profesionalmente.

Agradezco, a la Empresa Viveros Genesis, por la oportunidad de desarrollarme profesionalmente y brindarme las facilidades para desarrollar y ejecutar mi tesis

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

Carátula	
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de Contenidos .....	iv
Índice de tablas.....	v
Índiice de figuras.....	vi
Resumen .....	vii
Abstract.....	viii
I. Introducción.....	1
II. Marco teórico.....	5
III. Metodología.....	18
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	18
3.2. Variables y operacionalización.....	20
3.3. Población, muestra y muestreo.....	20
3.4. Técnica e instrumentos de recolección de datos.....	21
3.5. Procedimientos.....	22
3.6. Método de análisis de datos.....	22
3.7. Aspectos éticos.....	23
IV. Resultados.....	24
V. Discusión.....	30
VI. Conclusiones.....	33
VII. Recomendaciones.....	34
VIII. Propuesta.....	35
Referencias.....	39
Anexos	

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Población de estudio.....	21
Tabla 2 Muestra .....	21
Tabla 3 Porcentajes del pre test por dimensiones.....	24
Tabla 4 Estadígrafos de los niveles de comportamiento del personal en pre test.....	25
Tabla 5 Porcentajes del post test por dimensiones... ..	27
Tabla 6 Estadígrafos de los niveles de comportamiento de los obreros en post test.....	28
Tabla 7 Estadígrafos del pre test y post test... ..	29

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Polisemia de la Atracción .....	9
Figura 2 Diseño pre experimental.....	19
Figura 3. Diseño del programa .....	26

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo determinar el efecto del Programa de estrategias de comunicación interna para fortalecer el comportamiento de los obreros de la empresa “Viveros Génesis S.A.C.”, Chiclayo, 2021. Fue una investigación de enfoque cuantitativo, tipo básica, nivel explicativo y diseño experimental con subdiseño pre experimental. La población estuvo formada por 142 obreros a quienes se le aplicó un muestreo probabilístico considerando como muestra a 39 unidades de análisis. Se utilizó como instrumento de medición una escala el cual fue utilizado en forma de pre y post test antes y luego de aplicar el programa respectivamente. Los resultados establecieron porcentajes de la encuesta en el pre test (8.67) reflejaron niveles bajos de comportamiento del personal. Se diseñó un programa de estrategias de comunicación interna para fortalecerlo. Al comparar los resultados obtenidos en el pre y post test (14.09) se evidenció mejoras en el comportamiento. Se concluyó que existe un efecto significativo del Programa de estrategias de comunicación interna para fortalecer el comportamiento de los obreros de la empresa “Viveros Génesis S.A.C.”, Chiclayo.

**Palabras clave:** Estrategias, Comunicación, comportamiento, obreros, empresa, Viveros, Génesis, SAC.

## **ABSTRACT**

The present research work aimed to determine the effect of the Program of internal communication strategies to strengthen the behavior of the workers of the company "Viveros Génesis SAC", Chiclayo, 2021. It was a research with a quantitative approach, basic type, explanatory level and experimental design with pre-experimental sub-design. The population was made up of 142 workers to whom a probability sampling was applied, considering 39 units of analysis as a sample. A scale was used as a measuring instrument, which was used as a pre and post test before and after applying the program respectively. The results established percentages of the survey in the pre-test (8.67) reflected low levels of staff behavior. A program of internal communication strategies was designed to strengthen it. When comparing the results obtained in the pre and post test (14.09), improvements in behavior were evidenced. It was concluded that there is a significant effect of the Program of internal communication strategies to strengthen the behavior of the workers of the company "Viveros Génesis S.A.C.", Chiclayo.

**Keywords:** Strategies, Communication, behavior, workers, company, Nurseries, Genesis, SAC



## I. INTRODUCCIÓN

La situación problemática que enfoca la presente investigación se centra en los bajos niveles de comportamiento en el personal, relacionado directamente con conductas, actitudes y actuaciones heterogéneas al interior de las empresas. Estos comportamientos responden a estímulos internos o externos, que abarcan políticas de motivación, liderazgo, relaciones y clima organizacional. El problema se manifiesta en diversos ámbitos del mundo, tal como se demuestra a continuación.

En España, la empresa de Consultoría y selección del personal TES, realizó un estudio sobre la cultura corporativa donde evidenciaron resultados muy significativos, donde “71% indicó que el modelo de empresa sigue siendo vertical, el 25% indicó la falta de comunicación entre departamentos entorpeciendo los procesos entre ellos, 40% afirmó desconocer los valores corporativos de la empresa, y lo más preocupante de todo es que uno de cada tres trabajadores desconocía los objetivos de la empresa” (Díaz, 2017 ,p. 1) .Esto permite detectar todas las falencias dentro de la organización, y como puede afectar el comportamiento del personal.

Asimismo, en un sondeo entre las empresas mexicanas se detectaron tres principales problemas: “mal ambiente laboral: dentro de ésta se identificó al personal desmotivado, mala comunicación; rotación y ausentismo y malos procesos administrativos” (Runa, 2017, p. 1), esto resulta alarmante para las empresas, ya que se identifica la existencia de problemáticas múltiples dentro de las organizaciones y pobre gestión pueden resentirse notoriamente entre los colaboradores.

En el Perú, actualmente se reconoce que el factor humano es clave para la organización, pero aún muchas empresas tienen prácticas nocivas que convierten a los trabajadores en víctimas de una mala gestión. Esto impacta en el comportamiento del consumidor, tal como plantea Lumbreras (2017), “las empresas que tienen mayor rentabilidad son aquellas que desarrollan políticas claras de liderazgo y gestión del talento humano” (p. 8). Por ende, este aspecto esencial es

responsabilidad de las empresas, preocupadas en gestionar propuestas que permitan fortalecer el trabajo de los empleados en función del cargo que desempeñan.

La Edición 2020 de la encuesta Millennial que fue realizada en medio de la pandemia mundial, a través de la organización Deloitte a varias organizaciones peruanas, “arrojó que el 32% de los encuestados sufrían de estrés laboral, y deseaban tener tiempo libre del trabajo, lo cual el empleador no le prestaba mayor atención, y es fundamental conocer la magnitud de esto y las graves consecuencias sobre el trabajador y la misma organización, porque ocasiona mayor rotación o baja productividad”. (Deloitte, 2020, p.1).

En el plano regional, el aporte del psicólogo Barba (2016) experto en comportamiento del personal en Universidad de Piura expone la necesidad de un conocimiento exhaustivo por parte de las empresas de las necesidades de sus trabajadores en función de sus puestos de trabajo “a razón que su comportamiento puede originar accidentes laborales; es muy importante que la dirección de las empresas asuma un papel de liderazgo para fortalecer las motivaciones del trabajador” (p. 5). Se deduce que esto mejora la percepción integral de la empresa, de acuerdo a sus objetivos y metas.

Viveros Génesis S.A.C., se dedica al cultivo de plantas de hortalizas y frutales; que posteriormente se vende a las agroindustrias; quienes culminan con el proceso de producción hasta la cosecha y exportación del fruto. VG tiene sucursales en las ciudades de Cayalti, Motupe, Chincha y Arequipa con su oficina central en Lima. Se identificaron algunas situaciones problemáticas que se relacionan con el problema de estudio entre las que resalta la falta de interacción entre los obreros que conforman el grupo humano operativo de la empresa.

La causa principal a dicha condición observada podría estar referenciada a que muchos de los obreros provienen de zonas rurales, donde la gran mayoría no ha recibido formación educativa tanto a nivel primario como secundaria, lo que fomentó en ellos un comportamiento de aislamiento en donde la falta de interacción comunicativa es observada como una secuela de vivencias tempranas.

En consecuencia, de no tomar cartas en el asunto evidenciado, podrían no estar funcionando los lazos colaborativos esenciales para afianzar el trabajo en equipo que pueda beneficiar a la productividad de la empresa, enmarcando seriamente carencia de una comunicación horizontal, en donde las oportunidades de interacción empática podrían verse agravadas, dejando limitados la generación de eventos motivacionales, desarrollo de habilidades de grupo, estimulación de la autoestima y el autocontrol.

La situación se complica con la falta de una política de estímulos permanentes por la Empresa, lo que genera falta de identificación con los fines empresariales y escaso compromiso institucional en la cual los obreros no puedan desarrollarse fomentando lazos laborales a través de una comunicación más abierta entre los mismos.

En ese orden de ideas, ante lo expuesto, se presenta la siguiente problemática:

¿Cuál es el efecto del Programa de estrategias de comunicación interna para fortalecer el comportamiento de los obreros de la empresa “Viveros Génesis S.A.C., Chiclayo?

Se justifica el presente trabajo desde el punto de vista teórico por brindar un marco de referencia conceptual los cuales podrían ayudar a futuros investigadores quienes compartan líneas de investigación similares en contextos similares a generar mejores discusiones sobre una condición que podría ser repetitiva en otros contextos laborales.

Con respecto a la justificación metodológica el presente trabajo de investigación aporta con una escala de medición para medir el comportamiento el cual fue validado en sus fases cualitativa y cuantitativa secuencialmente. Dicho instrumento puede servir como referencia para futuros investigadores quienes pretendan medir la variable de estudio en poblaciones similares.

Asimismo, con respecto a la justificación práctica es pertinente mejorar la condición de los obreros, en tal sentido, bajo la problemática referenciada a la falta de comunicación con el presente trabajo de investigación se establece una base de

conocimiento con el fin de que a futuro puedan formularse estudios que mejoren dicha condición en la población objetivo.

Así también, es importante considerar la relevancia institucional, ya que consiste en que los datos consignados en la tesis se convierten en fuente de consulta permanente para entender la necesidad de aplicar estrategias comunicativas con el fin de mejorar las relaciones laborales en los planos internos y externos.

La presente investigación tiene como objetivo general: Determinar el efecto del programa de estrategias de comunicación interna para fortalecer el comportamiento de los obreros de la empresa “Viveros Génesis S.A.C.”, Chiclayo.

Como objetivos específicos se pretende:

-OE1: Identificar los niveles de comportamiento de los obreros de la empresa “Viveros Génesis S.A.C.”, Chiclayo, antes de aplicar el programa de estrategias de comunicación interna.

