



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN COMERCIAL
Y CONTADURÍA PÚBLICA
CAMPUS BÁRBULA



**PROPUESTA DE LAS TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN QUE
LOGREN OPTIMIZAR EL PROCESO COMUNICACIONAL,
CASO: EMPRESA FUNDACIÓN TECNOLÓGICA DE
SEGURIDAD INTEGRAL (FUNSEIN) UBICADA EN EL
MUNICIPIO VALENCIA, EDO. CARABOBO.**

Autores:
Álvarez, Carolina
Bellorín, Desireé
Carrero, Luis

Campus Bárbula, Octubre de 2011



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN COMERCIAL
Y CONTADURÍA PÚBLICA
CAMPUS BÁRBULA



**PROPUESTA DE LAS TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN QUE
LOGREN OPTIMIZAR EL PROCESO COMUNICACIONAL,
CASO: EMPRESA FUNDACIÓN TECNOLÓGICA DE
SEGURIDAD INTEGRAL (FUNSEIN) UBICADA EN EL
MUNICIPIO VALENCIA, EDO. CARABOBO.**

Tutor de Contenido:
Prof. Manuel González

Autores:
Álvarez, Carolina
Bellorín, Desireé
Carrero, Luis

**Trabajo de Grado presentado para optar al título de Licenciado en
Administración Comercial**

Campus Bárbula, Octubre de 2011



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN COMERCIAL
Y CONTADURÍA PÚBLICA
CAMPUS BÁRBULA



CONSTANCIA DE ACEPTACIÓN

**PROPUESTA DE LAS TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN QUE
LOGREN OPTIMIZAR EL PROCESO COMUNICACIONAL,
CASO: EMPRESA FUNDACIÓN TECNOLÓGICA DE
SEGURIDAD INTEGRAL (FUNSEIN) UBICADA EN EL
MUNICIPIO VALENCIA, EDO. CARABOBO.**

Tutor de Contenido:
Prof. Manuel González

Aceptado en la Universidad de Carabobo
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Escuela de Administración Comercial y
Contaduría Pública.
Por. Manuel González
C.I. V- 4.129.212

Campus Bárbula, Octubre de 2011



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN COMERCIAL
Y CONTADURÍA PÚBLICA
CAMPUS BÁRBULA



ACTA DE APROBACIÓN

Nosotros miembros del Jurado designado para la evaluación del Trabajo de Grado titulado “**PROPUESTA DE LAS TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN QUE LOGREN OPTIMIZAR EL PROCESO COMUNICACIONAL, CASO: EMPRESA FUNDACIÓN TECNOLÓGICA DE SEGURIDAD INTEGRAL (FUNSEIN) UBICADA EN EL MUNICIPIO VALENCIA, EDO. CARABOBO**”, presentado por: **Álvarez R., Carolina M.**, C.I. 15.225.013 para optar al Título de Licenciada en Administración Comercial, **Bellorín B., Desireé A.**, C.I. 18.180.171 para optar al Título de Licenciada en Administración Comercial, **Carrero N., Luis A.**, C.I. 17.171.139 para optar al Título de Licenciado en Administración Comercial; estimamos que el mismo reúne los requisitos para ser considerado como: _____ a los _____ días del mes de _____ del año _____.

Coordinador

Miembro Principal

Tutor

Suplente

Campus Bárbula, Octubre de 2011

DEDICATORIA

Quisiera comenzar dedicándole este Trabajo de Grado a Dios todopoderoso quien es quien me guía por los caminos del triunfo, permitiéndome día a día seguir con mi vida y ser quien soy, dándome fuerzas en todos los momentos difíciles de mi vida.

A mi hija Camila Bellorín quien ha sido mi inspiración para culminar y llevar a cabo este Trabajo de Grado, por ser lo más bello que tengo en la vida, llenando mi vida de alegrías y amor en todo momento, Te Amo Mucho Mi Princesa Preciosa.

A mi Esposo por ser mi compañero, amigo y todo para mi, te dedico mi tesis para que recuerdes siempre que con amor y dedicación podemos lograr todo lo que queremos, eres único.

A mis Padres, Padrinos, Suegros y Amigos que siempre han estado ahí apoyándome en todos los momentos de mi vida y dándome ánimos para seguir adelante y culminar mi Trabajo de Grado.

Los Quiero Muchísimo...

Carolina M. Álvarez R.

DEDICATORIA

A Diosito, quien ha hecho de mi todo lo que soy, por darme fuerzas y paciencia para salir adelante en los momentos más difíciles.

A mi Mami, por darme la vida y su amor único, por su gran apoyo en todos los momentos de mi vida, por haberme inculcado buenos valores para seguir creciendo como persona, POR SER LA MEJOR MADRE DEL MUNDO.

A mi Papi, por guiarme a que mi vida tome el mejor camino y enseñarme que con el mayor de los esfuerzo y siendo honesto en esta vida se pueden cumplir todas las metas que me proponga, por siempre creer en mí.

A mi Cuñada, por siempre estar a mi lado en las buenas y malas, por darme palabras de aliento en los momentos más necesitados, por compartir momentos de estudios que van hacer inolvidables y por logran nuestro objetivo juntas.

A mis verdaderas amistades y seres queridos por estar allí en el momento preciso, por su buena energía y su incondicional apoyo.

Desireé A. Bellorín B.

DEDICATORIA

A mi hermosa familia por permanecer siempre unidos apoyándome e incentivándome a alcanzar una meta muy importante en mi vida.

A todos las personas que de una forma u otra forma lo largo de mi carrera han puesto un grano de arena para lograr que todo esto fuera posible.

A mi bebe que durante estos tres años me ha motivado a continuar con mi carrera.

Y por ultimo pero el más importante, porque sus palabras y consejos fueron dejados en el momento más oportuno de mi vida como lo fue mi adolescencia, palabras que aun tengo presente y que me han ayudado a seguir buenos pasos, nunca te olvidare y a ti dedico este, todos mis logros y los venideros, por siempre en mi corazón tío Santiago.... Te QUIERO MUCHO.

Luis A. Carrero N.

AGRADECIMIENTOS

Ante todo doy gracias a Dios por darme vida y salud para llevar a cabo mi plan de vida, en el cual está incluido este momento tan importante para mí. A mi Madre, por darme la vida, amor, apoyo y ánimos para siempre seguir adelante y ser lo que soy hoy en día, gracias mami por estar siempre conmigo. A mis Hermanos por estar presentes en las alegrías y tristezas vividas a lo largo de mi carrera. Y sobre todo a mi Suegra Alejandrina Bellorín por ser mi apoyo, por brindarme su ayuda incondicional a lo largo de mi carrera sobre todo en estos últimos dos años en los que ha podido hacer por mí más de lo que pude imaginar, gracias por todo el tiempo que nos regaló a mí y a mi hija, la Quiero mucho.

A mi Esposo por su amor incondicional y estar a mi lado siempre dándome ánimos para seguir adelante.

A mi Cuñada por compartir momentos llenos de emociones en estos últimos años de carrera, por ayudarme, apoyarme, ser mi compañera y amiga. A Lucho, mi compañero de tesis por los momentos y conocimientos compartidos.

A Ing. Roberto Ramírez por su apoyo incondicional y su paciencia, y los conocimientos compartidos para hacer de nuestro Trabajo de Grado uno de los mejores. A Lic. María Naoun por la confianza brindada a la hora de desarrollar nuestro trabajo de grado, por abrir las puertas de la organización y permitirnos así llevar a cabo nuestro proyecto.

A todos mis amigos que a lo largo de mi carrera han estado para compartir todos los momentos y me han dado un granito de arena para que todo me salga bien y por apoyarme siempre.

A nuestra Casa de Estudios y nuestros Profesores que nos brindan sus conocimientos día a día para ser egresados de calidad.

Gracias a todos, Dios los Bendiga,

Carolina M. Álvarez R.

AGRADECIMIENTOS

A Diosito, por estar siempre con nosotros, por darme la sabiduría y la fortaleza para seguir adelante.

A mis Padres, por darme todo su amor, cariño, apoyo, por enseñarme que por mucho que nos cuesten las cosas con perseverancia y fe todo se puede lograr. Los Amo Muchísimo.

A mi Hermano, por permanecer siempre presente en mis momentos más importantes de mi vida, por ser parte de ella y corazón, por darme la sobrina más hermosa del mundo.

A mi Puchi, por darme ese apoyo y estar siempre pendiente en mis cosas, por colaborar, por darme a Kila que ha sido algo grandioso y por ser parte de mi vida.

A Roberto, por su gran ayuda, apoyo y paciencia que nos brindo.

A Friné, por ayudarme e impulsarme a ser constante, por ser una gran amiga, por estar en mis momentos donde he tenido altos y bajos.

A la Universidad de Carabobo, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, que silenciosamente fue el soporte para mi formación académica.

A la Empresa FUNSEIN por darnos la oportunidad de realizar este trabajo de investigación.

Y a todas las demás personas que están a mi alrededor por darme su amistad y apoyo incondicional en todo momento.

Gracias a todos...

Desireé A. Bellorín B.

AGRADECIMIENTOS

A Dios por haber guiado siempre mis pasos y permitirme llegar hasta aquí, a mis padres por su apoyo incondicional siempre y durante toda mi carrera, gracias por estar siempre allí cuando más los he necesitado... Los AMO, a mi tía por sus consejos, por sus palabras de aliento y por incentivarme a seguir adelante desde el principio y durante toda esta etapa de mi vida. A mi hermano y a mi primo por estar conmigo en todo momento y por atender mis llamadas a cualquier hora para ayudarme en lo que necesitara, a mi bebe por estar siempre pendiente y colaborando en lo que fuese necesario....te quiero mucho, a mis dos compañeras de tesis por la paciencia durante estos últimos semestres. Al Ing. Roberto Ramírez por su colaboración y gran ayuda. A mis amigos Rafito, Anderson, Javi y Lulu por siempre prestarme su colaboración y por su gran amistad a lo largo de mi carrera.

A la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales por formarnos profesionalmente.

Les agradezco a todas estas personas por su gran apoyo y por ayudarme a culminar esta meta los quiero muchísimo.

Luis A. Carrero N.



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN COMERCIAL
Y CONTADURÍA PÚBLICA
CAMPUS BÁRBULA



**PROPUESTA DE LAS TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN QUE LOGREN
OPTIMIZAR EL PROCESO COMUNICACIONAL, CASO: EMPRESA
FUNDACIÓN TECNOLÓGICA DE SEGURIDAD INTEGRAL (FUNSEIN)
UBICADA EN EL MUNICIPIO VALENCIA, EDO. CARABOBO.**

Autores: Álvarez, Carolina; Bellorín, Desireé y Carrero, Luis

Tutor: Manuel González

Fecha: Octubre, 2011

RESUMEN

La presente investigación surgió como parte fundamental de un estudio dentro de la empresa FUNDACIÓN TECNOLÓGICA DE SEGURIDAD INTEGRAL (FUNSEIN) ubicada en el municipio Valencia del Estado Carabobo. El objetivo general es proponer técnicas de comunicación efectivas que logren optimizar el proceso comunicacional de dicha empresa. Actualmente, la comunicación se ha convertido en uno de los ejes centrales de las empresas, ya que por medio de ella existe una mejor relación entre empleados y esto se refleja en el trato con los clientes. Se considera importante que esta comunicación se mantenga diariamente, pues existen necesidades tanto de público interno como externo. La investigación está orientada por la teoría del desarrollo conceptual sustentable de las investigaciones realizadas sobre el problema formulado. Metodológicamente aplicamos la investigación de campo apoyada en una de tipo descriptivo, con información bibliográfica, documental, de observación directa y así identificar e interpretar la complejidad del problema, a su vez lograr describir la situación comunicacional de los trabajadores de esta empresa, utilizando el cuestionario se podrá realizar un análisis de los datos obtenidos para así poder realizar la debida evaluación de la efectividad de las técnicas de comunicación. La Propuesta de comunicación desarrollada en este trabajo de grado surge desde el análisis de información y la estructura de una solución en donde la comunicación efectiva es protagonista y en este curso asume un rol estratégico que aporta valor a la entidad, sus públicos y relaciones.

Palabras claves: FUNSEIN, técnicas de comunicación, evaluación.



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN COMERCIAL
Y CONTADURÍA PÚBLICA
CAMPUS BÁRBULA



**PROPOSAL OF THE COMMUNICATION TECHNIQUES THAT MANAGE
TO OPTIMIZE THE COMMUNICATIONAL PROCESS, CASE: FUNDACIÓN
TECNOLÓGICA DE SEGURIDAD INTEGRAL (FUNSEIN) LOCATED IN
THE VALENCIA MUNICIPALITY OF CARABOBO'S STATE.**

Authors: Álvarez, Carolina; Bellorín, Desireé y Carrero, Luis

Tutor: Manuel González

Date: October, 2011

ABSTRACT

This research emerged as a fundamental part of a study within the company FUNDACIÓN TECNOLÓGICA DE SEGURIDAD INTEGRAL (FUNSEIN) located in the municipality of Valencia in Carabobo's State. The overall objective is to propose effective communication techniques to optimize the communication process of the company. Currently, communication has become one of the cornerstones of the companies, thanks to this, there is a better relationship between the employees and it gets reflected in dealing with customers. It is important that this communication occurs in a daily basis, since there are both internal and external needs. The research was guided by the theory of the sustainable conceptual development of the investigations carried out on the formulated problem. Methodologically speaking, a descriptive type, with bibliographic documentary, information from direct observation was applied in the research field and this identifies and interprets the complexity of the problem, and the description of the communicational situation of workers of this company. Questionnaire may be used for data analysis to obtain the proper evaluation of the effectiveness of communication techniques. The proposed communication developed in this work of grade emerges from the analysis of information and the structure of a solution where effective communication is protagonist and in this course assume a strategic role that brings value to the organization, the public and the relationships.

Keywords: FUNSEIN, communication techniques, evaluation.

UNIVERSIDAD DE CARABOBO
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Dirección de Escuela de Administración Comercial y Contaduría Pública
Campus Bárbula

FORMATO DE POSTULACIÓN TUTORIAL

Yo, MANUEL GONZÁLEZ; titular de la Cédula de Identidad V.- 4.129.212, acepto en calidad de tutor al equipo/investigador conformado por:

| Nombre y Apellido | Cédula | Teléfono | e-mail | Mención | |
|------------------------|------------|--------------|-----------------------------|---------|----|
| Álvarez R. Carolina M. | 15.225.013 | 0412-4444440 | alvarezcarolina@hotmail.com | AC | CP |
| Bellorín B. Desireé A. | 18.180.171 | 0424-4314231 | desi_3001@hotmail.com | AC | CP |
| Carrero N. Luis A. | 17.171.139 | 0412-4500101 | Luchi290686@hotmail.com | AC | CP |

De acuerdo a las especificaciones del Catálogo de Oferta Investigativa y para dar así cumplimiento al desarrollo del Control de Etapas del Trabajo de Grado.

Se ha seleccionado la siguiente área, línea, e interrogante.

Área: DESARROLLO SOCIAL Y ORGANIZACIONAL

Línea: CULTURA Y TRANSFORMACIÓN ORGANIZACIONAL

Interrogante: ¿Cuál será la efectividad las técnicas de comunicación dentro de la empresa de nuestro caso de estudio Fundación Tecnológica de Seguridad Integral (FUNSEIN) ubicada en el Municipio Valencia?

Firman:

Tutor:
Manuel González
Telf.: 0414-5924526

Estudiante/Investigador
Álvarez R., Carolina M.
Telf.: 0412-4444440

Estudiante/Investigador
Bellorín B., Desireé A.
Telf.: 0424-4314231

Estudiante/Investigador
Carrero N., Luis A.
Telf.: 0412-4500101

En Valencia, a los _____ días del mes de _____ del año 2.0_____



CONTROL DE ETAPAS DEL TRABAJO DE GRADO

Asignatura: Investigación Aplicada a las Ciencias Administrativas y Contables

Profesor de Investigación Aplicada: Shenny Díaz **Tutor:** Manuel González

Título del Proyecto: **PROPUESTA DE LAS TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN QUE LOGREN OPTIMIZAR EL PROCESO COMUNICACIONAL, CASO: EMPRESA FUNDACIÓN TECNOLÓGICA DE SEGURIDAD INTEGRAL (FUNSEIN) UBICADA EN EL MUNICIPIO VALENCIA, EDO. CARABOBO**

| CAPITULO I | Sesión | FECHA | OBSERVACIONES | FIRMA |
|---|---------------|-------------------|--|------------------------|
| El Problema Planteamiento del Problema - Formulación del Problema- Objetivos de la Investigación- Justificación- Alcance y Limitaciones | 1.- | 10/12/2010 | Revisión de la formulación del planteamiento del problema y borrador del objetivo general. | Tutor: Manuel González |
| | | | | Álvarez, Carolina |
| | | | | Bellorín, Desireé |
| | | | | Carrero, Luis |
| | 2.- | 15/12/2010 | Corrección final del planteamiento del problema, objetivo general y objetivo específico. | Tutor: Manuel González |
| | | | | Álvarez, Carolina |
| | | | | Bellorín, Desireé |
| | | | | Carrero, Luis |
| | 3.- | 10/01/2011 | Revisión de la justificación del problema. | Tutor: Manuel González |
| | | | | Álvarez, Carolina |
| | | | | Bellorín, Desireé |
| | | | | Carrero, Luis |
| | 4.- | 14/01/2011 | Corrección final del Capítulo I. | Tutor: Manuel González |
| | | | | Álvarez, Carolina |
| | | | | Bellorín, Desireé |
| | | | | Carrero, Luis |

Recomendaciones:

- 1.- Debe asistir la totalidad del Equipo/ Investigador a cada sesión.
- 2.- Debe anexar copia de este formato en su Proyecto Definitivo de Aplicada, debidamente llenado en computador y firmado por el tutor y cada integrante del equipo/investigador según hayan ocurrido los encuentros.
- 3.- Para la validación del Capítulo se requiere de tres (03) encuentros como mínimo.
- 4.- Revisar periódicamente la Fuente de Información Bibliográfica.
- 5.- Debe guardar muy bien el original de este formato, ya que forma parte de su Trabajo de Grado.



CONTROL DE ETAPAS DEL TRABAJO DE GRADO

Asignatura: Investigación Aplicada a las Ciencias Administrativas y Contables

Profesor de Investigación Aplicada: Shenny Díaz **Tutor:** Manuel González

Título del Proyecto: **PROPUESTA DE LAS TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN QUE LOGREN OPTIMIZAR EL PROCESO COMUNICACIONAL, CASO: EMPRESA FUNDACIÓN TECNOLÓGICA DE SEGURIDAD INTEGRAL (FUNSEIN) UBICADA EN EL MUNICIPIO VALENCIA, EDO. CARABOBO**

| CAPÍTULO II Marco Teórico | Sesión | FECHA | OBSERVACIONES | FIRMA |
|--|---------------|--|---|------------------------|
| Antecedentes de la Investigación- Bases Teóricas- Definición de términos- Marco Normativo Legal(opcional)- Sistema de Variables e Hipótesis (opcional) | 1.- | 31/01/2011 | Revisión de los antecedentes de la investigación | Tutor: Manuel González |
| | | | | Álvarez, Carolina |
| | | | | Bellorín, Desireé |
| | | | | Carrero, Luis |
| | 2.- | 07/02/2011 | Corrección de los antecedentes de la investigación. | Tutor: Manuel González |
| | | | | Álvarez, Carolina |
| | | | | Bellorín, Desireé |
| | | | | Carrero, Luis |
| 3.- | 16/02/2011 | Revisión de las bases teóricas y de la definición de términos básicos. | Tutor: Manuel González | |
| | | | Álvarez, Carolina | |
| | | | Bellorín, Desireé | |
| | | | Carrero, Luis | |
| 4.- | 28/02/2011 | Corrección final del Capítulo II. | Tutor: Manuel González | |
| | | | Álvarez, Carolina | |
| | | | Bellorín, Desireé | |
| | | | Carrero, Luis | |

Recomendaciones:

- 1.- Debe asistir la totalidad del Equipo/ Investigador a cada sesión.
- 2.- Debe anexar copia de este formato en su Proyecto Definitivo de Aplicada, debidamente llenado en computador y firmado por el tutor y cada integrante del equipo/investigador según hayan ocurrido los encuentros.
- 3.- Para la validación del Capítulo se requiere de tres (03) encuentros como mínimo.
- 4.- Revisar periódicamente la Fuente de Información Bibliográfica.
- 5.- Debe guardar muy bien el original de este formato, ya que forma parte de su Trabajo de Grado.



