

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PROGRAMA DE ESTUDIOS DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**“ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS DEL PROGRAMA DE ASISTENCIA
TÉCNICA Y PRODUCTIVIDAD DE LOS AGRICULTORES DE MANGO DE
SUNSHINE EXPORT SAC”**

Área de Investigación:

Comunicación y organizaciones

Autores:

Br. Briceño Fernández, Bianca Azucena

Br. Saavedra Castro, Eliana Jesús

Jurado Evaluador:

Presidenta: Dra. Ana Cecilia Loo Jave

Secretario: Ms. Ricardo Samuel Vera Leyva

Vocal: Ms. Federico Enrique Sabana Vega

Asesor:

Dra. Margot Isabel Herbias Figueroa

Código Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-1546-7223>

PIURA, PERÚ 2022

Fecha de sustentación: 2022/12/29

DEDICATORIA

Agradezco a Dios y a mi maravillosa familia, principalmente a mis padres, José y Nelly, quienes durante este largo camino han sido mi mayor motivación. Gracias por forjarme como una persona humilde, por su amor incondicional y por contribuir en el logro de mis objetivos. Este esfuerzo es más de ustedes que mío.

Briceño Fernández, Bianca Azucena

A mis padres Julio y Fanny y a mis hermanos quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer a las adversidades porque Dios está conmigo siempre.

Saavedra Castro, Eliana Jesús

AGRADECIMIENTO

Principalmente agradecemos a Dios por brindarnos sabiduría y paciencia para culminar con éxito nuestras metas.

Un agradecimiento especial a nuestros padres que nos han brindado el apoyo suficiente para no decaer cuando todo parecía complicado e imposible.

A nuestra asesora Margot Herbias Figueroa, por ser una gran profesional y apoyarnos en toda nuestra trayectoria para poder culminar nuestra tesis.

RESUMEN

El objetivo del presente informe de investigación fue establecer la relación que existe entre las estrategias comunicativas del programa de Asistencia Técnica y la productividad de los agricultores de mango de Sunshine Export SAC.

Asimismo, la metodología que se ha utilizado es cuantitativa con un diseño correlacional, puesto que se buscó establecer la relación de la estrategia de comunicación que utiliza la empresa Sunshine Export SAC con el nivel de productividad en los agricultores. La población de estudio estuvo conformada por 120 agricultores de mango, de las cuales en la muestra se justifican 60 agricultores debido a las condiciones, socioeconómicas y educativas en que se encuentran, es decir, los participantes viven en zonas de difícil acceso, algunos son analfabetos y no tienen acceso a internet.

Tras el análisis de los resultados, se ha determinado que, la estrategia de sensibilización es la que utiliza el programa de Asistencia Técnica, mientras que, el nivel de productividad es alto en el manejo de los campos de cultivo y en los objetivos de exportación del mango. Además de que, la relación de la estrategia de comunicación de sensibilización que utiliza la empresa Sunshine Export SAC con el nivel de productividad en los agricultores tiene una correlación fuerte y la relación que existe entre las estrategias comunicativas del programa de Asistencia Técnica y la productividad de los agricultores de mango de Sunshine Export SAC, tiene una correlación débil.

Palabras clave: Estrategias comunicativas, estrategias de sensibilización, nivel de productividad, agricultores y programa de Asistencia Técnica.

ABTRASCT

The objective of this research report was to establish the relationship between the communication strategies of the Technical Assistance program and the productivity of mango farmers from Sunshine Export SAC.

Likewise, the methodology that has been used is quantitative with a correlational design, since it sought to establish the relationship of the communication strategy used by the company Sunshine Export SAC with the level of productivity in farmers. The study population consisted of 120 mango farmers, of which 60 farmers are justified in the sample due to the socioeconomic and educational conditions in which they find themselves, that is, the participants live in areas of difficult access, some are illiterate. And they don't have internet access.

After the analysis of the results, it has been determined that the awareness strategy is the one used by the Technical Assistance program, while the level of productivity is high in the management of crop fields and in the export objectives of the mango. In addition to that, the relationship of the awareness communication strategy used by the company Sunshine Export SAC with the level of productivity in farmers has a strong correlation and the relationship that exists between the communication strategies of the Technical Assistance program and the productivity of Sunshine Export SAC mango farmers, has a weak correlation.

Keywords: Communication strategies, awareness strategies, productivity level, farmer and Technical Assistance program.

ÍNDICE

Dedicatoria	i
Agradecimiento	ii
Resumen.....	iii
Abstract.....	iv
I. INTRODUCCIÓN	9
1.1. Problema de investigación.....	9
1.1.1. Realidad problemática	9
1.1.2. Enunciado del Problema.....	11
1.2. Objetivos	11
1.2.1. Objetivo general.....	11
1.2.2. Objetivos específicos	11
1.3. Justificación de la investigación	12
II. MARCO DE REFERENCIA.....	13
2.1. Antecedentes	13
2.1.1. Internacionales.....	13
2.1.2. Nacionales	14
2.1.2. Locales	15
2.2. Marco Teórico	16
2.2.1. Teoría de la comunicación participativa.....	16
2.3. Marco conceptual.....	19
2.3.1. Productividad	19
2.3.2. Definición de estrategias comunicativas	20
2.3.3. Tipos de estrategias comunicativas.....	22
2.3.4. Elementos para una estrategia comunicativa efectiva.....	24
2.3.5. Pasos para elaborar una estrategia comunicativa	24
2.3.6. Influencia del recurso humano sobre la productividad.....	26
2.3.7. Medición de la productividad	27
2.3.8. La eficacia y la eficiencia	27
2.3.9. Estándares de calidad	29
2.3.10. Certificación de personas	29
2.3.11. Manejo de suelos.....	29
2.3.12. Post cosecha	29
2.4. Marco referencial.....	30
2.5. Hipótesis.....	31

III.	METODOLOGÍA.....	32
3.1.	Tipo de investigación	32
3.2.	Población y muestra de estudio.....	32
3.2.1.	Población	32
3.2.2.	Muestra	32
3.3.	Diseño de investigación	32
3.4.	Variables e indicadores	34
3.5.	Técnicas e instrumento de investigación	39
3.6.	Procesamiento y análisis de información	39
IV.	PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....	42
4.1.	Resultados cuantitativos y/o cualitativos	42
4.1.1.	Resultados para el objetivo específico 1	42
4.1.2.	Resultados para el objetivo específico 2.....	43
4.1.3.	Resultados para el objetivo específico 3.....	48
4.1.4.	Resultados para el objetivo general.....	50
4.2.	Prueba de hipótesis (opcional).....	51
V.	DISCUSIÓN	52
VI.	CONCLUSIONES	57
VII.	RECOMENDACIONES	58
	RERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	59
	ANEXOS	63

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Estrategias comunicativas.....	42
Tabla 2. Nivel de productividad en el manejo de los campos de cultivo de del mango	43
Tabla 3. Nivel de productividad en la exportación de mango	44
Tabla 4. Nivel de productividad en la ayuda que se brinda en el programa de asistencia técnica.....	45
Tabla 5. Nivel de productividad en las certificaciones del programa de asistencia técnica	46
Tabla 6. Nivel de productividad en la importancia que se brinda en el programa de asistencia técnica.....	47
Tabla 7. Relación de la estrategia de sensibilización con el nivel de productividad en los agricultores	47
Tabla 8. Relación de la estrategia informativa con el nivel de productividad en los agricultores.....	49
Tabla 9. Relación de la estrategia de orientación con el nivel de productividad en los agricultores.....	49
Tabla 10. Relación de la estrategia de contención con el nivel de productividad en los agricultores.....	49
Tabla 11. Relación que existe entre las estrategias comunicativas del programa de Asistencia Técnica y la productividad de los agricultores de mango de Sunshine Export SAC.....	50

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Estrategias comunicativas.....	42
Figura 2. Nivel de productividad en el manejo de los campos de cultivo del mango	43
Figura 3. Nivel de productividad en la exportación de mango.....	44
Figura 4. Nivel de productividad en la ayuda que se brinda en el programa de asistencia técnica.....	45

Figura 5. Nivel de productividad en las certificaciones del programa de asistencia técnica	46
Figura 6. Nivel de productividad en la importancia que se brinda en el programa de asistencia técnica.....	47
Figura 7. Relación de la estrategia de sensibilización con el nivel de productividad en los agricultores.....	48
Figura 8. Relación de la estrategia informativa con el nivel de productividad en los agricultores.....	49
Figura 9. Relación de la estrategia de orientación con el nivel de productividad en los agricultores.....	49
Figura 10. Relación de la estrategia de contención con el nivel de productividad en los agricultores.....	49
Tabla 11. Relación que existe entre las estrategias comunicativas del programa de Asistencia Técnica y la productividad de los agricultores de mango de Sunshine Export SAC	50

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Cuestionario	33
Anexo 2, Fichas de validación del instrumento	34
Anexo 3. Registro de asistencia de la muestra	35
Anexo 4. Informe de capacitación técnica por Sunchina Export SAC	36
Anexo 5. Evidencia de invitación al programa de Asistencia Técnica	37
Anexo 6. Evidencia de flyers sobre el programa de Asistencia Técnica	38
Anexo 7. Reporte de actividades del programa de Asistencia Técnica	39
Anexo 8. Evidencia de fotografías del programa de Asistencia Técnica	40
Anexo 9. Evidencia de la base de datos excel	40
Anexo 10. Base de datos de tablas.....	40

I. INTRODUCCION

1.1. Problema de Investigación

1.1.1. Realidad problemática

Hoy en día para las empresas las estrategias comunicativas son importantes porque permiten la mejora de su productividad, ya que, involucra un conjunto de acciones positivas para el público interno. Por su parte, Sordo (2022), define las estrategias comunicativas, como el conjunto de acciones que se lleva a cabo en una organización a través del área de comunicación, y que permite alcanzar de manera eficiente las metas y objetivos planteados. Es por ello, que se puede establecer diferentes logros, como el hecho de reestructurar o mejorar la imagen corporativa, buscar un aumento en las ventas, entre otras causas que pueden mejorarse.

En ese sentido, las estrategias comunicativas tienen un impacto en la productividad de las empresas, puesto que, Cequea y Nuñez (2011) sostienen que, la productividad tiene un carácter multidimensional, por lo que existen muchos factores que inciden en su desarrollo, de esta manera la comunicación es un factor decisivo que se relaciona e involucra a los colaboradores de la organización con el propósito de mejorar y alcanzar metas preestablecidas.

En Piura existen distintas agroexportadoras, entre ellas una de las principales es la empresa Sunshine Export Sac, con más de 30 años de experiencia en el mercado exportando fruta de la más alta calidad en distintas presentaciones.

Sunshine, con el pasar de los años vio la necesidad de volverse y prestarle mayor importancia a sus principales grupos de interés. Creando el área de Responsabilidad Social Empresarial, hace menos de cinco años. Como empresa responsable con sus grupos de interés, anualmente desarrolla distintos programas que impactan de manera directa y positiva en sus stakeholders tales como: agricultores, comunidad y medio ambiente. Enfocándose sobre todo en sus proveedores, agricultores de mango de las tres zonas de producción, de la ciudad de Tambogrande, Motupe y Casma. Uno de los principales grupos de interés de la organización, de donde obtienen la materia prima para los respectivos procesos y posterior exportación. Los agricultores de mango, quienes en su mayoría desconocen de temas importantes sobre el buen manejo

de sus cultivos y de cómo aprovechar en un 100% sus tierras para obtener la fruta que se requiere, la empresa vio la necesidad de desarrollar distintos programas que ayuden a mitigar este problema, en este caso el programa de Asistencia Técnica (capacitaciones técnicas), dirigido únicamente a agricultores. Un factor importante que influye en la producción de mango son las malas prácticas agrícolas, esta situación se ha podido detectar principalmente en Tambogrande y Motupe, donde el manejo incorrecto del cultivo no permite que el productor tenga rentabilidad y pueda aspirar a tener mejores condiciones de vida. En ese sentido, las capacitaciones técnicas son una herramienta de ayuda al productor, que tiene por objetivo potenciar sus conocimientos y habilidades para mejorar las condiciones productivas, estas capacitaciones se brindan tanto en Piura, Lambayeque y Ancash.

Sin embargo, a pesar del desarrollo de este programa, aún existe cierta cantidad de agricultores que continúan reincidiendo en el mal manejo de sus campos y como consecuencia el mínimo aprovechamiento de rentabilidad entre las campañas. He ahí la necesidad de investigar en qué está fallando o de qué carece el programa de asistencia técnica para que cierta cantidad de productores de mango de Tambogrande no aprovechen las capacitaciones técnicas, las cuales se desarrollan de forma teórica y práctica.

Cabe indicar, que los productores deben cumplir con estándares de calidad para la aprobación y posterior exportación de la fruta que obtienen de sus campos. Desde el calibrado en tamaños, color, forma sabor y textura. Además de un estudio previo de la fruta, donde se confirma que durante las etapas fenológicas se ha logrado una buena aplicación.

Como se ha descrito, no se conoce con certeza la efectividad del programa de capacitaciones, en cuanto al desarrollo de cada tema, como se aborda y se comunica. Asimismo, se busca determinar el nivel de productividad de los agricultores en cuanto a sus capacidades. Cabe mencionar, que la gran mayoría han obtenido con el transcurrir de los años y por sus familiares el conocimiento del manejo del campo, sin haber tenido la oportunidad de estudiar carreras técnicas o universitarias en cuanto ingeniería agronomía y temas referentes al manejo de cultivos.

En ese sentido, la presente investigación busca conocer cuál es la relación que existe entre las estrategias comunicativas del programa de Asistencia Técnica de la empresa Sunshine Export SAC, con la productividad de los agricultores, quienes representan a los proveedores, por ello, es de vital importancia identificar las estrategias comunicativas que tienen una mayor efectividad en las actividades de la cadena de valor en la selección de la futa que se requiere cumplir los estándares para su exportación, ya que, únicamente logrando que los participantes del programa comprendan los estándares de exportación, los cuales impulsaran a los agricultores hacia la productividad logrando los objetivos de la empresa, asimismo su relación se basa en que, los recursos que ha utilizado la empresa se comparen con los resultados obtenidos en la producción de la fruta exportada.

1.1.2. Enunciado del problema

¿Cuál es la relación que existe entre las estrategias comunicativas del programa de Asistencia Técnica y la productividad de los agricultores de mango de Sunshine Export SAC?

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general

Establecer la relación que existe entre las estrategias comunicativas del programa de Asistencia Técnica y la productividad de los agricultores de mango de Sunshine Export SAC.

1.2.2. Objetivos específicos

- Conocer las estrategias de comunicación que utiliza la empresa Sunshine Export SAC, para promover el programa de Asistencia Técnica en los agricultores de mango.
- Identificar el nivel de productividad de los agricultores de mango vinculados a la empresa Sunshine Export SAC.
- Establecer la relación de la estrategia de comunicación que utiliza la empresa Sunshine Export SAC con el nivel de productividad en los agricultores.

1.3. Justificación de la investigación

El estudio se realiza por la necesidad de determinar cómo incide el programa de Asistencia Técnica en la productividad de los productores de mango del Valle San Lorenzo, Tambogrande, Piura. Además, se analizará la situación de los productores para determinar sus habilidades y fortalezas para que puedan obtener acceso a cultivos en desarrollo, aumentar el conocimiento requerido y así mejorar su rendimiento en la producción.

Este estudio pretende favorecer a los agricultores de mango del valle de San Lorenzo - Tambogrande, ya que al brindarles asistencia técnica se contribuye al fortalecimiento de su medio de vida, a obtener mejores resultados y por consiguiente posibilita el avance de la producción de mango a partir de una agricultura viable y sostenible para el beneficio de los agricultores y la sociedad.

De esta manera, tiene un aporte a la sociedad puesto que, las estrategias comunicativas son importantes para la trasmisión de un mensaje coherente, que, por ende, se complementa con la productividad de la comprensión del mensaje. En ese sentido, es importante que la comunicación que se establezca en las empresas y en la vida cotidiana siempre sea positiva y asertiva.