-OE2: Aplicar el programa de estrategias de comunicación interna para fortalecer el comportamiento de los obreros de la empresa “Viveros Génesis S.A.C.”, Chiclayo.

-OE3: Identificar los niveles de comportamiento de los obreros de la empresa “Viveros Génesis S.A.C.”, Chiclayo, después de aplicar el programa de estrategias de comunicación interna.

-OE4: Comparar los resultados del pre test y post test para verificar el efecto del programa de estrategias de comunicación interna para fortalecer el comportamiento de los obreros de la empresa “Viveros Génesis” S.A.C., Chiclayo.

De tal forma se planteó la siguiente hipótesis:

Existe un efecto significativo del programa de estrategias de comunicación interna para fortalecer el comportamiento de los obreros de la empresa “Viveros S.A.C.”, Chiclayo.

## II. MARCO TEÓRICO

En el periodo de la investigación se hallaron estudios precedentes en el ambiente internacional, nacional y local, asociado a las variables de estudio.

Entre los antecedentes internacionales destaca, Egas y Yance (2018) en su artículo científico de desarrollo de estrategias de comunicación interna para fortalecer la identidad corporativa de una empresa, identifica que las estrategias deben ir de acuerdo a cada realidad y a las necesidades de cada una a fin de consolidar la identidad corporativa y cultivando motivación en los colaboradores. Una comunicación eficiente guiará una toma de resoluciones adecuadas, un buen clima laboral y sobre todo satisfacción entre los colaboradores de la organización.

Según Oyarvide et al. (2017) en su artículo de investigación denominado: La comunicación interna como herramienta indispensable de la administración de empresas, tuvo como fin abordar las concepciones con respecto a la comunicación interna dentro de las empresas, cuál es su importancia y el fin que trae estos conocimientos, llegando a concluir que para lograr un éxito empresarial se debe dar mucha importancia a este tema, enfocado a los empleados como elemento indispensable dentro de la organización, la comunicación interna tiene que ser una fortaleza para la funcionalidad empresarial.

Lizandro et. al. (2016) publicó un artículo científico en el cual se propuso como objetivo analizar de manera general el comportamiento organizacional, como eje dinamizador de la eficiencia y eficacia de las empresas, para lo cual consideró que el proceso acertado de las organizaciones se encuentra vinculado a la actitud de las personas que en ella participan. Los resultados del trabajo establecen que una apropiada gestión organizacional potenciará en gran medida a todo tipo de empresa.

Pesántez y Guapacaza (2015) se planteó como objetivo analizar el comportamiento organizacional del personal docente, administrativo y de servicios de la Universidad Politécnica Salesiana Sede Cuenca, por lo tanto, elaboró un diagnóstico del clima laboral de la institución, por medio una encuesta de opinión. Concluyó estableciendo que el comportamiento organizacional investiga el impacto

vinculado a conductas de los empleados dentro de la empresa la cual laboran, para poder incorporar conocimientos que ayuden a optimizar el funcionamiento, así como orientar al grupo hacia la satisfacción laboral.

Carvajal (2015) realizó un trabajo de investigación, Plan de comunicación interna para fortalecer la cultura del Instituto Nacional de Estadística y Censos- INEC, en Quito; se trazó como objetivo efectuar un diagnóstico de la situación actual del instituto donde identificó las fortalezas y debilidades con respecto al nivel de comunicación existente. Concluyó estableciendo la existencia inadecuada del uso de algunos canales de comunicación, influenciando de forma negativa la emisión de mensajes puesto que no hay recepción efectiva hacia los colaboradores.

Asimismo, entre los antecedentes nacionales destaca Wong (2018) en un artículo publicado en la cual propuso un plan de mejora en la gestión de la comunicación entre jefes y equipos, así como la difusión de los beneficios corporativos en Pacíficos Seguros para maximizar la motivación a través de la percepción y valoración de los mismos. Concluyó estableciendo que la comunicación interna es un recurso importante, por lo que debe estar en continuo mejoramiento estableciendo un control adecuado de esta manera permitirá que la empresa mantenga su desarrollo y crecimiento.

Miranda (2017) en un artículo publicado sobre el caso de la minería Milpo y como se utilizó la comunicación y las estrategias con el fin de lograr la resolución de los conflictos, lo cual representa un factor imprescindible para generar habilidades comunicativas en la organización. Concluyó estableciendo que la comunicación representa un factor importante que debe ser abordado con responsabilidad, de esta manera incrementa desarrollo de los colaboradores.

Brañez (2016) en un artículo publicado en la cual se planteó determinar cómo influyen las estrategias de comunicación interna en la identidad laboral de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de El Agustino. Concluyó estableciendo que la Municipalidad de El Agustino necesita una Re- estructuración del área de imagen institucional de la municipalidad del Agustino, de manera que se atienda estratégicamente la comunicación interna.

Absi (2015) en un artículo publicado en la cual se planteó como objetivo evidenciar la importancia que tiene la comunicación relacionadas a las entidades de salud, para mejorar el desempeño de los colaboradores, estableciendo mayor confianza y satisfacción por parte de los usuarios. Concluyó que actualmente las organizaciones están incorporando al cargo de director general o como parte de director ejecutivo a un especialista en comunicación por lo que se considera el inicio de un fenómeno con tendencia a mediano plazo, en consecuencia, las organizaciones son conscientes de la importancia de la comunicación, ya que afectarán la productividad de la organización.

Ramos (2015) en un artículo publicado sobre la formulación de estrategias a través de un plan de comunicación interna que sea posible mejorar el desempeño laboral en colaboradores del área de operaciones de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Trujillo – Agencia España. Concluyó que los mecanismos utilizados en una comunicación formal dentro de la Jefatura del área de operaciones vinculados a transmitir información no son idóneos, por lo que retrasa los procesos, de forma que genera una desventaja en relación a la satisfacción laboral y frente a conflictos a nivel gerencial, por lo que representa un clima laboral negativo, lo que afecta en el desempeño de los colaboradores.

Vásquez (2016) en Chiclayo, en su artículo científico sobre la identificación de factores intrínsecos y extrínsecos de la motivación que influyen en el comportamiento organizacional de la empresa Centro Quirúrgico del Hospital Regional Docente “Las Mercedes”; donde indicó: “los factores motivacionales como el salario (76.2%) y la falta de reconocimiento (81.2%); influyen en el comportamiento organizacional del personal. Lo que conllevan a que el profesional de la salud no cumpla un trabajo eficientemente”.(p.6). Este resultado deja claro que el componente motivacional en el comportamiento del personal es trascendente; pues supedita su rendimiento en gran medida. De la misma forma el reconocimiento externo del personal directivo juega un papel importante para incorporar estrategias que incentiven esta dimensión.

Farro y Toro (2015) en una investigación de Chiclayo en la empresa “Taiwan Motos”. Llegó a la siguiente conclusión: “que los trabajadores no cuentan con la

disponibilidad de poder desarrollar sus habilidades a plenitud, sumado a esto, les es indiferente dar a conocer sus opiniones en su centro de trabajo con respecto a los problemas que se suscitan” (p. 89). Esto se asemeja a la conducta y comportamiento de las unidades de análisis de este estudio. Se pudo notar, además, que las actitudes de los trabajadores mejoraron considerablemente, al poner habilidades puso énfasis en desarrollar las habilidades para expresarse. Esto ratifica la validez de las estrategias de comunicación con respecto a una organización para mejorar las actitudes en colaboradores.

Méndez (2015) en investigación, en Chiclayo; concluyó: “existe un nivel regular del factor comunicación y un impacto negativo en el clima laboral del Departamento de Registro y Servicio del SATCH – Chiclayo. Esto puede degenerar en problemas para la retroalimentación de la información” (p.89). Esta medición del factor comunicación como componente de un plan estratégico de motivación es necesaria para fortalecer el comportamiento del personal, ya que genera canales de retroalimentación de la información entre los responsables y el personal; lo que garantiza un mejor desarrollo de las actividades laborales.

Castro (2016) en un trabajo de investigación llevado a cabo en Chiclayo, tuvo como objetivo proponer un programa de habilidades sociales para la mejora del clima laboral en una empresa editora. Concluyó: “que la mayor parte de los trabajadores, desarrolla sus actividades independientemente de sus compañeros, a pesar de su naturaleza conjunta; tanto entre los trabajadores y representantes de la empresa. Sin ningún tipo de actividad para desarrollar sus habilidades sociales” (p.69). Todo ello plantea la importancia de suscitar habilidades de trabajo en equipo para todo el personal. Las actividades que implican mejoras de las habilidades del personal tienen que integrar a todos los actores de la empresa; para que de esta forma los trabajadores mejoren su comportamiento, tomando en cuenta su opinión y la escucha de los directivos.

Palmer (2016) en su investigación como mejorar la motivación laboral de los colaboradores en el colegio Pamer, mediante un plan de comunicación interna concluyó que tuvo un impacto positivo dentro de la organización, teniendo en cuenta aspectos personales, capacitación, sensibilización, todo ello sumo que el trabajador



tuviera mejores relacionales laborales, se sintiera en un ambiente armonioso y participativo, donde se organizó y enfoco su trabajo de acuerdo a los objetivos empresariales.

Una de las teorías de comunicación interna que sustenta el presente estudio de investigación se basa en el funcionalismo, “postura que corresponde a una visión del mundo que pretende mantener un adecuado funcionamiento de las sociedades. Es una tendencia de lo funcional, explica el funcionamiento de las actividades de un grupo como conjuntos estructurados y jerarquizados entre ellos” Laswell (1948, p. 9). Desde este punto de vista la comunicación es funcional porque tiene esos puentes de información entre las sociedades y para ello utiliza los medios de comunicación masiva. Laswell planteo un esquema sobre lo que representa la comunicación, el cual efectúa un análisis de los efectos que ocasiona la comunicación en masas, lo cual es fuente de estudio y se realiza desde dos frentes: su estructura y funciones.