CONTROL DE ETAPAS DEL TRABAJO DE GRADO

Asignatura: Investigación Aplicada a las Ciencias Administrativas y Contables

Profesor de Investigación Aplicada: Shenny Díaz **Tutor:** Manuel González

Título del Proyecto: **PROPUESTA DE LAS TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN QUE LOGREN OPTIMIZAR EL PROCESO COMUNICACIONAL, CASO: EMPRESA FUNDACIÓN TECNOLÓGICA DE SEGURIDAD INTEGRAL (FUNSEIN) UBICADA EN EL MUNICIPIO VALENCIA, EDO. CARABOBO**

| CAPÍTULO III Marco Metodológico | Sesión | FECHA | OBSERVACIONES | FIRMA |
|---|---------------|--------------|--|------------------------|
| Tipo de Investigación- Diseño de la Investigación- Descripción de la Metodología- Población y Muestra- Técnica e Instrumento de Recolección de Datos- Análisis de Datos- Cuadro Técnico Metodológico. | 1.- | 07/03/2011 | Revisión del diseño de la investigación, tipo de investigación, y nivel de la investigación. | Tutor: Manuel González |
| | | | | Álvarez, Carolina |
| | | | | Bellorín, Desireé |
| | | | | Carrero, Luis |
| | 2.- | 16/03/2011 | Corrección del diseño de la investigación, tipo de investigación, y nivel de la investigación. Revisión de la población y muestra, técnicas e instrumento de recolección de datos, y validación del instrumento. | Tutor: Manuel González |
| | | | | Álvarez, Carolina |
| | | | | Bellorín, Desireé |
| | | | | Carrero, Luis |
| | 3.- | 30/03/2011 | Corrección de la población y muestra, técnicas e instrumento de recolección de datos, y validación del instrumento. Revisión de la confiabilidad del instrumento, técnica de análisis y presentación de información. | Tutor: Manuel González |
| | | | | Álvarez, Carolina |
| | | | | Bellorín, Desireé |
| | | | | Carrero, Luis |
| | 4.- | 15/04/2011 | Corrección final del Capítulo III. | Tutor: Manuel González |
| | | | | Álvarez, Carolina |
| | | | | Bellorín, Desireé |
| | | | | Carrero, Luis |

Recomendaciones:

- 1.- Debe asistir la totalidad del Equipo/ Investigador a cada sesión.
- 2.- Debe anexar copia de este formato en su Proyecto Definitivo de Aplicada, debidamente llenado en computador y firmado por el tutor y cada integrante del equipo/investigador según hayan ocurrido los encuentros.
- 3.- Para la validación del Capítulo se requiere de tres (03) encuentros como mínimo.
- 4.- Revisar periódicamente la Fuente de Información Bibliográfica.
- 5.- Debe guardar muy bien el original de este formato, ya que forma parte de su Trabajo de Grado.



CONTROL DE ETAPAS DEL TRABAJO DE GRADO

Asignatura: Investigación Aplicada a las Ciencias Administrativas y Contables

Profesor de Investigación Aplicada: Shenny Díaz **Tutor:** Manuel González

Título del Proyecto: **PROPUESTA DE LAS TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN QUE LOGREN OPTIMIZAR EL PROCESO COMUNICACIONAL, CASO: EMPRESA FUNDACIÓN TECNOLÓGICA DE SEGURIDAD INTEGRAL (FUNSEIN) UBICADA EN EL MUNICIPIO VALENCIA, EDO. CARABOBO**

| CAPÍTULO IV Análisis e Interpretación de Resultados | Sesión | FECHA | OBSERVACIONES | FIRMA | |
|---|--------|------------|--|---|------------------------|
| Elaboración del instrumento- Validación del Instrumento- Aplicación del Instrumento- Análisis e Interpretación de Resultados | 1.- | 19/07/2011 | Revisión del borrador del instrumento a aplicar. | Tutor: Manuel González | |
| | | | | Álvarez, Carolina | |
| | | | | Bellorín, Desireé | |
| | | | | Carrero, Luis | |
| | | 2.- | 19/07/2011 | Corrección del instrumento y validación del mismo. | Tutor: Manuel González |
| | | | | | Álvarez, Carolina |
| | | | | | Bellorín, Desireé |
| | | | | | Carrero, Luis |
| | | 3.- | 21/07/2011 | Aplicación del instrumento y análisis e interpretación de resultados. | Tutor: Manuel González |
| | | | | | Álvarez, Carolina |
| | | | | | Bellorín, Desireé |
| | | | | | Carrero, Luis |
| | | 4.- | 13/09/2011 | Corrección final del Capítulo IV. | Tutor: Manuel González |
| | | | | | Álvarez, Carolina |
| | | | | | Bellorín, Desireé |
| | | | | | Carrero, Luis |

Recomendaciones:

- 1.- Debe asistir la totalidad del Equipo/ Investigador a cada sesión.
- 2.- Debe anexar copia de este formato en su Proyecto Definitivo de Aplicada, debidamente llenado en computador y firmado por el tutor y cada integrante del equipo/investigador según hayan ocurrido los encuentros.
- 3.- Para la validación del Capítulo se requiere de tres (03) encuentros como mínimo.
- 4.- Revisar periódicamente la Fuente de Información Bibliográfica.
- 5.- Debe guardar muy bien el original de este formato, ya que forma parte de su Trabajo de Grado.



CONTROL DE ETAPAS DEL TRABAJO DE GRADO

Asignatura: Investigación Aplicada a las Ciencias Administrativas y Contables

Profesor de Investigación Aplicada: Shenny Díaz **Tutor:** Manuel González

Título del Proyecto: **PROPUESTA DE LAS TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN QUE LOGREN OPTIMIZAR EL PROCESO COMUNICACIONAL, CASO: EMPRESA FUNDACIÓN TECNOLÓGICA DE SEGURIDAD INTEGRAL (FUNSEIN) UBICADA EN EL MUNICIPIO VALENCIA, EDO. CARABOBO**

| CAPÍTULO V La Propuesta | Sesión | FECHA | OBSERVACIONES | FIRMA |
|--|---------------|----------------------------------|---|------------------------|
| Presentación de la Propuesta-Justificación de la Propuesta-Fundamentación de la Propuesta-Factibilidad de la Propuesta-Objetivos de la Propuesta-Estructura de la Propuesta. | 1.- | 19/09/2011 | Revisión de propuesta y justificación de la misma. | Tutor: Manuel González |
| | | | | Álvarez, Carolina |
| | | | | Bellorín, Desireé |
| | | | | Carrero, Luis |
| | 2.- | 19/09/2011 | Corrección del desarrollo de la propuesta, revisión del desarrollo de las estrategias y análisis de factibilidad de la propuesta | Tutor: Manuel González |
| | | | | Álvarez, Carolina |
| | | | | Bellorín, Desireé |
| | | | | Carrero, Luis |
| | 3.- | 26/09/2011 | Corrección del desarrollo de las estrategias y análisis de la factibilidad de la propuesta. Revisión de las conclusiones y recomendaciones. | Tutor: Manuel González |
| | | | | Álvarez, Carolina |
| | | | | Bellorín, Desireé |
| | | | | Carrero, Luis |
| 4.- | 26/09/2011 | Corrección final del Capítulo V. | Tutor: Manuel González | |
| | | | Álvarez, Carolina | |
| | | | Bellorín, Desireé | |
| | | | Carrero, Luis | |

Recomendaciones:

- 1.- Debe asistir la totalidad del Equipo/ Investigador a cada sesión.
- 2.- Debe anexar copia de este formato en su Proyecto Definitivo de Aplicada, debidamente llenado en computador y firmado por el tutor y cada integrante del equipo/investigador según hayan ocurrido los encuentros.
- 3.- Para la validación del Capítulo se requiere de tres (03) encuentros como mínimo.
- 4.- Revisar periódicamente la Fuente de Información Bibliográfica.
- 5.- Debe guardar muy bien el original de este formato, ya que forma parte de su Trabajo de Grado.

ÍNDICE GENERAL

| | Pág. |
|---|------|
| Dedicatoria | V |
| Agradecimiento | VIII |
| Resumen | XI |
| Carta de Postulación Tutorial | XIII |
| Control de Etapas del Trabajo de Grado | XIV |
| Índice de Cuadros | XXI |
| Índice de Gráficos | XXIV |
| Introducción | 26 |
| | |
| CAPÍTULO I | |
| EL PROBLEMA | |
| Planteamiento del Problema | 28 |
| Formulación del Problema | 33 |
| Objetivos de la Investigación | 33 |
| Objetivo General | 33 |
| Objetivo Específico | 33 |
| Justificación e Importancia de la Investigación | 34 |
| | |
| CAPÍTULO II | |
| MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL | |
| Antecedentes | 37 |
| Bases Teóricas | 40 |
| Definición de Términos Básicos | 47 |

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

| | |
|---|----|
| Tipo de Investigación | 49 |
| Diseño de la Investigación | 49 |
| Unidades de Estudios | 52 |
| Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos | 54 |
| Procesamiento de Datos | 56 |

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

| | |
|--------------------------------|----|
| Presentación de los Resultados | 59 |
|--------------------------------|----|

CAPÍTULO V

PROPUESTA

| | |
|-----------------------------|-----|
| Descripción de la Propuesta | 96 |
| Conclusiones | 102 |
| Recomendaciones | 104 |
| Referencias Bibliográficas | 105 |
| Anexos | 107 |

ÍNDICE DE CUADROS/ TABLAS

| CUADRO No. | Pág. |
|---|-------------|
| 1. Trabajadores por Departamento | 53 |
| 2. Cuadro Técnico Metodológico | 58 |
| 3. Matriz DOFA | 90 |
| 4. Matriz de Selección de Estrategia | 93 |
| 5. Establecimiento de pesos de los criterios de selección | 94 |
| 6. Matriz de selección de estrategia para escenario. | 94 |
| | |
| TABLA N° | |
| 1. Tabulación y análisis de la pregunta N° 1. | 60 |
| 2. Tabulación de la pregunta N° 1. | 60 |
| 3. Tabulación y análisis de la pregunta N° 2. | 61 |
| 4. Tabulación de la pregunta N° 2. | 61 |
| 5. Tabulación y análisis de la pregunta N° 3. | 62 |
| 6. Tabulación de la pregunta N° 3. | 62 |
| 7. Tabulación y análisis de la pregunta N° 4. | 63 |
| 8. Tabulación de la pregunta N° 4. | 63 |
| 9. Tabulación y análisis de la pregunta N° 5. | 64 |
| 10. Tabulación de la pregunta N° 5. | 64 |
| 11. Tabulación y análisis de la pregunta N° 6. | 65 |
| 12. Tabulación de la pregunta N° 6. | 65 |
| 13. Tabulación y análisis de la pregunta N° 7. | 66 |
| 14. Tabulación de la pregunta N° 7. | 66 |
| 15. Tabulación y análisis de la pregunta N° 8. | 67 |
| 16. Tabulación de la pregunta N° 8. | 67 |

| | |
|---|----|
| 17. Tabulación y análisis de la pregunta N° 9. | 68 |
| 18. Tabulación de la pregunta N° 9. | 68 |
| 19. Tabulación y análisis de la pregunta N° 10. | 69 |
| 20. Tabulación de la pregunta N° 10. | 69 |
| 21. Tabulación y análisis de la pregunta N° 11. | 70 |
| 22. Tabulación de la pregunta N° 11. | 70 |
| 23. Tabulación y análisis de la pregunta N° 12. | 71 |
| 24. Tabulación de la pregunta N° 12. | 71 |
| 25. Tabulación y análisis de la pregunta N° 13. | 72 |
| 26. Tabulación de la pregunta N° 13 | 72 |
| 27. Tabulación y análisis de la pregunta N° 14. | 73 |
| 28. Tabulación de la pregunta N° 14. | 73 |
| 29. Tabulación y análisis de la pregunta N° 15. | 74 |
| 30. Tabulación de la pregunta N° 15. | 74 |
| 31. Tabulación y análisis de la pregunta N° 16. | 75 |
| 32. Tabulación de la pregunta N° 16. | 75 |
| 33. Tabulación y análisis de la pregunta N° 17. | 76 |
| 34. Tabulación de la pregunta N° 17. | 76 |
| 35. Tabulación y análisis de la pregunta N° 18. | 77 |
| 36. Tabulación de la pregunta N° 18. | 77 |
| 37. Tabulación y análisis de la pregunta N° 19. | 78 |
| 38. Tabulación de la pregunta N° 19. | 78 |
| 39. Tabulación y análisis de la pregunta N° 20. | 79 |
| 40. Tabulación de la pregunta N° 20. | 79 |
| 41. Tabulación y análisis de la pregunta N° 21. | 80 |
| 42. Tabulación de la pregunta N° 21. | 80 |
| 43. Tabulación y análisis de la pregunta N° 22. | 81 |
| 44. Tabulación de la pregunta N° 22. | 81 |

| | |
|---|----|
| 45. Tabulación y análisis de la pregunta N° 23. | 82 |
| 46. Tabulación de la pregunta N° 23. | 82 |
| 47. Tabulación y análisis de la pregunta N° 24. | 83 |
| 48. Tabulación de la pregunta N° 24. | 83 |
| 49. Tabulación y análisis de la pregunta N° 25. | 84 |
| 50. Tabulación de la pregunta N° 25. | 84 |
| 51. Tabulación y análisis de la pregunta N° 26. | 85 |
| 52. Tabulación de la pregunta N° 26. | 85 |
| 53. Tabulación y análisis de la pregunta N° 27. | 86 |
| 54. Tabulación de la pregunta N° 27. | 86 |
| 55. Tabulación y análisis de la pregunta N° 28. | 87 |
| 56. Tabulación de la pregunta N° 28. | 87 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS/ FIGURAS

| GRÁFICO No. | Pág. |
|------------------------------------|-------------|
| 1. Análisis de la pregunta N° 1. | 60 |
| 2. Análisis de la pregunta N° 2. | 61 |
| 3. Análisis de la pregunta N° 3. | 62 |
| 4. Análisis de la pregunta N° 4. | 63 |
| 5. Análisis de la pregunta N° 5. | 64 |
| 6. Análisis de la pregunta N° 6. | 65 |
| 7. Análisis de la pregunta N° 7. | 66 |
| 8. Análisis de la pregunta N° 8. | 67 |
| 9. Análisis de la pregunta N° 9. | 68 |
| 10. Análisis de la pregunta N° 10. | 69 |
| 11. Análisis de la pregunta N° 11. | 70 |
| 12. Análisis de la pregunta N° 12. | 71 |
| 13. Análisis de la pregunta N° 13. | 72 |
| 14. Análisis de la pregunta N° 14. | 73 |
| 15. Análisis de la pregunta N° 15. | 74 |
| 16. Análisis de la pregunta N° 16. | 75 |
| 17. Análisis de la pregunta N° 17. | 76 |
| 18. Análisis de la pregunta N° 18. | 77 |
| 19. Análisis de la pregunta N° 19. | 78 |
| 20. Análisis de la pregunta N° 20. | 79 |
| 21. Análisis de la pregunta N° 21. | 80 |
| 22. Análisis de la pregunta N° 22. | 81 |
| 23. Análisis de la pregunta N° 23. | 82 |
| 24. Análisis de la pregunta N° 24. | 83 |

| | |
|------------------------------------|----|
| 25. Análisis de la pregunta N° 25. | 84 |
| 26. Análisis de la pregunta N° 26. | 85 |
| 27. Análisis de la pregunta N° 27. | 86 |
| 28. Análisis de la pregunta N° 28. | 87 |

INTRODUCCIÓN

Es importante que en todas las organizaciones exista un lenguaje de comunicación único que permita que los miembros de la misma puedan entender su papel como sujetos sociales y participativos del entorno en el que se desarrollan.

A partir de esto, el objetivo del presente trabajo de grado está en proponer una solución pensada y articulada desde la comunicación, que permita que los miembros de una organización, en este caso la Fundación Tecnológica de Seguridad Integral (FUNSEIN), se apropien y entiendan su papel como beneficiarios e integrantes activos de los diferentes planes, programas y actividades que propone dicha entidad. De la misma manera, se plantea la posibilidad de proponer estrategias innovadoras que surgen del estudio e investigación de las necesidades puntuales de la organización y en la que los empleados estén involucrados de manera positiva, a partir de la generación de fuentes o recursos de información formales que les permitan orientar su desempeño hacia la motivación y la acción.

Es importante entonces, entender que la comunicación es indispensable para todas las organizaciones y que es a partir de las labores y actividades de sus miembros como se proyecta mejor la imagen corporativa tanto a nivel interno como a nivel externo. Unido a esto, el buen manejo de la información, junto con otras estrategias de comunicación, que se vinculan como factores que aportan valor estratégico a las organizaciones son el foco fundamental de desarrollo y aplicación de este trabajo de grado.

En este orden de ideas, este proyecto está enfocado hacia la propuesta de una estrategia comunicativa que unida y materializada en un

plan de comunicación le permitan a la Fundación Tecnológica de Seguridad Integral (FUNSEIN), generar lenguajes formales que promuevan el incremento de la participación, el conocimiento, la satisfacción, el desempeño y la motivación de los empleados mejorando así su calidad de vida laboral y personal.

Finalmente, es válido mencionar que esta iniciativa de comunicación se complementa con herramientas de medición, cuya estructura surge de las posibilidades de acceso a medios y contactos personales con el público involucrado para conocer, de manera regular y formal, sus opiniones y generar una real comunicación de doble vía entre los integrantes en pro del fortalecimiento de plataformas estratégicas.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema

La comunicación, durante muchísimos años, ha significado el eje fundamental de la vida humana, durante siglos, la comunicación entre personas es el resultado de múltiples métodos de expresión. Los gestos, el desarrollo del lenguaje y la necesidad de realizar acciones conjuntas poseen un papel importante. En las últimas décadas, la reducción de los tiempos de transmisión de la información a distancia y de acceso a la misma información ha supuesto uno de los retos esenciales de nuestra sociedad, es por ello que en el presente la humanidad se mantiene en constante aprendizaje e innovación en materia de comunicación.

Según Bartoli, A (1992), el ser humano es fundamentalmente social, vive en permanente interacción con el ambiente, el cual está constituido por todo lo que lo rodea, y la forma como procesa la información del entorno es identificado como comunicación, ya que corresponde a un proceso de intercambio de valoraciones que finalmente se traduce en conductas.

Estas conductas generadas por la comunicación hacen que se pueda facilitar el crecimiento y desarrollo mundial, generando así la aparición de una de las agrupaciones sociales más importantes que son las organizaciones, las cuales no se forman accidentalmente ni espontáneamente, son creadas porque uno o más individuos perciben que la

acción coordinada de un número de personas puede lograr algo que la acción individual no lo permite.

Las organizaciones constituyen "la coordinación planificada de las actividades de un grupo de personas para procurar el logro de un objetivo o propósito común, a través de la división del trabajo y funciones, y a través de una jerarquía de autoridad y responsabilidad" (Schein, 1995: 152).

Toda organización social tiene su propia cultura que la identifica, la caracteriza, la diferencia y le da imagen. Es importante conocer, expandir y consolidar la cultura de una empresa ya que ésta integra los comportamientos hacia metas comunes, constituye una guía en la realización de actividades, elaboración de normas y políticas para establecer directrices, en fin, la cultura encauza el funcionamiento global de la estructura señalando las prioridades y preferencias globales que orientan los actos de la organización. En tal sentido, es de suma importancia abordar el estudio de un medio imprescindible para dar a conocer, expandir y consolidar esa cultura propia de cada empresa. Ese medio, es la Comunicación Organizacional.

La comunicación es uno de los factores fundamentales en el funcionamiento de las organizaciones sociales, es una herramienta, un elemento clave en la organización y juega un papel primordial en el mantenimiento de la institución, su actividad es posible gracias al intercambio de información entre los distintos niveles y posiciones del medio; entre los miembros se establecen patrones típicos de comportamiento comunicacional en función de variables sociales; ello supone que cada persona realiza un rol comunicativo específico.

En la comunicación corporativa el comunicólogo forma la totalidad del mensaje organizativo y de esta manera se define la imagen e identidad corporativa, como el medio que conduce a la mejora de la relación empresarial. (García & Urrea 1997: 187).

Para lograr lo anterior se requiere conocer la estructura esencial de los medios y sistemas de comunicación que existan en la empresa, como boletines, periódicos, revistas, ya sean internos o externos para que sean empleados de manera adecuada, así como el comprender la importancia de la comunicación de la empresa. Una vez identificados los medios que se utilizan en la empresa para que exista una comunicación adecuada, se debe trabajar en ellos para la elaboración de su diseño y contenido. La finalidad de desarrollar la comunicación corporativa en una empresa es que se valore la comunicación como una herramienta necesaria para mejorar su imagen e identidad.

Para iniciar cualquier proyecto de comunicación en una organización es importante desarrollar una labor de investigación, desde conocer su cultura organizacional hasta sus productos y/o servicio que la empresa ofrece a sus clientes, de esta manera serán los usos adecuados de la estrategia de comunicación que se utilice en ella, para el reforzamiento de su identidad e imagen corporativa.