Asimismo, el estudio beneficiará a las empresas en general, ya que, conocerán la importancia de identificar una estrategia de comunicación dentro de sus stakeholder y como ello, se relaciona con la productividad tanto interna como externa de la organización.

Finalmente, los comunicadores sociales se verán beneficiados, dado que, el estudio servirá como un precedente para identificar la relación de las estrategias comunicativas con la productividad, con el fin de que en sus futuros puestos de trabajos puedan realizar un plan de comunicación efectivo para las organizaciones.

II. MARCO DE REFERENCIA

2.1. Antecedentes del estudio

Se presentan los siguientes antecedentes que nos permiten brindar sustento a la presente investigación, ya que, se relacionan directamente con nuestras variables de estudio de estrategias comunicativas y productividad.

2.1.1. Antecedentes internacionales

Sandoval, Morales y Bascur (2017), en su tesis titulada “Capacitación y su impacto en la productividad laboral de las empresas chilenas” para obtener el grado de licenciado en administración.

Determinan que:

- El impacto de la capacitación en la productividad laboral en grandes empresas y pymes, no encontraron diferencias importantes entre ambos grupos, a excepción del parámetro ATE en PSM, donde se encuentra que las grandes empresas que brindan capacitaciones a sus colaboradores tenían un 2,7% menos de productividad laboral en comparación con las empresas sin formación, mientras que la productividad laboral de las pymes es 2,4% superior a la de las empresas no capacitadas, sin embargo, al igual que en el caso anterior, las estimaciones no son significativas.

Durán, Morales, Orduz y Rueda (2013), en su tesis titulada “Análisis y estrategias comunicativas de responsabilidad social en la empresa Rayco S.A.S. en Bucaramanga y su área Metropolitana” para obtener el grado de licenciatura en Comunicación.

Los autores concluyen que:

- El eje base del plan es la construcción y desarrollo de un área de comunicaciones. Puesto que, los lineamientos no son los adecuados, debido a que se divide en tres dependencias: departamento de gestión humana, la psicología de la empresa, el área de mercadeo y publicidad. Aun cuando existen aspectos en común y con el fin de lograr una consolidación de las variables, de deben realizar actividades mancomunadamente. Gracias a ello, permitirá que la organización obtenga una óptica 273 diferente en sus

procesos, a partir del monitoreo de una persona con dominio adecuado del tema en comunicación, logrando direccionamiento en la imagen corporativa, clima laboral, socialización y creación de políticas corporativas y flujo, asimismo, canales de difusión de la comunicación.

2.1.2. Antecedentes nacionales

Ruitón (2018), en su tesis de licenciatura “Impacto de las estrategias de comunicación usadas por ferocafenop en la construcción de identidad cultural de sus integrantes, año 2016”.

Concluye:

- Las estrategias de comunicación utilizadas lograron un gran impacto positivo en la construcción de identidad cultural de sus integrantes.
- Gracias a las charlas, capacitaciones, uso de material gráfico informativo, uso de Facebook, y la práctica de actividades culturales dentro de la organización, cumplieron de forma positiva al cumplimiento de los objetivos, luego de la aplicación de las acciones de comunicación estratégicas.

León y Olaya (2015), en su tesis titulada “Implementación de un programa de capacitación sobre el mercado de manzanilla y su impacto en la producción y el bienestar de los agricultores del distrito de Otuzco - 2015” para obtener el grado de licenciado en economía con mención en finanzas.

Los autores demostraron que:

- La implementación de este programa de capacitación permitió a los agricultores conocer los beneficios de cultivar y comercializar productos alternativos, al mismo tiempo incrementaron sus ingresos, lo que repercute en una mejor calidad de vida, así mismo, los agricultores lograron identificarse con esta planta medicinal, pues ahora ponen empeño y dedicación a la hora de sembrar este producto, y expresaron su interés en participar en capacitaciones para seguir ayudándolos a aprender más sobre la manzanilla, incluyendo otras plantas medicinales necesarias en el mercado internacional.

2.1.3. Antecedentes locales

Aquino (2021), en su tesis titulado “Programa de capacitación World Tracer para la mejora del servicio al cliente en el sector aeroportuario” para obtener el grado de licenciado en administración de empresas.

El autor concluye que:

- La capacitación es vital para las organizaciones ya que brinda soluciones a problemas en las áreas de servicio al cliente y equipaje, ayudando a los trabajadores a solucionar problemas de los clientes y aumentar la productividad de la empresa, así como el nivel de quejas de las aerolíneas que empezaron en un 71% en el bimestre de mayo-junio del 2020 y disminuyeron en un 36% en el bimestre de enero-febrero del 2021. Los datos reflejan un aumento en la productividad de los empleados de la organización.

Agurto y Sullón (2020), en su tesis de licenciatura en Ciencias de la Comunicación “Valoración de los clientes de la estrategia de comunicación digital de la heladería El Chalan, Piura - 2020”

Concluyen:

- Los recursos audiovisuales destacan en su totalidad, asimismo, el contenido, la navegabilidad y el diseño digital. En cuanto al mensaje no logra el impacto que se espera hacia el público. Existe mínima interacción por parte de la organización, debido a que tardan en brindar soluciones, afectando de forma negativa la imagen de la marca.

Las investigaciones mencionadas, nos permiten comprender que las estrategias comunicativas favorecen a la empresa y deben ser planteadas por una persona profesional en el área, ya que, al establecer una buena comunicación entre los colaboradores y grupos de interés en general, la productividad se logra y por ende el cumplimiento de los objetivos de la empresa. Por lo tanto, conocer estos antecedentes, nos brindan un panorama más amplio de la importancia que tienen las capacitaciones o los programas dentro de una organización, en este caso el programa de Asistencia Técnica en los agricultores de mango, va permitir obtener un mayor rendimiento en la productividad, ventas y logros de objetivos de la empresa, que se ven reflejados en los niveles de exportación.

2.2. Marco teórico

2.2.1. Teoría de la comunicación participativa

A lo largo de la década de 1970, la teoría de la comunicación participativa ha formado parte de un detallado cuestionamiento, a través de expertos y académicos de todas las disciplinas y de diferentes partes del mundo. Siendo de esta manera, el mayor desafío al modelo teórico que se ha estado utilizando por parte de los académicos latinoamericanos, quienes han refutado premisas y deconstruido las premisas, métodos y objetivos de la modernización y asimismo los métodos que requiere la comunicación. (Huesca, 1994)

La crítica inicial causó la realización de diferentes proyectos de investigación que dieron como resultado una considerable cantidad de literatura que explora métodos participativos de comunicación, siendo relevantes para el desarrollo. En tal sentido, “los enfoques participativos ganaron impulso en las décadas de 1980 y 1990, puesto que, se convirtieron en un campo productivo que enmarca contraste con las diferentes teorías y modelos de las primeras décadas de desarrollo.” Sin embargo, a pesar de su uso generalizado, el concepto de comunicación participativa, aún debe ser libre de interpretarse, ya que, en el mejor de los casos, aparentemente es refutable y modificables y en el peor es distorsionado y equivocado.

Por otra parte, Mari (2009), afirma lo siguiente:

“Los denominados medios comunitarios (radios, televisiones, telecentros) son, sin duda, impulsores privilegiados de la Comunicación Participativa para el Desarrollo, los medios comunitarios se caracterizan por la centralidad que ocupa la participación de la ciudadanía no sólo en la construcción de los mensajes que se difunden, sino también en su gestión y en los procesos de cambio social que se impulsan desde estos medios.”
(p.1)

La definición de la comunicación participativa, se basa en el supuesto de que, los afectados en base a sus decisiones deben participar en su implementación, ya que, la comunicación participativa es un modelo y a su vez una forma de “hacer comunicación”, que facilita el restablecimientos de la cotidianidad, asimismo, los intereses y necesidades que componen los grupos

socioculturales, así como de sus protagonistas, que a través de propuestas de planificación permiten mejorar su presencia e influencia en el desarrollo y la toma de decisiones, así como en los medios. (Erazo, 2020)

El presente “modelo de comunicación”, permite la creación de los espacios más igualitarios y también las relaciones de poder donde las personas comparten sus sentimientos, experiencias, información y sugerencias para el crecimiento tanto personal como colectivo. Por ello, para los procesos comunitarios, se plantea que, la comunicación participativa, es la interacción o mezcla entre la “comunicación para el desarrollo”, puesto que, es la primera persona quien ayuda y acompaña a una comunidad para que, dicha comunidad prospere, y a partir del punto de vista de los medios, se sustenta en ser un proceso que va más allá de la divulgación o la información, porque a través del entramo social, la comunicación debe ser siempre educativa.

La comunicación participativa, “cambia” el paradigma de la comunicación tradicional, en el que existe un emisor y un receptor. Por tanto, dicho modelo de trabajo, los símbolos tradicionales de fuente y receptor, han tenido que ser reemplazados por la letra responsable. Por ejemplo, es decir que, A y 1 es la primera letra del alfabeto, mientras que, uno es el primer número arábigo, ya que, ningún factor domina a otro, se representa como el cado del modelo tradicional. Sin embargo, “la comunicación participativa, reconoce que, dos gerentes no tienen las mismas habilidades de comunicación, por lo que, el comunicador es vistos como un moderador que interactúa con cada gerente en su propio contexto.” Asimismo, este facilitador traduce las declaraciones y acciones que cada gerente pueda entender y se crea su propio contexto, ya que, este facilitador, traduce las declaraciones y sus acciones a un gerente con un lenguaje entendible, para que el otro gerente pueda comprenderlo y de ese mismo modo crear un entendimiento mutuo, lo que conlleva a tomar decisiones correctas y generales. (Erazo, 2020)

Para Servaes (2003), sostiene que:

“La Comunicación Participativa es un nuevo modelo de comunicación que destaca al receptor sobre los demás elementos del proceso de comunicación. Esta nueva noción rompe con los viejos esquemas de

transmisión de la información, ya que anteriormente el emisor y el canal solían ser los elementos. Se tenía la noción de que estas partes debían resaltar en toda acción comunicativa con el fin de asegurar un adecuado y efectivo proceso comunicacional.” (p.15)

En definitiva, “la comunicación participativa” pretende hacer de la población un elemento indispensable para el desarrollo, ya que, permite brindarle a un medio de información con el fin de denunciar los problemas y establecer soluciones. En ese tipo de diálogo es fuertemente enriquecedora para un país que está enfocado en captar las opiniones de las personas en todos los niveles de la sociedad, pues por esta razón es que, este tipo de comunicación, permite el desarrollo de una sociedad especialmente cuando se consulta a las personas sobre programas de desarrollo social, desarrollo tecnológico y finalmente desarrollo cultural. (Malikhao, 2003)

Los autores Erazo y Malikhao, determinar y concuerdan que, para lograr una adecuada “comunicación participativa”, el comunicador debe dar voz a su audiencia, puesto que, es fundamental que la audiencia participe en la producción de la información, implementando los elementos que establece el sistema de comunicación, además de permitir que la audiencia elija los programas que considera más importantes, porque la audiencia puede evaluar y analizar el contenido desde su propio punto de vista.

Además, “la comunicación participativa”, es un concepto que protege el derecho de las personas a comunicarse, por eso, abre una oportunidad para retroalimentar las experiencias y opines de las personas, tanto en el aspecto nacional como en el internacional. Sin embargo, para determinar una comunicación participativa, de todos los modelos de comunicación, es importante reorganizar todos los modelos en uso.

La comunicación como participación, es otra perspectiva de la comunicación, asociada al acto de “compartir”, “participar” e intercambiar, no solo información sino también sentido y significado. Para Alejandro (2004), la participación se comprende de diferentes maneras, por ello, se explica desde 3 dimensiones: (a). La ético-política, donde considera que las personas son los sujetos protagonistas que tienen la capacidad y el poder de realizar cambios sociales. (b). La

económica, es pronunciada desde el punto de las instituciones con el propósito de hacer énfasis en los criterios de eficiencias y eficacia dentro del uso de recursos invertidos para el desarrollo, ya que, se presenta como un problema el hecho de desconocer las prácticas culturales de los que serán beneficiados. Finalmente, (c). La acepción metodológica, que es la que comprende como una herramienta operativa en los procesos metodológicos sociales, estas generalmente ligadores a los pretendidos beneficiarios, ya que, como superficial evidencia es una acción estatal, que se traduce a mejorar notablemente las condiciones de vida.

La comunicación es comprendida como la participación con vertientes políticas y sociales que otorgan a los titulares de derechos, el poder de reclamar el derecho a participar, convertirse en interlocutores, y superar la mera actitud receptiva, que los medios de comunicación tienen con las masas y las actitudes autoritarias y revoltosas a las que estaban acostumbrados. Los objetos por los que el modelo de diálogo propuesto por Calvelo (1998) deben incidir en el contenido del mensaje de forma, comprensible, clara y útil, y ser reconocidos como portadores de conocimientos y cultura que no buscan.

2.3. Marco conceptual

2.3.1. Productividad

La productividad es una variable que es estudiada desde diversas perspectivas y se relaciona con todos los aspectos de la persona.

Nemur (2016) sostiene que la productividad puede definirse como el arte de poder crear, producir o mejorar bienes y servicios.

Mejorar la productividad tiene un enorme valor e importancia en la realidad que viven las empresas actualmente, ya que este concepto es un factor determinante en cualquier industria y, muchas veces, se pasa por alto o no se le da la importancia que necesita.

Velásquez et al. (2010). En su documento titulado “Estrategias para el Mejoramiento de la Productividad” menciona que para aumentar la productividad se deben promover los valores organizacionales ya que estos son claves para que el desempeño de los empleados se dé de manera organizada y

transparente, le tengan amor a lo que hacen y se desenvuelvan bien tanto colectiva como individualmente, sintiéndose a gusto en el lugar en donde están.

La productividad en el trabajo (productividad laboral), como concepto, es la relación entre la producción de bienes o la prestación de servicios y el personal que los realiza. En otras palabras, mide o refleja la "eficiencia, eficacia o efectividad" de las personas en el proceso productivo o en la prestación de servicios. En este punto, cabe señalar que cada vez más organizaciones empiezan a considerar la variable "bienestar en el trabajo". La felicidad en el trabajo implica encontrar un equilibrio entre el trabajo y la vida personal. (Ponce, 2012)

Al respecto, Robbins y Judge (2013) argumentan que, la productividad es el nivel más alto de análisis en el comportamiento organizacional.

Una empresa es productiva si logra sus objetivos convirtiendo insumos en productos al menor costo. Por lo tanto, la productividad requiere eficacia y eficiencia. Una compañía de negocios es eficaz en el logro de sus objetivos de ventas o participación de mercado, pero su productividad también depende de lograr esos objetivos de manera eficiente.

En pocas palabras, la productividad se considera un indicador de la eficiencia del trabajo que vincula la cantidad de recursos utilizados con la cantidad de producción obtenida.

2.3.2. Definición de estrategias comunicativas

Las estrategias comunicativas, forman parte de un grupo de estrategias de aprendizaje (las otras tres son estrategias cognitivas, metacognitivas y socioemocionales). Incluyen todos los componentes que utilizan los individuos para comunicarse de manera efectiva, destacando las dificultades derivadas de su falta de competencia en el idioma de destino. Estas estrategias permiten a los individuos, conservar la comunicación en lugar de renunciar a ella ante dificultades inesperadas, proporcionando así una mayor exposición con más experiencia y oportunidades de aprendizaje. (Williams y Burden, 1997)

En las estrategias, los autores diferencian estrategias de evitación y estrategias compensatorias, ya que, es la causa de la mala comunicación se debe a que el hablante, para evitar problemas en el uso del lenguaje o errores, renuncia a tratar ciertos temas: renuncia por completo o ha comenzado una parte del tema, o baja el contenido de su mensaje. La segunda consiste en encontrar procesos alternativos que permitan al hablante alcanzar sus objetivos comunicativos: parafrasear o explicar con ejemplos, utilizar un término opcional, que el receptor considere comprensible, etc.