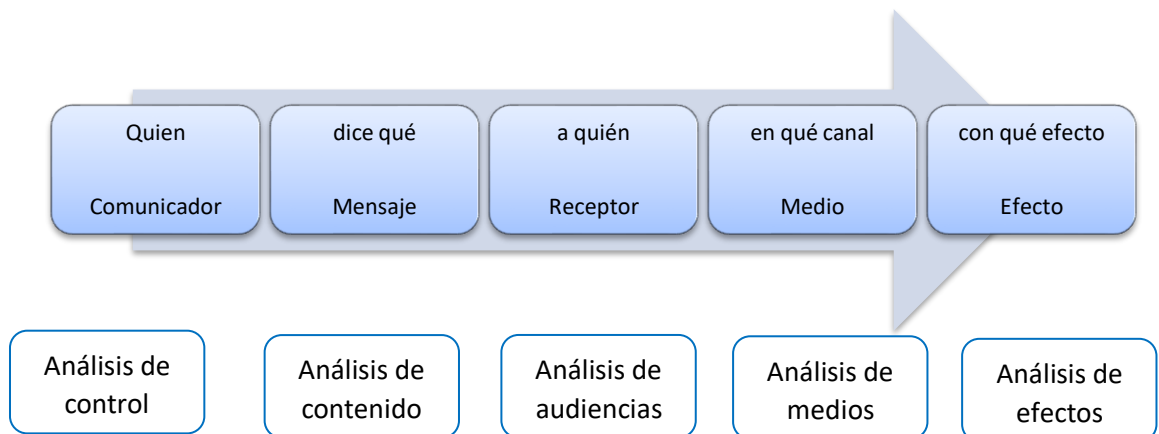


Figura 1: Polisemia de la Atracción

Fuente: <https://polisemiaatraccion.wordpress.com/>

Hay tres funciones de esta teoría: la primera; supervisión del entorno, donde hay un continuo monitoreo de todo lo que acontece en la sociedad proporcionando confianza de que se conocerá inmediatamente los cambios que puedan afectarle. Aquí la comunicación es neutral. Segundo; correlación-interpretación, hay una necesidad de ser informado sobre acciones a emprender de la sociedad y sugerencias de cómo debemos reaccionar ante los acontecimientos. Tercero;

transmisión de la cultura, donde garantiza que la información se mantendrá de generación en generación.

Con esta corriente teórica se pretende “manipular la opinión pública”, por ello se centra como objeto un estudio en el análisis de la comunicación como proceso, que se entiende en forma lineal como estímulo – respuesta. Esto es muy importante en una organización que pretende influir sobre el comportamiento del personal; porque su comunicación suele ser meramente funcional con un tratamiento solo informativo y sin tomar en cuenta el punto de vista de sus necesidades.

Asimismo, el Estructuralismo, que según Barthes (1993) es “una manera de contemplar las cosas que genera métodos para el estudio de artefactos culturales desde el método de la lingüística contemporánea” (p. 16). Este aporte es muy importante para cualquier comunicación, puesto que toda persona o empresa puede darle un sentido a la comunicación que quiere efectuar. Así que no es lo mismo; brindar un presente a un gerente para agradecer el sentido de pertenencia a la empresa, como a un obrero de campo; los significados pueden variar según el objeto y las palabras. Por eso, el estructuralismo, se centra en una comunicación como significación y producción de sentido, y en el caso de las palabras que se efectúan pueden tomar cualquier patrón de mensaje como referencia de análisis. Obviamente esto aclara que cada mensaje que expresamos en el trabajo puede producir un impacto en el semejante e incluso perjudicar el desarrollo normal de actividades en una empresa.

El estructuralismo “es la forma de abordar el conocimiento, descomponiendo el objeto de estudio para analizar sus partes, para luego recomponerlas con el fin de entender la totalidad, es decir todo significa algo” (Barthes, 1993, p.11). Basada en la semiótica, ciencia encargada del análisis de los signos en la vida social, hace alusión a algo y se clasifica en dos grupos: verbal, implicada en representación gráfica, visual y sonora; la no verbal, que incluye los demás signos generados en la sociedad como señales evocativas, que cambian u originan acciones, símbolos que representan ideas abstractas; ícono que funciona de acuerdo al principio de semejanza.

Se centra en el receptor, su contexto y su código, lo que quiere decir que es interpretado por este en un contexto específico, y puede tener múltiples sentidos y diversas interpretaciones, es un tipo de comunicación reflexiva.

Las estrategias son definidas como “Mecanismos multidimensionales que proporcionan dirección, sentido de unidad y propósito organizacional; plan maestro integrador de habilidades y destrezas para el cumplimiento de objetivos institucionales” (Mintzberg, 2005, p. 14). Engloba acciones proyectadas y desarrolladas sistemáticamente hacia propósitos determinados.

Comunicación: “proceso irreversible, abierto, cíclico, dinámico, interactivo, informativo, formativo, mediante el cual los hombres establecen contacto con sus semejantes para transmitir conocimientos, sentimientos, deseos, expectativas y emociones” (Ortuño, 2010, p. 26). Sus indicadores son: Confianza en sí mismo, comunicación de sus problemas, brindar ayuda, fortalece autoestima.

“Hoy, las organizaciones han encontrado en ella una vía útil para coordinar las diferentes acciones y llegar a los objetivos planteados, de la comunicación depende entonces que las organizaciones sean exitosas para que perduren en el tiempo” (Cárdenas y Godoy, 2008, p. 22). La comunicación es parte fundamental de la vida comunitaria, instrumento que el ser humano no puede prescindir.

“La comunicación interna no puede ser vista como la manera de dar indicaciones a los trabajadores, sino como la manera de aportar criterios” (Ferreiro y Alcázar, 2002, p. 196). Con ella los mismos colaboradores resuelven problemas cotidianos. El criterio les dará el discernimiento necesario a los trabajadores para afrontar las adversidades de un trabajo y poder responder con criterio a las necesidades.

En consecuencia, la estrategia de comunicación interna se define como “procedimientos empleados para vincular mensajes de identidad, orgullo y efectividad dentro de una organización, dimensiones construidas y transmitidas, en el marco de un plan que utiliza los medios más adecuados, de manera que llegue al receptor de forma eficaz, clara y adecuada” (Pérez, 2001, p. 12). Se deduce que en las empresas los grupos humanos se interrelacionan mediante objetivos

comunes de elemental aplicación en ámbitos empresariales, sociales, educativos, religioso, etc. Entonces, la comunicación interna está dirigida tanto a los clientes, como al personal obrero. Se crea como respuesta contra las necesidades de las compañías en la actualidad y para mantener motivado a su equipo humano con el fin de poder retener a los elementos más valiosos consigo, entorno que se caracteriza por una frecuencia de cambio cada vez más dinámico. Sostiene Muñiz (2014) que “No debemos olvidar que las empresas son el resultado de lo que son sus equipos humanos, es por ello que motivar es la mejor forma de mejorar los resultados” (p. 9).

Luego de la revisión bibliográfica especializada acerca de esta variable, se definen las estrategias de comunicación interna como “procesos de interacción empática para lograr establecer vínculos afectivos, mensajes positivos, fortalecimiento de identidad personal, orgullo y efectividad en beneficio de las organizaciones o instituciones.

Establecer una comunicación interna efectiva no es tan sencillo como parece, pero es una de las claves para tener cambios en el comportamiento del personal; es por ello que se utiliza algunas estrategias:

Comunicación 360°; actualmente es un tipo de comunicación que las empresas utilizan internamente y/o externamente; donde tratan de identificar las necesidades del trabajador, para responder ante ellas con acciones comunicativas con diferentes métodos, basándose en “el constante diálogo de las organizaciones, que asumen un rol comunicador para generar conversaciones movilizand o información con los empleados a definir de manera estratégica por cada organización” (Veliz, 2009, p.19). Son estrategias globales, dinámicas y proactivas, buscando la armonía del mensaje. Cada empresa establecerá sus estrategias fundamentadas en una identidad y en un contexto propio de acción y reacción comunicativa con el público interno y externo Coaching; “es el arte de trabajar con los demás, proceso interactivo donde existe un entrenador llamado coach y una persona o grupo donde se busca alcanzar los objetivos por el camino más eficaz donde se pueda desarrollar los propios recursos”

Echeverría (2012) Es aquí donde la persona es ayudada a sacar lo mejor de sí mismo, en el empleado ayuda a mejorar sus habilidades, destrezas a través de elogios y retroalimentación positiva.

Endomarketing; se le “denomina al marketing interno como conjunto de estrategias que tiene la finalidad de acercarse, conocer a su personal, descubrir sus necesidades sin importar el área en la que laboren” (Tiburcio, 2013, p.01). Toda empresa depende de sus empleados y como la representan, es aquí donde se crea la reputación, y si este es feliz internamente habrá mayor productividad y satisfacción del cliente externo.

El marketing interno apareció por primera vez en los años 80 donde se aborda el concepto de “considerar a los empleados como clientes, ver los puestos de trabajo como productos internos que satisfacen sus necesidades y deseos al mismo tiempo que la organización alcanza sus objetivos” (Berry, 1981, p.272). Sus elementos son: el trabajador, la empresa, comunicación interna, equipo directivo. Además, un aspecto importante para que todo funcione es la motivación, ya que se encarga de todas las funciones que se establecerán.

El vínculo “es un espacio emocional para fortalecer o profundizar el afecto entre los colaboradores y la empresa. Aquí el principio comunicacional clave de esta dimensión es la reciprocidad” (Reyes, 2012, p 131). Es necesario reencontrar al personal con sus directivos para que se generen por medio de diversas actividades estados de pertenencia por medio de enlaces afectivos que pueden hacer significativo su tiempo laboral; o sus logros en el trabajo. Es necesario iniciar una comunicación horizontal en la empresa Viveros Génesis para reacondicionar la vinculación afectiva con la empresa.

La efectividad “es todo aquello que se conjetura en lograr la necesidad de sentido o propósito. Lo que se busca es lograr conductas consistentes de los trabajadores para alcanzar los objetivos estratégicos de la empresa” (Reyes, 2012, p 133). Por ello esta dimensión aborda construir en el personal un objetivo definido no solo como empresa, sino que alcance a todos. Para ello se determina el alcance de los logros

El orgullo “inserta la idea de generar la necesidad de hacer algo valioso para los otros, de servir o entregar un beneficio a la sociedad o comunidad. El principio comunicacional clave de esta dimensión es la validación social”. (Reyes, 2012, p. 134). Es valida la necesidad de incorporar en el personal la responsabilidad que conlleva pertenecer a la empresa Viveros Génesis; a partir del servicio mutuo como al hacerse consientes del servicio a la sociedad al realizar correctamente su trabajo.