Por ello, es importante que las empresas se mantengan actualizadas pues diariamente existen más empresas, por lo tanto; es mayor la competencia y la necesidad de que exista una mejor comunicación para con su público interno y externo.

Los mensajes que se intercambian en la organización, pueden transmitirse a través de canales interpersonales o de medios de comunicación como memoranda, circulares, boletines o revistas, tableros de avisos y manuales, así como programas audiovisuales, circuitos internos de televisión, sistemas computarizados, sonido ambiental o también se pueden hacer uso de los medios de comunicación masiva, para de esta manera poder llegar a numerosos públicos externos. (Fernández Collado, 1998: 46).

Existen muchos medios de comunicación por los que una empresa puede mantener comunicación con sus empleados, dando como resultado una mejor relación entre ambos, este se ve reflejado no solo dentro de la empresa sino también al exterior. Esta es una manera de que la empresa mantenga tanto su identidad como su imagen ante su público interno y externo.

En la empresa de estudio, Fundación Tecnológica de Seguridad Integral (FUNSEIN, S.A.), ubicada en la Zona Industrial Municipal Norte, Condominio Industrial Jiménez Márquez, calle 92 Local Nro. 10. Valencia-Edo. Carabobo, la gran mayoría de los empleados y la alta gerencia observaron deficiencia en la comunicación, la cual, representa un factor clave para la evolución y buen funcionamiento de la organización en el mercado, ya que ésta, es el medio que debería utilizar la empresa para desarrollar un excelente ambiente de trabajo la cual es un elemento de diferenciación y posicionamiento, y de esta manera hacerle frente a la competencia que se incrementa cada vez más en el mercado. En base a la perspectiva que tiene la empresa, sobre aspectos de la comunicación corporativa, se pudo observar deficiencias que comprenden los siguientes puntos: Utilizan todos los medios de comunicación internos necesarios, pero muchos de los

integrantes de esta empresa, no están al tanto de los beneficios que el buen uso de los mismos puede traer a la organización, lo que hace pensar que estos medios de comunicación son conocidos por ciertos sectores (o grupos).

Por otra parte, la organización tiene el interés de mejorar el sistema de comunicación interno, porque reconoce que debe iniciar un proceso que fortalezca la cultura de la misma, en cuanto a la identidad con la empresa, la preocupación de los integrantes en reducir los costos para aumentar los beneficios, etc. Esto debido a que la alta gerencia y los empleados comentan la incomodidad en el atraso de los trabajos y pérdida de horas hombre, útiles y necesarias que aumentan el costo y se transforman en pérdidas para la organización.

Aun cuando la comunicación actual de la empresa está compuesta por una variedad de medios y servicios de comunicación, es importante señalar que posee fallas en cuanto a la organización y/o coordinación de los mismos. Estas fallas serán estudiadas y revisadas a través de la elaboración de esta investigación para verificar la efectividad de la comunicación laboral de todos los trabajadores que integran el equipo de trabajo de FUNSEIN, S.A.

Este estudio se realizará principalmente porque se observó en la empresa que el sistema de comunicación es poco efectivo, aún cuando el mismo los ha ayudado a laborar por mucho tiempo, debido a que la empresa pudiera mejorar dicho sistema y así evitar errores y fallas. Sería beneficioso para la organización, en materia de rendimiento, efectividad y muy internamente en el incremento de los beneficios lo que da origen a un incremento en sus ingresos.

Formulación del Problema

Con lo anteriormente mencionado se formula la siguiente interrogante:
¿Cuál será la efectividad las técnicas de comunicación dentro de la empresa de nuestro caso de estudio Fundación Tecnológica de Seguridad Integral (FUNSEIN) ubicada en el Municipio Valencia?

Objetivos de la Investigación:

Objetivo General:

Proponer técnicas de comunicación que logren la optimización del proceso comunicacional, Caso: Empresa Fundación Tecnológica de Seguridad Integral FUNSEIN ubicada en el Municipio Valencia, Estado Carabobo.

Objetivos Específicos:

- Diagnosticar la situación actual de la comunicación que se utiliza en la empresa Fundación Tecnológica de Seguridad Integral (FUNSEIN).
- Establecer las variables deseables o no que afectan los canales de comunicación, a nivel interno y externo.
- Diseñar estrategias que logren optimizar el proceso comunicacional de la empresa Fundación Tecnológica de Seguridad Integral (FUNSEIN).

Justificación del Problema

En la actualidad con el surgimiento de numerosas organizaciones se ha ido desarrollando un mercado competitivo que ha llevado a la mayoría de las empresas a mejorar su relación comunicativa entre los miembros de la misma, haciendo uso de estrategias o canales de comunicación, con el propósito de mantener actualizados a sus empleados respecto a los cambios que se realicen en la empresa.

Un dato importante a tener en cuenta, es que la empresa debe velar porque exista entre la comunicación interna y externa, una sinergia y coherencia común, ya que las personas que componen la empresa, también son clientes de ella. Su opinión se forma con lo que observan dentro en la comunicación interna y lo que perciben del entorno a través de la comunicación externa de su empresa. El objetivo que persigue la comunicación empresarial tanto interna como externa, es conseguir una imagen positiva y un clima adecuado para que se conozca su filosofía, los productos que fabrica o servicios que ofrece, así como los objetivos empresariales que persigue.

Todas las empresas tienen diferentes necesidades de comunicación, pero es esencial que exista una evaluación y selección en los mensajes y medios que se vayan utilizar hacia su público, tomando en cuenta el perfil de la organización.

Actualmente, la comunicación se ha convertido en uno de los ejes centrales de las empresas, ya que por medio de ella existe una mejor

relación comunicativa entre empleados y esto se refleja en el trato con los clientes. Se considera importante que las empresas se mantengan actualizadas pues diariamente existe más competencia y la necesidad de una mejor comunicación para su público interno y externo. Por ello es importante el uso de herramientas de comunicación organizacional, por ejemplo la “comunicación corporativa”.

En la comunicación corporativa el comunicólogo forma la totalidad del mensaje organizativo y de esta manera se define la imagen e identidad corporativa, como el medio que conduce a la mejora de la relación empresarial. Para lograr lo anterior se requiere conocer la estructura esencial de los medios y sistemas de comunicación que existan en la empresa, como boletines, periódicos y/o revistas, ya sean internos o externos para que sean empleados de manera adecuada, así como comprender la importancia de la comunicación en la empresa. Una vez identificados los medios que se utilizan en la empresa para que exista una comunicación adecuada, se debe trabajar en ellos para la elaboración de su diseño y contenido.

La finalidad de desarrollar la comunicación corporativa en una empresa es que se valore la comunicación como una herramienta necesaria para mejorar su imagen e identidad. Para iniciar cualquier proyecto de comunicación en una organización es importante desarrollar una labor de investigación, desde conocer su cultura organizacional hasta sus productos o servicio que la empresa ofrece a sus clientes, de esta manera serán los usos adecuados de la estrategia de comunicación que se utilice en ella, para el reforzamiento de su identidad e imagen corporativa.

Por ello es importante que las empresas se mantengan actualizadas pues los mensajes que se intercambian en la organización, pueden transmitirse a través de canales interpersonales o de medios de comunicación como memorandos, circulares, boletines o revistas, tableros de avisos y manuales, así como programas audiovisuales, circuitos internos de televisión, sistemas computarizados, sonido ambiental o también se pueden hacer uso de los medios de comunicación masiva, para de esta manera poder llegar a numerosos públicos externos. (Fernández Collado, 1998).

Existen muchos medios de comunicación por los que una empresa puede mantener comunicación con sus empleados, dando como resultado una mejor relación entre ambos, este se ve reflejado no sólo dentro de la empresa sino también al exterior. Esta es una manera de que la empresa mantenga tanto su identidad como su imagen ante su público interno y externo.

En la práctica la comunicación, toma muchas formas en las organizaciones como “relaciones públicas y publicidad”, son los términos más antiguos utilizados para denominar formas particulares o específicas de comunicación, sin embargo aún se siguen utilizando con frecuencia.

En el ámbito académico, la presente investigación igualmente contribuirá con esta casa de estudios, dado que servirá de apoyo para nuevos estudios que guardan relación con la comunicación estratégica. Además, servirá de punto de partida para siguientes investigaciones y promover intereses a fines a los estudiantes de Ciencias Económicas y Sociales.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

Antecedentes de la Investigación.

En 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 misma investigación. Se procedió a la búsqueda de información existente sobre técnicas de comunicación dentro de las organizaciones y los resultados obtenidos fueron los siguientes:

Freites, Hernández y Ortecho (2009), realizaron un trabajo de grado presentado en la Universidad de Carabobo: **“Análisis de la comunicación interpersonal existente entre los departamentos de recursos humanos y producción de la empresa C.A. Tabacalera Nacional”**; para optar al título de Licenciado en Administración Comercial. Esta investigación fue de carácter cuantitativo, de naturaleza descriptiva. El propósito fundamental de esta investigación fue analizar si la comunicación interpersonal existente entre los departamentos de Recursos Humanos y Producción en la empresa C.A. Tabacalera Nacional se desarrolla de manera correcta y si su proceso es utilizado en forma oportuna y eficaz y establecer posibles recomendaciones a partir de los resultados obtenidos, para mejorar el desenvolvimiento de dicho proceso en la organización.

Los autores de esta investigación utilizaron como método de recolección de datos la encuesta, y como instrumento un cuestionario de 37 ítems, la población objetivo de estudios fue finita. De esta manera luego de el análisis se evidenció que la comunicación existente surge de manera oportuna, concluyendo así, que el personal de la empresa al momento de transmitir las ideas lo hacen de forma clara y precisa, además la organización cuenta con medios de comunicación tales como carteleras informativas, correo electrónico, entre otros, que permiten que la información se transmita con regularidad.

Por otro lado, es importante señalar que la comunicación presenta una debilidad en sus juntas de personal, debido a la poca retroalimentación que se genera.

Cabe destacar lo significativo que resulta la comunicación interpersonal en las organizaciones y el impacto que genera la misma para alcanzar las metas establecidas, por ello es importante ahondar en el tema de comunicación como un factor principal tanto en las organizaciones como en la vida cotidiana de todos los seres humanos.

De dicho trabajo se tomo como referencia la observación y análisis de la correcta comunicación entre todos los departamentos de la empresa y el establecimiento de recomendaciones para seguir mejorando cada vez más la comunicación en la organización.

Guinand, Vélez, Veracierta (2008), en su trabajo de grado presentado en la Universidad de Carabobo titulado: **“Proceso de Comunicación en una**

Empresa del Sector de Manufactura del estado Carabobo”, esta fue una investigación de naturaleza descriptiva de campo, con una revisión documental, la cual tuvo como propósito analizar el proceso de comunicación en una empresa del sector de manufactura del Estado Carabobo, siendo la comunicación un tema importante para el desarrollo de actividades diarias dentro de una organización. La problemática identificada fue la falta de comunicación efectiva que acarrea inconvenientes en el desarrollo del proceso productivo de la empresa y de esta manera no se lograban los objetivos y metas planteadas. En los resultados obtenidos se noto que existen marcadas diferencias en el proceso de comunicación entre el personal administrativo y obrero, pero al ser comparados con los objetivos planteados se demostró que el proceso se da de una manera eficiente pero no eficaz. Finalmente se dieron unas recomendaciones dejando abierta la posibilidad de hacer otros estudios para determinar las causas de las problemáticas que presenta la empresa.

En el desarrollo de este trabajo se consideró principalmente la identificación de los inconvenientes que acarrea la falta de comunicación entre todos los departamentos y trabajadores de la empresa, lo que conlleva al incumplimiento de los objetivos planteados.

Fontaine, (2007), el trabajo de grado para optar al título de Licenciada en Relaciones Industriales, titulado **“La comunicación como elemento clave de la gestión organizacional. Caso: Dirección de Relaciones Interinstitucionales de la Universidad de Carabobo”**. Esta investigación tipo descriptiva planteó como objetivo general promover una cultura organizacional caracterizada por trabajo en equipo con apoyo en la comunicación ascendente, descendente y/o lateral. Dicho trabajo presenta

una estrecha vinculación con el proyecto de investigación que se está llevando a cabo, ya que la misma trata de mejorar la efectividad de las técnicas de comunicación entre los individuos del grupo de estudio fomentando así el trabajo en equipo.

Para la recolección de datos de esta investigación tipo descriptiva se utilizó un cuestionario simple, arrojando unos resultados que permitieron a la autora concluir que existen algunas áreas deficientes en la comunicación especialmente las referidas a las redes comunicacionales cuando una gran mayoría de los empleados destacan que la información es transmitida mayormente a través de rumores afectando el desempeño y cumplimiento de las tareas. La recomendación de la autora en este caso de estudio es aprovechar la red de comunicación informal existente para emitir y hacer fluir mensajes positivos alineados a las metas organizacionales; destacando así que para lograrlas es necesario el trabajo en equipo y emitir el mensaje correcto a través de una comunicación efectiva.

Bases Teóricas.

Comunicación

La comunicación constituye un elemento fundamental en el funcionamiento de la sociedad, debido a que se da con el fin de transmitir ideas y sentimientos, aumentar la comprensión y promover el entendimiento entre los individuos. Sin embargo, la comunicación está estrechamente ligada al referente cultural de la persona. La comunicación es un proceso y como tal, envuelve acción y reacción. Al recibir estímulos, el individuo debe

tener la capacidad de relacionar lo que está comunicando con lo que conoce y es esta relación la que permite enriquecer el contenido de la comunicación.

La comunicación es el proceso que se da entre una o más personas para enviar o recibir información con alguna consecuencia. En dicho proceso se intercambian ideas, pensamientos y emociones. Según lo planteado por Robbins (2004:284), “la comunicación debe abarcar la transferencia y comprensión de significados”. Cualquier idea por buena que sea, es inútil hasta que se transmite y los demás la comprenden.

Efectividad

www.definicionabc.com, Cuando se habla de efectividad, se está haciendo referencia a la capacidad o habilidad que puede demostrar una persona, un animal, una máquina, un dispositivo o cualquier elemento para obtener determinado resultado a partir de una acción. Con esto se pretende evidenciar que la información o mensaje sea transmitido.

Eficacia

www.definicionabc.com, La eficacia tiene que ver con optimizar todos los procedimientos para obtener los mejores y más esperados resultados. Por lo general, la eficacia supone un proceso de organización, planificación y proyección que tendrá como objetivo que aquellos resultados establecidos puedan ser alcanzados. Con esto se pretende que no solo se transmita la información sino que también llegue de forma correcta.

Tipos de Comunicación

Según Robbins (2004), existen diversas formas para transmitir ideas y mensajes para intercambiar información entre los miembros de un grupo, existen tres métodos básicos: comunicación oral, escrita y no verbal.

- La comunicación oral, es el principal medio de transmitir mensajes. Es aquella que se realiza por medio de la voz, de persona a persona. Discursos, charlas, discusiones en grupo y sistemas informales de rumores, son formal populares de comunicación oral.
- La comunicación escrita es aquella que se reduce al envío de documentos; memorandos, cartas, correo electrónico, transmisiones de fax, publicación de las organizaciones, noticias publicadas en los tableros de avisos y cualquier otro medio de transmitir por escrito palabras o símbolos.
- La comunicación no verbal es aquella que emplea otros medios que no sean la voz, como gestos, movimientos corporales, expresiones faciales, signos, entre otros.

Direcciones de la comunicación

Según Robbins (2004), La comunicación puede fluir en sentido vertical u horizontal. El sentido vertical además puede tener dos direcciones, ascendente y descendente.

La comunicación descendente pasa de un nivel, de un grupo u organización a un nivel inferior. En las organizaciones, gerentes y empleados se comunican de esta manera para asignar metas, dar instrucciones de trabajo, informar de políticas y procedimientos, señalar problemas que requieren atención y ofrecer retroalimentación sobre el desempeño.

La comunicación ascendente se dirige a un nivel superior en el grupo u organización; sirve para dar retroalimentación a los superiores, informarles del progreso hacia las metas y dar a conocer problemas actuales. Este tipo de comunicación mantiene a la gerencia al tanto de las opiniones que tienen los empleados sobre su trabajo, compañeros y organización en general.

La comunicación horizontal es aquella que tiene lugar entre los integrantes del mismo grupo de trabajo, entre miembros de grupos del mismo nivel o mismo rango.

Funciones aptas para la comunicación efectiva

Las funciones que se consideran aptas para que la comunicación se cumpla con éxito en una empresa, son: la función de producción, e innovación.

En la función de producción, la información que se maneja, va dirigida hacia la producción de los empleados, por medio de esta se les comunica como deben realizar su trabajo, incluyendo actividades como de capacitación, orientación, resolución de problemas, establecimientos de objetivos, sugerencia e ideas que mejoren la producción que se genere.

Esta función abarca cualquier actividad de comunicación relacionada con la realización del trabajo en la organización.

En el caso de la función de innovación, siempre que escuchamos dicha palabra la relacionamos con algo nuevo que causara cierto impacto en la sociedad. Sin embargo, no necesariamente tiene que ser objetivamente nuevas, pero sí que cause reacciones favorables lo cual es muy importante.

En las dos funciones es muy importante el personal de la compañía, así como hacerle llegar adecuadamente la información. Sin embargo, también es importante su público externo, de quien depende en un gran porcentaje cualquier organismo.

Comunicación efectiva

Según el concepto de efectividad, se puede considerar que una comunicación es efectiva cuando existe coherencia entre el lenguaje corporal y verbal, de acuerdo al momento, las palabras y la aptitud adecuada. Cuando el mensaje que se desea comunicar llega sin distorsión a su destino y/o es comprendido por el individuo o grupo apropiado y seguidamente se produce el cambio de conducta esperado puede decirse que la comunicación es efectiva.

Para comunicar con eficacia es imprescindible comprender que todos los seres humanos son diferentes en cuanto a su forma de percibir el mundo, y utilizar esa comprensión como guía en la comunicación con los demás. En ese sentido, la comunicación efectiva representa una habilidad para

transmitir ideas, sentimientos, creencias, y opciones propias con honestidad, auto respeto y oportunidad y simultáneamente respetando al resto del grupo.

Técnicas de comunicación.

Cara a Cara

Adler y Elmhorst (2005), Este medio de comunicación se presenta de diferentes modos, ya sea produciéndose en forma programada o en un momento dado, por medio de dos o más grupos de personas, con el fin de transmitir uno o más mensajes y que el receptor pueda interpretar la información de manera adecuada. Por otro lado, es importante señalar las diferentes ventajas que presenta la comunicación cara a cara entre las cuales se encuentra la retroalimentación, ya que permite plantear soluciones inmediatas en momentos de confusión, ante uno o más oyentes.

Teléfono y Correo de Voz

Adler y Elmhorst (2005), Permite establecer una comunicación no visual, entre un emisor y un receptor para transmitir una información, la cual puede ser comprendida de manera adecuada o puede escasear la retroalimentación al momento de interpretar el mensaje.

Por otro lado se encuentra el correo de voz, el cual es un medio de comunicación que se ha dado a través de la tecnología, permitiendo transmitir un mensaje en tiempo real, tomando en cuenta que este puede ser interpretado o no de manera adecuada; sin embargo pueden evitarse las

distorsiones entre un individuo u otro, ya que no se está dando la comunicación cara a cara.

Teleconferencias

Adler y Elmhorst (2005), indican que “Los promotores de las teleconferencias aseguran que, después de las juntas en personas, estas son las mejores alternativas. Esta tecnología permite que participantes que se encuentran en dos o más lugares se vean y hablen entre sí”.

Correo Electrónico

Adler y Elmhorst (2005), Esta herramienta de comunicación permite transmitir información por Internet a través de una computadora; considerando además beneficios como: La rapidez en que puede llegar el mensaje a la persona receptora, el costo estimado como un valor relevante si la empresa en lugar de enviar correos electrónicos tuviera que imprimir o reproducir cartas o folletos. Sin embargo también se deben considerar las desventajas que genera este medio de comunicación, ya que muchas veces estos mensajes se encuentran muy cargados de información, el contenido no es el adecuado, entre otros, lo que produce malos entendidos y no se lleve a cabo una buena interpretación de la comunicación.

Cartelera Informativa

Adler y Elmhorst (2005), Es un medio ideal para dar a conocer campañas de la entidad (comercia, administrativa, financiera, sociales,

culturales, etc.) y para estimular actitudes en los equipos de trabajo hacia metas generales de la organización.

Juntas de Personal

Adler y Elmhorst (2005), Son técnicas que se utilizan para elaborar planes, diseñar estrategias, evaluar desempeños, fomentar la participación de los empleados, etc., sin embargo muchas veces resultan poco efectivas por que resultan aburridas y no son tomadas con esa seriedad que merecen. Por lo tanto se deben tomar medidas adecuadas para que los empleados puedan entender que su participación contribuye al desarrollo de ideas y planes de acción para una división, un departamento o toda la empresa.