Según Oxford (1990), argumenta que, desde la perspectiva de las aplicaciones didácticas, la más importante, es la estrategia de compensación. Muchos de ellos son habituales en los “procesos de comunicación” entre hablantes nativos competentes: recurrir a claves de lengua extranjera, utilizar datos contextuales, pedir explicaciones al interlocutor, etc. “En una forma de asegúrese de que, los mensajes se entiendan claramente, ya que, paradójicamente, las estrategias que los aprendices aplican espontáneamente en su propio idioma se bloquean al utilizar este último, especialmente en el contexto del aprendizaje en la escuela.” Las propuestas didácticas actuales incluyen el reconocimiento de las estrategias de comunicación, por parte de los aprendices y la práctica de aplicarlas.

Por su parte Sordo (2022), define las estrategias comunicativas, como el conjunto de acciones que se lleva a cabo en una organización a través del área de comunicación, y que permite alcanzar de manera eficiente las metas y objetivos planteados. Es por ello, que se puede establecer diferentes logros, como el hecho de reestructurar o mejorar la imagen corporativa, buscar un aumento en las ventas, entre otras causas que pueden mejorarse. “Es por eso que, la comunicación es un factor decisivo, que se interconecta, por lo tanto, es importantes considerar las estadísticas que apuntan a que, exista un 40% de incremento en las ventas, esto pueda deberse a un proceso de comunicación eficiente.” En tal sentido, para que, la estrategia de comunicación tenga éxito, se debe crear un manual o guía, que permita a la empresa, determinar un plan de acción, que defina los mensajes e instrumentos de investigación, además del estilo de comunicación y los elementos que se van ejecutar.

Una estrategia de comunicación, es una herramienta empresarial, que permite a una empresa a identificar, desarrollar y difundir eficazmente sus mensajes, a través de un determinado o diferentes canales y a todos los destinatarios. Por eso, para que, una estrategia de comunicación sea positiva, se debe ser consciente, de que la comunicación, tanto interna como externa, es la máxima prioridad de una empresa, ya que, la estrategia de comunicación debe mantenerse alineada con los objetivos establecidos y además los valores de la empresa, como la honestidad, y sobre todo tener conocimiento del público objetivo (target) de la empresa. (Pouplana, 2022)

2.3.3. Tipos de estrategias comunicativas

Los tipos de estrategias comunicativas, pueden ser de manera online, como es el caso de las redes sociales, blogs o también offline, ya que, estos utilizan las herramientas convencionales, así como el *networking*. Sin embargo, se toma en cuenta las necesidades que la empresa desee cubrir con dichas estrategias comunicativas, en tal sentido según Santander (2022), se pueden clasificar de la siguiente manera:

- ***Estrategia de sensibilización:*** Es un proceso que puede llegar a ser muy extenso y variado, ya que incluye diferentes maneras de ejercer actividades tanto prácticas como teóricas que permitirán a la gente aprender, comprender, reflexionar e integrar el cambio de determinadas acciones en sus vidas. Por ello, se toman en cuenta las diferentes formas de sensibilización como, divulgativas, mediante el ejemplo, participativas, actividades a través de interés, creativas y artísticas. (Del Río, 2015)
- ***Estrategia informativa:*** se le considera una de las primeras estrategias en ser utilizadas para prevención, ya que deben ofrecer datos informativos veraces y objetivos en el marco de la realidad, es decir adaptar en mensaje dentro del contexto y población. Además, mantener alejado el hecho de utilizar un lenguaje alarmista o sensacionalista que despierte desconfianza al público.

- **Estrategia de orientación:** es un proceso sistemático y planificado que brinda orientación académica y profesional de manera individual que favorezca los procesos de decisión en los individuos para su orientación.
- **Estrategia de contención:** tiene por objetivo contener todo el valor de una empresa, es decir que, para seguir siendo útil en el mercado, ya que permite a los participantes ampliar su comprensión con respecto a qué reacción tomar ante una situación de crisis e incorporar y potenciar habilidades de solución y adaptación a los cambios.
- **Estrategias de lanzamiento:** Es una estrategia de comunicación, que se utiliza cuando se quiere promocionar un determinado producto o servicio en el mercado. Además, se puede utilizar antes o durante la apertura del negocio. En ese sentido, el lanzamiento es cuando se produce la primera impresión, por eso, la estrategia debe estar bien constituida, para no permitir que los errores perjudiquen la imagen de la empresa.
- **Estrategias de visibilidad:** la visibiliza la marca y es tan importante como el posicionamiento de una empresa, puesto que, se basa únicamente en las redes y la presencia en el internet, esto quiere decir que, el hecho de contar con un sitio web o tener perfiles registrados en las redes sociales, es importantes para expandir la visibilidad de la marca.
- **Estrategias de confianza:** a pesar de que la estrategia de lanzamiento, promociona a la empresa en el mercado, esto no es suficiente, para que, los clientes mantengan la confianza y den el siguiente paso, ya que la credibilidad y la confianza son aspectos esenciales para que las empresas brinden comunicación de sus acciones y respuestas al interactuar con el público. Por ello, la estrategia de confianza contribuye a la imagen desde el primer contacto, al transmitir seguridad y el cumplimiento de las promesas, ya

que, esto crea aceptación en el mercado y fidelidad por parte de los clientes.

- **Estrategia de posicionamiento:** tener una empresa es posiblemente una de las mayores aspiraciones, sin embargo, el posicionamiento es, cómo los consumidores perciben una organización, y la imagen percibida debe ser la misma que, la de la empresa. Esta estrategia, tiene como objetivo dar una imagen deseada a un negocio llegando a más y teniendo impacto en el público objetivo.

2.3.4. Elementos para una estrategia comunicativa efectiva:

Para Santander (2022), argumenta que, los elementos que permiten una estrategia comunicativa efectiva, es cuando existe compromiso por quienes son los miembros de la organización, es por ello que, el autor, le resulta importante lo siguiente:

- Establece que el factor de la comunicación, de manera interna y externa es un aspecto claves que determina el éxito de la empresa.
- La honestidad en la información es importante para seguir las mejores decisiones.
- La comunicación con los demás es importante para comprender como dirigir la estrategia y de qué manera poder satisfacer las necesidades.
- Este atento a la comunicación no verbal, es decir cuando se considere la comunicación offline y online.

En definitiva, crear una estrategia de comunicación es importante, para que las empresas logren sus objetivos, puesto que, la comunicación tiene un impacto significativo en su productividad y rentabilidad. Si bien, existen diferentes formas de mejorar la comunicación en una empresa, es fundamental que tenga el conocimiento para ejecutar bien la comunicación en su empresa.

2.3.5. Pasos para elaborar una estrategia comunicativa

Según Pouplana (2022), los pasos a considerar para la elaboración de una estrategia comunicativa son los siguientes:

- **Análisis de la situación inicial:** teniendo conocimiento de dónde queremos ir, se debe empezar por conocer dónde iniciar, ya que, es el primer paso donde se analiza los aspectos como la reputación e identidad de marca, la experiencia del cliente, las tendencias en el mercado o el estado competitivo.
- **Definición de objetivos:** Los objetivos determinan el tipo de estrategia de comunicación que se utilizará, por lo que, es importante, que los aclaremos desde un principio en base a las siguientes preguntas: “¿Qué quiero lograr?”, “¿Por qué quiero lograrlo?”, “¿Y por qué se debe hacer?”
- **Definición del público objetivo:** Al determinar que, no todos usamos el mismo lenguaje, ni los mismos canales de comunicación, se considera establecer las características requeridas para un público en específico, por ello, para poder acertar con las estrategias comunicativas, se tiene que conocer a quién dirigimos el mensaje y cuál es la forma más acertada de llegar a ellos.
- **Definición de los mensajes:** Es importante que, al establecer las estrategias de comunicación, estos respondan a los siguientes cuestionamientos, como, ¿qué queremos contar?, y además de ¿Cómo se va contar?, ya que, el mensaje debe tener la capacidad de conectar con el público al que se dirige e incentivar su interés.
- **Definición de los canales de comunicación:** un determinado mensaje puede acoger diferentes formas en base al canal que se ha seleccionado, por ello, los canales deben caracterizarse por ser los más adecuados para llegar al público objetivo, para ello, se tienen que plantear cuáles son los canales que utiliza el público, y de qué manera se puede adaptar el mensaje a ellos.

- **Planificación estratégica:** es donde se consideran los elementos como, el presupuesto de cada estrategia, los objetivos que se quieren alcanzar y los recursos asignados por los diferentes responsables de cada área.
- **Medición y evaluación de los resultados:** se considera una serie de controles periódicos mediante el cual se revisará el logro de los objetivos y se corregirán aspectos en caso de ser necesario.

2.3.6. Influencia del recurso humano sobre la productividad

Cequea y Nuñez (2011), sostienen que, la productividad tiene un carácter multidimensional, por lo que existen muchos factores que inciden en su desarrollo. Los autores también señalan que los recursos humanos tienen un papel decisivo en la evaluación de la productividad de una organización, ya que el ser humano está presente en todas las etapas de ejecución del proceso en ella, lo que requiere la participación de la población y una relación de trabajo permanente entre ellos.

También argumentan que, el impacto de los recursos humanos en la productividad es difícil de cuantificar y requiere técnicas especiales para aproximar esta relación. Estos autores señalan que los recursos humanos afectan la productividad organizacional de tres maneras distintas, ya que las personas pueden actuar individualmente, colectivamente o como organización, teniendo en cuenta factores psicológicos o psicosociales.

El conocimiento y la experiencia de los empleados permite a las organizaciones rediseñar los procesos a medida que empoderan a las personas para innovar y mejorar los métodos de trabajo, por lo que el conocimiento puede conducir a mejoras en la calidad y la productividad, el servicio al cliente, la cultura organizacional, el diseño científico y técnico, y más. Aunque estas contribuciones suelen ser difíciles de detectar. (Gómez, 2012).

En el recurso humano existen muchos factores que inciden en su productividad, entre los que se encuentran: la motivación, la satisfacción laboral,

la participación, el aprendizaje, la formación, la toma de decisiones, el manejo de conflictos, la cultura organizacional y el sistema de recompensas.

2.3.7. Medición de la productividad

Cuando hablamos de medidas de productividad, nos referimos al comportamiento y desempeño que ha logrado una organización y los recursos que ha utilizado para lograr sus objetivos, aunque a nivel macroeconómico, la productividad de una unidad de negocio o el comportamiento de una empresa suele ser una medida de todas las empresas de una región.

En primer lugar, cabe señalar que toda empresa tiene objetivos económicos que quiere alcanzar para mantenerse en el mercado y seguir operando, lo que establece una medida de si la organización está funcionando realmente. Las métricas financieras y de producción son las métricas más utilizadas para evaluar el comportamiento de una empresa en términos de metas establecidas, y se debe tener en cuenta que, por muchas métricas que existan, solo aquellas que contienen la información necesaria para tomar acción deben tomar decisiones al respecto en el momento adecuado (Díaz, año 2009). En esta línea, Fontalvo et al. (2012), aplicando análisis discriminante a métricas financieras para identificar variables que son más discriminatorias en los objetivos de evaluar la conducta empresarial.

Miranda y Toirac (2010) señalan que la productividad en sí misma es un indicador que incide en la gestión empresarial, y argumentan que, aunque se desarrolle un proceso de producción de bienes, estos productos pueden convertirse en insumo de otro proceso para asegurar el cumplimiento de los objetivos, que además de la productividad, pueden ser la eficiencia y la eficacia.

2.3.8. La eficacia y la eficiencia

Para Koontz et al. (2012) La productividad en el desempeño individual y organizacional asume efectividad y eficiencia, donde la efectividad está relacionada con el logro de objetivos; y eficiencia, donde las metas se logran con recursos mínimos.

a) La efectividad

La efectividad permite medir el grado en que se logran los objetivos planificados por la organización, es la relación entre los resultados alcanzados y los resultados propuestos. La efectividad está ligada a la productividad para influir en la realización de mejores y más grandes productos.

b) La eficacia

Chiavenato (2009), afirma que eficacia es “obtener el efecto deseado o producir el resultado esperado”. La eficacia o efectividad enfatiza los resultados, es decir, hacer lo correcto, lograr metas y crear más valor. Este concepto busca por qué se hacen las cosas y cuáles son los resultados que se buscan.

Fleitman (2008), señala que la eficacia mide si los objetivos y metas propuestas por la empresa se cumplen, ya sean a corto o largo plazo. Algunos indicadores de eficacia son:

- Compara el trabajo realizado con las metas previamente identificadas dentro de la organización y el desempeño de cada colaborador.
- Con base en el plan, se determina si las metas y objetivos han sido bien ejecutados para el desarrollo de la organización y el puesto.
- La parte del proceso que valida la eficacia de cada colaborador en las diferentes áreas que ocupa dentro de la organización correspondiente de acuerdo a sus habilidades y competencias.

La eficacia es la relación de magnitud entre las metas y los objetivos previstos en los planes y presupuestos requeridos para lograr una meta establecida (Fleitman, 2008).

c) La eficiencia

Fleitman (2008), con respecto a los indicadores de eficiencia, afirma que son el resultado de comparar el desempeño real de una persona bajo una acción o condición actual con estándares de desempeño previamente definidos y

aceptados. La eficiencia es la relación entre el trabajo útil realizado por un individuo y el esfuerzo y el tiempo necesario para hacerlo.

Por lo tanto, los criterios de eficiencia tienen en cuenta la productividad de utilizar los recursos disponibles para lograr ciertos objetivos.

2.3.9. Estándares de calidad

Según la ISO, “Los estándares de calidad de los productos y servicios de una organización está determinada por la capacidad de satisfacer a los clientes, y por el impacto previsto y no previsto sobre las partes interesadas pertinentes.” (International Organization for Standardization ISO, 2015).

2.3.10. Certificación de personas

La certificación de personas consiste en un documento que avala los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos a través de cursos o capacitaciones impartidas por organizaciones o especialistas. (González et al. 2004)

2.3.11. Manejo de los suelos

El mango puede crecer en diferentes tipos de suelo siempre que estén bien drenados. Sin embargo, puede sobrevivir en suelos con demasiada humedad, pero sus rendimientos son bajos. Los suelos altamente fértiles, especialmente los orgánicos con alto contenido de nitrógeno producen una excesiva vegetación. El buen crecimiento de los árboles se logra en suelos profundos, aunque también se puede conseguir en poco profundos, si las condiciones de fertilización y riego son favorables (Miranda, 2012).

2.3.12. Post cosecha

Según (Miranda, 2012), antes de iniciar el proceso de recolección de la fruta, todas las actividades relacionadas con esta labor deben planificarse y organizarse para satisfacer las necesidades del consumidor final, satisfaciendo así sus necesidades en cuanto a calidad, cantidad, oportunidad en la entrega y precio del producto.

La recolección de la fruta se realiza de forma manual, es necesario ser muy cuidadoso en esta labor para evitar maltratar la fruta. Aquí hay algunas recomendaciones claves para realizar eficientemente la recolección de la fruta:

- Recolectar la fruta cuando esté uniformemente madura.
- La fruta debe almacenarse cuidadosamente en contenedores para evitar tirar y maltratar la fruta.
- Evitar la manipulación excesiva de la fruta.
- Los mangos deben recolectarse rápidamente, evitando la exposición directa a la luz solar.
- La fruta que haya dañado su comercialización por plagas y enfermedades debe desecharse, estas frutas deben ser recolectadas en otro contenedor.

2.4. Marco de referencia

La empresa Sunshine Export SAC, es una de las principales y más importantes agroexportadoras del norte del Perú, ubicada en Tambogrande, Piura. Con más de 30 años de experiencia en el mercado, exportando productos de la más alta calidad a más de 15 países alrededor del mundo. Asimismo, se dedica a la actividad agroindustrial a través del cultivo, empaque y agroexportación de productos como mango, palta y arándanos, en sus diferentes presentaciones (fresco y congelado). La organización fue fundada por los Señores Fernando y Antonia Wong, en 1985. En 1991, se dan inicio a las operaciones en la planta de Tambogrande con el propósito de exportar mangos a Europa. En 1997, se construye la planta de empaque para exportar mangos frescos a Estados Unidos. En el 2005, ingresa el fondo FTP y se construye la planta para productos congelados. En el 2010, se inicia la producción y comercialización de mango deshidratado y palta congelada. En el 2017, los fondos de inversiones vendieron sus acciones a Wealmoor LTD de UK y limones piuranos, posicionando a la familia Wong como accionistas minoritarios.