La identidad “se relaciona con la necesidad de sentirse parte de un grupo humano con características únicas y particulares. Está vinculada con las creencias dado que, al trabajar la identidad, lo que estamos haciendo es definir y fijar determinadas convicciones” (Reyes, 2012, p 135). Por medio de este aporte se permite la reflexión y el análisis de sentirse en pertenencia de una empresa. Se crea la estabilidad y el posicionamiento en la empresa.

En adelante desarrollaremos teorías relacionadas a mi segunda variable, comportamiento del personal

Teoría de Mc Gregor (1996) señaló que “el comportamiento humano en el trabajo es una consecuencia, no una causa de algo; por ello en la teoría “X”, “Y”, quedó expresada en una visión particular de la naturaleza de los seres humanos” (p.34). Siendo esto un concepto imparcial sin significados de “bondad” o “maldad” de ninguna clase.

La Teoría X plantea que “los seres humanos poseen un disgusto inherente por el trabajo y lo evitaran tanto como sea posible”. (Mc. Gregor, 1996, p.34). Esto es una característica del trabajador que para cumplir con los objetivos de la empresa tiene que ser objeto de presión, castigo, mucho control, amenazas para desempeñarse adecuadamente. De otro lado, “los seres humanos promedio prefieren que se les dirija, desean evitar toda responsabilidad, poseen una ambición relativamente limitada y por encima de toda ansia seguridad” (Mc. Gregor, 1996, p.34). Para el personal es mucho más fácil trabajar siguiendo los pasos de otros, se sienten cómodos sin tener que involucrarse tanto con la organización.

La Teoría Y es “la inversión de esfuerzo físico y mental en el trabajo, tan natural como el juego o el descanso” (Mc Gregor, 1996, p.47). Este es el ideal de

toda empresa; porque ya no habría control externo y la amenaza de la sanción desaparecería ya que el esfuerzo de los trabajadores está en la misma dirección de los objetivos de la organización. Además, el grado de compromiso con los objetivos está en correspondencia con la importancia de las recompensas asociadas con su cumplimiento. En las condiciones adecuadas, los seres humanos promedio aprenden no solo a aceptar responsabilidad sino también a buscarla.

La teoría de Chester (1961) aporta que para lograr sus objetivos necesita cooperar e interactuar con otros individuos. “Por eso gracias a las diferencias individuales, cada uno tiene características, capacidades y limitaciones propias. Esto es trascendente para optimizar la fuerza laboral y complementar el aporte a la empresa” (p. 33). Se supone que si el personal no se compromete en buscar sumar diferencias; sería difícil mantener un mismo ritmo y alcanzar las metas conjuntas. El comportamiento laboral es definido como “Conductas esperadas que se reflejan en las habilidades, percepciones, motivaciones de cada personalidad expresada a través de las competencias, especificadas en los niveles de desempeño requerido para demostrar el logro del elemento” (Yepes, 2013, p. 77). Capacidades personales se unen a productividades para superar las limitaciones y carencias que impiden el adecuado desempeño.

Las dimensiones que trabaja la variable dependiente son cuatro: Habilidades del personal, personalidad, motivación, percepción.

Las habilidades del personal se definen como “capacidades de un individuo para desarrollar las diversas tareas de un puesto, lo que puede hacer, habilidades globales que en esencia están compuestas de dos conjuntos de destrezas; intelectuales y físicas” (Robbins, 1999, p. 22). Estas se desarrollan en dos:

Habilidades intelectuales aquellas que se requieren para desarrollar actividades mentales: aptitud numérica, comprensión verbal, velocidad de percepción, razonamiento inductivo, deductivo, memoria, entre otros. Habilidades físicas “son aquellas que se necesitan para realizar tareas que exigen resistencia, destreza, fuerza y características similares” (Robbins, 1999, p. 49). Aparentemente las habilidades físicas tienen más validez para este estudio de la organización, sin

embargo, prevalece la intelectual que cobra mayor importancia porque intervienen en características internas del personal.

La personalidad es definida como “conjunto de características específicas que poseen los individuos, haciéndolos únicos y diferentes a las demás personas” (Robbins, 1999, p. 58). Así se designa a lo único, lo singular del individuo y que el pensamiento, emoción y comportamiento.

Sus indicadores son: autoestima y autocontrol. La primera “se refiere a la gente que difiere en el grado en el que se gusta o no a sí misma” (Robbins, 1999, p. 104), donde indica que la autoestima tiene mucha relación con las expectativas de éxito, ya que creen que poseen mejores habilidades en el trabajo, se arriesgan más al elegir puestos no convencionales.

La motivación según Kreithner y Kinicki (2003), lo definen como “aquellos procesos psicológicos que causan la estimulación, la dirección y la toma de decisiones voluntarias dirigidas a los objetivos” (p.152). Depende del personal el funcionamiento del desarrollo y productividad de las organizaciones; sin embargo, existe un sin número de variables, que afectan la cantidad o calidad del rendimiento laboral de una persona tales como: inteligencia, aptitud, coordinación muscular, experiencia relacionada a la anterior práctica laboral y sobre todo la motivación.

La Percepción es “la particular visión que cada persona tiene acerca de las cosas en el mundo y que lo conduce a otorgar significado subjetivo de la realidad” (Alava, 2010, p.54). La percepción “es importante en el comportamiento del individuo frente a situaciones determinadas, debido que le damos significados a la realidad según las características, atributos, y contextos personales del perceptor” (Robbins, 1999, p.139). Todos vemos las cosas de un modo distinto, cuando el individuo hace mayor uso de la observación, será superior su capacidad para recordar y emplear lo que han captado los sentidos, esto es tan importante en el estudio del comportamiento organizacional porque se utiliza la percepción social.

Estrategia: “La estrategia lleva un principio de orden, de selección y de intervención sobre una situación establecida”. (Viera, 2013, p.38). Son una progresión de acciones, esquematizadas y planificadas, que se implementan a



partir de ciertos, intereses y necesidades, en un espacio de interacción humana, en una gran variedad de tiempos.

Comunicación interna: “Está dirigida al cliente interno, el personal. Se crea como una respuesta para las nuevas necesidades de las compañías de mantener motivado a su equipo humano y de poder retener a los mejores en un entorno empresarial” (Muñiz, 2014, p.65).

Comportamiento de personal: “Es la forma de proceder de las personas u organismos frente a los estímulos y en relación con el entorno” (Robbins, 1999, p.6). “Lo entendemos como los actos y actitudes que tienen las personas dentro de las organizaciones o empresas”. (Gordon, 1992, p.55).

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. Tipo y diseño de Investigación

De acuerdo a la taxonomía de la investigación científica establecido por Muñoz (2015) en relación con las características metodológicas del presente estudio, se puede establecer que por la información disponible es una investigación de nivel explicativo; por el conocimiento obtenido es una investigación básica; por sus cualidades o herramientas es una investigación cuantitativa; y por las fuentes de información es una investigación de campo;

-Es una investigación de nivel explicativo; ya que en este nivel intervienen las variables causa (independiente) y efecto (dependiente); por lo que se busca determinar el efecto de una en la otra respectivamente. Es así que en el presente estudio se propuso como objetivo determinar el efecto del Programa de estrategias de comunicación interna sobre el comportamiento de los obreros de la empresa “Viveros Génesis S.A.C.”, Chiclayo.

-Es una investigación básica; ya que este tipo de investigaciones se dan cuando se pretenden generar conocimiento base para llegar a soluciones prácticas; en consecuencia, al buscar mejorar el comportamiento de los obreros y verificar la efectividad del programa, se propone el mismo como una alternativa de solución práctica que contribuya con el desarrollo de capacidades formativas en la población de estudio.

Es una investigación cuantitativa; ya que las caracterizaciones a este tipo de investigaciones se hallan relacionados al uso de métodos estadísticos para obtener la conclusión final de un proceso de investigación. Es así que en el presente trabajo de investigación para determinar la efectividad del programa se tendrá que recurrir a métodos estadísticos para muestras relacionadas donde se realice un análisis bivariado considerando como variable fija a la muestra seleccionada y como variable aleatoria a la variable dependiente a la variable fija de estudio.

Es una investigación de campo; ya que considerando que este tipo de estudios se caracterizan por obtener datos empíricos de la realidad que nos rodea, frecuentemente a través de técnicas de recolección de datos e información tales

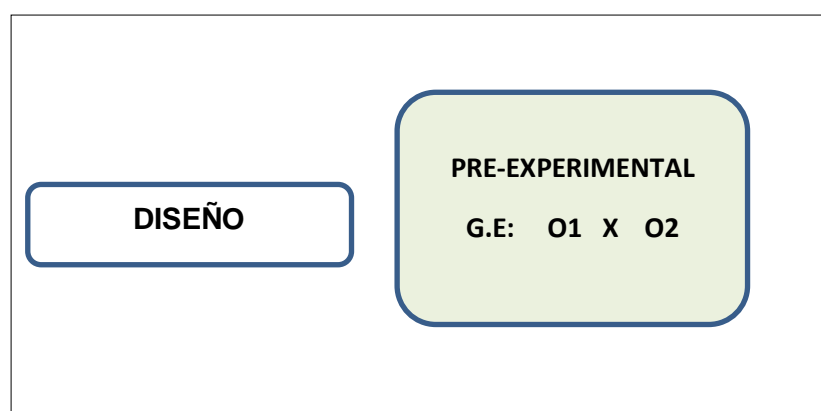
como entrevistas, encuestas, y la observación; se guarda relación con ésta caracterización ya que en el presente trabajo de investigación la recolección de datos se realizó a través de la aplicación de un instrumento de medición documentada en forma de escala (pre test – post test) en los obreros, los cuales fueron necesarios para realizar el análisis que responda a los objetivos del estudio.

Por otra parte, caracterizando al diseño de investigación, según la propuesta de Hernández, Fernández y Baptista (2014) se categoriza como experimental, con sub-diseño pre experimental en forma de pre y post test:

Es experimental: Porque existe manipulación intencional de la variable comportamiento (variable dependiente).