Definición de Términos Básicos.

Actitud: Predisposición de la persona a responder de una manera determinada frente a un estímulo, tras evaluarlo positiva o negativamente.

Comportamiento: Se refiere a acciones de las personas, un objetivo u organismo, usualmente en relación con su entorno o mundo de estímulos.

Comunicación: Es un proceso de transmitir ideas o bien símbolos, que tiene el mismo significado para dos o más sujetos los cuales intervienen en una interacción.

Comunicación no verbal: Transmisión de información que recurre a medios que no son el lenguaje en su forma hablada, escrita, o de algún otro modo codificada.

Equipo: Conjunto de personas asignadas o auto asignadas, de acuerdo a habilidades y competencias específicas para cumplir una determinada meta.

Grupo: Conjunto de dos a más personas que comparten normas y cuyos papeles sociales están estrechamente interrelacionados.

Observación: Es una actividad realizada por un ser vivo, que detecta y asimila el conocimiento de un fenómeno, o el registro de los datos utilizando instrumentos.

Trabajo en Equipo: Número reducido de personas con capacidades complementarias, comprometidas con un propósito, un objeto de trabajo y un planeamiento comunes y con responsabilidad mutua compartida.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

El marco metodológico está referido al momento que alude al conjunto de procedimientos lógicos y operacionales implícitos en el proceso de investigación. En otras palabras, el fin esencial del marco metodológico es el situado a través de un lenguaje claro y sencillo, los métodos e instrumentos que se emplean así como el tipo y diseño de la investigación.

De acuerdo a lo que afirma Hurtado J, (2000: 75), "La metodología es el área del conocimiento que estudia los métodos generales de las disciplinas científicas. La metodología incluye los métodos, las técnicas, las estrategias y los procedimientos que utilizara el investigador para lograr los objetivos".

Diseño y Tipo de Investigación

El diseño de la investigación consiste en realizar un plan que permita relacionar la realidad con las teorías existentes y dar respuesta a las interrogantes de la investigación; así mismo este plan debe considerar los procedimientos, técnicas e instrumentos para la recolección de información y de esta manera alcanzar el logro de los objetivos propuestos.

Partiendo de las características del estudio, los objetivos planteados y el proceso de investigación, se desarrolló el presente proyecto de investigación aplicada a la Administración Comercial se adaptará a la

modalidad de investigación de campo, apoyada en una investigación de tipo descriptivo, con información bibliográfica y documental, ya que nos permitirá identificar, describir e interpretar las características del problema en las situaciones estudiadas, en esta investigación se describirá la problemática presentada en el proceso de comunicación de los trabajadores de la empresa.

Es de tipo descriptiva ya que utilizan distintos tipos métodos de análisis para determinar las características propias del problema o la situación que se presenta en relación con el estudio.

Es de Campo porque se requiere la observación directa de todos los procesos de la empresa caso estudio que se encuentran relacionados o soportados sobre técnicas de comunicación, además de requerir encuestas a cada una de las personas involucradas en el mismo.

Según Sabino (1992:82), “La investigación es la que se refiere a los métodos a emplear cuando los datos de interés se recogen en forma directa de la realidad, mediante el carácter concreto del investigador y su equipo”.

En este orden de ideas, Méndez (2001:137), señala que “el estudio descriptivo identifica características del universo de investigación, señala formas de conducta y actitudes del universo investigado, establece comportamientos concretos, descubre y concuerda las asociaciones entre variables de investigación”.

Tamayo y Tamayo (1997:54), señala que: “Una investigación descriptiva trabaja sobre realidades de hechos y su característica fundamental es la de presentarnos una interpretación correcta”.

En este sentido, Hernández, Fernández y Baptista, (2003:184), define: El término “diseño” se refiere al plan o estrategia concedida para obtener la información que se desea. El diseño señala al investigador lo que debe hacer para alcanzar sus objetivos de estudio y para contestar las interrogantes de conocimiento que se ha planteado.

De esta forma, para el estudio que se realiza en esta investigación se utilizara el diseño no experimental ya que no se manipularan las variables para la recolección de información no necesaria, sino que se observara la situación de la empresa tal y como se desarrolla en su ambiente natural.

Hurtado y Toro (2001:87), señala que los diseños no experimentales “son aquellos en los cuales el investigador no ejerce control ni manipulación alguna sobre las variables en estudio”.

En este tipo de proyecto se emplean también datos secundarios, sobre todo los provenientes de fuentes bibliográficas, a partir de los cuales ya se elaboró el marco teórico. No obstante los datos primarios obtenidos a través del diseño de campo, los esenciales para el logro de los objetivos y la solución del problema planteado. Este diseño, al igual que el documental, se podría realizar a nivel exploratorio, descriptivo y explicativo, además, de acuerdo con Ramírez (1999), expresa que: “Puede ser extensiva, cuando se realiza en muestras y en poblaciones enteras (censos); e intensiva cuando

se concentra en casos particulares, sin la posibilidad de generalizar los resultados”.

Unidades de Estudio

Tamayo y Tamayo (2000: 114), conceptualiza la población como: "Es 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".

Por consiguiente, el conjunto poblacional de la presente investigación está constituida por el número de personas integrantes de la Fundación de la Zona Industrial Municipal Norte es igual a treinta y cuatro (34) empleados. Con respecto a la muestra, cabe destacar que es una parte de la población. Michelena (2000: 05), señala: “La muestra es el subconjunto de ese universo, presupone que ésta debe poseer las características del conjunto, por lo tanto su importancia radica en que la escogencia sea representativa”.

La muestra será igual a la población, ya que la misma está integrada por un número de personas que nos permite manejar el diagnóstico de manera más significativa. Es importante destacar que no fue necesario aplicar fórmula para el cálculo de la muestra, ya que la misma es igual a la población; por lo tanto, se tomaron todos los elementos de la población.

Cuadro 1.
Trabajadores por Departamentos

| DEPARTAMENTO | CANTIDAD | Totales |
|--|----------|----------|
| Gerencia General | | 3 |
| Gerente | 1 | |
| Secretaria | 1 | |
| Chofer | 1 | |
| Gerencia Certificación y Control de calidad | | 3 |
| Gerente | 1 | |
| Analista del Sistema de Certificación | 1 | |
| Analista del Sistema de Calidad | 1 | |
| Servicio de Seguridad y Salud en el Trabajo | | 7 |
| Coordinador de Seguridad Integral | 1 | |
| Analista de riesgo | 2 | |
| Encargado de Mantenimiento | 3 | |
| Enfermera | 1 | |
| Jefatura de Personal | | 3 |
| Jefe de Personal | 1 | |
| Asistente de Personal | 1 | |
| Recepcionista | 1 | |
| Gerencia de Administración | | 5 |
| Gerente | 1 | |
| Asistente administrativo | 1 | |
| Mensajero | 1 | |
| Auxiliar Contable | 1 | |
| Analista de sistema | 1 | |
| Gerencia Técnica | | 9 |
| Gerente | 1 | |
| Secretaria | 1 | |
| Coordinador de Asistencia Técnica | 1 | |
| Analista de Riesgo Físico | 2 | |
| Coordinador de Laboratorio | 1 | |
| Analista de Laboratorio (Físicoquímico) | 1 | |
| Analista de Laboratorio (Físico- | 2 | |

| DEPARTAMENTO | CANTIDAD | Totales |
|---|----------|-----------|
| Mecánico) | | |
| Gerencia Mercadeo Promoción y Ventas | | 4 |
| Asistente de Mercadeo, Promoción y Ventas | 1 | |
| Coordinador de Promoción y Ventas | 1 | |
| Representante de Mercadeo, Promoción y Ventas | 2 | |
| | | 34 |

Autores: Álvarez, Bellorín, Carrero (2011).

Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Es importante destacar que los métodos de recolección de datos, se puede definir como los recursos del cual hace uso el investigador para el estudio de fenómenos y a través de ellos extraer información, así como también son el medio a través del cual el investigador se relaciona con los participantes para obtener la información necesaria que permita lograr los objetivos de la investigación, el instrumento sintetiza el trabajo previo de la investigación, resume los aspectos del marco teórico al seleccionar datos que comprenden a los indicadores, y por lo tanto, a las variables o conceptos utilizados, expresa todo lo que tiene el objeto de estudio y sintetiza a través de las técnicas de recolección que emplea, el diseño escogido para la investigación.

Para la investigación se requiere del uso de diversas técnicas que le permitan al investigador obtener toda la información o datos que requiere para el desarrollo del mismo. De acuerdo a lo antes señalado las técnicas utilizadas para el desarrollo del Trabajo de Investigación serán las siguientes la técnica de observación directa, la revisión documental y la encuesta.

Revisión Documental

El proyecto también es de tipo documental, ya que se necesita de documentos tales como investigaciones, tesis, manuales, etc. Sobre técnicas de comunicación y planificación estratégica.

Según Méndez, C. (2001), esta técnica consiste en la obtención de información y datos referentes al tema a tratar a través de la revisión de documentos escritos o digitalizados. Se obtendrá información acerca de todo lo referente a la comunicación. Esta revisión se podrá realizar tanto en bibliotecas como en Internet.

Observación Directa

Para este trabajo de investigación se aplicará la técnica de la observación directa ya que los investigadores podrán evidenciar y visualizar de cerca las técnicas de comunicación, debido al hecho de la carencia de una efectiva comunicación.

Según Sabino, C. (1997:134), Señala que: "La observación directa es aquella a través de la cual se puedan conocer los hechos y situaciones de la realidad social".

Encuesta

Según Serna (2001), Este método consiste en obtener información de los individuos de estudio, proporcionada por sí mismos, sobre opiniones, actitudes o sugerencias.

Instrumentos

Serna (2001), La información se obtendrá a través del cuestionario que será aplicado a los empleados de la empresa.

Cuestionario

Serna (2001), Es el método que utilizará un instrumento o formulario impreso, destinado a obtener respuestas sobre el problema en estudio y que los investigadores o los consultados llenaran por sí mismo. El cuestionario puede aplicarse a grupos o individuos estando presente el investigador o el responsable del recoger la información, o puede enviarse por correo a los destinatarios.

Técnicas de Análisis de Datos

Para el análisis de los datos obtenidos a través del cuestionario población de la empresa Fundación Tecnológica de Seguridad Integral, se utilizará la estadística descriptiva, representadas por gráficas circulares (porcentualmente); unido al análisis interpretativo por cada ítem elaborado y

finalmente las conclusiones generales. El análisis de los resultados se realizará tomando en consideración la variable establecida en la operacionalización.

Cuadro Nº 2

Cuadro Técnico Metodológico Operacionalización De Variables

| Objetivo General | Objetivos Específicos | Dimensión | Definición de Dimensión | Indicadores | Técnicas e Instrumentos | Ítems | Fuentes |
|---|---|--|---|--|---------------------------|--|-------------------------|
| Proponer técnicas de comunicación que logren la optimización del proceso comunicacional, Caso: Empresa Fundación Tecnológica de Seguridad Integral FUNSEIN ubicada en el Municipio Valencia, Estado Carabobo. | Diagnosticar la situación actual de la comunicación que se utiliza en la empresa Fundación Tecnológica de Seguridad Integral (FUNSEIN). | Características de la comunicación. | Son los mecanismos que describen las estrategias de la comunicación en la empresa. | -Técnicas de comunicación. -Tipos de comunicación. -Funciones de la comunicación. | -Encuesta -Observación | 1, 2, 3, 4, 5, 8, 11, 12, 16, 18, 19, 20, 23, 25, 27, 28. | Personal de la empresa. |
| | Establecer los factores deseables o no de la investigación. | Funciones aptas para la comunicación efectiva. | Es necesario precisar los canales a través de los cuales tiene lugar las comunicaciones, los instrumentos utilizados, la forma, los remitentes y los destinatarios. | -Principio de la diferenciación de los canales. -Principio de selección de momento-Principio de la Eficiencia. | -Encuesta -Observación | 6, 7, 8, 9, 10, 13, 14, 15, 17, 21, 22, 24, 26. | Personal de la empresa. |
| | Diseñar estrategias que logren optimizar el proceso de comunicación en la empresa Fundación Tecnológica de Seguridad Integral. | Nuevas estrategias para mejorar la comunicación en la empresa. | Principalmente se debe mejorar los mensajes o la información que se desea transmitir, así como también, mejorar el propio entendimiento sobre lo que trata de comunicar a otras personas. | -Seguimiento -Regulación del flujo de información. -Uso de la retroalimentación. -Empatía. -Repetición. -Estímulo de la confianza mutua. -Oportunidad -Simplificación del lenguaje. -Escucha eficaz. | -Encuesta -Observación | | Personal de la empresa. |

Autores: Álvarez, Bellorín, Carrero (2011).

CAPÍTULO IV

PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Mediante el uso de herramientas metodológicas se logra obtener la situación actual en la que se encuentra la Fundación Tecnológica de Seguridad Integral (FUNSEIN) permitiendo identificar las herramientas y técnicas de comunicación existentes dentro de la organización.

Para la realización de un estudio se realizó un instrumento de recolección de datos que diera respuesta a las necesidades de información planteadas en el cuadro técnico metodológico de operacionalización de variables (Ver cuadro N° 2) esto con el fin de lograr identificar los aspectos críticos internos de la empresa, variabilidades de los procesos de comunicación, oportunidades de mejoras, ventajas, desventajas de los métodos existentes ya sea en sus metodologías de trabajos, utilización de recursos, entre otros.

El instrumento para la recolección de la información aplicado en la presente investigación fue validado por un experto en el área. (Ver Anexo)

El instrumento (Ver Anexo) fue aplicado a trabajadores de la empresa en estudio Fundación Tecnológica de Seguridad Integral (FUNSEIN) los cuales comprenden edades entre 25 y 40 años, de diferentes cargos dentro de la organización, los cuales poseen un promedio de 8 años laborando en la empresa.

Tabla N° 1
Tabulación y análisis de la pregunta N° 1. Encuesta.

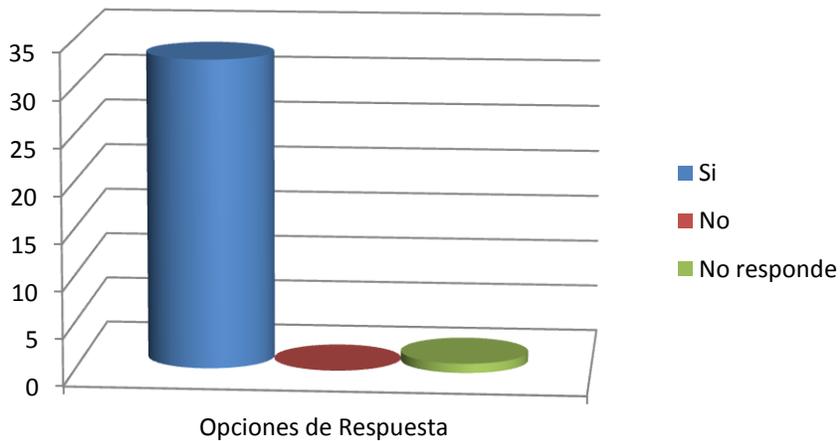
¿Cuándo trasmite algún tipo de información, siente que se ha dado a entender claramente?

Tabla N° 2
Tabulación de la pregunta N° 1. Encuesta.

| Respuesta | Frecuencia | % de Frecuencia |
|--------------|------------|-----------------|
| Si | 33 | 97% |
| No | 0 | 0% |
| No responde | 1 | 3% |
| Total | 34 | 100% |

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Gráfico N° 1
Análisis de la pregunta N° 1. Encuesta.



Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Análisis

Según podemos observar un 97% de la población siente que ha transmitido la información correctamente al momento de comunicarse con alguna de las personas que laboran en la empresa. Por lo tanto podemos interpretar que el personal siente confianza al momento de transmitir información a través de los diferentes medios. Un 3% de la población encuestada no respondió.

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Tabla N° 3
Tabulación y análisis de la pregunta N° 2. Encuesta.

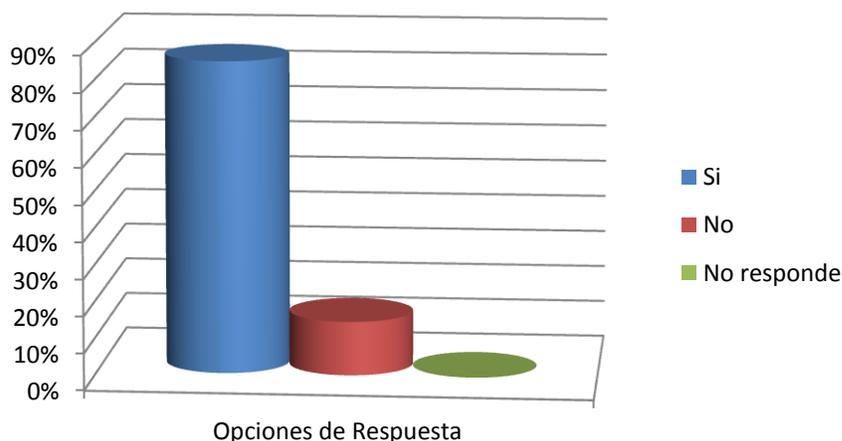
¿El vocabulario utilizado por el personal es claramente comprensible al momento de transmitir información sobre alguna actividad de trabajo?

Tabla N° 4
Tabulación de la pregunta N° 2. Encuesta.

| Respuesta | Frecuencia | % de Frecuencia |
|--------------|------------|-----------------|
| Si | 29 | 85% |
| No | 5 | 15% |
| No responde | 0 | 0% |
| Total | 34 | 100% |

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Gráfico N° 2
Análisis de la pregunta N° 2. Encuesta.



Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Análisis

El 85% de la población encuestada opina que el lenguaje utilizado por el personal de la empresa es de fácil comprensión al momento de transmitir la información necesaria, lo cual permite una comunicación fluida entre los empleados de la misma. Pero a su vez un 15% de la población posee dificultad a la hora de comprender la información transmitida por los demás empleados debido al vocabulario que utilizan, esto conlleva a que el mensaje no sea comprendido claramente, afectando así las respuestas obtenidas y posiblemente los resultados y efectividad de las labores de los empleados.

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Tabla N° 5
Tabulación y análisis de la pregunta N° 3. Encuesta.

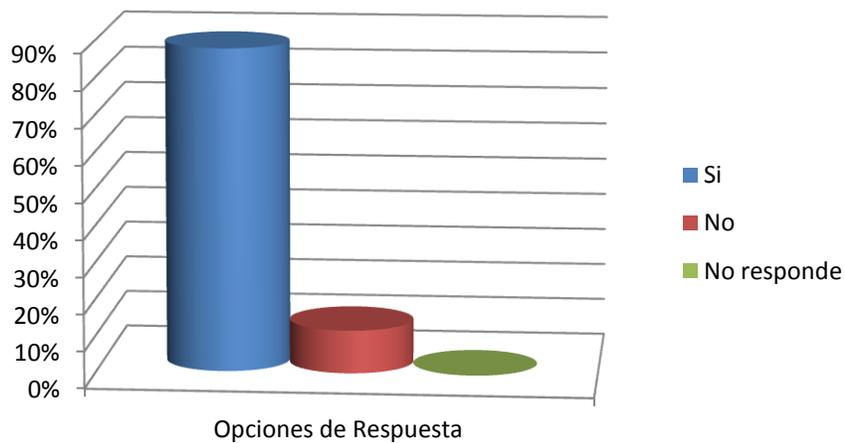
¿Considera que la información importante suministrada por su supervisor a cerca de las normativas de la empresa, le llega de manera clara y precisa?

Tabla N° 6
Tabulación de la pregunta N° 3. Encuesta.

| Respuesta | Frecuencia | % de Frecuencia |
|--------------|------------|-----------------|
| Si | 30 | 88% |
| No | 4 | 12% |
| No responde | 0 | 0% |
| Total | 34 | 100% |

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Gráfico N° 3
Análisis de la pregunta N° 3. Encuesta.



Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Análisis

El 88% de la población opina que la información que es suministrada por los supervisores con relación a las normativas de la empresa que tiene carácter de importancia es transmitida de forma clara y precisa, evitando así confusiones o pérdida de información. Pero nos encontramos con un 12% quienes opinan que no es transmitida de manera precisa lo cual puede convertirse en un inconveniente en el momento de desempeñar alguna función dentro de la organización.

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Tabla N° 7
Tabulación y análisis de la pregunta N° 4. Encuesta.