2.5. Hipótesis

Ho: La relación que existe entre las estrategias comunicativas del programa de Asistencia Técnica y la productividad de los agricultores de mango de Sunshine Export SAC del valle San Lorenzo Tambogrande-Piura; es directa y significativa.

Ha: La relación que existe entre las estrategias comunicativas del programa de Asistencia Técnica y la productividad de los agricultores de mango de Sunshine Export SAC del valle San Lorenzo Tambogrande-Piura; no es directa ni significativa.

III. METODOLOGIA

3.1. Tipo de investigación

3.2. Población y muestra de estudio

3.2.1. Población

La población está conformada por los agricultores de mango de la empresa Sunshine Export SAC de la zona de producción Del Valle de San Lorenzo, Tambogrande, contando con un total de 120 participantes. (Ver anexo 1)

Unidad de Análisis: Un agricultor de mango

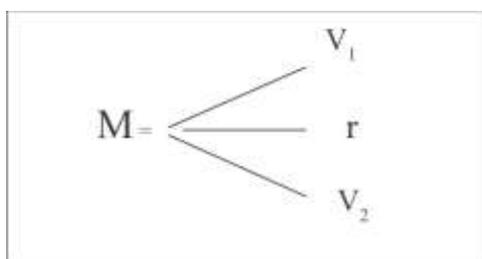
3.2.2. Muestra

Se conforma por juicio del investigador, a partir de los agricultores de mango, como proveedores directos de la empresa Sunshine Export SAC, de la zona de producción del Valle de San Lorenzo, Tambogrande, en el periodo enero a diciembre de 2022.

Asimismo, la muestra se ha considerado 60 participantes, siendo justificado por las condiciones, socioeconomicas y educativas en que se encuentran, es decir, los participantes viven en zonas de difícil acceso, algunos son analfabetos y no tienen acceso a internet. Por tal motivo, la asistencia de los participantes a la empresa suele ser la mitad de la población.

3.3. Diseño de investigación

La presente investigación se enmarca dentro de un estudio correlacional porque pretende analizar la relación que existe entre las dos variables, estrategias comunicativas y productividad.



Donde:

M: 60 agricultores de mango, como proveedores directos de la empresa Sunshine Export SAC, de la zona de producción del Valle de San Lorenzo, Tambogrande, en el periodo enero a diciembre de 2022.

X1: Estrategias comunicativas

Y1: Productividad

3.4. Variables e Indicadores (cuadro de operacionalización de variables)

VARIABLE	DEFINICIÓN DE LA VARIABLE	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	SUB DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA
Estrategias comunicativas	Sordo (2022), define, “las estrategias comunicativas como un conjunto de acciones que lleva a cabo una organización dentro del área de comunicación para alcanzar de manera eficaz los objetivos y	Para la medición de las estrategias comunicativas del programa de Asistencia Técnica se utilizará como técnica de recolección de datos el cuestionario y como instrumento la encuesta que será aplicado a los agricultores de mango de	Tipos de estrategias comunicativas	Estrategia de sensibilización	Grado de sensibilización en las estrategias comunicativas	1 ¿Qué tan satisfecho te sientes con la importancia de conocer los estándares de calidad que se deben cumplir en el cultivo del mango?	Ordinal a. Totalmente satisfecho b. Satisfecho c. Indiferente d. Poco satisfecho e. Totalmente insatisfecho
						2 ¿Qué tan satisfecho te sientes con la atención que se brinda al momento de resolver una duda en el	

	metas planteadas.”	la empresa Sunshine Export SAC.				programa de Asistencia Técnica?	
				Estrategias informativas	Nivel de información en las estrategias comunicativas	3 ¿Qué tan satisfecho te sientes con la información que se brinda en el programa de Asistencia Técnica?	
						4 ¿Qué tan satisfecho te sientes con el material informativo en el programa de Asistencia Técnica?	
			Estrategias de orientación	Grado de orientación en	5 ¿Qué tan satisfecho te sientes con el		

					las estrategias comunicativas	proceso de orientación de los capacitadores en el programa de Asistencia Técnica, para comprender los pasos a seguir en el cuidado de la fruta?	
				Estrategias de contención	Nivel de contención en las estrategias comunicativas.	6 ¿Qué tan satisfecho te sientes con las herramientas y técnicas que se brindan para conocer el cuidado del mango en el programa de	

						Asistencia Técnica?	
Productividad	Ponce (2012), señala que, “la productividad mide o refleja la "eficiencia, eficacia o efectividad" de las personas en el proceso productivo o en la prestación de servicios.”	Para la medición de las estrategias comunicativas del programa de Asistencia Técnica se utilizará como técnica de recolección de datos el cuestionario y como instrumento la encuesta que será aplicado a los agricultores de mango de la empresa	Eficacia	Objetivos	Grado en que se logran los objetivos	7 ¿Qué tan satisfecho te sientes con el manejo de los campos del cultivo?	
						8 ¿Qué tan satisfecho te sientes con el logro de objetivos en la exportación de mango?	
		Efectividad	Producir el resultado esperado	Nivel de resultado esperado	9 ¿Qué tan satisfecho te sientes con la ayuda que se brinda en el programa de		

		Sunshine Export SAC.				Asistencia Técnica?	
						10 ¿Qué tan satisfecho te sientes con las incidencias en el logro de certificación del programa de Asistencia Técnica?	
						11 ¿Qué tan satisfecho te sientes con la importancia que se le brinda en la productividad del programa de Asistencia Técnica?	

3.5. Técnicas e instrumentos de investigación

La recolección de datos se realizó mediante la técnica de encuesta dirigida a los productores de mango del Valle de San Lorenzo, distrito de Tambogrande, en la provincia de Piura.

Para la herramienta de recolección de datos se utilizó un cuestionario de 11 preguntas cerradas con una escala ordinal de totalmente satisfecho, satisfecho, indiferente, poco satisfecho y totalmente insatisfecho. Donde las preguntas del 1 al 6 corresponde a la variable de estrategias comunicativas, y la preguntas del 7 al 11, con el propósito de identificar la relación existe entre estrategias comunicativas y productividad en el programa de asistencia técnica para los agricultores. (Ver anexo 7)

Para medir la validez y confiabilidad del instrumento se utilizó la técnica de tres jueces expertos, docentes de la Universidad Privada Antenor Orrego, la cual fueron: Ms. Ralph Zapata Ruiz, Dra. Karla Celi Arévalo y Ms. Carlos Celi Arévalo

3.6. Procesamiento y análisis de información

Para el procesamiento de la información de los datos cuantitativos, la encuesta fue tabulada en Microsoft Excel. Una vez ingresada toda la información, se importó al software estadístico SPSS, para el análisis de la base de datos.

Esta investigación se llevó a cabo mediante la realización de los siguientes procedimientos:

- Solicitar información sobre el número de agricultores del distrito del Valle de San Lorenzo Tambogrande - Piura.
- Programar el día y la fecha para acercarnos a entrevistar a cada productor y proceder a realizar la encuesta y el cuestionario.
- La información se tabulará en una base de datos de Excel.
- Se analizará mediante tablas y gráficos los resultados de la investigación.

También para el análisis de los resultados se estableció el siguiente nivel de valoración de la escala Likert.

Totalmente satisfecho	5	Alto
Satisfecho	4	
Indiferente	3	Medio
Poco satisfecho	2	Bajo
Totalmente insatisfecho	1	

En ese sentido, se determinó el baremo de la variable estrategias comunicativas que son representadas por las preguntas 1,2,3,4,5 y 6. Mientras que la variable de productividad está representada por las preguntas 7,8,9,10 y 11.

BAREMO DE LA VARIABLE 1 (P1 - P6 ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS)		
Nivel Alto	30	(24-30)
Nivel Medio	18	(18-23)
Nivel Bajo	6	(6-17)

BAREMO DE LA VARIABLE 1 (P7 – P11 PRODUCTIVIDAD)		
Nivel Alto	25	(20-25)
Nivel Medio	15	(15-19)
Nivel Bajo	5	(5-14)

Asimismo, para establecer el coeficiente de correlación de Pearson en las variables estrategias comunicativas del programa de Asistencia Técnica y la productividad de los agricultores de mango de Sunshine Export SAC

Se ha utilizado los siguientes criterios (y considerando los valores absolutos):

- Entre 0 y 0,10: correlación inexistente
- Entre 0,10 y 0,29: correlación débil
- Entre 0,30 y 0,50: correlación moderada
- Entre 0,50 y 1,00: correlación fuerte

IV. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Resultados cuantitativos y/o cualitativos

4.1.1. Según el objetivo específico 1: Conocer las estrategias de comunicación que utiliza la empresa Sunshine Export SAC, para promover el programa de Asistencia Técnica en los agricultores de mango.

Tabla 1

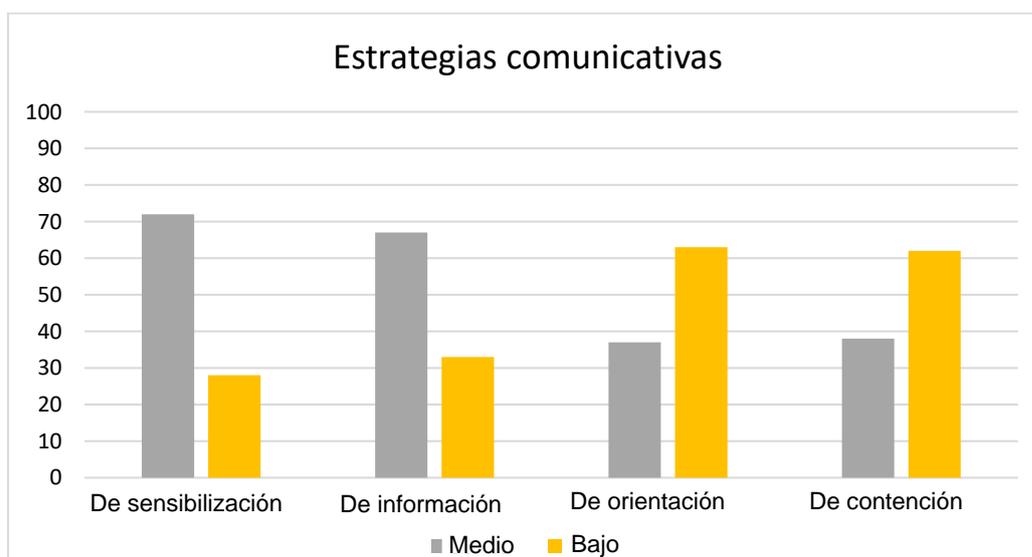
Estrategias comunicativas

Estrategias	Alto		Medio		Bajo		TOTAL	
	Frec	%	Frec	%	Frec	%	Frec	%
De sensibilización	0	0	43	72	17	28	60	100
De información	0	0	40	67	20	33	60	100
De orientación	0	0	22	37	38	63	60	100
De contención	0	0	23	38	37	62	60	100

Fuente: *Elaboración propia*

Figura 1

Estrategias comunicativas



Fuente: *Elaboración propia*

Interpretación: La figura muestra que, en la estrategia de sensibilización es la que más se utiliza, donde el 72% de los agricultores consideran que, la estrategia

es de nivel medio y ninguna estrategia se ha considerado como nivel alto. Asimismo, el 63% de los agricultores considera que la estrategia de orientación es baja.

4.1.2. Resultado para el objetivo específico 2: Identificar el nivel de productividad de los agricultores de mango vinculados a la empresa Sunshine Export SAC.

Tabla 2

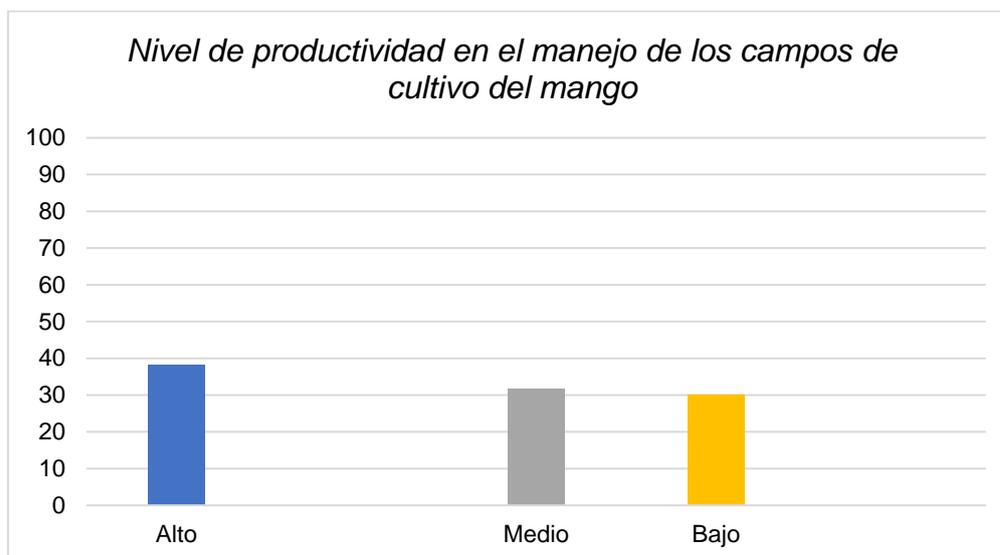
Nivel de productividad en el manejo de los campos de cultivo del mango

Nivel	Frec	%
Alto	23	38
Medio	19	32
Bajo	18	30
Total	60	100

Fuente: *Elaboración propia*

Figura 2

Nivel de productividad en el manejo de los campos de cultivo del mango



Fuente: *Elaboración propia*

Interpretación: La figura muestra que, en el nivel de productividad, el 38% de los agricultores consideran que, es de nivel alto el manejo de los campos de

cultivo del mango, mientras que, el 32% lo considera de nivel medio y el 30% de nivel bajo, lo que conlleva a que, más del 50% no está satisfecho.

Tabla 3

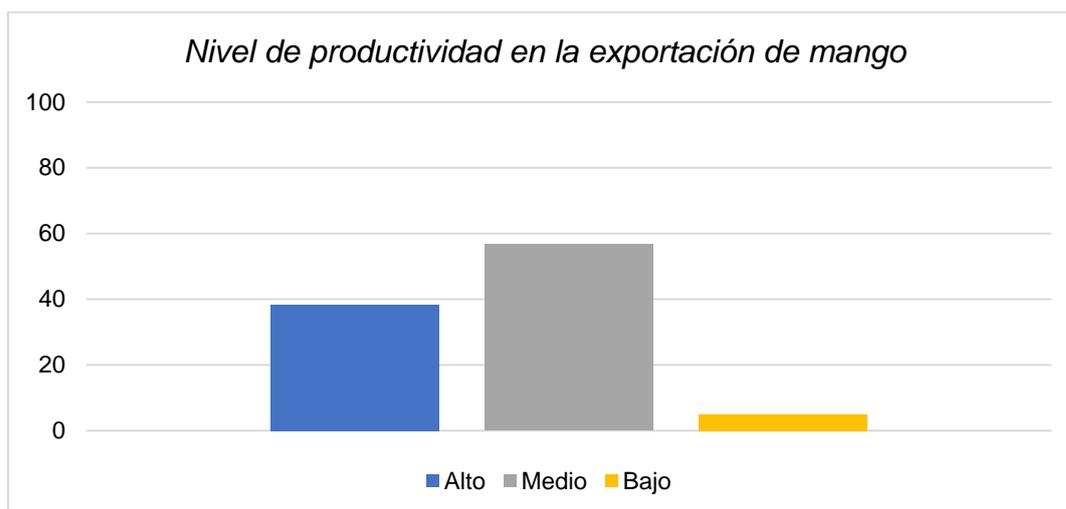
Nivel de productividad en la exportación de mango

Nivel	Frec	%
Alto	23	38
Medio	34	57
Bajo	3	5
Total	60	100

Fuente: *Elaboración propia*

Figura 3

Nivel de productividad en la exportación de mango



Fuente: *Elaboración propia*

Interpretación: La figura muestra que, en el nivel de productividad, el 38% de los agricultores consideran que, es nivel alto la exportación de mango, mientras que, el 57% considera que es medio y solo el 5% que es bajo.