Es pre experimental: Porque se cuenta con un solo grupo de análisis (Obreros de la empresa “Viveros Génesis S.A.C.) quienes fueron elegidos por conveniencia y son los que para el análisis estadístico forman parte de la variable fija.

Forma pre test y post test: Refiere a la aplicación del instrumento de medición documentada elaborado para medir la variable dependiente de estudio, los cuales fueron aplicados antes (pre test) y después (post test) del desarrollo del Programa de estrategias de comunicación interna.



**Figura 2:** Diseño pre experimental.  
Fuente: Elaboración propia.

GE: Grupo experimental

O1: Pre prueba O2: Post prueba

X: Estímulo (Programa de estrategias de comunicación interna)

### **3.2. Variables y Operacionalización**

En el presente estudio se tiene dos variables. En primera instancia la variable independiente la cual hace referencia al estímulo o “Programa de estrategias de comunicación interna”; por otra parte, se tiene la variable dependiente la cual se encuentra configurada por el concepto de “comportamiento” y es aquella en la cual se realizaron las mediciones respectivas para verificar el efecto del programa en la muestra estudiada.

**Definición conceptual:** Conductas esperadas que se reflejan en las habilidades, percepciones, motivaciones de cada personalidad expresada a través de las competencias, especificadas en los niveles de desempeño requerido para demostrar el logro del elemento” (Yepes, 2013, p. 77).

**Definición operacional:** Se aplicó un cuestionario que ha sido elaborado en base a la tesis presentada en la universidad de Oriente de Monagas por Betacourt y Valera, 2004 que se aplicará a la muestra de los trabajadores (obreros) de la empresa Viveros Génesis S.A.C.

**Indicadores:** Habilidades, personalidad, motivación, percepción.

**Escala de medición:** Ordinal

### **3.3. Población y Muestra.**

#### **Población**

La población estuvo conformada por los obreros que laboran en las diferentes áreas en la empresa “Viveros Génesis S.A.C.”, quienes hacen un total de 142 unidades de estudio.

**Criterios de inclusión:** Obreros que laboran en cualquiera de las áreas de la empresa “Viveros Génesis S.A.C.”

**Criterios de exclusión:** Obreros quienes no tengan la disponibilidad de participar del programa.

**Tabla 1.**

*Población de estudio.*

Obreros	142
Total	142

Fuente: Recursos humanos de la empresa.

### **Muestra**

Según, Hernández et al., (2014) indica que: La muestra es una parte de la población, grupo de personas sobre la cual se habrán de recolectar los datos.

Por lo tanto, el tamaño de la muestra queda definida por 39 unidades de análisis.

**Tabla 2.**

*Muestra.*

Obreros	39
Total	39

**Muestreo:** Se aplicó un muestreo aleatorio simple.

### **3.4. Técnica e instrumentos de recolección de datos**

En el presente estudio se utilizó como técnica de recolección de datos la encuesta.

-Instrumento: Cuestionario, Se utilizó un instrumento de medición documentada una escala de Likert en forma de escala de Likert con el cual se pudo medir la variable dependiente “comportamiento” en las unidades de análisis que forman parte de la muestra de estudio. Cabe resaltar que la escala de medición aplicada constó de 16 ítems, con respuestas cerradas, basadas en conocimientos relacionados con los temas de comportamiento de los obreros.

### **Validez:**

El cuestionario mide el comportamiento del personal de los obreros de la empresa "Viveros Génesis S.A.C" y sienta su validez gracias a la decisión y voluntad de trabajo de los participantes de la muestra de estudio. Lo cual fue elaborado en base a la tesis presentada en la universidad de Oriente de Monagas por Bentacourt y Valera, 2004, que permite medir los niveles de comportamiento del personal; además fue validado por Juicio de Expertos y sometido a confiabilidad ,previa prueba piloto.

### **Confiabilidad**

Para determinar la confiabilidad del contenido de los datos se utilizó el Alpha de Cronbach, que estableció un valor mínimo de 0,757 de la razón de fiabilidad.

### **3.5. Procedimientos**

Para realizar la manipulación de la variable fue importante tener una comunicación con la Gerencia de la empresa, mediante el cual se proveyera el tiempo adecuado para poder aplicar el programa en los obreros, haciendo enfático el condicionante manipular con el fin de poder medir como cambia el comportamiento de los obreros en un antes y después, lo cual corresponde a un estudio longitudinal basado en el proceso de recolección de datos.

### **3.6. Método de análisis de datos**

Los datos que se recojan con el cuestionario serán tratados estadísticamente elaborando cuadros de datos, seguido de su representación gráfica y el análisis correspondiente siguiendo una metodología de análisis de datos cuantitativa

Para el análisis estadístico de los datos se empleará la estadística descriptiva e inferencial y el sistema computacional SPSS, cuyas medidas estadísticas son:

### **Medidas de tendencia central**

Media Aritmética (X): "es el punto medio o centro de un conjunto de datos con medidas estadísticas diferentes de la media". (Freund y Simón, 1992, p.35).

### **Medidas de dispersión**

**Varianza (S):** Servirá para determinar el grado de dispersión de los valores.

**Desviación Estándar (S):** Determina cual es el grado en que los datos numéricos se extienden alrededor del valor promedio.

**Coefficiente de Variabilidad (C.V.):** Determina cual es el grado en que los datos numéricos se extienden alrededor del valor promedio.

### **3.7. Aspectos Éticos**

Se aplicó un consentimiento informado a los participantes cuidando mantener el anonimato; confidencialidad, ya que se les informó la seguridad y protección de su identidad como informantes valiosos de la investigación.

Por otra parte, es importante mencionar el criterio más relevante con respecto a un proceso investigativo científico, el cual basado sobre el principio de originalidad, se puede establecer que el presente estudio es una investigación original donde se recogen aportes de investigadores los cuales han sido citados correctamente.

## IV. RESULTADOS

**Objetivo general:** Determinar el efecto del programa de estrategias de comunicación interna para fortalecer el comportamiento de los obreros de la empresa “Viveros Génesis S.A.C.”, Chiclayo.

**Objetivo específico 1:** Identificar los niveles de comportamiento de los obreros de la empresa “Viveros Génesis S.A.C.”, Chiclayo, antes de aplicar el programa de estrategias de comunicación interna.

### Resultados del pre test.

**Tabla 3.**

*Porcentajes del pre test por dimensiones.*

Niveles	Habilidades	Personalidad	Motivación	Percepción
Alto	0%	0%	5%	3%
Medio	18%	15%	23%	21%
Bajo	82%	85%	72%	77%
Total	100%	100%	100%	100%

Fuente: Cuestionario para evaluar comportamiento de personal – Pre Test.

Los resultados demuestran que en el nivel bajo se ubica el 79%, en medio 19%, y en alto 2%, con lo cual se confirma la situación problemática que motiva el presente estudio.

Interpretación: En la tabla 3 del pre test se observan bajos niveles en las dimensiones del comportamiento (79%); con valores designados de la siguiente manera: 82% en habilidades del personal, lo que indica que el individuo no ha desarrollado su capacidad en su totalidad; 85% en Personalidad, no tiene una buena autoestima y control emocional; 72% no se encuentra motivado para realizar sus funciones en la organización y 77% no tiene buena percepción de lo que le rodea.



**Tabla 4.***Estadísticos de los niveles de comportamiento del personal en pre test*

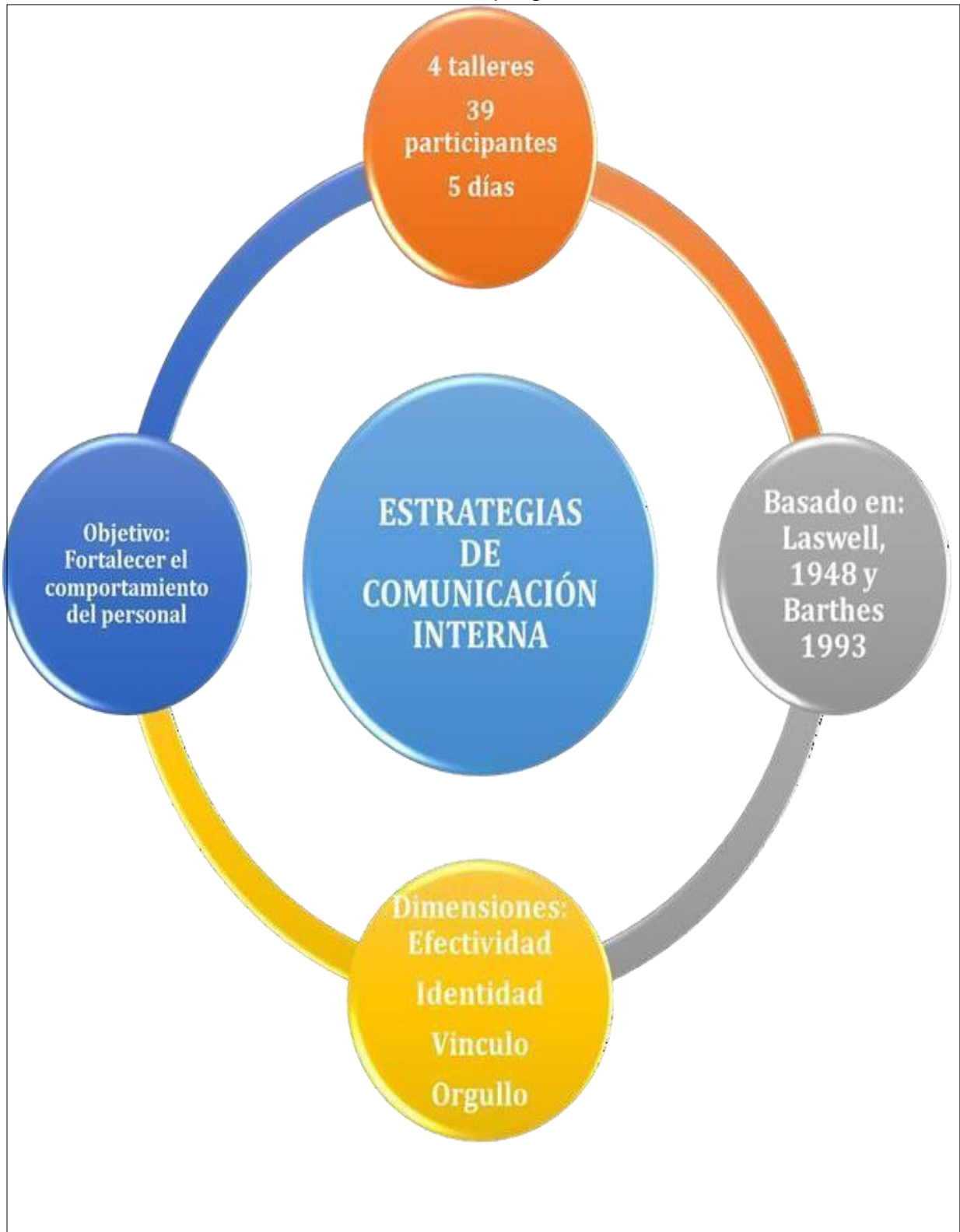
Estadísticos	Dimensiones				Resumen
	Habilidades	Personalidad	Motivación	Percepción	
n	39	39	39	39	
$\bar{X}$	1,46	2,64	2,08	2,49	8,67
$s^2$	0,360	0,710	0,366	0,625	2,061
S	0,688	0,600	0,480	0,605	2,373

Fuente: Pre test aplicado a 39 participantes.