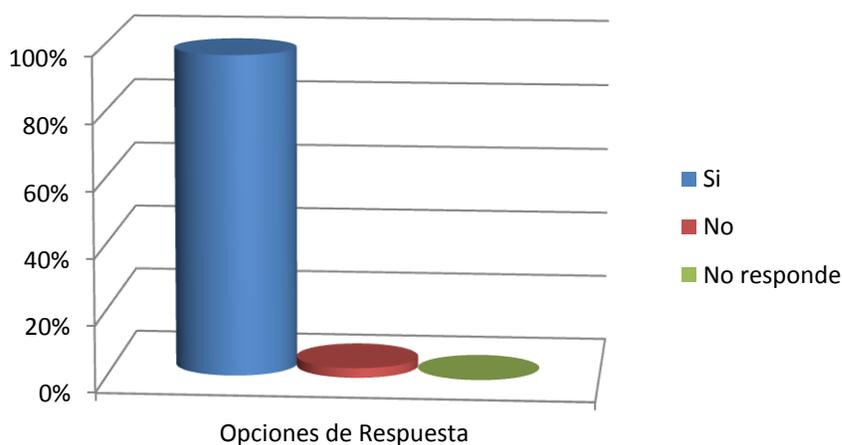
¿Se comunica frecuentemente con sus compañeros?

Tabla N° 8
Tabulación de la pregunta N° 4. Encuesta.

| Respuesta | Frecuencia | % de Frecuencia |
|--------------|------------|-----------------|
| Si | 34 | 100% |
| No | 0 | 0% |
| No responde | 0 | 0% |
| Total | 34 | 100% |

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Gráfico N° 4
Análisis de la pregunta N° 4. Encuesta.



Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Análisis

Según podemos observar un 100% de la población mantiene una comunicación constante con el resto de los empleados de la organización, de lo que podemos inferir que los canales de comunicación representa una herramienta fundamental para el desarrollo de las actividades de la empresa.

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Tabla N° 9
Tabulación y análisis de la pregunta N° 5. Encuesta.

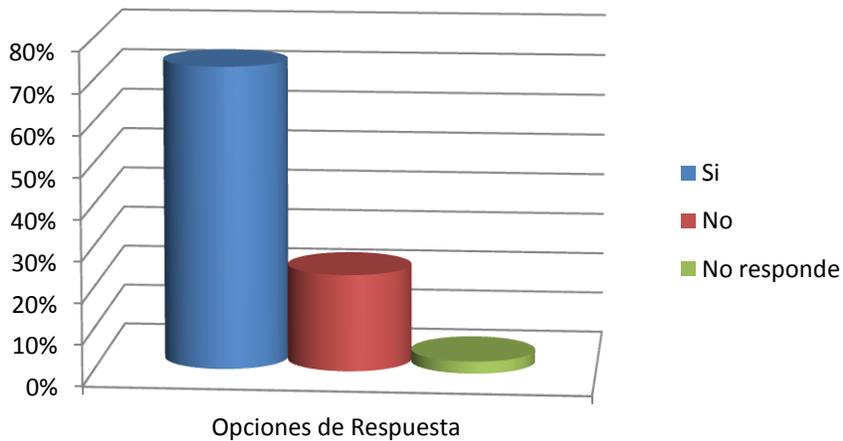
¿Cuándo solicita información laboral obtiene respuesta adecuada y oportuna?

Tabla N° 10
Tabulación de la pregunta N° 5. Encuesta.

| Respuesta | Frecuencia | % de Frecuencia |
|--------------|------------|-----------------|
| Si | 25 | 74% |
| No | 8 | 23% |
| No responde | 1 | 3% |
| Total | 34 | 100% |

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Gráfico N° 5
Análisis de la pregunta N° 5. Encuesta.



Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Análisis

Casi 3 de 4 empleados opina que recibe una respuesta adecuada al momento de solicitar información laboral dentro de la organización, pero también tenemos un 25% de la población que opina que la respuesta recibida cuando solicita una información laboral no cumple con sus expectativas, esto puede afectar la efectividad de las actividades laborales de los empleados, lo cual en algunos casos puede significar el repetir actividades por no cumplir con las expectativas, afectando directamente los costos de la empresa.

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Tabla N° 11
Tabulación y análisis de la pregunta N° 6. Encuesta.

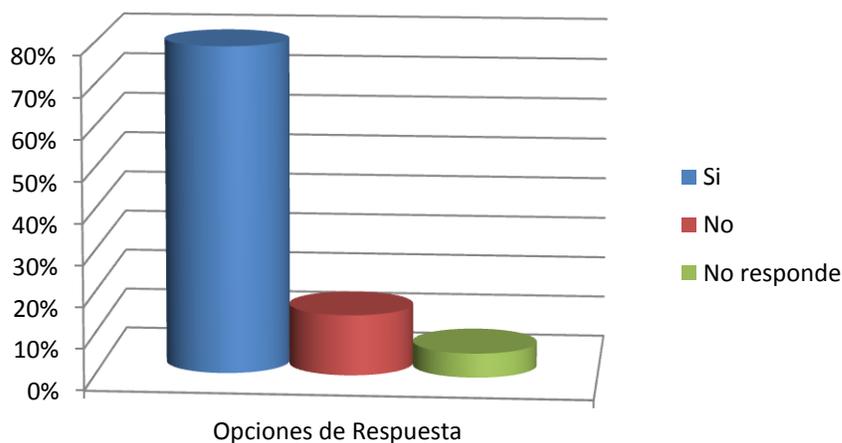
¿Considera que la información que le proveen sus supervisores de manera escrita, se realiza de forma precisa para el desempeño de sus labores?

Tabla N° 12
Tabulación de la pregunta N° 6. Encuesta.

| Respuesta | Frecuencia | % de Frecuencia |
|--------------|------------|-----------------|
| Si | 27 | 79% |
| No | 5 | 15% |
| No responde | 2 | 6% |
| Total | 34 | 100% |

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Gráfico N° 6
Análisis de la pregunta N° 6. Encuesta.



Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Análisis

El 79% de la población considera que la información transmitida por sus supervisores de manera escrita es transmitida de una forma clara y precisa, a su vez tenemos un 15% de los empleados que opina de forma diferente sumado a un 6% que no contestaron la pregunta podemos inferir que 1 de cada 5 trabajadores presenta dificultad al momento de interpretar la información que recibe de sus supervisores por canales de comunicación escrito.

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Tabla Nº 13
Tabulación y análisis de la pregunta Nº 7. Encuesta.

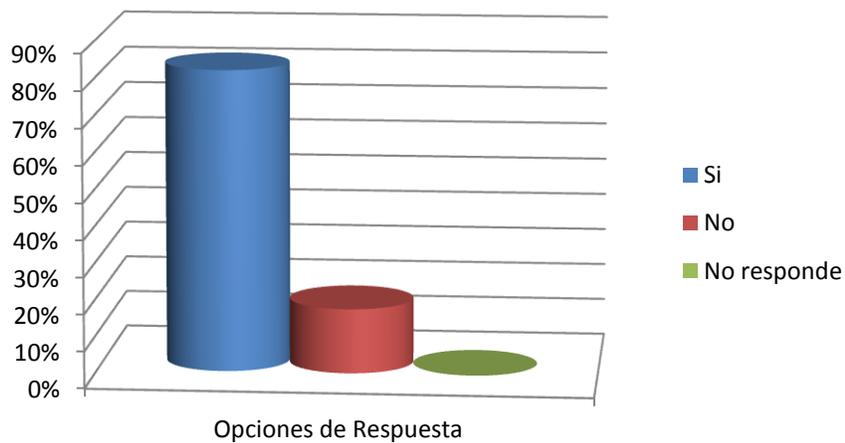
¿En su departamento existe un ambiente acorde para el desempeño de sus funciones (sin ruidos, música; etc.)?

Tabla Nº 14
Tabulación de la pregunta Nº 7. Encuesta.

| Respuesta | Frecuencia | % de Frecuencia |
|--------------|------------|-----------------|
| Si | 28 | 82% |
| No | 6 | 18% |
| No responde | 0 | 0% |
| Total | 34 | 100% |

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Gráfico Nº 7
Análisis de la pregunta Nº 7. Encuesta.



Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Análisis

El 82% de la población se encuentra de acuerdo a las condiciones ambientales de los espacios de trabajo, lo que le permite desempeñar sus funciones de una forma correcta. Pero un 18% de los trabajadores encuentra que sus ambientes de trabajo poseen características molestas como música y ruido lo que los distrae en el momento de realizar sus actividades.

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Tabla N° 15
Tabulación y análisis de la pregunta N° 8. Encuesta.

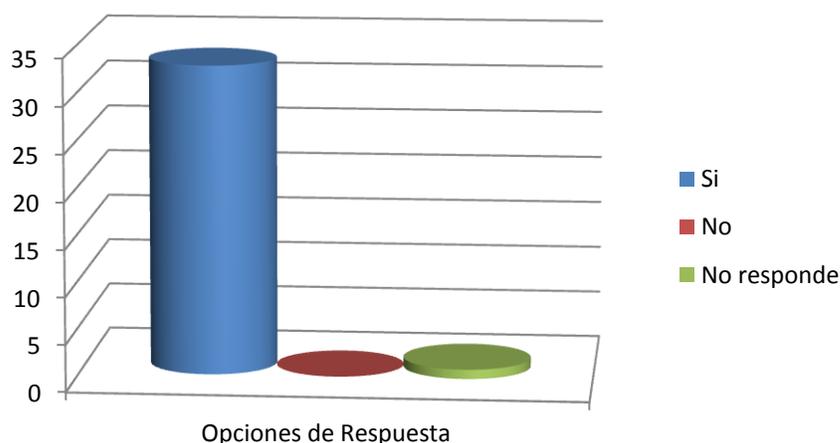
¿Cuándo trasmite algún tipo de información, siente que se ha dado a entender claramente?

Tabla N° 16
Tabulación de la pregunta N° 8. Encuesta.

| Respuesta | Frecuencia | % de Frecuencia |
|--------------|------------|-----------------|
| Si | 16 | 47% |
| No | 15 | 44% |
| No responde | 3 | 9% |
| Total | 34 | 100% |

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Gráfico N° 8
Análisis de la pregunta N° 8. Encuesta.



Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Análisis

Según podemos observar un 97% de la población siente que ha transmitido la información correctamente al momento de comunicarse con alguna de las personas que laboran en la empresa. Por lo tanto podemos interpretar que el personal siente confianza al momento de transmitir información a través de los diferentes medios. Un 3% no respondió.

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Tabla Nº 17
Tabulación y análisis de la pregunta Nº 9. Encuesta.

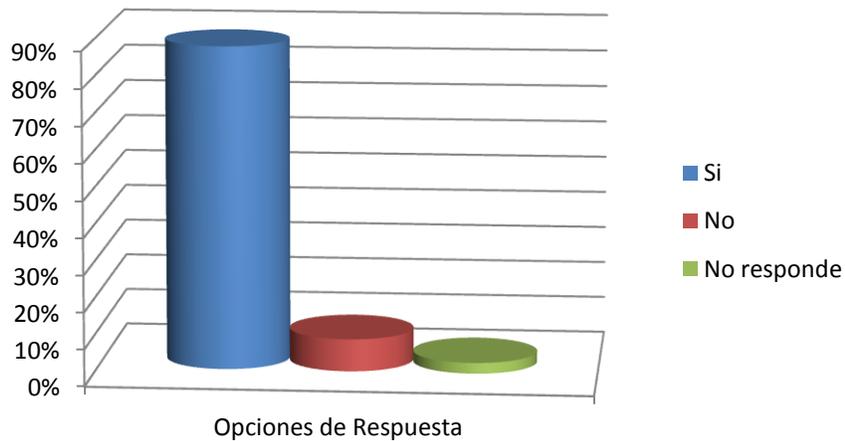
¿La empresa maneja conjuntamente los diferentes canales de comunicación, verbal, no verbal y escrita?

Tabla Nº 18
Tabulación de la pregunta Nº 9. Encuesta.

| Respuesta | Frecuencia | % de Frecuencia |
|--------------|------------|-----------------|
| Si | 33 | 88% |
| No | 3 | 9% |
| No responde | 1 | 3% |
| Total | 34 | 100% |

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Gráfico Nº 9
Análisis de la pregunta Nº 9. Encuesta.



Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Análisis

Podemos observar un 88% de la población maneja los diferentes canales de comunicación en conjunto para comunicarse dentro de la organización. Mientras un 9% opina que no utiliza los diferentes canales de comunicación al momento de transmitir la información mientras que un 3% de la población encuestada se limitó a no responder.

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Tabla N° 19
Tabulación y análisis de la pregunta N° 10. Encuesta.

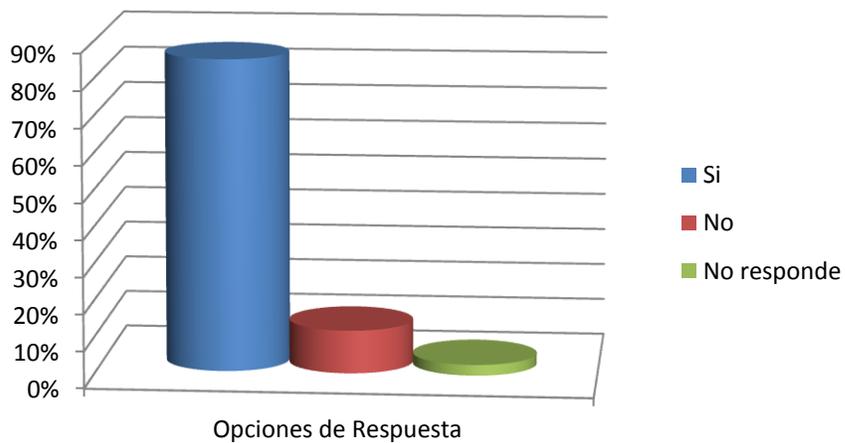
¿El proceso de comunicación verbal es significativo en el manejo de la toma de decisiones y las relaciones laborales?

Tabla N° 20
Tabulación de la pregunta N° 10. Encuesta.

| Respuesta | Frecuencia | % de Frecuencia |
|--------------|------------|-----------------|
| Si | 29 | 85% |
| No | 4 | 12% |
| No responde | 1 | 3% |
| Total | 34 | 100% |

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Gráfico N° 10
Análisis de la pregunta N° 10. Encuesta.



Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Análisis

El 85% de la población opina que la comunicación verbal es fundamental para la toma de decisiones y relaciones laborales dentro de la organización, a diferencia de un 15% de los encuestados opina que no es fundamental, lo cual significa que le dan más importancia a otros canales como los escritos.

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Tabla Nº 21
Tabulación y análisis de la pregunta Nº 11. Encuesta.

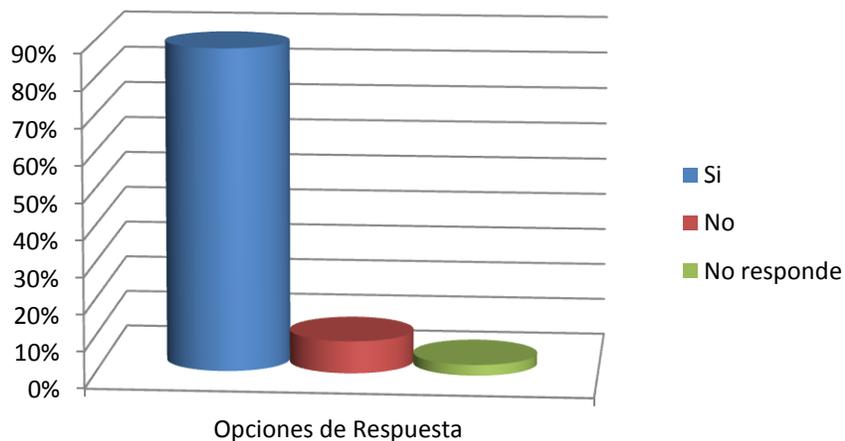
¿Existe comunicación con un vocabulario acorde entre compañeros dentro de la organización?

Tabla Nº 22
Tabulación de la pregunta Nº 11. Encuesta.

| Respuesta | Frecuencia | % de Frecuencia |
|--------------|------------|-----------------|
| Si | 30 | 88% |
| No | 3 | 9% |
| No responde | 1 | 3% |
| Total | 34 | 100% |

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Gráfico Nº 11
Análisis de la pregunta Nº 11. Encuesta.



Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Análisis

El nivel de vocabulario utilizado en la comunicación entre compañeros se encuentra acorde a la situación en que se encuentran, manteniendo un ambiente laboral apto para establecer comunicación. Pudiendo transmitir la información de una forma efectiva. Esto se encuentra respaldado por un 88% de los encuestados que respondió afirmativamente. Pero también podemos observar que un 12% de la población opina que parte de los empleados no utilizan un vocabulario acorde, lo que puede afectar la comprensión del mensaje transmitido o en algunos casos afectar el clima laboral al sentirse ofendido de alguna forma por el lenguaje utilizado.

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Tabla N° 23
Tabulación y análisis de la pregunta N° 12. Encuesta.

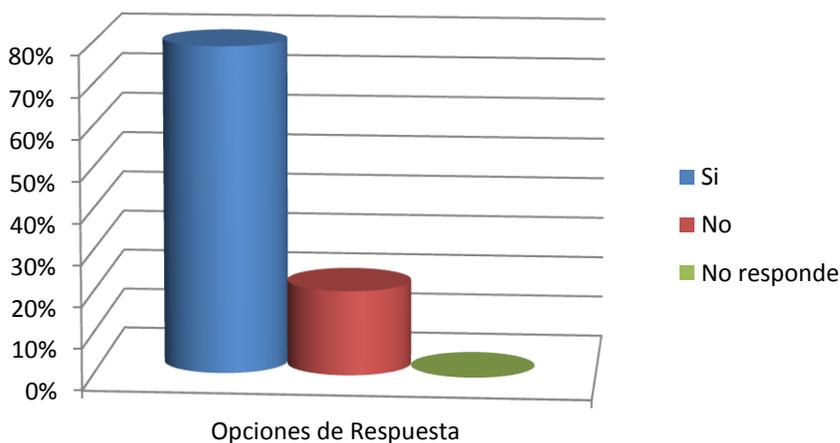
¿Considera que al comunicarse lo hace con un alto grado de efectividad?

Tabla N° 24
Tabulación de la pregunta N° 12. Encuesta.

| Respuesta | Frecuencia | % de Frecuencia |
|--------------|------------|-----------------|
| Si | 27 | 79% |
| No | 7 | 21% |
| No responde | 0 | 0% |
| Total | 34 | 100% |

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Gráfico N° 12
Análisis de la pregunta N° 12. Encuesta.



Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Análisis

27 de los 34 empleados encuestados se encuentran satisfechos con el nivel de efectividad al momento de transmitir una información, permitiendo así que el receptor pueda comprender de manera precisa lo que se ha querido transmitir, pero también se encuentra un 21% de los encuestados que opina que la comunicación se ve afectada por diferentes razones, disminuyendo así la efectividad del mensaje transmitido y por ende la comprensión del mismo.

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Tabla Nº 25
Tabulación y análisis de la pregunta Nº 13. Encuesta.

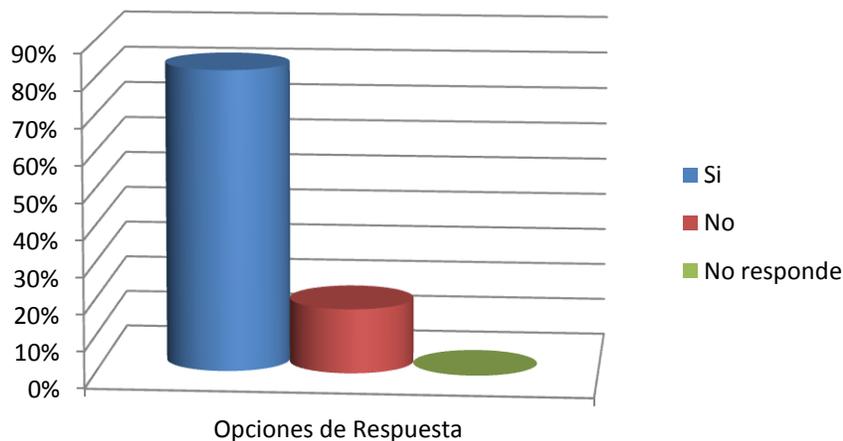
¿En esta organización es frecuente la comunicación por medios tecnológicos (correos electrónicos, teléfonos, etc.)?

Tabla Nº 26
Tabulación de la pregunta Nº 13. Encuesta.

| Respuesta | Frecuencia | % de Frecuencia |
|--------------|------------|-----------------|
| Si | 28 | 82% |
| No | 6 | 18% |
| No responde | 0 | 0% |
| Total | 34 | 100% |

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Gráfico Nº 13
Análisis de la pregunta Nº 13. Encuesta.



Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Análisis

Dentro de la empresa los medios tecnológicos son utilizados frecuentemente para establecer comunicación entre los empleados, esto se ve reflejado en el análisis de los resultados de esta pregunta donde un 82% de los encuestados respondieron afirmativamente, mientras que un 18% seleccionaron la opción del no, por lo cual casi 1 de cada 5 empleados considera que debe aumentarse el uso de medios electrónicos para transmitir información entre los trabajadores.