Tabla 4

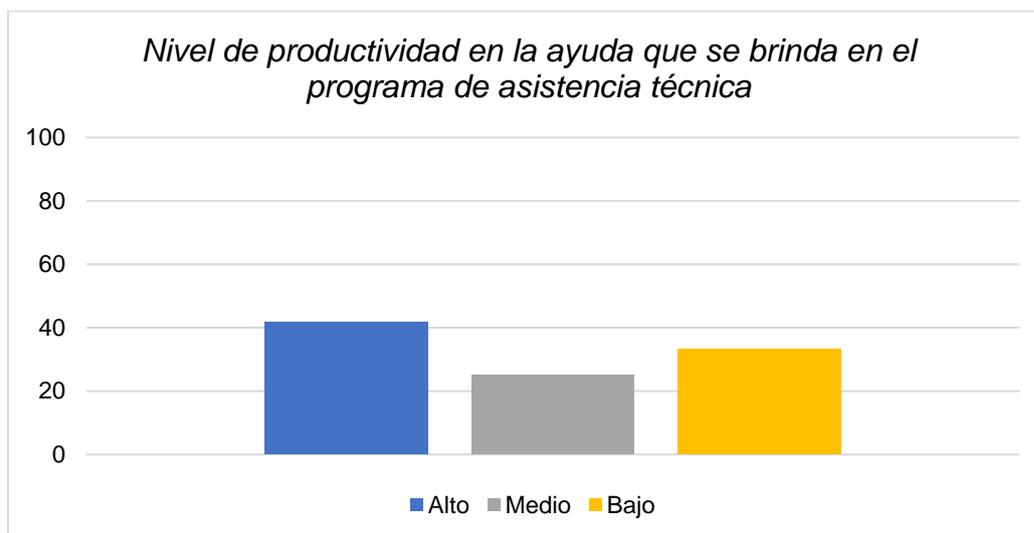
Nivel de productividad en la ayuda que se brinda en el programa de asistencia técnica

Nivel	Frec	%
Alto	25	42
Medio	15	25
Bajo	20	33
Total	60	100

Fuente: Elaboración propia

Figura 4

Nivel de productividad en la ayuda que se brinda en el programa de asistencia técnica



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: La figura muestra que, en el nivel de productividad, el 42% de los agricultores consideran que, es de nivel alto la ayuda que se brinda en el programa de asistencia técnica, mientras que, el 25% considera que es de nivel medio y el 33% de nivel bajo.

Tabla 5

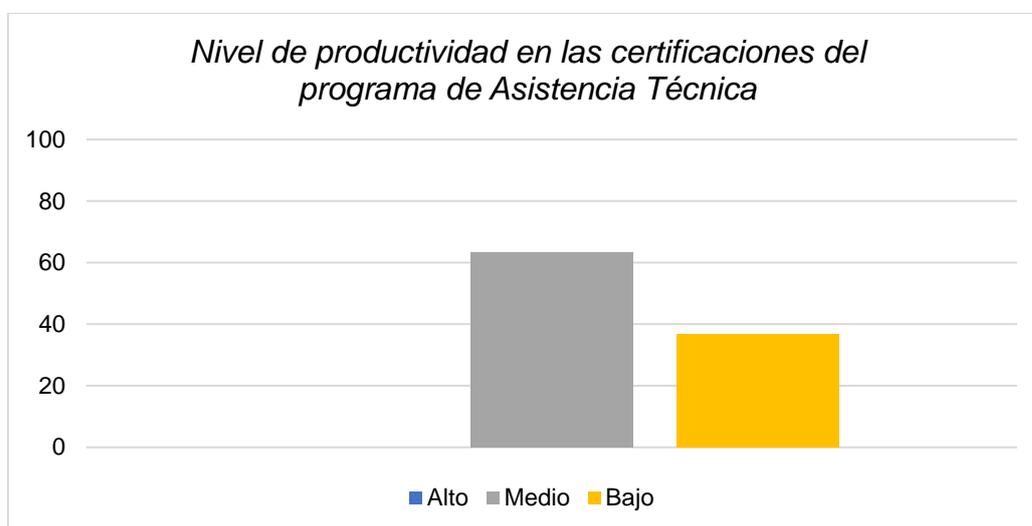
Nivel de productividad en las certificaciones del programa de Asistencia Técnica

Nivel	Frec	%
Alto	0	0
Medio	38	63
Bajo	22	37
Total	60	100

Fuente: *Elaboración propia*

Figura 5

Nivel de productividad en las certificaciones del programa de Asistencia Técnica



Fuente: *Elaboración propia*

Interpretación: La figura muestra que, en el nivel de productividad, el 63% de los agricultores consideran que, es de nivel medio la efectividad del resultado esperado que se brinda en el programa de asistencia técnica, y el 37% considera que es de nivel bajo.

Tabla 6

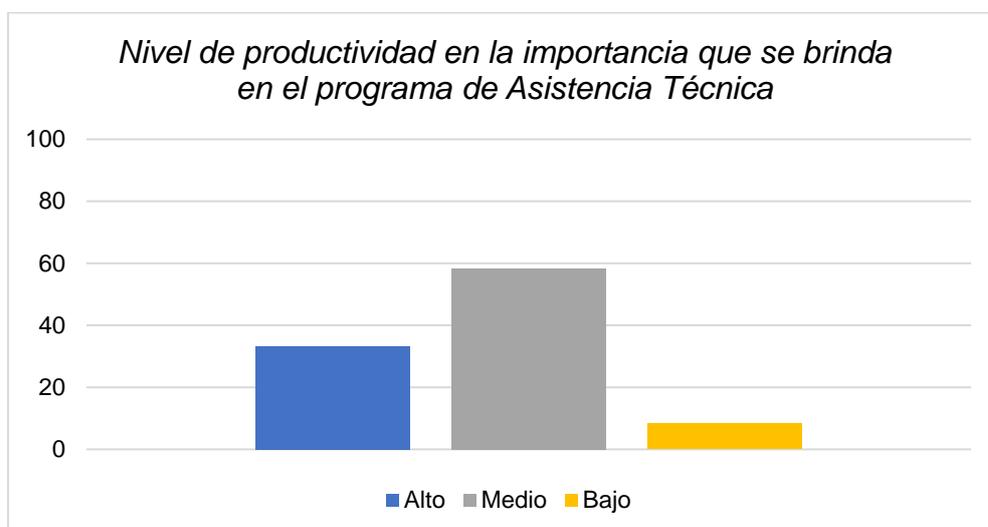
Nivel de productividad en la importancia que se brinda en el programa de Asistencia Técnica

Nivel	Frec	%
Alto	20	33
Medio	35	58
Bajo	5	8
Total	60	100

Fuente: Elaboración propia

Figura 6

Nivel de productividad en la importancia que se brinda en el programa de Asistencia Técnica



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: La figura muestra que, en el nivel de productividad, el 33% de los agricultores consideran que, es nivel alto la efectividad del resultado esperado del programa de Asistencia Técnica, mientras que, el 58% considera que es de nivel medio y el 8% nivel bajo.

4.1.3. Resultado para el objetivo específico 3: Establecer la relación de la estrategia de comunicación que utiliza la empresa Sunshine Export SAC con el nivel de productividad en los agricultores.

Tabla 7.

Relación de la estrategia de sensibilización con el nivel de productividad en los agricultores.

Coefficiente de correlación de Pearson	E. Sensibilización	Nivel de Productividad
Alto	28	25
Medio	43	38
Bajo	32	22
	<i>Columna 1</i>	<i>Columna 2</i>
Columna 1	1	
Columna 2	<u>0.905722796</u>	1

Fuente: *Elaboración propia*

Interpretación: La tabla muestra que, considerando los valores absolutos del coeficiente de correlación de Pearson, la estrategia de sensibilización que utiliza la empresa Sunshine Export SAC tiene una correlación fuerte con el nivel de productividad en los agricultores.

Tabla 8

Relación de la estrategia de informativa con el nivel de productividad en los agricultores.

Coefficiente de correlación de Pearson	E. Informativa	Nivel de Productividad
Alto	0	25
Medio	40	38
Bajo	24	22
	<i>Columna 1</i>	<i>Columna 2</i>
Columna 1	1	
Columna 2	<u>0.685245211</u>	1

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: La tabla muestra que, considerando los valores absolutos del coeficiente de correlación de Pearson, la estrategia informativa, tiene una correlación fuerte con el nivel de productividad en los agricultores.

Tabla 9

Relación de la estrategia de orientación con el nivel de productividad en los agricultores.

Coeficiente de correlación de Pearson	E. Orientación	Nivel de Productividad
Alto	0	25
Medio	22	38
Bajo	38	22
	<i>Columna 1</i>	<i>Columna 2</i>
Columna 1	1	
Columna 2	<u>-0.086279596</u>	1

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: La tabla muestra que, considerando los valores absolutos del coeficiente de correlación de Pearson, la estrategia orientación, tiene una correlación débil con el nivel de productividad en los agricultores.

Tabla 10

Relación de la estrategia de contención con el nivel de productividad en los agricultores.

Coeficiente de correlación de Pearson	E. Contención	Nivel de Productividad
Alto	0	25
Medio	23	38
Bajo	37	22
	<i>Columna 1</i>	<i>Columna 2</i>
Columna 1	1	
Columna 2	<u>-0.037763244</u>	1

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: La tabla muestra que, considerando los valores absolutos del coeficiente de correlación de Pearson, la estrategia contención, tiene una correlación débil con el nivel de productividad en los agricultores.

4.1.4. Resultados para el objetivo general: Establecer la relación que existe entre las estrategias comunicativas del programa de Asistencia Técnica y la productividad de los agricultores de mango de Sunshine Export SAC.

Tabla 11.

Relación que existe entre las estrategias comunicativas del programa de Asistencia Técnica y la productividad de los agricultores de mango de Sunshine Export SAC

Coeficiente de correlación de Pearson		V1	V2
E. Sensibilización	Alto	28	25
	Medio	43	38
	Bajo	32	22
E. Informativa	Alto	0	25
	Medio	40	38
	Bajo	24	22
E. de orientación	Alto	0	25
	Medio	22	38
	Bajo	38	22
E. de contención	Alto	0	25
	Medio	23	38
	Bajo	37	22

	<i>Columna 1</i>	<i>Columna 2</i>
Columna 1	1	
Columna 2	<u>0.24716773</u>	1

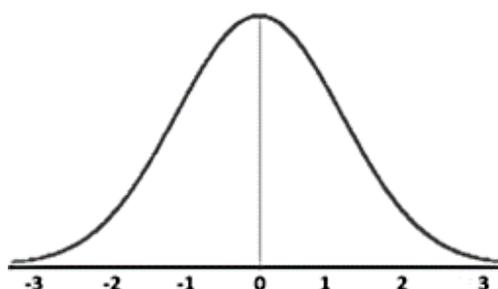
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: La tabla muestra que, considerando los valores absolutos del coeficiente de correlación de Pearson, las estrategias comunicativas que utiliza la empresa Sunshine Export SAC tiene una correlación débil con el nivel de productividad en los agricultores.

4.2. Prueba de hipótesis

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig
Diferencia	,399	287	,000

Significancia: $p=0,00 < 0,05$. Por tanto, se acepta la H_a .



H₀: La relación que existe entre las estrategias comunicativas del programa de Asistencia Técnica y la productividad de los agricultores de mango de Sunshine Export SAC del valle San Lorenzo Tambogrande-Piura; es directa y significativa.

H_a: La relación que existe entre las estrategias comunicativas del programa de Asistencia Técnica y la productividad de los agricultores de mango de Sunshine Export SAC del valle San Lorenzo Tambogrande-Piura; no es directa ni significativa

I. DISCUSION DE LOS RESULTADOS

Se realizó la discusión de resultados obtenidos tras la aplicación de la encuesta para conocer la relación de las estrategias comunicativas del programa de asistencia técnica y la productividad de los agricultores de mango de Sunshine, según los cuatro objetivos propuestos, tal como se presentan a continuación.

Objetivo específico 1: Conocer las estrategias de comunicación que utiliza la empresa Sunshine Export SAC, para promover el programa de Asistencia Técnica en los agricultores de mango.

Para discutir los resultados del siguiente objetivo se tomó como referencia la tabla 1, la cual tiene como resultados que, la estrategia comunicativa que utiliza la empresa Sunshine Export SAC es de sensibilización, ya que tiene el porcentaje más considerable, donde la tabla 1 muestra que, el 72% de los agricultores consideran que, la estrategia de sensibilización es de nivel medio y ninguna estrategia se ha considerado como nivel alto, mientras que, el 67% de la estrategia de información es de nivel medio, la de orientación es 37% de nivel medio y finalmente la de contención el 38% es de nivel medio. Asimismo, el 63% de los agricultores considera que la estrategia de orientación es de nivel bajo en un 63%, lo que significa que es la estrategia que menos se está utilizando en el programa.

Los resultados mencionados anteriormente, se relacionan con la teoría de la comunicación participativa, ya que, las estrategias comunicativas permiten facilitar el proceso de la comunicación entre dos o más individuos, lo que, conlleva a que, la comunicación participativa facilite la comprensión de las necesidades que componen un grupo sociocultural, por ello, su relación entre de las estrategias que se han determinado en el presente estudio con la teoría de la comunicación participativa, según Erazo (2020), se centran en la toma de decisiones que los agricultores respondan con respecto a las estrategias que se están aplicando en el programa de asistencia técnica, puesto que, la teoría, argumenta que, se trata de promover la creación de los espacios más igualitarios y también las relaciones de poder donde las personas comparten sus

sentimientos, experiencias, información y sugerencias para el crecimiento tanto personal como colectivo.

Adicionalmente, Del Río (2015), sostiene que, la estrategia de sensibilización es un proceso que puede llegar a ser variado, ya que incluye diferentes maneras de ejercer actividades tanto prácticas como teóricas que permitirán a la gente aprender, comprender, reflexionar e integrar el cambio de determinadas acciones.

Por ello, en el antecedente de Durán, Morales, Orduz y Rueda (2013), se menciona que, a partir del monitoreo de una persona en las estrategias comunicativas es donde se tiene dominio adecuado del tema en comunicación, ya que, se logra direccionamiento en la imagen corporativa, clima laboral, socialización y creación de políticas corporativas y flujo, asimismo, canales de difusión de la comunicación.

Objetivo específico 2: Identificar el nivel de productividad de los agricultores de mango vinculados a la empresa Sunshine Export SAC.

En el siguiente objetivo, se tomó como referencia las tablas 2.3.4.5 y 6, ya que, tienen como resultado el nivel de la productividad de los agricultores de mango, donde, la tabla 2 muestra que, el 38% de los agricultores consideran de nivel alto el logro de los objetivos en el manejo de cultivo, el 32% es de nivel medio y 30 es nivel bajo. La tabla 3, muestra que, el 38% de los agricultores consideran que, es alto el logro de los objetivos en la exportación de mango, el 57% nivel medio y solo 5% nivel bajo. La tabla 4, muestra que, en el nivel de productividad, el 42% de los agricultores consideran que, es de nivel alto la ayuda que se brinda en el programa de asistencia técnica, el 25 es nivel medio y 33% nivel bajo. La tabla 5, muestra que, el 63% de los agricultores consideran que, es de nivel medio la efectividad del resultado esperado que se brinda en el programa de asistencia técnica, el 37% medio, mientras que, ningún agricultor considera que es de nivel alto. Finalmente, en la tabla 6, muestra que, el 33% de los agricultores consideran que, es nivel alto la importancia que se brinda en el programa de Asistencia Técnica, el 58% nivel medio y 8% nivel bajo.

Los resultados obtenidos tienen coherencia con Miranda y Toirac (2010), donde señala que, la productividad en sí misma es un indicador que incide en la

gestión empresarial, y aunque se desarrolle un proceso de producción de bienes, estos productos pueden convertirse en insumo de otro proceso para asegurar el cumplimiento de los objetivos, que además de la productividad, pueden ser la eficiencia y la eficacia Asimismo, Cequea y Nuñez (2011), sostienen que, la productividad tiene un carácter multidimensional, por lo que existen muchos factores que inciden en su desarrollo.