Interpretación: En tabla 4 se presentan resultados obtenidos mediante aplicación del Pre Test a los trabajadores de la empresa Viveros Génesis SAC del distrito de Motupe en cuanto al comportamiento del personal. El promedio aritmético sumó 8,67 puntos, siendo los más altos los que se ubicaron Nunca, casi Nunca; reflejo bajos niveles en los que se encuentra el personal respecto a habilidades, motivaciones, personalidad y percepción.

**Objetivo específico 2:** Aplicar el programa de estrategias de comunicación interna para fortalecer el comportamiento de los obreros de la empresa “Viveros Génesis S.A.C.”, Chiclayo.

Diseño del programa



**Objetivo específico 3:** Identificar los niveles de comportamiento de los obreros de la empresa “Viveros Génesis S.A.C.”, Chiclayo, después de aplicar el programa de estrategias de comunicación interna.

### Resultados del Post test

**Tabla 5.**

*Porcentajes del post test por dimensiones.*

<b>Niveles</b>	<b>Habilidades</b>	<b>Personalidad</b>	<b>Motivación</b>	<b>Percepción</b>
Alto	74%	77%	74%	72%
Medio	23%	21%	21%	23%
Bajo	3%	3%	5%	5%
Total	100	100%	100%	100%

Fuente: Cuestionario para evaluar comportamiento de los obreros – Post test

Los resultados demuestran que en el nivel alto se ubica el 74.25%, en medio 22% y en bajo 4%, con lo cual refleja que las estrategias aplicadas tuvieron impacto positivo.

Interpretación: En la tabla 5 del post test se observan altos niveles en las dimensiones del comportamiento del personal (74.25%); con valores designados de la siguiente manera: 74% en habilidades del personal, lo que indica que el individuo desarrolló su capacidad; 77% en Personalidad, elevó su autoestima y control emocional; 74% encontró motivación para realizar sus funciones en la organización y 72% tiene buena percepción de lo que le rodea.

**Tabla 6.***Estadígrafos de los niveles de comportamiento de los obreros en post test*

Estadígrafos	Dimensiones				Resumen
	Habilidades	Personalidad	Motivación	Percepción	
n	39	39	39	39	
$\bar{X}$	3.635	3.672	3.355	3.3866	14.05
$s^2$	0,517	0,358	0,833	0,6463	2,349
S	0,6195	0,587	0,902	0,784	2,893

Fuente: Post Test aplicado a 39 participantes.

Interpretación: En tabla 6 se presentan resultados obtenidos mediante aplicación del Post Test a trabajadores de la empresa Viveros Génesis SAC, en cuanto a su comportamiento. El promedio aritmético sumó 14,05 puntos, siendo los más altos los que se ubicaron en Siempre, casi siempre; reflejo de la efectividad de los programas de estrategias de Comunicación interna desarrollado con la muestra de estudio.

**Objetivo específico 4:** Comparar los resultados del pre test y post test con respecto a la aplicación del programa de estrategias de comunicación interna para fortalecer el comportamiento de los obreros de la empresa “Viveros Génesis” S.A.C., Chiclayo.

### **Comparación del pre y post test**

**Tabla 7**

*Estadígrafos del pre test y post test*

<b>Estadígrafos</b>	<b>Pre test</b>	<b>Post test</b>
n	39	339
$\bar{X}$	8.67	14.05
$s^2$	2.061	2.349
S	2.373	2.893

Fuente: Tabla 4 y 6

Interpretación: Se observa que hubo un incremento de 5,38 puntos entre media aritmética del pre ( $X: 8.67$ ) y pos test ( $X: 14.05$ ), lo que refleja que aplicando estrategias de comunicación interna se obtiene cambios positivos en el comportamiento de los obreros.

En tal sentido, se pudo verificar la hipótesis alterna con el cual se puede establecer que existe un efecto significativo del programa de estrategias de comunicación interna para fortalecer el comportamiento de los obreros de la empresa “Viveros S.A.C., Chiclayo.

## V. DISCUSIÓN

Los resultados del presente trabajo de investigación permitieron corroborar la hipótesis general sobre la cual se pudo evidenciar que el Programa de estrategias de comunicación interna fortalece significativamente el comportamiento de los obreros de la empresa “Viveros Génesis S.A.C.”, Chiclayo.

La presente investigación se llegó a los siguientes resultados relacionados con el primer objetivo específico: Identificar los niveles de comportamiento del personal mediante la aplicación de un cuestionario. En el nivel bajo se ubicó 79%, en medio 19% y en alto 2%, porcentajes que coinciden con el promedio aritmético de 8.67 que demuestra deficiencias en el comportamiento del personal, manifestado en escaso desarrollo de habilidades, baja autoestima, poco control, falta de motivación, mala percepción de la empresa.

En comparación con el estudio realizado por Egas y Yance (2018) quien encontró se encuentran coincidencias con respecto a la línea de investigación, ya que trato sobre la comunicación interna enfocándola como estrategia dentro de un contexto empresarial. Así mismo, se avala la apreciación sobre la cual establece que una comunicación eficiente guiará la toma de decisiones adecuadas, lo cual coincide con el planteamiento del presente trabajo de investigación lo cual corresponde la apreciación inicial con lo cual dio paso a plantear un programa que mejora estrategias de comunicación en los obreros de la empresa en la cual laboran las unidades de análisis seleccionadas.

Por otra parte, con el trabajo realizado por Oyarvide et. al. (2017) se avala la posición sobre la cual señala que el éxito empresarial depende mucho de la comunicación interna que hay dentro de una empresa, por lo que, se corresponde con las intenciones del presente trabajo de investigación en la cual se busca propiciar mejores condiciones para los obreros de la empresa a partir de una variable clave para el desarrollo del trabajo en grupo, fomento de las relaciones interpersonales con mayor alcance entre los colaboradores que forman parte esencial de la empresa.

Respecto a la postura de Lizandro et. al. (2016) los cuales se orientan a establecer que la adecuada gestión organizacional obedece o compete a todos los miembros dentro de una estructura organizacional en la cual se buscan mejorar las funciones de dirección dentro de una organización económica. Con respecto a lo establecido en el presente estudio dichas consideraciones formaron parte de consideraciones esenciales que forman parte de las dimensiones con la cual se midió la variable dependiente, que en agrupación conceptual se corresponde con la variable comportamiento.

Así también, Pesántez y Guapacaza (2015) establecieron consideraciones las cuales vinculan que para mejorar el comportamiento organizacional es fundamental la participación de todos los colaboradores dentro de un entorno organizacional. Bajo dicha postura, fue importante considerar a todos obreros de la empresa los cuales participaron del programa. En tal sentido, la perspectiva de los autores fue tomado en cuenta para desarrollar los lineamientos y actividades que enmarco al programa de estrategias de comunicación aplicados a la muestra de estudio.

Por otra parte, Carbajal (2015) al señalar que los canales de comunicación cuando no se utilizan correctamente forman parte de una variable que puede influenciar de manera negativa en otros aspectos propios del entorno laboral resultaría pertinente considerarla con sumo cuidado dentro de los entornos laborales. Bajo dicha perspectiva, al plantear un estímulo a través de estrategias de comunicación para mejorar el comportamiento, la teoría señalada por el autor es concordante.

Así también, con estudio de Wong (2018) existe similitudes con base a los objetivos ya que a través de un plan de mejora con respecto a la gestión comunicativa entre jefes y equipos buscó generar mayor motivación entre el grupo humano lo cual se corresponde con el presente estudio en el cual se proyectan objetivos similares con respecto a la población objetivo de estudio.

Así también, con Miranda (2017) es importante resaltar la importancia en relación del crecimiento y desarrollo del personal tomando como base perspectivas comunicacionales que suelen ser determinantes en el recurso humano quienes forman parte de una estructura organizacional. Ante dicha apreciación la

idealización del programa recibe otro argumento que forma parte de una base conceptual que fortalece las actividades vinculadas con los obreros de la empresa.

Brañez (2016) quien considerar que es importante poner atención a las comunicaciones internas dentro de una empresa ya que serán determinantes de comportamiento positivos o negativos en los colaboradores lo cual beneficiará o perjudicará al entorno laboral. En tal sentido, bajo dicho argumento es importante priorizar la comunicación adecuada dentro de los diversos canales que pueden ser compartidos por los colaboradores.

Con el estudio de Absi (2015) al establecer teóricamente que los ejecutivos deben poseer capacidades comunicacionales para mejorar que las interacciones de los colaboradores sean cada vez más cercanas a que puedan manifestarse ante cualquier eventualidad, representa una condición la cual debe verificarse y poseer un perfil determinante para la elección de ejecutivos. Ante ello, podrían corresponderse aplicarse estrategias que se orienten de manera invertida a mejorar capacidades e interacciones comunicacionales con los obreros dentro de la empresa.