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Tabla N° 27
Tabulación y análisis de la pregunta N° 14. Encuesta.

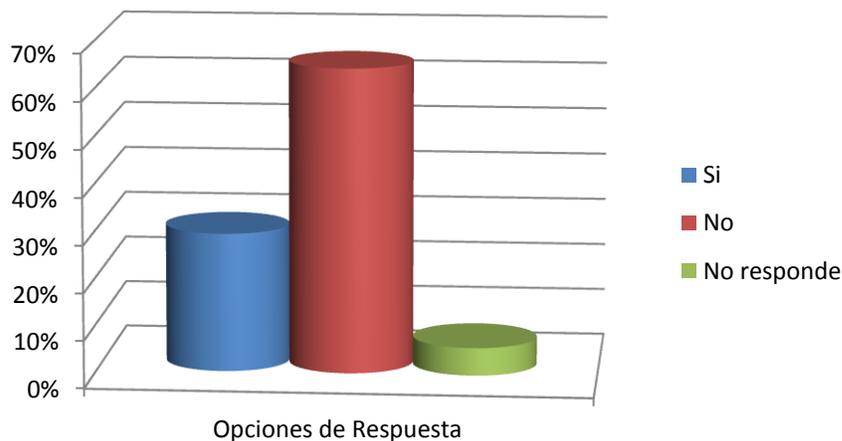
¿Se le informa acerca de los cambios importantes en su trabajo mediante canales informales?

Tabla N° 28
Tabulación de la pregunta N° 14. Encuesta.

| Respuesta | Frecuencia | % de Frecuencia |
|--------------|------------|-----------------|
| Si | 10 | 29% |
| No | 22 | 65% |
| No responde | 2 | 6% |
| Total | 34 | 100% |

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Gráfico N° 14
Análisis de la pregunta N° 14. Encuesta.



Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Análisis

Dentro de la empresa se puede observar la existencia de un 29% de los empleados que opinan que el uso de los canales informales es utilizado con frecuencia para transmitir información importante lo cual representa una deficiencia en los métodos utilizados para transmitir información lo cual puede afectar significativamente los niveles de confidencialidad así como la confiabilidad de la información recibida. A su vez un 65% de los empleados opina que la información importante es transmitida por los canales adecuados y un 6% no respondió.

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Tabla Nº 29
Tabulación y análisis de la pregunta Nº 15. Encuesta.

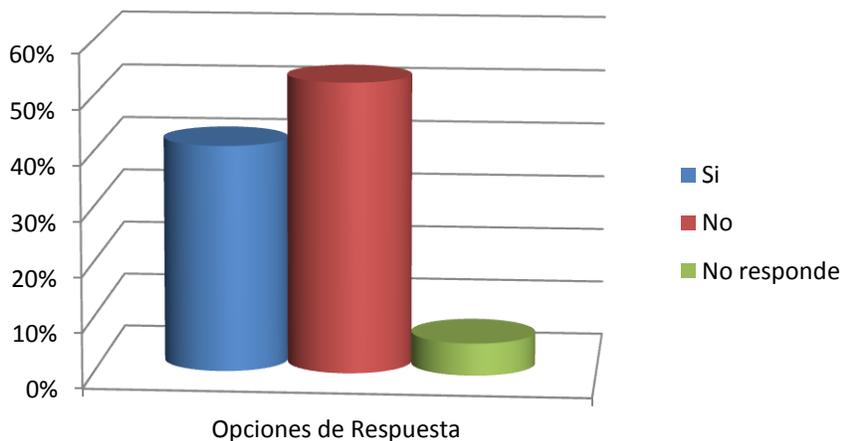
¿A menudo escucha repicar los teléfonos sin ser contestados?

Tabla Nº 30
Tabulación de la pregunta Nº 15. Encuesta.

| Respuesta | Frecuencia | % de Frecuencia |
|--------------|------------|-----------------|
| Si | 14 | 41% |
| No | 18 | 53% |
| No responde | 2 | 6% |
| Total | 34 | 100% |

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Gráfico Nº 15
Análisis de la pregunta Nº 15. Encuesta.



Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Análisis

Un 29% de los empleados escucha a menudo los teléfonos repicar sin llegar a ser contestado, afectando así la transmisión de información entre los empleados, debido a que esta no llega a ser transmitida de manera oportuna, esto puede ser porque el trabajador se encuentra enfocado en alguna tarea que no puede ser interrumpida o por evitar alguna distracción mientras realiza alguna actividad. Un 65% de los encuestados opina de forma contraria, que las llamadas recibidas son atendidas oportunamente, y un 6% no respondió.

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Tabla N° 31
Tabulación y análisis de la pregunta N° 16. Encuesta.

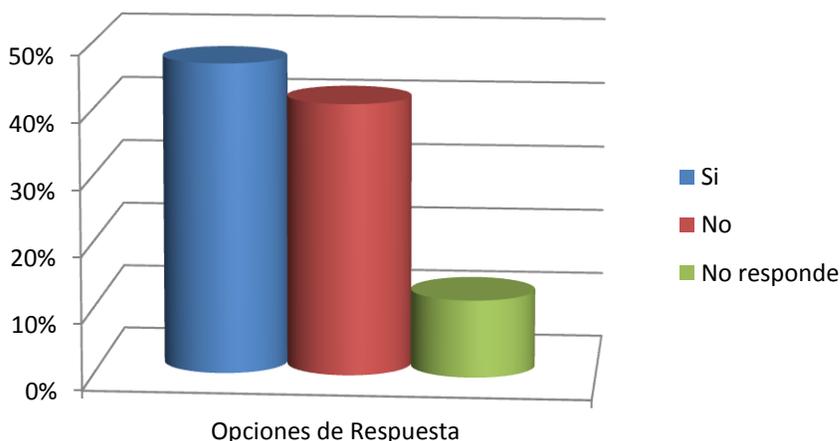
¿Considera usted que el proceso de comunicación interno se da sin distinción de nivel jerárquico organizacional?

Tabla N° 32
Tabulación de la pregunta N° 16. Encuesta.

| Respuesta | Frecuencia | % de Frecuencia |
|--------------|------------|-----------------|
| Si | 16 | 47% |
| No | 14 | 41% |
| No responde | 4 | 12% |
| Total | 34 | 100% |

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Gráfico N° 16
Análisis de la pregunta N° 16. Encuesta.



Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Análisis

Un 47% de los encuestados se encuentran conforme con los procesos de comunicación dentro de la empresa al poder comunicarse libremente con cualquier empleado sin distinción de jerarquía a nivel organizacional, a su vez un 41% de los empleados opinan que existen dificultades al momento de transmitir información y estas se encuentran asociadas a los niveles de jerarquía de cada empleado, esto conlleva a que algunos empleados se sientan cohibidos al momento de transmitir algún mensaje a sus superiores, lo que puede deberse a la falta de conocimiento de los canales formales para llevar a cabo esta tarea, afectando así la efectividad de la comunicación dentro de la organización. Un 12% no respondió.

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Tabla N° 33
Tabulación y análisis de la pregunta N° 17. Encuesta.

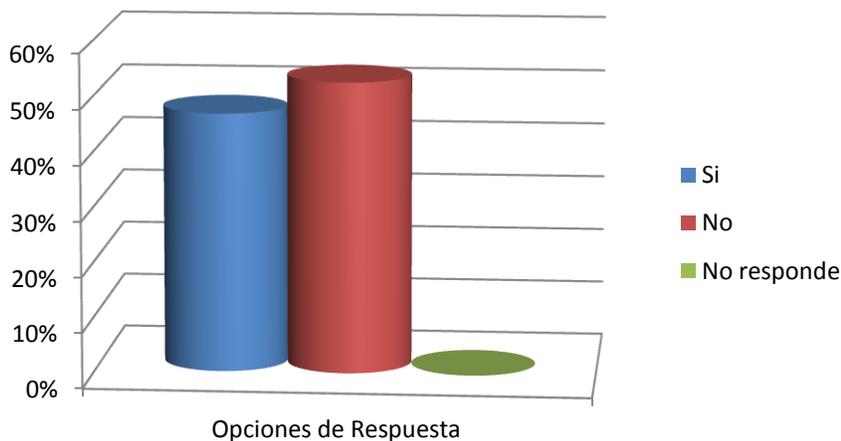
¿Existe algún medio formal a través del cual pueda expresar a sus supervisores alguna queja o inconformidad sobre algún aspecto relacionado con su trabajo?

Tabla N° 34
Tabulación de la pregunta N° 17. Encuesta.

| Respuesta | Frecuencia | % de Frecuencia |
|--------------|------------|-----------------|
| Si | 16 | 47% |
| No | 18 | 53% |
| No responde | 0 | 0% |
| Total | 34 | 100% |

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Gráfico N° 17
Análisis de la pregunta N° 17. Encuesta.



Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Análisis

Existe un desconocimiento de la existencia de un canal formal para transmitir quejas o inconformidades a los supervisores por parte de los empleados lo cual se ve reflejado en un 53% de los encuestados los cuales respondieron de forma negativa, lo cual no permite una retroalimentación de los empleados respecto a las acciones tomadas por parte de los superiores. Un 47% respondió afirmativamente.

El desconocimiento puede ser debido a que existe un temor por parte de los empleados a informarse al respecto ya que existe la posibilidad de que sea tomado por parte de los supervisores como una inconformidad por las decisiones tomadas por los mismos.

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Tabla N° 35
Tabulación y análisis de la pregunta N° 18. Encuesta.

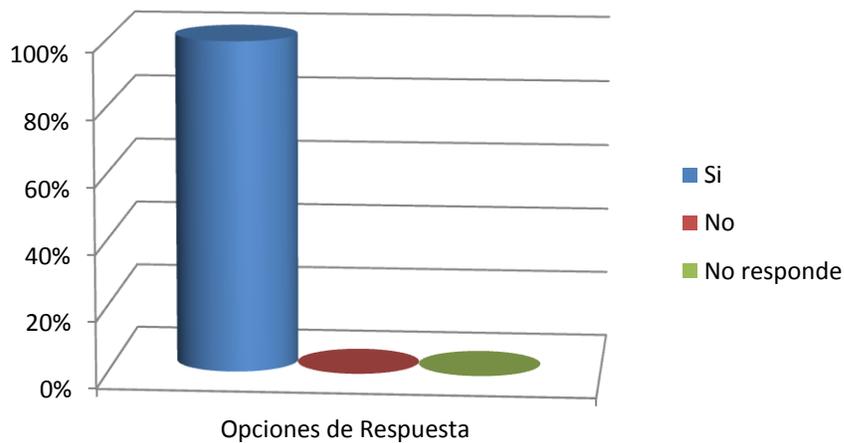
¿La empresa posee cartelera informativa con noticias, avisos, notificaciones relevantes y actualizadas de la misma?

Tabla N° 36
Tabulación de la pregunta N° 18. Encuesta.

| Respuesta | Frecuencia | % de Frecuencia |
|--------------|------------|-----------------|
| Si | 34 | 100% |
| No | 0 | 0% |
| No responde | 0 | 0% |
| Total | 34 | 100% |

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Gráfico N° 18
Análisis de la pregunta N° 18. Encuesta.



Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Análisis

El 100% de los empleados encuestados respondieron afirmativamente, por lo que podemos observar que los mismos tienen la posibilidad de mantenerse informados a cerca de noticias, avisos, notificaciones relevantes y actualizaciones de la organización a través de las carteleras informativas.

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Tabla N° 37
Tabulación y análisis de la pregunta N° 19. Encuesta.

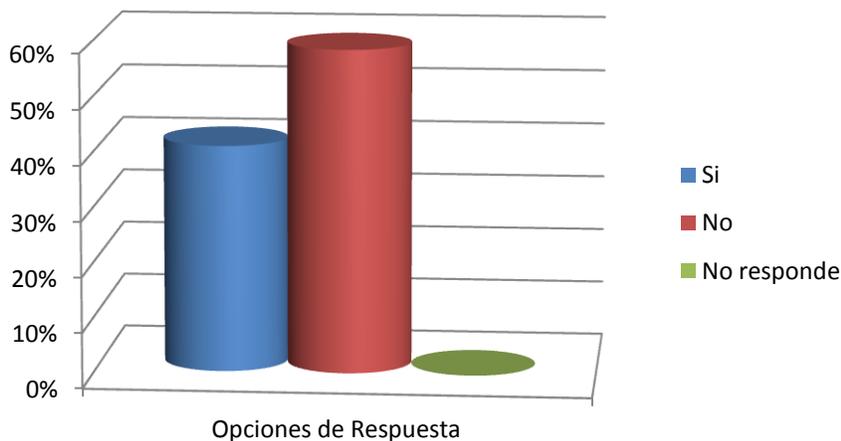
¿En el entorno organizacional un mensaje no verbal (Gestos, señales, etc.) le puede llevar a interpretar el mensaje recibido?

Tabla N° 38
Tabulación de la pregunta N° 19. Encuesta.

| Respuesta | Frecuencia | % de Frecuencia |
|--------------|------------|-----------------|
| Si | 14 | 41% |
| No | 20 | 59% |
| No responde | 0 | 0% |
| Total | 34 | 100% |

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Gráfico N° 19
Análisis de la pregunta N° 19. Encuesta.



Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Análisis

Un 59% de los encuestados no le dan importancia al lenguaje no verbal como gestos o señales, para ayudar a interpretar un mensaje recibido durante la comunicación con otros empleados esto puede deberse a que gran parte de su comunicación a nivel interno es realizado a través de medios electrónicos o telefónico, evitando así el contacto personal con el receptor, lo cual hace innecesario el uso de señales y gestos para reforzar el mensaje, a su vez un 41% opina que este tipo de lenguajes ayuda a la interpretación de los mensajes transmitidos durante una conversación.

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Tabla N° 39
Tabulación y análisis de la pregunta N° 20. Encuesta.

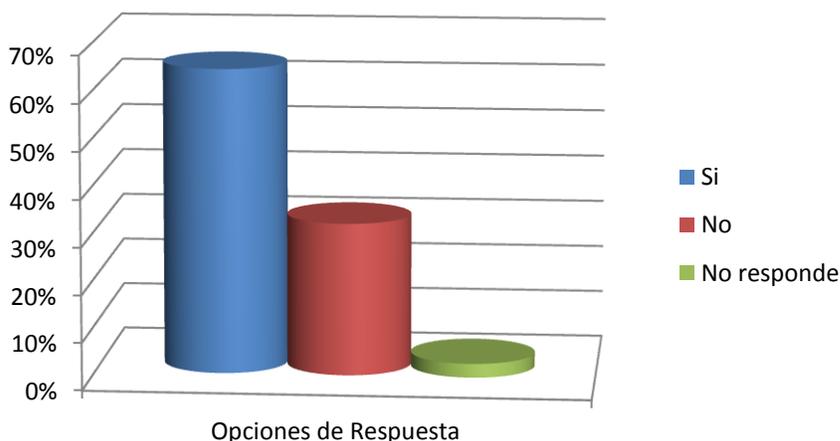
¿Considera que el personal de la empresa, demuestra estar calificado en la transmisión de un mensaje, sea cual fuera el nivel jerárquico de donde provenga?

Tabla N° 40
Tabulación de la pregunta N° 20. Encuesta.

| Respuesta | Frecuencia | % de Frecuencia |
|--------------|------------|-----------------|
| Si | 22 | 65% |
| No | 11 | 32% |
| No responde | 1 | 3% |
| Total | 34 | 100% |

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Gráfico N° 20
Análisis de la pregunta N° 20. Encuesta.



Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Análisis

Un 32% de los encuestados se encuentra inconforme con los niveles capacitación del personal al momento de transmitir un mensaje, lo cual se ve reflejado en el nivel jerárquico que ocupa dentro de la organización, debido a que el personal que ocupa lugares en los escalones bajos de la organización encuentra barreras a nivel de lenguaje y medios de comunicación al momento de comunicar alguna información, pero a su vez un 65% de los empleados que se le aplico el instrumento opinan que el personal se encuentra calificado para transmitir la información sin diferencia del nivel en la distribución organizacional.

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Tabla N° 41
Tabulación y análisis de la pregunta N° 21. Encuesta.

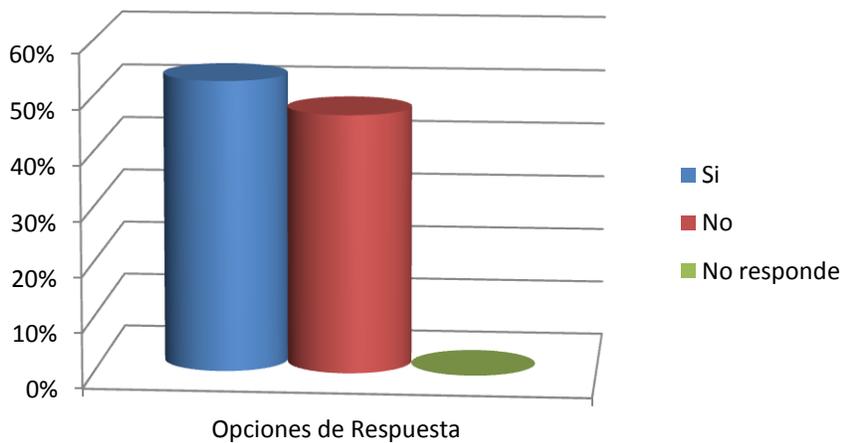
¿Considera que el canal de entrega de información utilizado en la empresa, ya sea correo electrónico o entrega personal, son oportunos y efectivos?

Tabla N° 42
Tabulación de la pregunta N° 21. Encuesta.

| Respuesta | Frecuencia | % de Frecuencia |
|--------------|------------|-----------------|
| Si | 18 | 53% |
| No | 16 | 47% |
| No responde | 0 | 0% |
| Total | 34 | 100% |

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Gráfico N° 21
Análisis de la pregunta N° 21. Encuesta.



Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Análisis

El 47% de los encuestados opina que existe una deficiencia en la efectividad de los canales de información utilizados dentro de la empresa, por lo cual esto representa una oportunidad de mejora dentro de la organización. Un 53% de los empleados se encuentra conforme con la efectividad de los canales de comunicación tales como: correo electrónico o entrega personal.

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Tabla N° 43
Tabulación y análisis de la pregunta N° 22. Encuesta.

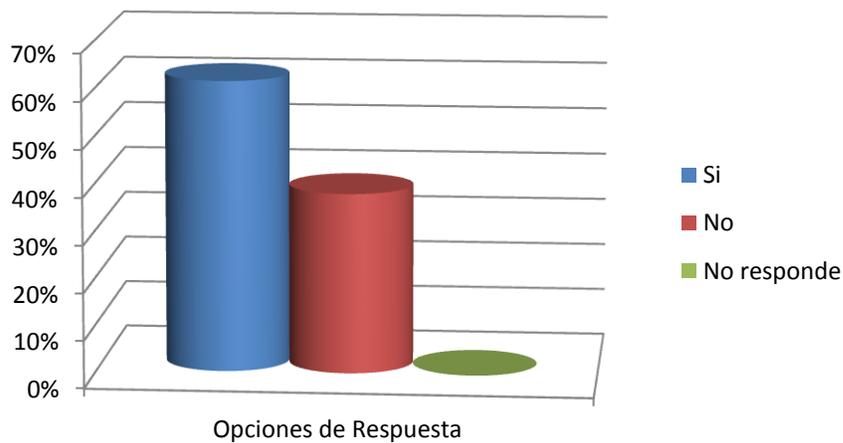
¿En alguna ocasión ha utilizado la comunicación no verbal o escrita con sus compañeros de departamento?

Tabla N° 44
Tabulación de la pregunta N° 22. Encuesta.

| Respuesta | Frecuencia | % de Frecuencia |
|--------------|------------|-----------------|
| Si | 21 | 62% |
| No | 13 | 38% |
| No responde | 0 | 0% |
| Total | 34 | 100% |

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Gráfico N° 22
Análisis de la pregunta N° 22. Encuesta.



Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Análisis

Existe un 40% de los empleados de la organización quienes se limitan a establecer una comunicación verbal con sus compañeros de trabajo, lo cual no permite dejar constancia de la información transmitida de un lugar a otro, lo cual puede presentar problemas a la hora de establecer responsabilidades al momento de ocurrir alguna incidencia.

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Tabla Nº 45
Tabulación y análisis de la pregunta Nº 23. Encuesta.