Es por ello, que el nivel de productividad, se relaciona con la teoría de la comunicación participativa, en base a las dimensiones de manejo de cultivo, exportación de mango, en la ayuda que se brinda en el programa y finalmente en la importancia que se brinda en el programa. Puesto que, dichas dimensiones pretenden identificar en la población elementos que permitan su desarrollo, es decir que, participar en el programa ayuda a la empresa a brindar un medio de información para identificar problemas y establecer soluciones, tal como lo indica Malikhao (2003), donde señala que, la teoría de la comunicación participativa, tiene como fuente enriquecedora el dialogo, y esta enfocado en captar las opiniones de las personas en todos los niveles de la sociedad, pues por esta razón es que, este tipo de comunicación, permite el desarrollo de una sociedad especialmente cuando se consulta a las personas sobre programas de desarrollo social, desarrollo tecnológico y finalmente desarrollo cultural.

Objetivo específico 3: Establecer la relación de la estrategia de comunicación que utiliza la empresa Sunshine Export SAC con el nivel de productividad en los agricultores.

Respecto al mencionado objetivo, se tomó como referencia la tabla 7, donde se establece que los valores absolutos del coeficiente de correlación de Pearson, en la estrategia de sensibilización que utiliza la empresa Sunshine Export SAC tiene una correlación fuerte (0.905722796) con el nivel de productividad en los agricultores. La tabla 8, considerando los valores absolutos del coeficiente de correlación de Pearson, la estrategia informativa, tiene una correlación fuerte con el nivel de productividad en los agricultores. La tabla 9, la estrategia orientación, tiene una correlación débil con el nivel de productividad en los agricultores, finalmente la tabla 10, de la estrategia contención, tiene una correlación débil con el nivel de productividad en los agricultores.

Los resultados de la correlación tienen coherencia con el estudio de León y Olaya (2015), donde afirman que, la productividad en la implementación de un programa de capacitación permitió a los agricultores conocer los beneficios de cultivar y comercializar productos alternativos, al mismo tiempo incrementaron sus ingresos, lo que repercute en una mejor calidad de vida, así mismo, los agricultores lograron identificarse con esta planta medicinal, pues ahora ponen empeño y dedicación a la hora de sembrar este producto, y expresaron su interés en participar en capacitaciones para seguir ayudándolos a aprender más sobre la manzanilla, incluyendo otras plantas medicinales necesarias en el mercado internacional.

Por ello, Sordo (2022), define las estrategias comunicativas, como el conjunto de acciones que se lleva a cabo en una organización a través del área de comunicación, y que permite alcanzar de manera eficiente las metas y objetivos planteados. Es por ello, que se puede establecer diferentes logros, como el hecho de reestructurar o mejorar la imagen corporativa, buscar un aumento en las ventas, entre otras causas que pueden mejorarse.

Objetivo general: Establecer la relación que existe entre las estrategias comunicativas del programa de Asistencia Técnica y la productividad de los agricultores de mango de Sunshine Export SAC.

Por último, para discutir los resultados del siguiente objetivo se tomó como referencia la tabla 11, donde, muestra que, considerando los valores absolutos del coeficiente de correlación de Pearson, las estrategias comunicativas que utiliza la empresa Sunshine Export SAC tiene una correlación débil (0.24716773) con el nivel de productividad en los agricultores, ya que, los tipos de estrategias comunicativas como lo son, de sensibilidad, informativo, de orientación y contención pueden variar en el mismo sentido que, el nivel de productividad pero de manera poco confiable.

Por ello, se relaciona, por lo que argumenta, Cequea y Nuñez (2011), respecto a la productividad, puesto que, tiene un carácter multidimensional, es decir que, existen muchos factores que inciden en su desarrollo, por ello, los recursos humanos tienen un papel decisivo en la evaluación de la productividad de una organización, ya que el ser humano está presente en todas las etapas de

ejecución, además recursos humanos afectan la productividad organizacional de tres maneras distintas, ya que las personas pueden actuar individualmente, colectivamente o como organización, teniendo en cuenta factores psicológicos o psicosociales.

En ese sentido, contrastando los resultados, con la teoría planteada de la comunicación participativa, la cual argumenta que, los afectados en base a sus decisiones deben participar en su implementación, ya que, la comunicación participativa es un modelo y a su vez una forma de “hacer comunicación”, que facilita el restablecimientos de la cotidianidad, asimismo, los intereses y necesidades que componen los grupos socioculturales, así como de sus protagonistas, que a través de propuestas de planificación permiten mejorar su presencia e influencia en el desarrollo y la toma de decisiones, así como en los medios. (Erazo, 2020)

Por consiguiente, los resultados se relacionan con la teoría, puesto que, al no tener un buen ejercicio y aplicación de las estrategias comunicativas, que faciliten el proceso y la comprensión de la asistencia técnica en los agricultores, puesto que, al existir barreras socioeconómicas, y educativas como es el caso de que, algunos agricultores son analfabetos, puede ser uno de los factores por lo cual, la relación de las estrategias comunicativas con la productividad es baja, ya que, se requiere de un proceso comunicativo más interesante que se adapte al entorno sociocultural de los participantes.

II. CONCLUSIONES

Tras la elaboración de la discusión de los resultados obtenidos en el presente estudio, se concluye lo siguiente:

- Se identificó la estrategia de sensibilización como uno de los tipos de estrategias comunicativas que más se deben considerar en el programa, para el aprendizaje de los agricultores, por ello, se concluye que, los agricultores se sienten satisfechos con los estándares de calidad que impone la organización, asimismo, con respecto a las dudas que el programa les ayuda a la asistencia técnica del mango.
- La efectividad y eficiencia son los aspectos importantes de la productividad, por ello, el nivel de productividad es alto en el manejo de los campos de cultivo, en los objetivos de exportación del mango, también en brindar ayuda en el programa, en el logro de las certificaciones y en la importancia que se le brinda a la productividad de la asistencia técnica.
- La relación de la estrategia de comunicación que, utiliza la empresa Sunshine Export SAC con el nivel de productividad en los agricultores tiene una correlación fuerte, es decir que, cuanto más valor se le dé a la estrategia de sensibilización que es la que, utiliza la empresa, el nivel de productividad aumenta de manera similar, por ello, los estándares de calidad y la atención que se brinda deben ser uno de los principales objetivos.
- La relación que existe entre todas las estrategias comunicativas del programa de Asistencia Técnica y la productividad de los agricultores de mango de Sunshine Export SAC, tiene una correlación débil con el nivel de productividad en los agricultores, ya que los tipos de estrategias comunicativas como lo son, de sensibilización, informativo, de orientación y contención pueden variar de manera poco confiable con el nivel de productividad.

III. RECOMENDACIONES

A partir de los resultados encontrados se realizan las siguientes recomendaciones:

- Considerando que algunos agricultores son analfabetos, se recomienda que, las estrategias comunicativas tengan un soporte audiovisual, puesto que, esto facilitaría la comprensión del programa de asistencia técnica, ya que, el mensaje sería más didáctico, informativo y educativo. En tal sentido, aplicar estos soportes de apoyo técnico aportaría en la mejora de la relación con los agricultores, además de, reforzar la comunicación participativa como un proceso más flexible que posibilita responder las interrogantes de los agricultores.
- Se recomienda, además aplicar las estrategias comunicativas a partir de las debilidades y amenazas de una organización, para contribuir con la productividad de la empresa, ya sea, en la calidad de sus productos y el logro de sus objetivos, por lo tanto, tener un plan de acción sería conveniente para el programa de asistencia técnica, puesto que, existen otros factores fuera de las estrategias de comunicación, como es el caso de, los factores socioeducativos como el analfabetismo, también el factor sociodemográfico, que son los lugares de acceso de los agricultores, por lo cual, se requiere de un mayor estudio.
- Es importante que los *stakeholders* cumplan con los objetivos de la organización, por ello, se recomienda la implementación de una base de datos que permita medir el cumplimiento de objetivos y brindar un incentivo o reconocimiento por las actividades cumplidas.

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICAS

- Agurto y Sullón (2020), en su tesis de licenciatura en Ciencias de la Comunicación “*Valoración de los clientes de la estrategia de comunicación digital de la heladería El Chalan, Piura - 2020*”. Universidad Privada Antenor Orrego, Piura.
- Alejandro, M. (2004). La participación: una actitud de diálogo y confianza. En Alejandro, M y Vidal, J. (Comp). Comunicación y Educación Popular. (pp. 207-212). La Habana: Editorial Caminos.
- B. Sandoval, D. Freire y M. Bárbara (2017). Capacitación y su impacto en la productividad laboral de las empresas chilenas. Tesis para obtener el título profesional en administración de empresas. Universidad de Concepción, Los Ángeles.
- Calvelo, J. (1998). *Los modelos de información y de comunicación: el modelo de interlocución: un nuevo paradigma de comunicación*. FAO. Recuperado de [http://www.fao.org/sd/ SPdirect/CDan0022.htm](http://www.fao.org/sd/SPdirect/CDan0022.htm)
- Cequea, M. & Núñez, M. (2011). Factores humanos y su influencia en la productividad. *Revista Venezolana de Gerencia*, 16 (53): 116-137.
- Chiavenato, I. (2009). Gestión del talento Humano. Recuperado de <http://www.facso.unsj.edu.ar/catedras/cienciaseconomicas/administracion-depersonal-l/documentos/chiavena.pdf>
- Díaz, N. (2009). Ranking Financiero: Herramienta financiera para medir la productividad de las empresas de comercialización de energía eléctrica. *Estudios Gerenciales*. 25 (111): 13 – 34.
- Durán, Morales, Orduz y Rueda (2013), en su tesis titulada “*Análisis y estrategias comunicativas de responsabilidad social en la empresa Rayco S.A.S. en Bucaramanga y su área Metropolitana*”. Universidad autónoma de Bucaramanga.

- Erazo, R (2020). Comunicación participativa una construcción de todos y todas. Recuperado de: <https://1library.co/document/dzx6dxvz-comunicacion-participativa-una-construccion-de-todos-y-todas.html>
- Fleitman J. (2008) Evaluación integral para implementar modelos de calidad.
- Fontalvo, T., Vergara, J. y De La Hoz, E. (2012). Evaluación del mejoramiento de los indicadores financieros en las empresas del sector almacenamiento y actividades conexas en Colombia por medio de análisis discriminante. *Prospectiva*. 10(1): 124-131.
- Gómez, O. (2012). La productividad del recurso humano, factor estratégico de costs de producción y calidad del producto: industria de confecciones de Bucaramanga. *Revista Tecnura*. 16 (31), 102- 113.
- Hernández, O. (2012). Estadística Elemental para Ciencias Sociales. (Tercera Edición). San José, Costa Rica: Editorial Universidad de Costa Rica.
- [https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/14682/Ruit%
c3%b3n%20Villanueva%20Silverio.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/14682/Ruit%c3%b3n%20Villanueva%20Silverio.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Huesca, R (1994). Siguiendo el rastro de la historia de los enfoques de Comunicación Participativa en Desarrollo: Un acercamiento crítico. Recuperado de: <file:///C:/Users/Downloads/DialnetSiguiendoElRastroDeLaHistoriaDeLosEnfoquesDeComuni-3671243.pdf>
- International Organization for Standardization (2015a), ISO 9001: 2015 Quality Management Systems – Requirements.
- Juan, R (2015). Estrategias de sensibilización para dar a conocer los problemas socios ecológicos y promover el paso a la acción.
- Koontz, H. y Weihrich, H. (2012). Administración una perspectiva global. (12° ed.). Ciudad de México, México: McGraw-Hill.
- L. Pilar y O. Vania (2015). *Implementación de un programa de capacitación sobre el mercado de manzanilla y su impacto en la producción y el bienestar de los agricultores del distrito de Otuzco – 2015*. Tesis para obtener el título profesional en economía. Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo.

- M. Aquino (2021). *Programa de capacitación World Tracer para la mejora del Servicio al cliente en el sector aeroportuario*. Tesis para obtener el título profesional en administración de empresas. Universidad de Piura.
- Malikhao, P (2003). Comunicación Participativa: ¿El nuevo paradigma? Recuperado de: [file:///C:/Users/ Downloads/Dialnet-ComunicacionParticipativaElNuevoParadigma-3671275%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Downloads/Dialnet-ComunicacionParticipativaElNuevoParadigma-3671275%20(2).pdf)
- Mari, V (2009). El enfoque de la comunicación participativa para el desarrollo y su puesta en práctica en los medios comunitarios. Recuperado de: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N71/VARIA/27%20MARI_REVISADO.pdf
- México: Schoenfeld pax.
- Miranda, D. (2012). Mango. En G. Fisher (Ed.), *Manual para el cultivo de frutales en el trópico* (p. 627-656). Bogotá: Produmedios.
- Miranda, J. y Toirac, L. (2010). Indicadores de productividad para la industria dominicana. *Ciencia y sociedad*. 35 (2): 235 – 290.
- Nemur, L. (2016). *Productividad: Consejos y atajos de productividad para personas ocupadas*. Barcelona: Babelcube Inc.
- Oxford, R. (1990). *Language Learning Strategies. What Every Teacher Should Know*. Nueva York: Newbury House. Recuperado de: https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/diccionario/estratcom.htm
- Ponce, J. L. (2012). Rizomática. Recuperado el 16 de junio de 2013, de www.rizomatica.net
- Robbins, S. y Judge, T. (2013), *Comportamiento Organizacional*. Recuperado https://psiqueunah.files.wordpress.com/2014/09/comportamientoorganizacion-13a-ed-_nodrm.pdf
- Ruitón (2018), en su tesis de licenciatura “Impacto de las estrategias de comunicación usadas por ferocafenop en la construcción de identidad cultural de sus integrantes, año 2016”.

- Santander (2022). Tipos de estrategias comunicativas. Recuperado de:
<https://www.becas-santander.com/es/blog/estrategias-de-comunicacion.html>
- Servaes, J (2003). Comunicación Participativa: ¿El nuevo paradigma?. Recuperado de: [file:///C:/Users/ Downloads/Dialnet-ComunicacionParticipativaElNuevoParadigma-3671275%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Downloads/Dialnet-ComunicacionParticipativaElNuevoParadigma-3671275%20(2).pdf)
- Sordo, A (2022). Estrategias de comunicación. Recuperado de:
<https://blog.hubspot.es/marketing/estrategias-comunicacion>
- Velásquez, Y., Núñez, M., Rodríguez, C. (2010). *Estrategias para el mejoramiento de la productividad*. Arequipa, Perú. Recuperado de http://www.laccei.org/LACCEI2010-Peru/published/PM050_Velasquez.pdf
- Williams, M. y Burden, R. L. (1997). *Psicología para profesores de idiomas*. Cambridge: Cambridge University Press. Madrid: Cambridge University Press, 1999.

ANEXOS

Anexo 1

Cuestionario para conocer la relación de las estrategias comunicativas del programa de asistencia técnica, y la productividad de los agricultores de mango de Sunchine Export SAC

CUESTIONARIO PARA CONOCER LA RELACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS DEL PROGRAMA DE ASISTENCIA TÉCNICA Y LA PRODUCTIVIDAD DE LOS AGRICULTORES DE MANGO DE SUNSHINE EXPORT SAC.

I. Objetivo general:

Establecer la relación que existe entre las estrategias comunicativas del programa de Asistencia Técnica y la productividad de los agricultores de mango de Sunshine Export SAC.

II. Instructivo:

Lee atentamente las siguientes preguntas y marca con un aspa (X) la respuesta que considere correcta. Los resultados que se obtendrán serán utilizados con fines académicos.

III. Cuestionario:

Agradecemos contestar objetivamente las preguntas planteadas.