Por último, con base a lo establecido por Ramos (2015) se avala que muchas veces los conflictos e insatisfacción laboral queda determinado por la falta de comunicación dentro del grupo de trabajo, cuya consideración en base a evidencias debe corregirse. Dicha postura se corresponde con los objetivos del presente estudio ya que determinó la aplicación de una estrategia que amolde una mejor conducta de los obreros en el contexto de trabajo.



## VI. CONCLUSIONES.

Se determinó que el programa de estrategias de comunicación interna para fortalecer el comportamiento de los obreros de la empresa “Viveros Génesis S.A.C.”, Chiclayo es efectivo de acuerdo con los datos y las pruebas estadísticas aplicadas. Dicha conclusión se fundamenta en que las medias antes de aplicar el programa 8.67 y 14.05, lo cual establece que el comportamiento de los obreros tendió a incrementar.

Se identificaron los niveles de los obreros con respecto a la variable comportamiento observando que el 79 % se ubicó en un nivel bajo, el 19 % en el nivel medio, y el 2 % en un nivel alto; lo cual establece empíricamente que existen deficiencias en cuanto a las habilidades comunicativas, falta de motivación, y baja percepción por parte del obrero.

Se implementó y ejecutó las estrategias de comunicación interna en base a las teorías de Laswell y Barthes a través de un programa dentro de la empresa para fortalecer el comportamiento de los obreros.

Se identificaron los niveles de los obreros con respecto a la variable comportamiento observando que el 74.25 % se ubicó en el nivel alto, el 22 % se ubicó en el nivel medio, y el 4 % se ubicó en el nivel bajo, lo que establece empíricamente que la variable comportamiento tiene una tendencia positiva en las unidades de estudio conformado por los obreros.

Se comparó los resultados del inicio y al final del programa, donde el promedio aritmético en el pre test obtuvo un 8.67 y post test 14.05 lo que significa un incremento de 5.38 puntos demostrando que el programa de estrategias de comunicación interna tiene un efecto positivo en el comportamiento de los obreros de la empresa “Viveros Génesis” S.A.C., Chiclayo.

## VII. RECOMENDACIONES.

Las recomendaciones van dirigidas de manera general al subgerente de Recursos Humanos, dado que es la única área que toma decisiones con respecto al personal a nivel nacional.

1. Primera: Aplicar el programa de estrategias de comunicación interna con el fin de poder fortalecer el comportamiento de los obreros de la empresa "Viveros Génesis S.A.C." Chiclayo, lo cual permitirá una mayor interacción entre cada uno de los individuos que lo conforman, garantizando así una mejor comprensión e interacción en el grupo mejorando perspectivas en relación con el trabajo en equipo y la rentabilidad de la empresa.
2. Implementar programas de incentivos, capacitaciones, que ayude a mejorar las habilidades de comunicación y liderazgo en todos los obreros, lo cual corresponde a establecer otros aspectos fundamentales que contribuya a mantener mayor solvencia en la interacción de los obreros de la empresa.
3. Monitorear y evaluar los factores que influyan en el comportamiento de los obreros con el fin de que no pueden tener variaciones negativas que atenten contra el comportamiento de los mismos y que a su vez sean condicionantes de un mal desempeño laboral.
4. Realizar un estudio experimental con mayor rigor científico, basándose en las evidencias establecidas en el presente estudio el cual se formuló dentro de un subdiseño pre experimental, buscando determinar que el programa pueda aplicarse de manera sólida en los obreros que forman parte de la empresa.
5. Fomentar estudios que busquen mejorar la capacidad comunicativa de los jefes o supervisores para con el personal, de tal manera que desde niveles gerenciales se busque fomentar una mejora en los canales de comunicación que existen entre los obreros.

## **VIII. PROPUESTA**

### **PROGRAMA DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA**

#### **I. Datos Generales**

- 1.1.** Título: Programa de Estrategias de comunicación interna para fortalecer el comportamiento de los obreros de la Empresa Viveros Génesis SAC.
- 1.2.** Beneficiarios: 39 obreros de distintas áreas.
- 1.3.** Responsable: Gianina Valderrama Montenegro (Autora)  
Lic. Diana Goicochea Guerrero – Psicóloga.
- 1.4.** Lugar: “Viveros Génesis SAC”, ubicada en Cerco Quemado S/N – Motupe

#### **II. JUSTIFICACIÓN**

El programa de comunicación interna que se elaboró como parte de la presente tesis, en base a los resultados obtenidos en el diagnóstico, está orientado a satisfacer las necesidades y carencias detectadas en el personal con el objetivo de fortalecer su comportamiento dentro de la organización.

Se debe ejecutar una serie de estrategias de comunicación interna por medio de herramientas útiles y esenciales para el fortalecimiento y desarrollo organizacional, de tal manera el trabajador se sienta más incentivado y encaminado con el fin de mejorar sus habilidades, de incrementar su personalidad, motivación, y mejorar la percepción hacia la empresa.

Debido a lo expuesto esta investigación es importante porque propone acciones basadas en la optimización de herramientas comunicacionales, lo cual servirá para el desarrollo de los objetivos de la propuesta.

### **III. OBJETIVOS:**

#### *General:*

Diseñar un plan de comunicación interna, utilizando estrategias con el fin de fortalecer el comportamiento del personal de la empresa Viveros Génesis S.A.C.

#### *Específicos:*

- Fomentar el uso de canales formales de comunicación por la parte administrativa.
- Potenciar e incorporar nuevas herramientas comunicacionales acorde a las necesidades del personal de la empresa.
- Brindar capacitaciones, talleres que mejoren la comunicación interna.
- Establecer un programa de incentivos para motivar al personal a trabajar en equipo comprometidos con los objetivos de la empresa.

### **IV. DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA:**

Este programa comprende el desarrollo de tres estrategias: Comunicación 360°, Coaching, endomarketing propuesto por diferentes autores, mencionados en el trabajo de investigación, que se aplicará al personal de la empresa Viveros Génesis S.A.C – Motupe.

#### **COMUNICACIÓN 360°**

En esta estrategia el propósito es: informar, posicionar, persuadir, compartir, construir.

#### *Acción:*

- Comunicación directa

#### *Tareas:*

- Crear plataformas virtuales (Facebook, e-mails)
- Reestructurar la cartelera informativa o tableros de anuncios existentes que contenga información de la empresa y sus actividades.

- Implementar documentos informativos como boletines, revistas, etc.

## **COACHING**

Se debe aplicar Cuando un empleado necesita mejorar alguna destreza dentro de su trabajo conociéndose a sí mismo y confiando en sus habilidades.

*Acción:*

- Taller  
“conociéndonos”

Tareas:

Se reúne al personal en grupos.

Se les pide presentarse para tener más confianza en sí mismos.

Se les aplica un FODA, para conocerse a sí mismo, y a su compañero.

*Acción:*

- Dinámica de Integración

Tareas:

Se les hace una dinámica de rondas, para interactuar con sus compañeros, con música de danzas, en la sala de reuniones.

## **ENDOMARKETING**

El propósito de esta estrategia es que el trabajador acumule experiencias sobre la empresa, y que las comparta en todo momento y de todas las formas a su alcance.

*Acción:*

- Circulo de calidad

Tareas:

Reunión donde se conoce inquietudes, deseos, el trabajador puede hablar sin miedo de lo que le sucede dentro de la empresa.

Hacer que nuestros trabajadores valoren y aprecien lo que tienen en la empresa. Lograr la sensación que el trabajador es valorado y respetado.

*Acción:*

- Plan de Reconocimiento

Tareas:

Premiar el esfuerzo y valía de los trabajadores.

Otorgar incentivos que no sean monetarios sino: campañas de salud, colaborador del mes, medio día libre por cumpleaños, capacitaciones por instituciones especializadas en sus funciones.

.

## **V. POTENCIAL HUMANO Y RECURSOS**

Humano:

Lic. Diana Goicochea Guerrero – Jefa de Recursos Humanos.

*Materiales:*

Escritorio, lapiceros, papel bond, pañuelos.

Equipo técnico: cámara fotográfica, memoria micro de 32, impresora

## REFERENCIAS

- Absi, L. (2015). Clínica Angloamericana: Análisis y Propuesta de Plan de Comunicación Institucional en el Sector Salud - Universidad Nacional de Piura.
- Brañez, J. (2016). Artículo de estrategias de comunicación interna y su influencia en la identidad laboral de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de El Agustino. Universidad Peruana Unión - Lima
- Bentacourt, J y Valera, Y. (2004). Diagnóstico del comportamiento organizacional de los trabajadores de la empresa materiales eléctricos monagas, C.A. (Tesis de Licenciatura en Psicología) Universidad de Oriente Monagas.
- Carvajal, K. (2015). Plan de comunicación interna para fortalecer la cultura organizacional del instituto nacional de estadística y censos – INEC. Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Ecuador.
- Castro, R. (2016). Propuesta de un programa en habilidades sociales para la mejora del clima laboral en una empresa editora de comercialización y servicios de Chiclayo. Obtenido de <file:///C:/Users/Usuario3/Desktop/taller/tesis/local/castro%202016.pdf>
- Deloitte (2020). Millennial survey Obtenido de <https://www2.deloitte.com/pe/es/pages/human-capital/articles/survey-millennial2020.html>
- Diaz, L. (2017), Artículo: Las empresas españolas comunican poco y mal. Obtenido de <https://www.lmdiaz.com/las-empresas-espanolas-comunican-poco-y-mal/>
- Egas, E., y Yance, K. (2018). Estrategias de comunicación interna para fortalecer la identidad corporativa de una empresa de seguridad ubicada en la ciudad de Guayaquil – Ecuador. Universidad de Manta, Ecuador.