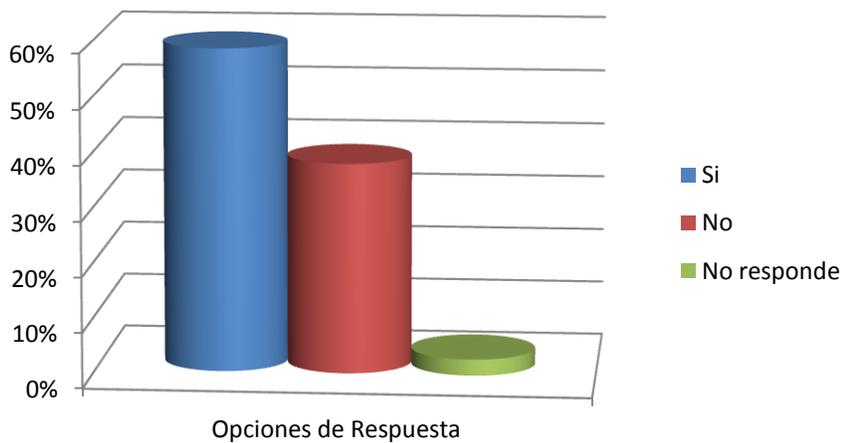
¿Le han informado sobre cambios importantes en su trabajo gracias a la constante comunicación que mantiene con sus supervisores?

Tabla Nº 46
Tabulación de la pregunta Nº 23. Encuesta.

| Respuesta | Frecuencia | % de Frecuencia |
|--------------|------------|-----------------|
| Si | 20 | 59% |
| No | 13 | 37% |
| No responde | 1 | 3% |
| Total | 34 | 100% |

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Gráfico Nº 23
Análisis de la pregunta Nº 23. Encuesta.



Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Análisis

Un 38% de los empleados opina que a pesar de mantener una comunicación constante con los supervisores la información que puede calificarse como importante referente a los cambios realizados con relación a las funciones de los empleados no son transmitidos correctamente. Y un 60% de los empleados se encuentra conforme con la información recibida de parte de sus supervisores.

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Tabla N° 47
Tabulación y análisis de la pregunta N° 24. Encuesta.

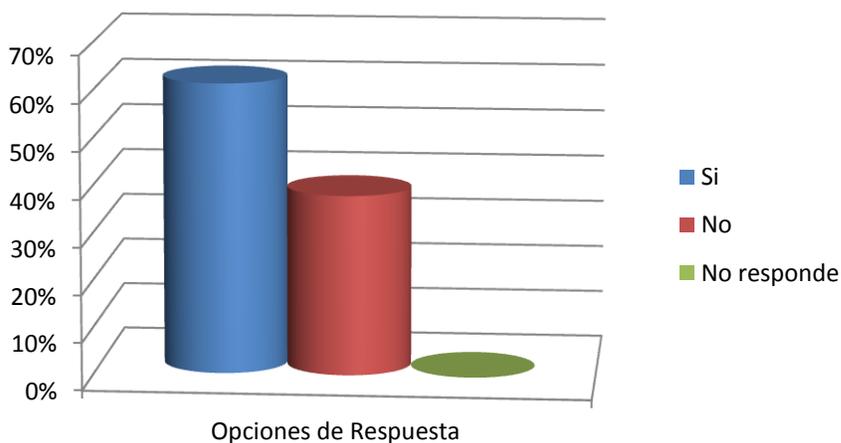
¿Siente usted que la comunicación vía correo electrónico que mantiene con sus superiores es efectiva y oportuna?

Tabla N° 48
Tabulación de la pregunta N° 24. Encuesta.

| Respuesta | Frecuencia | % de Frecuencia |
|--------------|------------|-----------------|
| Si | 21 | 62% |
| No | 13 | 38% |
| No responde | 0 | 0% |
| Total | 34 | 100% |

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Gráfico N° 24
Análisis de la pregunta N° 24. Encuesta.



Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Análisis

Nuevamente aproximadamente un 40% de los empleados opina que existe una deficiencia en los niveles de comunicación con sus supervisores a través de correos electrónicos, esto puede ser debido a la falta de experiencia en el manejo de sistemas de mensajería o por deficiencia en el proceso de comunicación.

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Tabla N° 49
Tabulación y análisis de la pregunta N° 25. Encuesta.

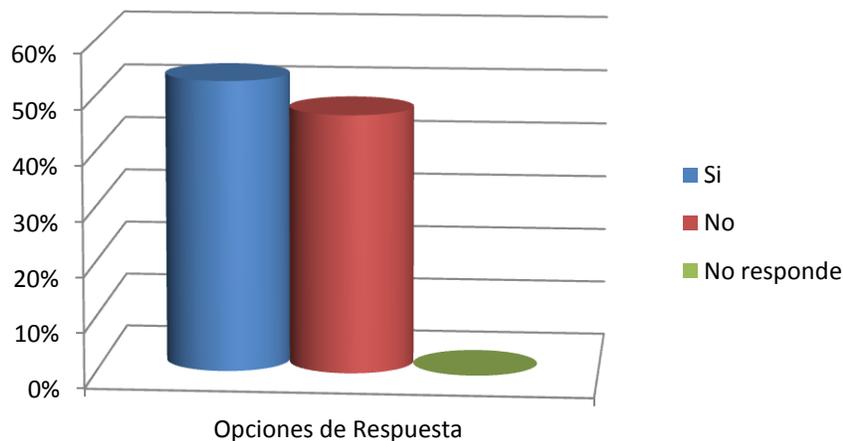
¿A menudo percibe que cuando se dirige a compañeros, de cualquier departamento, es tratado de acuerdo al estado de ánimo de esa personal?

Tabla N° 50
Tabulación de la pregunta N° 25. Encuesta.

| Respuesta | Frecuencia | % de Frecuencia |
|--------------|------------|-----------------|
| Si | 18 | 53% |
| No | 16 | 47% |
| No responde | 0 | 0% |
| Total | 34 | 100% |

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Gráfico N° 25
Análisis de la pregunta N° 25. Encuesta.



Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Análisis

Un 53% de los encuestados opina que la comunicación entre los empleados se ve afectada por el estado emocional de la persona con la que se comunica. Teniendo como consecuencia que el ambiente laboral se vea afectado disminuyendo así la productividad y rendimiento de los empleados. Por el contrario un 47% de los empleados opina que el estado de ánimo de los trabajadores no afecta al momento de establecer un proceso comunicacional con estos, pudiendo llevar a cabo una conversación acorde, sin afectar el clima organizacional.

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Tabla N° 51
Tabulación y análisis de la pregunta N° 26. Encuesta.

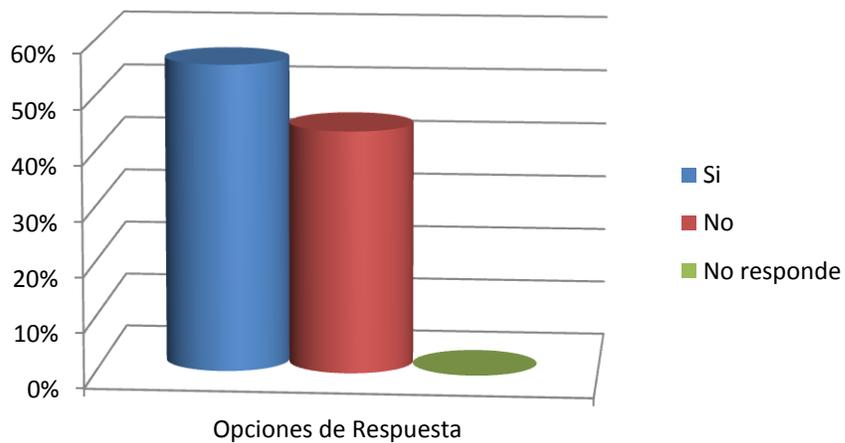
¿Se siente satisfecho por los canales utilizados por sus jefes y/o supervisores a la hora de transmitir algún reconocimiento por obtener los resultados esperados en sus tareas?

Tabla N° 52
Tabulación de la pregunta N° 26. Encuesta.

| Respuesta | Frecuencia | % de Frecuencia |
|--------------|------------|-----------------|
| Si | 19 | 56% |
| No | 15 | 44% |
| No responde | 0 | 0% |
| Total | 34 | 100% |

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Gráfico N° 26
Análisis de la pregunta N° 26. Encuesta.



Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Análisis

Se identifica una baja motivación por parte de los supervisores al momento de dar reconocimiento a los empleados al momento de obtener o superar los resultados esperados en cada trabajo realizado. El cual se hace constar con la obtención de 15 respuestas negativas de los 34 empleados a los cuales se les aplicó la encuesta.

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Tabla Nº 53
Tabulación y análisis de la pregunta Nº 27. Encuesta.

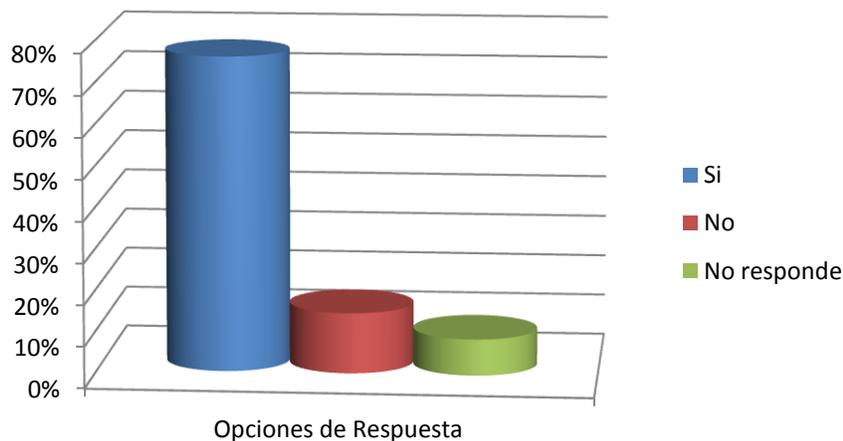
¿Se siente satisfecho con la comunicación que establece con sus compañeros de trabajo?

Tabla Nº 54
Tabulación de la pregunta Nº 27. Encuesta.

| Respuesta | Frecuencia | % de Frecuencia |
|--------------|------------|-----------------|
| Si | 26 | 76% |
| No | 5 | 15% |
| No responde | 3 | 9% |
| Total | 34 | 100% |

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Gráfico Nº 27
Análisis de la pregunta Nº 27. Encuesta.



Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Análisis

Existe un alto nivel de satisfacción respecto a la comunicación establecida con los compañeros de trabajo por parte de los empleados, pero esto se ve afectado por un 14% que opina que existe alguna deficiencia, lo cual se puede interpretar por el tipo de información que se trasmite o los canales utilizados en cada caso. A su vez observamos que 3 empleados optaron por no responder la pregunta, lo que se puede interpretar como un nivel de inseguridad al momento de opinar dándole mayor fuerza a la inconformidad de los canales de comunicación existentes.

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Tabla N° 55
Tabulación y análisis de la pregunta N° 28. Encuesta.

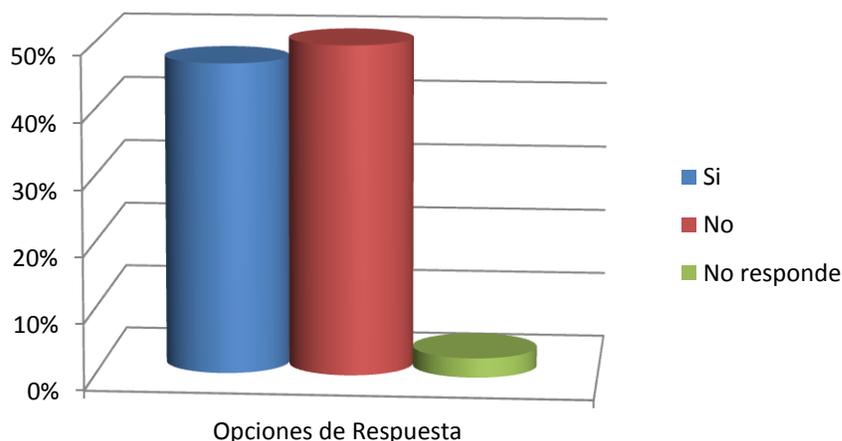
¿Considera que mantiene una buena comunicación a distancia, a través de internet con sus compañeros de trabajo?

Tabla N° 56
Tabulación de la pregunta N° 28. Encuesta.

| Respuesta | Frecuencia | % de Frecuencia |
|--------------|------------|-----------------|
| Si | 16 | 47% |
| No | 17 | 50% |
| No responde | 1 | 3% |
| Total | 34 | 100% |

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Gráfico N° 28
Análisis de la pregunta N° 28. Encuesta.



Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Análisis

La mitad de la población encuestada (50%) opina que la calidad y efectividad de la comunicación establecida con sus compañeros de trabajo a través de medios electrónicos (internet), tales como el correo electrónico, presenta deficiencias. Esto puede deberse a la falta de adaptación al uso de estas herramientas, al no sentirse cómodos al momento de establecer una comunicación con otra persona. A su vez un 47% de los encuestados opina que el proceso comunicacional a través de medios tecnológicos como el internet se realiza de forma efectiva, y un 3% no respondió.

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Una vez analizado los resultados de la encuesta podemos observar que dentro de la organización encontramos dificultades para entenderse entre los trabajadores debido al lenguaje utilizado por una parte de ellos, lo cual se refleja que en algunos casos las respuestas recibidas no son acorde a la información solicitada, causando una inestabilidad a nivel laboral, así como en ocasiones trae como consecuencia un re trabajo en algunas tareas.

Se puede observar que existe un número de trabajadores que no utilizan en conjunto los diferentes medios de comunicación, especialmente los electrónicos como el internet, en algunos casos esto se ve reflejado en el uso de canales de comunicación informales para la transmisión de mensajes o información con carácter de importancia, así como también consideran que los cambios importantes de la organización no son comunicados por sus supervisores, situación que genera un ambiente poco agradable entre los compañeros de trabajo dentro de la empresa.

A nivel interno se puede identificar un descontento de los trabajadores debido a que consideran que en algunas ocasiones no se guarda el debido respeto entre los empleados al momento de transmitir algún mensaje, quienes en ciertas situaciones permiten que sus estados de ánimo los afecten al momento de establecer comunicación con el resto del personal que labora dentro de la organización.

Entre otras dificultades resalta los inconvenientes que tienen algunos empleados para comunicarse con sus superiores, especialmente si es con motivo de transmitir alguna inconformidad con respecto a una tarea asignada. Así como también se refleja el descontento por parte de los

empleados al no ser reconocidos por parte de sus superiores al realizar una tarea con un rendimiento superior al esperado.

Luego del estudio realizado se puede realizar un listado de las características de un análisis interno que pueden clasificarse en Fortalezas y Debilidades, así como un análisis externo que se clasifican en Oportunidades y Amenazas, lo que nos va a servir de base para establecer las posibles estrategias que puedan ser aplicadas para brindar solución a la problemática presentada dentro de la organización.

Estos análisis se pueden resumir en el siguiente cuadro para realizar un análisis de la situación competitiva de la organización.

Cuadro 3.
Matriz DOFA

| Debilidades | Fortalezas |
|--|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Uso de canales informales para transmitir información importante. 2. Desinterés en contestar las llamadas telefónicas. 3. Deficiencia en la comunicación para transmitir cambios importantes por parte de los supervisores. 4. La comunicación mediante medios tecnológicos es poco efectiva. 5. El clima organizacional es afectado por el estado de ánimo de las personas. 6. Rechazo por parte del personal a la tecnología por desconocimiento de los beneficios. 7. Ausencia de documentación de procesos. | <ol style="list-style-type: none"> 1. La información se trasmite con un vocabulario claro, comprensible y de manera efectiva. 2. La información suministrada por los supervisores se realiza de forma precisa para realizar las labores. 3. Se utilizan diferentes medios de comunicación dentro de la empresa. 4. Al solicitar la información laboral se obtiene la respuesta adecuada y oportuna. 5. Posee una cartelera informativa con información actualizada y relevante. 6. Los medios tecnológicos son utilizados para establecer comunicación. 7. Ambiente acorde para el desempeño correcto de las funciones. |
| Oportunidades | Amenazas |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Posibilidad de obtener certificaciones ISO. 2. Implementación de nuevas tecnologías. 3. Adquisición tecnológica con múltiples proveedores. 4. Marco legal que regule a los competidores. 5. Constante innovación de las tecnologías de información y comunicación. 6. Posibilidad de incorporar manuales de normas y procedimientos para las diferentes actividades de la organización. 7. Existencia de empresas de capacitación en el área tecnológica. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Competidores con certificación ISO. 2. Regulación de divisas para la adquisición de equipos importados. 3. Mayores requisitos establecidos por los clientes cada año. 4. Regulación de actividades por parte de la LOTCYMAT. 5. Avances tecnológicos que posee la competencia y les provee mayor ventaja competitiva. 6. Numerosa cantidad de competidores. |

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Portafolio de Estrategias:

Esta herramienta permite clasificar las estrategias resultantes de la Matriz DOFA, identificando sus combinatorias entre sus factores internos y externos

de las cuales han sido resultantes, estableciendo el principal objetivo de cada una de ellas.

- **F6O3O5:** Actualización de los sistemas de información, aprovechando los precios competitivos existentes en el mercado.
- **F6F7O1:** Maximizar la utilización de los recursos tecnológicos disponibles de tal forma que permitan establecer oportunidades de obtención de certificaciones ISO.
- **F6F7A1:** Maximizar la utilización de los recursos tecnológicos disponibles de tal forma que permitan competir con otros proveedores que ya poseen certificaciones ISO.
- **F7A4:** Aportar mayores niveles de calidad y seguridad que permitan dar cumplimiento a las exigencias de la Ley Orgánica de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo.
- **F3F6A3:** Mejorar el uso de los recursos tecnológicos logrando una mayor eficiencia y eficacia que permita dar cumplimiento a los diferentes requerimientos de los clientes.
- **D7O6:** Creación de manuales de normas y procedimientos que permitan establecer los requisitos y pasos a seguir para establecer los procesos y canales para transmitir la información corporativa.

- **D6O7:** Implementación de talleres de capacitación de las herramientas tecnológicas, utilizando como apoyo empresas externas con amplia experiencia en el área tecnológica.
- **D4D6A5:** Incorporación de tecnología de punta para la automatización de procesos obteniendo mayor ventaja competitiva frente a la competencia.
- **D7A1:** Estandarización y documentación de procesos que permitan obtener las diferentes certificaciones ISO, adquiriendo una ventaja competitiva frente a los competidores del sector.
- **D5A4:** Implementación de talleres de capacitación del personal que permitan reducir el riesgo de accidentes por descontrol del personal y así dar cumplimiento a los requisitos y exigencias de la Ley Orgánica de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo.

Matriz de Selección de Estrategias:

Para realizar la selección de la estrategia a aplicar se evalúan el grupo de estrategias obtenidas en la elaboración de la Matriz DOFA, a través de un conjunto de criterios establecidos por estrategias encargados de la realización de la investigación y el personal responsable de la empresa en la realización de la misma. A continuación se presente la conceptualización de cada criterio y su escala de evaluación.

Cuadro N° 4

Matriz de selección de estrategias

| Definición del Criterio | Conceptualización del Criterio | Escala de evaluación de los criterios | | | | |
|-------------------------|---|---------------------------------------|-------------------|-------------------------|-----------------------|-----------------------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Tiempo | Lapso requerido para la ejecución de una actividad | Muy largo plazo | Largo Plazo | Mediano Plazo | Corto Plazo | Inmediato |
| Costo | Cantidad de recursos monetarios y humanos necesarios para llevar a cabo una actividad | Muy Poco Costoso | Poco Costoso | Medianamente costoso | Costoso | Muy costoso |
| Factibilidad | Posibilidad de que una actividad se desarrolle efectivamente | Muy Baja Factibilidad | Baja Factibilidad | Medianamente Factible | Muy Baja factibilidad | Muy Alta Factibilidad |
| Impacto | Cambios y/o beneficios derivados de la ejecución de una actividad | Muy Bajo Impacto | Bajo Impacto | Medianamente impactante | Alto Impacto | Muy alto impacto |

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Seguidamente de la definición de los criterios se realiza la ponderación para uno de los criterios por parte del personal de la empresa, especificando los diferentes valores que permitirán el desarrollo de la selección de las estrategias.

La selección de las diferentes estrategias se realiza con el fin de establecer acciones o mejoras a realizar, para proponer mejoras en las técnicas de comunicación dentro de la empresa. Se utilizó un panel de expertos compuesto por cuatro (4) personas quienes evaluaron la importancia de los distintos criterios lo cual permitió establecer la ponderación o peso de cada uno de ellos.