1. ¿Qué tan satisfecho te sientes con la importancia de conocer los estándares de calidad que se deben cumplir con el mango?
 - a. Totalmente satisfecho
 - b. Satisfecho
 - c. Insatisfecho
 - d. Totalmente insatisfecho

2. ¿Qué tan satisfecho te sientes con la atención que se brinda al momento de resolver una duda en el programa de Asistencia Técnica?
 - a. Totalmente satisfecho
 - b. Satisfecho
 - c. Insatisfecho
 - d. Totalmente insatisfecho

3. ¿Qué tan satisfecho te sientes con la información que se brinda en el programa de Asistencia Técnica?
 - a. Totalmente satisfecho
 - b. Satisfecho
 - c. Insatisfecho
 - d. Totalmente insatisfecho

4. ¿Qué tan satisfecho te sientes con el material informativo en el programa de Asistencia Técnica?
 - a. Totalmente satisfecho
 - b. Satisfecho
 - c. Insatisfecho
 - d. Totalmente insatisfecho

5. ¿Qué tan satisfecho te sientes con el proceso de orientación de los capacitadores en el programa de Asistencia Técnica, para comprender los pasos a seguir en el cuidado de la fruta?
 - a. Totalmente satisfecho
 - b. Satisfecho
 - c. Insatisfecho
 - d. Totalmente insatisfecho

6. ¿Qué tan satisfecho te sientes con las herramientas y técnicas que se brindan para conocer el cuidado del mango en el programa de Asistencia Técnica?
 - a. Totalmente satisfecho
 - b. Satisfecho
 - c. Insatisfecho
 - d. Totalmente insatisfecho

7. ¿Qué tan satisfecho te sientes con el manejo de los campos del cultivo?
 - a. Totalmente satisfecho
 - b. Satisfecho
 - c. Insatisfecho
 - d. Totalmente insatisfecho

8. ¿Qué tan satisfecho te sientes con el logro de objetivos en la exportación de mango?
 - a. Totalmente satisfecho
 - b. Satisfecho
 - c. Insatisfecho
 - d. Totalmente insatisfecho

9. ¿Qué tan satisfecho te sientes con la ayuda que se brinda en el programa de Asistencia Técnica?
 - a. Totalmente satisfecho
 - b. Satisfecho
 - c. Insatisfecho
 - d. Totalmente insatisfecho

10. ¿Qué tan satisfecho te sientes con las incidencias en el logro de certificación del programa de Asistencia Técnica?
 - a. Totalmente satisfecho
 - b. Satisfecho
 - c. Insatisfecho
 - d. Totalmente insatisfecho

11. ¿Qué tan satisfecho te sientes con la importancia que se le brinda en la productividad del programa de Asistencia Técnica?
 - a. Totalmente satisfecho
 - b. Satisfecho
 - c. Insatisfecho
 - d. Totalmente insatisfecho

Anexo 2.

Fichas de validación del instrumento



UPAO

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTEÑOR ORREGO
 FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
 PROGRAMA DE ESTUDIOS DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
 PROGRAMA APOYO AL DESARROLLO DE LA TESIS (PADT)

INFORME DE LA VALIDACIÓN A JUICIO DE EXPERTO

Yo Ralph Zapata Ruiz, identificado con DNI 44336117, de profesión comunicador; declaro haber revisado, en condición de experto, el instrumento _____ correspondiente a la investigación titulada: Estrategias comunicativas del programa de Asistencia Técnica y productividad de los agricultores de mango de Sunshine Export SAC, cuyo autor es el señor (ita) Bianca Briceño. Luego de revisar exhaustivamente el documento manifiesto que:

Criterios	Valoración			
	Excelente	Buena	Regular	Deficiente
Los ítems son coherentes con la dimensión que está midiendo.		X		
Los ítems se han redactado con claridad y se comprenden fácilmente.		X		
Los ítems son relevantes para la investigación y deben mantenerse en el instrumento.		X		

Por tanto, la valoración global del instrumento es (Marque con una X):

Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
			X	

Evaluado por:

Nombre de juez experto:	Ralph Zapata Ruiz
Profesión	Magíster en Comunicación
Grado académico	Magíster
Institución donde labora	Universidad Tecnológica del Perú
Cargo	Docente
Fecha de validación	31-10-22
Firma	



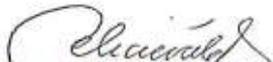
INFORME DE LA VALIDACIÓN A JUICIO DE EXPERTO

Yo **Karla Celi Arévalo**, identificado con DNI **18132016**, de profesión **docente universitaria**; declaro haber revisado, en condición de experto, el instrumento ficha de observación correspondiente a la investigación titulada: **Estrategias comunicativas del programa de Asistencia Técnica y productividad de los agricultores de mango de Sunshine Export SAC**, cuyo autor es el señor (ita) **Briceño Fernández, Bianca Azucena y Saavedra Castro, Eliana Jesús**. Luego de revisar exhaustivamente el documento manifiesto que:

Criterios	Valoración			
	Excelente	Buena	Regular	Deficiente
Los ítems son coherentes con la dimensión que está midiendo.		x		
Los ítems se han redactado con claridad y se comprenden fácilmente.			x	
Los ítems son relevantes para la investigación y deben mantenerse en el instrumento.		X		

Por tanto, la valoración global del instrumento es (Marque con una X):

Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
		X		


Dra. Karla J. Celi Arévalo



UPAO

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTEÑOR ORREGO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
PROGRAMA DE ESTUDIOS DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
PROGRAMA APOYO AL DESARROLLO DE LA TESIS (PADT)

INFORME DE LA VALIDACIÓN A JUICIO DE EXPERTO

Yo, CARLOS ALBERTO CELI ARÉVALO identificado con DNI 18030045, de profesión comunicador social; declaro haber revisado, en condición de experto, el instrumento CUESTIONARIO correspondiente a la investigación titulada: **Estrategias comunicativas del programa de Asistencia Técnica y productividad de los agricultores de mango de Sunshine Export SAC**, cuyas autoras son las señoritas Briceño Fernández, Bianca Azucena y Saavedra Castro, Eliana Jesús. Luego de revisar exhaustivamente el documento manifiesto que:

Criterios	Valoración			
	Excelente	Buena	Regular	Deficiente
Los ítems son coherentes con la dimensión que está midiendo.			X	
Los ítems se han redactado con claridad y se comprenden fácilmente.			X	
Los ítems son relevantes para la investigación y deben mantenerse en el instrumento.			X	

Por tanto, la valoración global del instrumento es (Marque con una X):

Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
	X			

Evaluado por:

Nombre de juez experto:	CARLOS ALBERTO CELI ARÉVALO
Profesión	Comunicador Social
Grado académico	Maestro
Institución donde labora	Universidad Privada Antenor Orrego
Cargo	Docente
Fecha de validación	03/11/2022
Firma	

Anexo 3

Registro de asistencia

 Sunshine	REPORTE DE INSTRUCCIÓN	COD RH-FR-0004 PAG-1
---	------------------------	-------------------------

Fecha: 23/08/2022

Tipo	Area	N° Código	Tema	Tiempo
Inducción	ASIS TÉCNICA		→ Plan de Defensa de Plagas	3hrs
Capacitación			EPERMIDRAT y Nalco	3hrs
Total Hrs.				3hrs

RELACIÓN DE PARTICIPANTES				
N°	Apellidos y Nombres	DNI	FIRMA	HUELLA
1	GARCIA CRISANTO, TERESA	02833113		
2	Delgado Gutierrez Maria Melva	02745138		
3	GAMBUA RUIZ HORTENCIO	02745152		
4	OTERO RUIZ CONRADO	06020420		
5	NARANJO MENDOZA SANCHEZ ALFONSO	02746951		
6	RODRIGUEZ RUIZ FREDY VICTOR	02735306		
7	HELGUERO RUIZ LUIS FELIPE	02734550		
8	Helguera Atambulu Carlos Janio	02797494		
9	LUARCA CARLOS ENRIQUE	02749122		
10	MORAN LIMA FRANCISCO	02749079		

RESPONSABLE DEL REGISTRO		CAPACITADOR	
Apellidos y Nombres	Helgado Gutierrez Cabo Mario		
Cargo	Coordinador de RSG		
Firma:		Firma	
		Apellidos y nombre	



Fecha: 23/08/2022

Tipo	Area	N° Código	Tema	Tiempo
Inducción				
Capacitación	X SST		Manejo de plagas Infirmas y Plagas	3 hrs
Procedimientos	RR.HH			
Curso				
Sensibilización	Aseg. Calidad			
Reunión				
Charla de 5 min	Producción			
Entrenamiento	Asist. Técnica			
Simulacro	Seguridad Patrimonial			
Otros	Otro:			
Total Hrs.				3 hrs

RELACION DE PARTICIPANTES				
N°	Apellidos y Nombres	DNI	FIRMA	HUELLA
1	Talao Elias Orlando	44273453		
2	Juanes Rosario de Cambalera	4278234		
3	REINALDO LASTERIA OREA	02764490		
4	Mmanuel Jesús Valdivino Astudillo	02760 233		
5	Hugo Hildebrando Ruiz Valdivieco	02370618		
6	Luis Alvarado Monteio Garcia	02882904		
7	Genaro Pizarro Cusato	02765254		
8	Nicanor Maza Juarez	02753263		
9	Jesús SANDOVAL RAMOS	0287454		
10	Victorino Alvarez River	02748393		

Observaciones:

RESPONSABLE DEL REGISTRO		CAPAGITADOR	
Apellidos y Nombres	Hidalgo Gutierrez Carlos Mario		
Cargo	Coordinador de ASE	Firma	
Firma:			



Fecha: 23/08/2022

Tipo	Area	N° Código	Tema	Tiempo
Inducción				
Capacitación	x SST		- Manejo de plagas	3Hrs
Procedimientos	RR.HH		enf. en QAF y HAZAR	
Curso				
Sensibilización	Aseg. Calidad			
Reunión				
Charla de 5 min	Producción			
Entrenamiento	Asist. Técnica			
Simulacro	Seguridad Patrimonial			
Otros	Otro:			
Total Hrs.				3Hrs

RELACIÓN DE PARTICIPANTES

N°	Apellidos y Nombres	DNI	FIRMA	HUELLA
1	Seminario Georgina Jesús	40071758	[Firma]	[Huella]
2	Santos Flores Pedro	41293012	[Firma]	[Huella]
3	Luis Guillermo Zeta Cruz	73370004	[Firma]	[Huella]
4	Pascasio Juarez Esmeralda	02867353	[Firma]	[Huella]
5	CAISANTO SEMINARIO LOSO	0284242	[Firma]	[Huella]
6	Palacios, Mendoza, Eulogio	0274590	[Firma]	[Huella]
7	Juarez Palacios Luis Eduardo	46308505	[Firma]	[Huella]
8	Palacios Mendoza Leonor	02748688	[Firma]	[Huella]
9	CAISANTO CAISANTO EULOGIO	02701539	[Firma]	[Huella]
10	JUAREZ LAPATA URBANO	02756059	[Firma]	[Huella]

Observaciones:

RESPONSABLE DEL REGISTRO		CAPACITADOR	
Apellidos y Nombres	Nicola Gutierrez Calomario	[Firma]	
Cargo	Coordinador de RSE	[Firma]	
Firma:	[Firma]	[Firma]	

Fecha: 24/08/2022

Tipo	Area	N° Código	Tema	Tiempo
Inducción				
Capacitación	SST		"Planeta integrado de plagas enfermedades y malezas"	3 Hrs
Procedimientos	RR.HH			
Curso				
Sensibilización	Aseg. Calidad			
Reunión				
Charla de 5 min	Producción			
Entrenamiento	Asist. Técnica			
Simulacro	Seguridad Patrimonial			
Otros	Otro:			
Total Hrs.				2 Hrs

RELACION DE PARTICIPANTES				
N°	Apellidos y Nombres	DNI	FIRMA	HUELLA
1	Castillo Raymundo, Ronaldo	76426061		
2	Castillo Cresanto Gloy	02746101		
3	García Saavedra, Mauricio	02761973		
4	Claudina More Covenias	02796514		
5	Morales Sánchez, Rhode	02641820		
6	Peña Román, Teodoro	02897726		
7	Cherrez Vasquez, Hugo	02606037		
8	More Yovera, Juan	03630639		
9	Suarez Maza, Bernabe	02747039		
10	Montelban Córdoba, Juan Carlos	02832926		

Observaciones:

RESPONSABLE DEL REGISTRO		CAPACITADOR	
Apellidos y Nombres	Hidalgo Gutiérrez, Carlos Mario		
Cargo	Coordinador de R.S.E	Firma	
Firma:			
		Apellidos y nombre	



Fecha: 24/08/2022

Tipo	Area	N° Código	Tema	Tiempo
Inducción				
Capacitación	SST		"Planero Integrado de Plagas Enfermedades y Malezas"	3 Hrs
Procedimientos	RR.HH			
Curso				
Sensibilización	Aseg. Calidad			
Reunión				
Charla de 5 min	Producción			
Entrenamiento	Asist. Técnica			
Simulacro	Seguridad Patrimonial			
Otros	Otro:			
Total Hrs.				3 Hrs

RELACIÓN DE PARTICIPANTES				
N°	Apellidos y Nombres	DNI	FIRMA	HUELLA
1	Benites Yovero Manuel	02746136		
2	Crisanto Laurcano Juan	02749119		
3	Buenos Aires Rojas, José	72356915		
4	Hendoza de Zeta Estelina	02899231		
5	Zeta Alameda Manuel	02796757		
6	Pacheco Santos Cinthia L	75122638		
7	Justiniano Bedon, Graniel	02824061		
8	Justiniano Bedon, Jaime	02837786		
9	Pivas Garcia, Hilmer	02748408		
10	Hidalgo Gutiérrez Carlo	40599110		

Observaciones:

RESPONSABLE DEL REGISTRO		CAPACITADOR	
Apellidos y Nombres	Hidalgo Gutiérrez Carlo merio		
Cargo	Coordinador de RSG		
Firma:			
		Firma	

Fecha: 24/08/2022

Tipo	Area	N° Código	Tema	Tiempo
Inducción				
Capacitación	X SST		Manejo integrado de plagas en fermentos y pastas	3hrs
Procedimientos	RR.HH			
Curso				
Sensibilización	Aseg. Calidad			
Reunión				
Charla de 5 min	Producción			
Entrenamiento	Asist. Técnica			
Simulacro	Seguridad Patrimonial			
Otros	Otro:			
Total Hrs.				3 Hrs

RELACION DE PARTICIPANTES				
N°	Apellidos y Nombres	DNI	FIRMA	HUELLA
1	Silva Zapata, Odalíz	76308961		
2	Adonague Suarez, Manuel	02760015		
3	Suarez Haza, Genaro	02792288		
4	Vasquez Pizarro, Feliciano	03360196		
5	Cobenas Paico, Pascual	02762387		
6	Cobena Yesquen, Luis Alberto	02752640		
7	Motorel Arevalo, Arturo	03370010		
8	Ojeda Palacios, Floro	02752451		
9	Colmenaris Ojeda, Leoncio	02898984		
10	García Carran, Romos	02752187		

Observaciones:

RESPONSABLE DEL REGISTRO		CAPACITADOR	
Apellidos y Nombres	Hidalgo Berrío, Celso Mario		
Cargo	Coordinador de RSE	Firma	
Firma:		Celso Mario Pacheco	

SUPERVISORES ENCARGADOS DE INVITACIONES

N°	SUPERVISOR ENCARGADO	ZONA	CANTIDAD	FIRMA
1	Victor Cosso	I	40	
2	Alfredo Appaque	IV	10	
3	Wilmer Juarez	II	(40) 000 70 entregar	
4	Elmer Castillo Reymundo	III	30	
5	Hector Nuñez Juarez	V	40	
6	Rafael Espinoza Villegas	IV	50	
7	Enrig M. Reyes Palacios	I-V	40 entregar	
8	Martin Valdiviazo Lloka	V	entregar 40	
9	Juan Silva	IV	60	Entregado
10				

Anexo 4.

Informe de capacitación técnica por Sunchina Export SAC

"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

Piura, 13 de setiembre de 2022

Señores
Sunshine Export S.A.C

PRESENTE.

Es grato dirigirme a Ud., para saludarlo cordialmente, luego quiero dar a conocer que las Charlas de Capacitación han estado orientadas a los productores de mango tanto en Tambogrande (San Lorenzo- Piura), como en Motupe (Lambayeque).