- Farro, C. Y. y Toro, I. M. (2015). Impacto de la aplicación de coaching para mejorar el clima laboral de la empresa "Taiwan Motos" en la ciudad de Chiclayo en el año 2013 (Tesis de Licenciatura en Administración) Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo.
- Kreitner, R y Kinicki, A. (2003). Comportamiento de las organizaciones, Madrid.
- Http, D. (2010). Definición de comportamiento. Bajado el 22 de marzo, a 22.00 horas.
- Http, D. (2014). Coaching. Bajado el 15 de Junio, a 15:00 horas.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P., (2014). Metodología de la Investigación. México, D.F Editorial: McGraw Hill.
- Laswell, H. (1948). The Communication of Ideas , Propaganda, Comunicación and Public Opinión: A Comprehensive Reference Guide.
- Lizandro, M. (2016). El comportamiento organizacional y su importancia para la administración de empresas. Universidad de Manta, Ecuador.
- Mc. Gregor D. (1996). El lado Humano de las Organizaciones. Colombia: McGraw Hill.
- Méndez, G. (2015). Plan estratégico de Motivación para mejorar el clima organizacional en la Gerencia de Operaciones, Departamento de Registro y Servicios del SATCH. Universidad Cesar Vallejo.
- Mintzberg, H. (2005) La Organización Profesional y el Proceso Estratégico. México: Prentice Hall.
- Miranda, A. (2017). Artículo: La Comunicación Estratégica Como Herramienta Para La Resolución De Conflictos - Universidad de Lima.



- Muñoz, C. (2015). Metodología de la investigación. México: Editorial Progreso S.A. de C.V.
- Pamer, M. (2016), "Plan de comunicación interna para mejorar la motivación laboral en los colaboradores del colegio Pamer Chiclayo – 2016.
- Oyarvide Ramírez, H., Reyes Sarria, E. & Montaña Colorado, M. (18 de septiembre de 2018) La comunicación interna como herramienta indispensable de la administración de empresas. Obtenido de Dialnet-  
LaComunicacionInternaComoHerramientaIndispensableD-6174479.pdf
- Runa (19 de 12 de 2017). Los principales problemas de RRHH en México. Obtenido de <https://runahr.com/recursos/hr-management/cuales-son-los-principales-problemas-de-recursos-humanos-en-mexico/>
- Pesantez, S., y Guapacaza, D. (2015). Análisis Del Comportamiento Organizacional Del Personal Docente, Administrativo Y De Servicios De La Universidad Politécnica Salesiana, Sede Cuenca. Cuenca.
- Ramos, K. (2015). Estrategias de comunicación interna y el desempeño laboral de los colaboradores del área de operaciones de la caja municipal de ahorro y crédito de Trujillo-Agencia España.
- Reyes, J.(2012). Las cuatro Dimensiones de la comunicación Interna,<http://www.scielo.org.ar/pdf/ccedce/n40/n40a12.pdf>
- Robbins, S. (2009) Comportamiento Organizacional. 5ª Edición..México: Prentice Hall Hispanoamericana, S.A.
- Yepes, L. (2013). Trayectoria del diseño instruccional y currículo por competencias. Medellín: Fundación Universitaria.
- Vargas, L. (1994). Sobre El Concepto De Percepción. Alteridades, 47-53.

Vásquez, M. (2016). Factores de la motivación que influye en el comportamiento organizacional del equipo de salud de centro quirúrgico – H.R.D.L.M Chiclayo.

Wong, M. (2018). Pacifico Seguros Proyecto de mejora en la estrategia de comunicación corporativa interna en Pacifico Seguros y su impacto en el desempeño de los colaboradores – Lima.

## ANEXOS

### Anexo 1: Matriz de Operacionalización de Variables

VARIABLE DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
<b>Variable Independiente:</b> Programa de Estrategias de comunicación interna	Procedimientos empleados para vincular mensajes de identidad, orgullo y efectividad dentro de una organización, dimensiones construidas y transmitidas, en el marco de un plan que utiliza los medios más adecuados, de manera que llegue al receptor de forma eficaz, clara y adecuada" (Pérez, 2001, p. 12)	Se opaciona a través de 4 talleres que se trabajan con la muestra.	Efectividad	Construcción de sentido y logro	Ordinal
			Identidad	Consistencia	Ordinal
			Vinculo	Reciprocidad	Ordinal
				Profesional	
				Familiar	
Grupo Humano					
Orgullo	Validación social	Ordinal			

VARIABLE DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Variable Dependiente: El comportamiento	"Conductas esperadas que se reflejan en las habilidades, percepciones, motivaciones de cada personalidad expresada a través de las competencias, especificadas en los niveles de desempeño requerido para demostrar el logro del elemento" (Yepes, 2013, p. 77).	Se aplicó un cuestionario que ha sido elaborado en base a la tesis presentada en la universidad de Oriente de Monagas por Bentacourt y Valera, 2004 que se aplicará a la muestra de los trabajadores de la empresa Viveros Génesis S.A.C.	Habilidades	Demuestra competencias efectivas en sus labores	Ordinal
				Colabora con los menos hábiles	
			Personalidad	Valoran su aspecto físico-personal	Ordinal
				Controla su carácter, impulsos negativos.	
			Motivación	Recibe constante motivación	Ordinal
				Está de acuerdo con la política de incentivos.	
			Percepción	Emite juicios acerca de la empresa.	Ordinal
				Emite Opinión con respecto a sus compañeros	

## Anexo 02: Instrumento de recolección de datos

### CUESTIONARIO: ESCALA PARA MEDIR EL COMPORTAMIENTO DE LOS OBREROS

El presente cuestionario tiene como finalidad recolectar información necesaria para fortalecer el comportamiento de los obreros de la empresa “viveros Génesis S.A.C”. Para lo cual se requiere toda su colaboración

#### I. Características Biográficas

1.1 Género: M ( ) F ( )

1.2 Edad: Menores de 25 ( ) De 25 a 45 ( )  
Mayores de 45 ( )

1.3 Estado civil: Soltero ( )

Casado ( )

Conviviente ( )

Viudo/a ( )

Separado ( )

1.4 N° de dependientes: De 0 a 1 ( )

De 1 a 3 ( )

De 3 a más ( )

A continuación, se presentan preguntas. Responda a la brevedad.

Valoración				
Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
0	1	2	3	4

HABILIDADES						
N°	ITEMS	0	1	2	3	4
1	Dispongo de toda mi atención para realizar mi trabajo.					
2	Colaboro con todos mis compañeros para alcanzar las metas diarias.					
3	Considero que dispongo de todo mi esfuerzo físico para realizar mi trabajo.					

4	Creo que puedo disponer de mis habilidades para ayudar a mis compañeros.					
<b>PERSONALIDAD</b>						
5	Tengo una actitud positiva para salir adelante.					
6	Deseo sobresalir en mi puesto de trabajo.					
7	Mi jefe directo es capaz de crear el entusiasmo de todos los trabajadores.					
8	Soy capaz de adaptarme a las necesidades de la empresa.					
9	Soy capaz de ajustar mi comportamiento para colaborar con mis compañeros.					
<b>MOTIVACION</b>						
10	Me siento motivado a realizar mi trabajo.					
11	La empresa se preocupa por incentivar a los trabajadores.					
12	Me siento convencido que mi trabajo satisface mis necesidades básicas.					
13	El gerente tiene la capacidad de motivar a los trabajadores de su cargo.					
<b>PERCEPCION</b>						
14	Percibo un buen ambiente de trabajo dentro de la empresa					
15	Considero que me tratan igual que los demás en mi área de trabajo.					
16	Se adapta la empresa a las necesidades de los trabajadores.					

**Anexo 03:** Fórmula para calcular la muestra

Para la determinación de la muestra se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2(p * q)}{e^2 + \frac{(z^2(p * q))}{N}}$$

Dónde:

N = es el total de la población

p = proporción de éxito (0.5)

q = proporción de fracaso (0.5)

Z = nivel de confianza, El nivel de la confianza será: 95 % (Z=1.65)  
(2.7225) (98.01)

e = margen de error = 5%

n = tamaño de muestra 39 obreros.

## Anexo 4: Tabla estadística de Fiabilidad del Instrumento

### Análisis de fiabilidad

[Conjunto\_de\_datos1] F:\UCV\Desarrollo de Tesis\ASESORIA\DATA PARA RESULTADOS Gianina.sav

### Escala: TODAS LAS VARIABLES

#### Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	39	100,0
	Excluidos <sup>a</sup>	0	,0
	Total	39	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

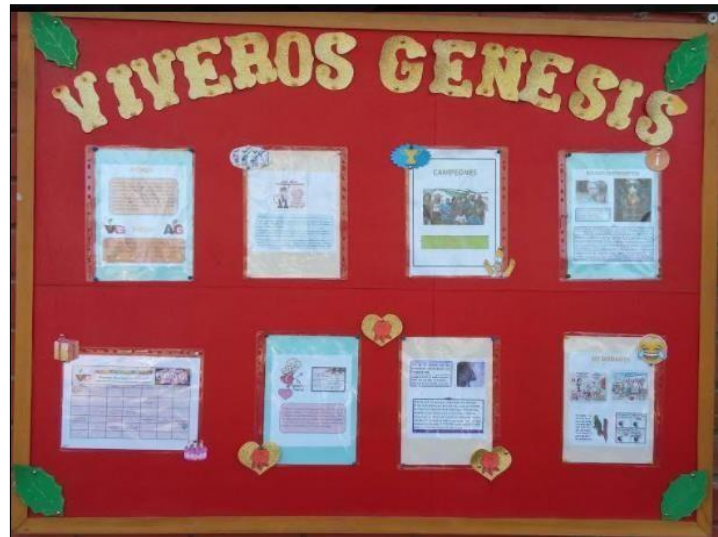
#### Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,757	16

**Fuente:** SPSS 22, elaboración propia



**Anexo 5:** Fotos del programa



Creación de periódico mural, con actividades de la empresa.



Actividades informativos dentro del vivero.



Taller conociéndonos



Dinámica de integración



Círculo de calidad



Plan de reconocimiento



## Declaratoria de Originalidad del Autor/ Autores

Yo, Valderrama Montenegro Gianina del Pilar, egresada de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo Chiclayo, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan a la Tesis titulado:


**“Efecto del Programa de estrategias de comunicación interna para fortalecer el comportamiento de los obreros de la empresa “Viveros Génesis S.A.C.”, Chiclayo**

es de mi (nuestra) autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiado ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicado ni presentado anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Chiclayo, 31 de enero 2021.

Apellidos y Nombres del Autor <b>Valderrama Montenegro Gianina Del Pilar</b>	
DNI: 43176124	Firma 
ORCID: <b>0000-0002-6049-0887</b>	