Cuadro Nº 5

Establecimiento de pesos de los criterios de selección

| Nº | Criterio | Panel de Expertos Evaluadores | | | | Total | |
|----|--------------|-------------------------------|--------|--------|--------|--------------|---------------------|
| | | Exp. 1 | Exp. 2 | Exp. 3 | Exp. 4 | Total Puntos | Peso % del criterio |
| 1 | Tiempo | 3 | 3 | 4 | 4 | 14 | 24% |
| 2 | Costo | 2 | 1 | 2 | 3 | 8 | 14% |
| 3 | Factibilidad | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 32% |
| 4 | Impacto | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 30% |
| | | | | | | 59 | 100% |

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Cuadro Nº 6

Matriz de selección de estrategias para el escenario

| Alternativas | Factibilidad 32% | | Costo 14% | | Impacto 30% | | Tiempo 24% | | Total |
|--|------------------|------|-----------|------|-------------|------|------------|------|-------|
| F₆O₃O₅ | 2 | 0.64 | 2 | 0.28 | 4 | 1.20 | 2 | 0.48 | 2.60 |
| F₆F₇O₁ | 3 | 0.96 | 3 | 0.42 | 4 | 1.20 | 1 | 0.24 | 2.82 |
| F₆F₇A₁ | 3 | 0.96 | 3 | 0.42 | 4 | 1.20 | 1 | 0.24 | 2.82 |
| F₇A₄ | 3 | 0.96 | 3 | 0.42 | 3 | 0.90 | 4 | 0.96 | 3.24 |
| F₃F₆A₃ | 3 | 0.96 | 3 | 0.42 | 4 | 1.20 | 4 | 0.96 | 3.54 |
| D₇O₆ | 5 | 1.60 | 5 | 0.70 | 5 | 1.50 | 4 | 0.96 | 4.76 |
| D₆O₅ | 3 | 0.96 | 3 | 0.42 | 4 | 1.20 | 3 | 0.72 | 3.30 |
| D₄D₆A₅ | 2 | 0.64 | 2 | 0.28 | 4 | 1.20 | 2 | 0.48 | 2.60 |
| D₇A₁ | 2 | 0.64 | 2 | 0.28 | 3 | 0.90 | 2 | 0.48 | 2.30 |
| D₅A₄ | 3 | 0.96 | 3 | 0.42 | 3 | 0.90 | 3 | 0.72 | 3.00 |

Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

Estrategia Seleccionada

Luego de la aplicación de la matriz de selección se procedió a seleccionar la estrategia con mayor puntuación.

La estrategia seleccionada y desarrollada como propuesta es la identificada con las siglas **D7O6** *“Creación de manuales de normas y procedimientos que permitan establecer los requisitos y pasos a seguir para establecer los procesos y canales para transmitir la información corporativa”*.

CAPÍTULO V

LA PROPUESTA

La comunicación estratégica requiere de una adecuada planificación, entendiendo esta como el proceso por el que una organización, una vez que ha analizado su entorno en el cual se desempeña y ha establecido sus objetivos tanto a mediano, corto y largo plazo, selecciona las estrategias más adecuadas para cumplir con estos y así define cuales son los proyectos a ejecutar para el desarrollo de las estrategias planteadas.

Para dar cumplimiento a esta planificación es indispensable que se fortalezca la imagen de liderazgo de la Organización y definir como optimizar la atención tanto a sus clientes internos como externos, para esto se debe tomar en cuenta cuales serán las demandas del entorno, las dificultades y obstáculos que podrían entorpecer la capacidad de respuesta de la organización.

Al momento de establecer una comunicación estratégica, se deben tomar en cuenta aspectos como las fortalezas y debilidades que posee el ambiente interno, así como también la capacidad de la organización para optimizar el uso de los medios y recursos disponibles, a su vez se debe incluir dentro del análisis los elementos de la estructura interna que podrían disminuir su capacidad de respuesta al momento de una mayor exigencia por parte del público interno y externo.

La comunicación cuando ha sido debidamente planificada puede llegar a convertirse en un instrumento de gestión, de negociación y/o de control. En este sentido, establecer un plan de comunicación permitiría a la organización orientar la toma de decisiones. Al establecer cuáles son los objetivos y los pasos a seguir, los cuales son el resultado de un consenso entre aquellos que participan dentro de la comunicación, con la finalidad de poder definir las expectativas y aspiraciones tanto individuales, como grupales de aquellos que intervienen en el proceso.

Un plan estratégico de planificación los principales beneficios que brinda se encuentran altamente relacionados con la capacidad de realizar su gestión más eficiente ya que permite liberar recursos tanto humanos como materiales, así como también permite la participación del receptor de manera directa en el proceso.

Plan Estratégico de Comunicación:

El plan estratégico de comunicación debe ser una propuesta de acciones las cuales deben estar basadas en datos, objetivos y presupuestos debidamente planificados. Este debe ir acorde al plan de mercadeo de la organización y no debe de contradecirse, por el contrario deben estar orientados a dar cumplimiento a las políticas institucionales y a la misión y visión de la organización.

Es importante que este sea considerado como parte de las actividades diarias y del hacer cotidiano de los empleados, quienes deben hacer un esfuerzo permanente para poderlo en práctica. A este se le debe dar

mantenimiento constante, continuidad y seguimiento a las acciones y estrategias de comunicación propuestas, las cuales fueron aprobadas e implementadas en la organización.

El plan estratégico debe constar de cuatro pasos los cuales deben ser llevados a cabo de forma iterativa, estos son:

1. Diagnóstico
2. Planificación y programación
3. Implantación de plan estratégico
4. Evaluación

Figura N° 1

Diagrama de Proceso de Plan Estratégico de Comunicación



Fuente: Álvarez, C.; Bellorín, D.; Carrero, L. (2011).

1. **Diagnóstico:** se debe realizar un estudio de la organización para determinar las necesidades en términos reales, evaluando los aspectos y/o elementos de la organización mediante un análisis interno, tanto positivo como negativo, es decir, el estatus en el cual se encuentran, si cuentan con procedimientos claros y éstos cooperan a mejorar el servicio que presta la empresa a sus clientes. Esto permitirá obtener una visión amplia de la organización, así como sus objetivos, además de conocer las estrategias que la misma emplea para lograr su ventaja competitiva que la diferencie del resto de sus competidores.
2. **Planificación y Programación:** en esta etapa se desarrolla una propuesta de las diferentes estrategias y acciones que pretenden dar solución a la problemática encontrada. Se plantea y se define las fechas de inicio y finalización de cada estrategia que se llevará a cabo, en las cuales se deben tomar en cuenta todos los requerimientos y recursos tanto humanos como de materiales que son necesarios para ejecutar cada tarea, presupuestos y se debe hacer hincapié en las formas de evaluación de cumplimiento de cada una. La evaluación permitirá establecer mediciones para obtener los niveles de cumplimiento y efectividad de cada estrategia.

Cada una de estas estrategias deberá estar reflejada dentro de un *“Manual de Normas y Procedimientos”* el cual permita establecer una base sólida para las técnicas de comunicación seleccionadas, debido a que se establecerá una normalización de los procesos comunicacionales dentro de la organización.

Se sugiere que el Manual de Normas y Procedimientos para la comunicación tanto interna como externa al menos abarque los siguientes puntos:

- a) Establecer pautas para la realización de reuniones periódicas entre los empleados de cada departamento tales como: periodicidad, duración, participantes, agenda, entre otros.
- b) Normativas para la incorporación de buzones de sugerencias tanto internos como externos.
- c) Definir normas para el uso de instrumentos de comunicación así como también en las características físicas del diseño de cada formato de comunicación tales como: características generales, diseño, estructura de la información, colores, tipografía, entre otros. Ésto debe aplicar para todos los medios de comunicación usados dentro de la empresa como correo electrónico, memorándum, boletines, carteleras informativas, así como cualquier otro medio de comunicación utilizado.
- d) Establecer como norma la creación de un cronograma periódico para la elaboración de reuniones y emisión de comunicados generales para la empresa, se sugiere que esto sea realizado trimestralmente.
- e) Establecer normas de evaluación y medición de efectividad de las estrategias establecidas, definiendo criterios de evaluación que permitan hacerle seguimiento a las actividades que se realizan. A su vez se debe especificar las características y elementos que debe componer cada uno de los formatos de evaluación, así como también quienes son los responsables de llevar a cabo cada una de las tareas de evaluación.

3. **Implantación de Plan Estratégico:** se llevará a cabo cada una de las estrategias planteadas en el paso anterior, evitando realizar cambios de último momento, lo cual podría afectar los objetivos establecidos.

4. **Evaluación:** esta etapa permite obtener como resultados los niveles de efectividad y aceptación de cada estrategia, pudiendo determinar cuales le dan cumplimiento a los objetivos efectivamente y cuáles no brindaron los resultados esperados. Estos análisis pueden llevarse a cabo desde el inicio de la implementación de las estrategias. Los resultados obtenidos de cada evaluación servirán como base a un nuevo ciclo de manera que esto se realice de manera continua, de esta forma esta cuarta fase se transforma en una nueva fase uno.

CONCLUSIONES

- Se realizó un análisis interno, determinando la existencia de una deficiencia en los procesos comunicacionales de la empresa caso de estudio, la cual presenta a nivel general un leve rechazo o temor a la implementación de tecnologías de información y comunicación, debido a la inexistencia de una cultura tecnológica dentro de la organización, lo que se puede identificar como una desventaja o debilidad ante sus competidores del mercado.
- Luego de dictaminar las necesidades del micro entorno que afecta a la organización, así como los cambios o giros estratégicos que ha llevado a cabo durante los últimos años, permitiendo definir los parámetros conceptuales de las estrategias de comunicación, que permitan fortalecer la eficacia en el desarrollo de las actividades de la organización, con esto se puede concluir con la obtención de un modelo de estrategias que permitirán una toma de decisiones más eficaz, reduciendo los márgenes de error.
- La organización ha comprendido que la aplicación de la tecnología dentro de la comunicación no significa el uso de tecnología de punta, sino la incorporación de las herramientas que puedan facilitar el proceso de intercambio de información de una manera más eficiente y también establecer instrumentos que permitan su medición para mantener un control sobre la misma.
- La propuesta de comunicación desarrollada en este trabajo de grado surge desde el análisis de información y la estructura de una solución

en donde la comunicación efectiva es protagonista y en este curso asume un rol estratégico que aporta valor a la entidad, sus públicos y relaciones. Lo que servirá de base para crear y establecer un lenguaje único de comunicación que les permitiera a todos los miembros apropiarse del plan y ser personas activas en la realización y aplicación del mismo.

RECOMENDACIONES

- Estandarizar los diversos procesos de comunicación de la empresa, mediante la utilización de los diferentes avances tecnológicos que permitan cumplir con las expectativas de los clientes.
- Incorporar tecnología de punta en los procesos de las empresas que permita agilizar los procesos de comunicación facilitando así el intercambio de información entre departamentos, aumentando la seguridad y organización de la misma.
- Crear e implementar de manuales sobre el uso de las tecnologías de información y comunicación existentes en las empresas, normas de seguridad, uso, lo cual brindará un soporte a la hora de presentarse inconvenientes en cuanto al uso de dichas tecnologías.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADLER, RONALD B. y ELMHORST (2005), **Principios y Practicas para negocios y profesiones**, 8º Edición, Comunicación Organizacional, Editorial McGraw-Hill.

BARTOLI, A. (1992), **Comunicación y Organización. La Organización Comunicante y la Comunicación Organizada**. Ediciones Paidós Ibérica, España.

FERNÁNDEZ, C. (1998), **La Comunicación en las Organizaciones**. Editorial Trillas, México.

GARCÍA & URREA (1997), **Análisis de la Gestión de Comunicación Organizacional en Empresas del Sector Privado del Área Metropolitana de Caracas**. Comunicación Social UCAB.

HERNÁNDEZ, R., FERNÁNDEZ, C., BAPTISTA, P. (2003), **Metodología de la Investigación**, Editorial McGraw-Hill, México, 3ra Edición.

HURTADO, J. (2000), **Metodología de la Investigación Holística**. IUTP. Sypal. Caracas.

MÉNDEZ, C. (2001), **Metodología: Diseño y desarrollo del proceso de investigación**. 3ra. Edición. Colombia. McGraw-Hill.

MICHELENA, B. (2000), **La investigación cualitativa etnográfica en educación**. Editorial Texto S.R.L. Caracas.

RAMÍREZ, TULIO (1999), **Como hacer un proyecto de investigación**. Caracas. Editorial Panapo.

ROBBINS, STEPHEN (2004), **Comportamiento Organizacional**. 10ma. Edición.

SABINO, CARLOS (1992). **El proceso de la investigación**. Editorial Panapo. Caracas.

SABINO, CARLOS (1997). **Proyecto de Investigación**. Segunda Edición, Editorial Episteme, C. A.

SERNA, H. (2001), **Observación, revisión documental**. España. McGraw-Hill.

SERNA, HUMBERTO (2003), **Gerencia estratégica**. Octava Edición. 3R Editores. Bogotá, Colombia.

SHEIN, EDGAR, SALK, JANE Y OTROS. (1991), **Fusiones y Adquisiciones culturales y Organizativas**. España, Centro de estudio de las Organizaciones.

TAMAYO Y TAMAYO, MARIO (2006). **El Proceso de la Investigación Científica**. Editorial Limusa. Caracas.

ANEXOS

ANEXO A
INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN COMERCIAL
Y CONTADURÍA PÚBLICA
CAMPUS BÁRBULA



CUESTIONARIO

DIRIGIDO A TRABAJADORES DE LA EMPRESA FUNDACIÓN TECNOLÓGICA DE SEGURIDAD INTEGRAL (FUNSEIN) UBICADA EN EL MUNICIPIO VALENCIA, EDO. CARABOBO.

El presente instrumento se aplica en ocasión del desarrollo de la investigación, como parte de la exigencia académica de la Escuela de Administración Comercial y Contaduría Pública de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Carabobo, para optar al título de Licenciados en Administración Comercial y Contaduría Pública. El tema del trabajo de grado está referido a “**PROPUESTA DE LAS TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN QUE LOGREN OPTIMIZAR EL PROCESO COMUNICACIONAL, CASO: EMPRESA FUNDACIÓN DE SEGURIDAD INTEGRAL (FUNSEIN) UBICADA EN EL MUNICIPIO VALENCIA, EDO. CARABOBO**”.

En este sentido, agradecemos a Usted, su colaboración, dando respuesta a los ítems que se reflejan a continuación. Esta información será confidencial y su uso tiene fines netamente académicos. No hay respuestas correctas o incorrectas, ya que la intención es precisar cuál es la tendencia en la opinión o percepción que usted pueda tener sobre el tema tratado. Agradecidos por la atención que le pueda dar a la presente. Quedan de Usted,

Álvarez, Carolina; Bellorín, Desireé; Carrero, Luis.

INSTRUCCIONES

A continuación encontrará preguntas, responda marcando en la casilla de la alternativa que considere la más ajustada desde su punto de vista.

- Lea atentamente cada enunciado e indique el número, de acuerdo o desacuerdo con cada uno de los postulados, señale con una equis (X) la respuesta que mejor coincida con su apreciación.



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN COMERCIAL
Y CONTADURÍA PÚBLICA
CAMPUS BÁRBULA



1. ¿Cuándo transmite algún tipo de información, siente que se ha dado a entender claramente?
 Si No
2. ¿El vocabulario utilizado por el personal es claramente comprensible al momento de transmitir información sobre alguna actividad de trabajo?
 Si No
3. ¿Considera que la información importante suministrada por su supervisor a cerca de las normativas de la empresa, le llega de manera clara y precisa?
 Si No
4. ¿Se comunica frecuentemente con sus compañeros?
 Si No
5. ¿Cuándo solicita información laboral obtiene respuesta adecuada y oportuna?
 Si No
6. ¿Considera que la información que le proveen sus supervisores de manera escrita, se realiza de forma precisa para el desempeño de sus labores?
 Si No
7. ¿En su departamento existe un ambiente acorde para el desempeño de sus funciones (sin ruidos, música; etc.)?
 Si No
8. ¿Cuándo transmite algún tipo de información, siente que se ha dado a entender claramente?
 Si No
9. ¿La empresa maneja conjuntamente los diferentes canales de comunicación, verbal, no verbal y escrita?
 Si No
10. ¿El proceso de comunicación verbal es significativo en el manejo de la toma de decisiones y las relaciones laborales?
 Si No
11. ¿Existe comunicación con un vocabulario acorde entre compañeros dentro de la organización?
 Si No
12. ¿Considera que al comunicarse lo hace con un alto grado de efectividad?
 Si No
13. ¿En esta organización es frecuente la comunicación por medios tecnológicos (correos electrónicos, teléfonos, etc.)?
 Si No
14. ¿Se le informa acerca de los cambios importantes en su trabajo mediante canales informales?
 Si No
15. ¿A menudo escucha repicar los teléfonos sin ser contestados?
 Si No
16. ¿Considera usted que el proceso de comunicación interno se da sin distinción de nivel jerárquico organizacional?
 Si No
17. ¿Existe algún medio formal a través del cual pueda expresar a sus supervisores alguna queja o inconformidad sobre algún aspecto relacionado con su trabajo?
 Si No
18. ¿La empresa posee cartelera informativa con noticias, avisos, notificaciones relevantes y actualizadas de la misma?
 Si No
19. ¿En el entorno organizacional un mensaje no verbal (Gestos, señales, etc.) le puede llevar a interpretar el mensaje recibido?
 Si No
20. ¿Considera que el personal de la empresa, demuestra estar calificado en la transmisión de un mensaje, sea cual fuera el nivel jerárquico de donde provenga?
 Si No
21. ¿Considera que el canal de entrega de información utilizado en la empresa, ya sea correo electrónico o entrega personal, son oportunos y efectivos?
 Si No
22. ¿En alguna ocasión ha utilizado la comunicación no verbal o escrita con sus compañeros de departamento?
 Si No
23. ¿Le han informado sobre cambios importantes en su trabajo gracias a la constante comunicación que mantiene con sus supervisores?
 Si No
24. ¿Siente usted que la comunicación vía correo electrónico que mantiene con sus superiores es efectiva y oportuna?
 Si No
25. ¿A menudo percibe que cuando se dirige a compañeros, de cualquier departamento, es tratado de acuerdo al estado de ánimo de esa personal?
 Si No
26. ¿Se siente satisfecho por los canales utilizados por sus jefes y/o supervisores a la hora de transmitir algún reconocimiento por obtener los resultados esperados en sus tareas?
 Si No
27. ¿Se siente satisfecho con la comunicación que establece con sus compañeros de trabajo?
 Si No
28. ¿Considera que mantiene una buena comunicación a distancia, a través de internet con sus compañeros de trabajo?
 Si No

Gracias por su tiempo.

ANEXO B
VALIDEZ DEL INSTRUMENTO



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN COMERCIAL
Y CONTADURÍA PÚBLICA
CAMPUS BÁRBULA



CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN

Por medio de la presente, doy constancia de que los instrumentos de recolección de datos elaborados para desarrollar el Trabajo de Grado titulado: **PROPUESTA DE LAS TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN QUE LOGREN OPTIMIZAR EL PROCESO COMUNICACIONAL, CASO: EMPRESA FUNDACIÓN DE SEGURIDAD INTEGRAL (FUNSEIN) UBICADA EN EL MUNICIPIO VALENCIA, EDO. CARABOBO.**, elaborado por: Álvarez, Carolina; Bellowín, Desireé; Carrero, Luis; cumple con los requisitos exigidos para cubrir los objetivos de la investigación que pretende desarrollar.

Aprobado por:

Prof.

C.I.

Teléfono: _____

ANEXO C
RESULTADOS DEL INSTRUMENTO

| Items / Poblacion | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | 32 | 33 | 34 | Total (SI) | Total (NO) | NO RESPONDIERON | |
|-------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|------------|------------|-----------------|---|
| 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 33 | 0 | 1 |
| 2 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 29 | 5 | 0 | |
| 3 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 30 | 4 | 0 | |
| 4 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 34 | 0 | 0 | |
| 5 | 1 | 1 | 0 | 1 | X | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 25 | 8 | 1 | |
| 6 | 0 | 1 | X | 1 | X | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 27 | 5 | 2 | |
| 7 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 28 | 6 | 0 | |
| 8 | X | X | X | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 16 | 15 | 3 | |
| 9 | 1 | 1 | 1 | X | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 30 | 3 | 1 | |
| 10 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | X | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 29 | 4 | 1 | |
| 11 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | X | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 30 | 3 | 1 | |
| 12 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 27 | 7 | 0 | |
| 13 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 28 | 6 | 0 | |
| 14 | 0 | 0 | 0 | 1 | X | 1 | X | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 10 | 22 | 2 | |
| 15 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | X | 1 | 0 | X | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 14 | 18 | 2 | |
| 16 | 0 | 1 | 1 | 0 | X | X | 1 | 1 | X | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 16 | 14 | 4 | |
| 17 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 16 | 18 | 0 | |
| 18 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 34 | 0 | 0 | |
| 19 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 14 | 20 | 0 | |
| 20 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | X | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 22 | 11 | 1 | |
| 21 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 18 | 16 | 0 | |
| 22 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 21 | 13 | 0 | |
| 23 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | X | 1 | 1 | 20 | 13 | 1 | |
| 24 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 21 | 13 | 0 | |
| 25 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 18 | 16 | 0 | |
| 26 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 19 | 15 | 0 | |
| 27 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | X | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 26 | 5 | 3 | | |
| 28 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 16 | 17 | 1 | |