1. TAMBOGRANDE

Se llevaron a cabo 02 capacitaciones a productores de mango

Día y Fecha: martes 23, y miércoles 24 de agosto del 2022 capacitación

Tema de la Capacitación: Manejo Integrado de Plagas, enfermedades, malezas en el cultivo de mango.

Es conveniente dar a conocer que dentro de los productores que asistieron a la capacitación en el segundo día (miércoles 24), uno de los participantes manifestó que ha observado en la presente campaña la presencia de una larva causando daño en la inflorescencia (a nivel del pedúnculo de la flor lo corta); lo ha visto hace 4 años, pero que en esta campaña se estuviera incrementando. Por lo que hay que poner mucha atención.

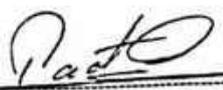
2. MOTUPE (Lambayeque)

Día y Fecha: jueves 1 de setiembre de 2022

Tema de la Capacitación: Manejo Integrado de Plagas, enfermedades, malezas en el cultivo de mango.

Es necesario dar a conocer que dentro de las capacitaciones ofrecidas a los productores de mango en los 2 lugares se les hizo recordar de la calibración y mantenimiento de sus equipos de aplicación que son muy necesarias para una eficacia de sus tratamientos.

Atentamente,



Ing. Candelario Pachere Timaná
Especialista en Entomología

cc.; interesado

INFORME DE CAPACITACIÓN TÉCNICA A PRODUCTORES

08/09/2022

1. CONTEXTO

El desarrollo de las capacitaciones se dio de forma teórica y práctica, en la teoría se explicó de manera global las principales plagas y enfermedades que atacan al cultivo del mango; así como la participación de la empresa, a través de la asistencia técnica, en el desarrollo de sus cultivos.

2. OBJETIVO

Las capacitaciones técnicas son una herramienta de ayuda al productor, que tiene por objetivo potenciar sus conocimientos y habilidades para mejorar las condiciones productivas en el cultivo del mango.

3. TEMAS

- "MANEJO INTEGRADO DE PLAGAS, ENFERMEDADES Y MALEZAS"
- "CALIBRACIÓN Y MANTENIMIENTO DE EQUIPOS DE APLICACIÓN"

4. CAPACITADOR

La capacitación estuvo a cargo del Ing. Candelario Pachere Timaná, Catedrático de la Facultad de Agronomía de la Universidad Nacional de Piura. El segundo tema, fue desarrollado por Fernando Guerrero Calderón, Técnico Mecánico representante de la empresa Rafael Norte SAC.

5. PARTICIPANTES

La actividad se desarrolló en las instalaciones del Restaurante Sol y Luna, en Tambogrande y contó con la participación de 60 productores. De igual forma, participaron de la capacitación los supervisores de campo de la empresa, quienes acompañaron a los productores.

6. FECHA

La capacitación se realizó los días 23 y 24 de agosto del 2022

7. OBSERVACIONES

La actividad se desarrolló con normalidad de acuerdo a lo planificado



Carlo Mario Hidalgo Gutierrez
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
SUNSHINE EXPORT SAC

Anexo 5.

Evidencia de invitación al programa de Asistencia Técnica.



"AÑO DEL FORTALECIMIENTO DE LA SOBERANÍA NACIONAL"

INVITACIÓN N° 03-2022

DE : Ing. Daniel Sánchez Cueva – Gerente Técnico

PARA : _____

ASUNTO : "Taller de Capacitación Técnica"
"Manejo Integrado de Plagas, Enfermedades y Malezas"
"

FECHA : 23 y 24 de Agosto de 2022

Estimado productor(a):

Reciba nuestro más cordial saludo. A nombre de Sunshine Export SAC aprovechamos la oportunidad para invitarlo a participar del taller de capacitación "Manejo Integrado de Plagas, Enfermedades y Malezas", a cargo del Ing. Candelario Pacherre Timana, especialista en Entomología.

Fecha: Martes y miércoles 23 y 24 de agosto de 2022

Hora: 9:00 am

Lugar: Restaurant campestre Sol y Luna - Tambogrande

Aprovechamos la oportunidad para expresarle los sentimientos de nuestra especial consideración y estima personal.

Un cordial saludo,



DANIEL SÁNCHEZ CUEVA
GERENTE TÉCNICO
SUNSHINE EXPORT S.A.C.

Anexo 6.

Evidencia de flyers sobre el programa de Asistencia Técnica.

CAPACITACIÓN TÉCNICA

"MANEJO INTEGRADO DE PLAGAS, ENFERMEDADES Y MALEZAS"



MARTES, 23 DE AGOSTO

08:30 AM

LUGAR:
RESTAURANT CAMPESTRE
SOL Y LUNA
TAMBOGRANDE

¡TE ESPERAMOS!



CAPACITACIÓN TÉCNICA

"MANEJO INTEGRADO DE PLAGAS, ENFERMEDADES Y MALEZAS"



MIÉRCOLES, 24 DE AGOSTO

08:30 AM

LUGAR:
RESTAURANT CAMPESTRE
SOL Y LUNA
TAMBOGRANDE

¡TE ESPERAMOS!



Anexo 7.

Reporte de actividades del programa de Asistencia Técnica.

			
REPORTE DE ACTIVIDADES			
RESPONSABLE	Carlo Mario Hidalgo		
CARGO	Coordinador de RSE	ÁREA	Reponsabilidad Social Empresarial
ACTIVIDAD	Capacitacion Tecnica productores de mango - Tambogrande		
FECHA	23 y 24/08/2022	LUGAR	Tambogrande
PÚBLICO OBJETIVO	Productores de mango de Tambogrande		
OBJETIVO GENERAL	Fidelizar al productor de mango		
<i>Para ser llenado solo si es Capacitación técnica</i>			
ASISTENTES			
TEMAS	"Manejo integrado de plagas, enfermedades y malezas"		
OBSERVACIONES	La actividad se desarrolló con normalidad, de acuerdo a lo planificado		
FIRMA DEL RESPONSABLE	 Carlo Mario Hidalgo Gutierrez RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL SUNSHINE EXPORT SAC		

Anexo 8.

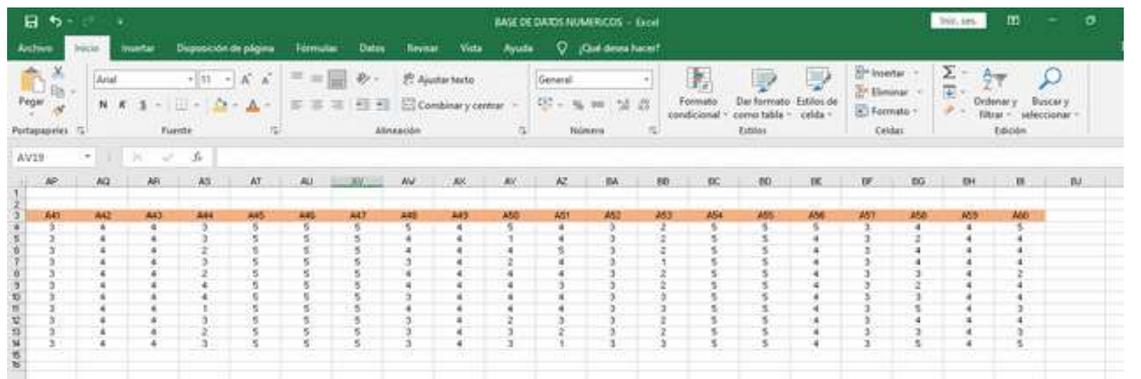
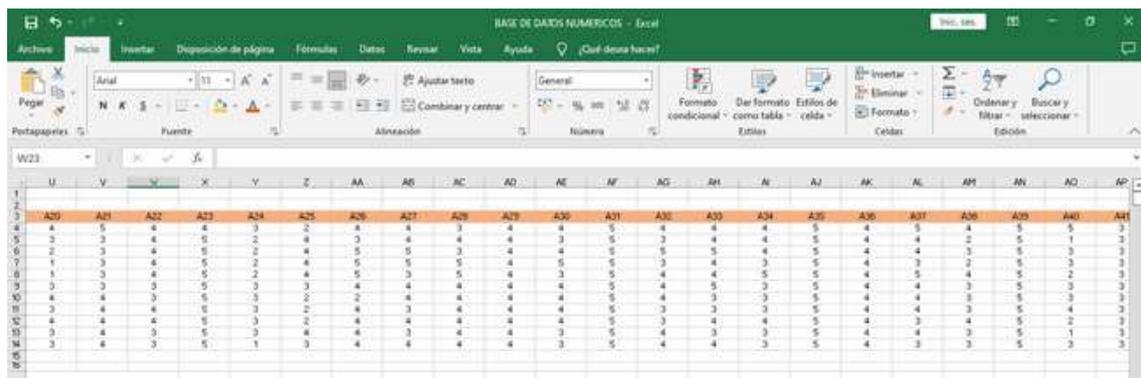
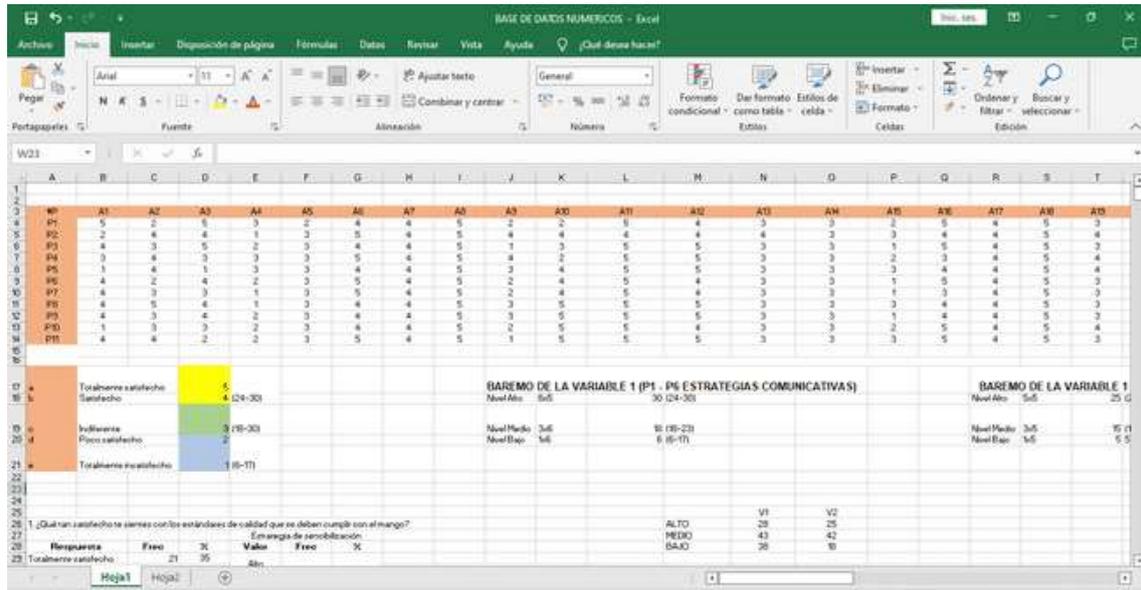
Evidencia fotográfica del programa de Asistencia Técnica.





Anexo 9.

Evidencia de la base de datos Excel



Anexo 10

Base de datos de tablas

1. ¿Qué tan satisfecho te sientes con los estándares de calidad que se deben cumplir con el mango?

Respuesta	Frec	%	Estrategia de sencibilización		
			Valor	Frec	%
Totalmente satisfecho	21	35	Alto	0	0
Satisfecho	22	37			
Indiferente	10	17	Medio	43	72
Poco satisfecho	7	11	Bajo	17	28
Totalmente insatisfecho	0	0			
Total	60	100	Total	60	100

2. ¿Qué tan satisfecho te sientes con la atención que se brinda al momento de resolver una duda en el programa de Asistencia Técnica?

Respuesta	Frec	%	Valor	Frec	%
Totalmente satisfecho	12	20	Alto	28	47
Satisfecho	28	47			
Indiferente	12	20	Medio	0	0
Poco satisfecho	5	8	Bajo	32	53
Totalmente insatisfecho	3	5			
Total	60	100	Total	60	100

3. ¿Qué tan satisfecho te sientes con la información que se brinda en el programa de Asistencia Técnica?

Respuesta	Frec	%	Valor	Frec	%
Totalmente satisfecho	20	33	Alto	0	0
Satisfecho	20	33			
Indiferente	13	22	Medio	40	67
Poco satisfecho	5	8	Bajo	20	33
Totalmente insatisfecho	2	3			
Total	60	100	Total	60	100

4. ¿Qué tan satisfecho te sientes con el material informativo en el programa de Asistencia Técnica?

Respuesta	Frec	%	Valor	Frec	%
Totalmente satisfecho	18	30	Alto	0	0
Satisfecho	18	30			
Indiferente	17	28	Medio	36	60
Poco satisfecho	5	8	Bajo	24	40
Totalmente insatisfecho	2	4			
Total	60	100	Total	60	100

5. ¿Qué tan satisfecho te sientes con las capacitaciones del programa de Asistencia Técnica para comprender los procesos del cuidado de la fruta?

Respuesta	Frec	%	Valor	Frec	%
Totalmente satisfecho	17	28	Alto	0	0
Satisfecho	22	37			
Indiferente	13	22	Medio	22	37
Poco satisfecho	5	8	Bajo	38	63
Totalmente insatisfecho	3	5			
Total	60	100	Total	60	100

6. ¿Qué tan satisfecho te sientes con las herramientas y técnicas que se brindan para conocer el cuidado del mango en el programa de Asistencia Técnica?

Respuesta	Frec	%	Valor	Frec	%
Totalmente satisfecho	15	25	Alto	0	0
Satisfecho	23	38			
Indiferente	16	27	Medio	23	38
Poco satisfecho	5	8	Bajo	37	62
Totalmente insatisfecho	1	2			
Total	60	100	Total	60	100

7. ¿Qué tan satisfecho te sientes con el manejo de los campos de cultivo?

Respuesta	Frec	%	Valor	Frec	%
Totalmente satisfecho	13	22	Alto	23	38
Satisfecho	23	38			
Indiferente	19	32	Medio	19	32
Poco satisfecho	3	5	Bajo	18	30
Totalmente insatisfecho	2	3			
Total	60	100	Total	60	100

8. ¿Qué tan satisfecho te sientes con el logro de objetivos en la exportación de mango?

Respuesta	Frec	%	Valor	Frec	%
Totalmente satisfecho	16	27	Alto	23	38
Satisfecho	23	38			
Indiferente	18	30	Medio	34	57
Poco satisfecho	1	2	Bajo	3	5
Totalmente insatisfecho	2	3			
Total	60	100	Total	60	100

9. ¿Qué tan satisfecho te sientes con la ayuda que se brinda en el programa de Asistencia Técnica?

Respuesta	Frec	%	Valor	Frec	%
Totalmente satisfecho	14	23	Alto	25	42
Satisfecho	25	42			
Indiferente	15	25	Medio	15	25
Poco satisfecho	5	8	Bajo	20	33
Totalmente insatisfecho	1	2			
Total	60	100	Total	60	100

10. ¿Qué tan satisfecho te sientes con la participación al logro de certificaciones del programa de Asistencia Técnica?

Respuesta	Frec	%	Valor	Frec	%
Totalmente satisfecho	14	23	Alto	0	0
Satisfecho	18	30			
Indiferente	20	33	Medio	38	63
Poco satisfecho	6	10	Bajo	22	37
Totalmente insatisfecho	2	3			
Total	60	100	Total	60	100

11. ¿Qué tan satisfecho te sientes con la importancia que se le brinda a la productividad del programa de Asistencia Técnica?

Respuesta	Frec	%	Valor	Frec	%
Totalmente satisfecho	18	30	Alto	20	33
Satisfecho	17	28			
Indiferente	20	33	Medio	35	58
Poco satisfecho	2	3	Bajo	5	8
Totalmente insatisfecho	3	5			
Total	60	100	Total	60	100

Anexo 11

Reporte anual de certificaciones que se lograron gracias al desarrollo de capacitaciones.



AÑO	GLOBAL GAP	RAINFORREST ALLIANCE	ORGANICO	TOTAL
2018	20	12	5	37
2019	27	25	18	70
2020	50	48	28	126
2021	87	64	45	196
2022	110	100	66	276

