



La Universidad que Siembra

**VICERRECTORADO
DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO SOCIAL
NÚCLEO GUASDUALITO**

**SUBPROGRAMA DE ESTUDIOS
AVANZADOS**

**LA COMUNICACIÓN EFECTIVA COMO
ELEMENTO CLAVE PARA CONFORMACIÓN
DE EQUIPOS DE TRABAJO EN EL AREA DE
COMERCIALIZACION CORPOELEC
GUASDUALITO ESTADO APURE.**

Autora: Páez Cravo Maiver Alejandra

Guasdualito, Junio 2024.

**Universidad Nacional Experimental
de los Llanos Occidentales
“EZEQUIEL ZAMORA”**



La Universidad que siembra

**Vicerrectorado de Planificación y Desarrollo Social
Coordinación de Área de Postgrado
Postgrado en Gerencia General**

**LA COMUNICACIÓN EFECTIVA COMO ELEMENTO CLAVE PARA
CONFORMACIÓN DE EQUIPOS DE TRABAJO EN EL AREA DE
COMERCIALIZACION CORPOELEC GUASDUALITO ESTADO APURE.**

***Trabajo de grado presentando para optar al título de Magister Scientiarum en
Administración Mención Gerencia General***

Autora:

Páez Cravo Maiver Alejandra

C.I. V-19950114

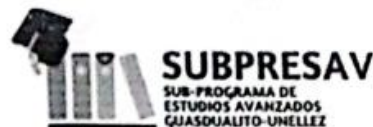
Tutor: MSc. Rosa Cortes

Guasdualito, junio 2024



UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL
DE LOS LLANOS OCCIDENTALES
"EZEQUIEL ZAMORA"

*Jefatura Subprograma de Estudios
Avanzados*



ACTA DE ADMISIÓN

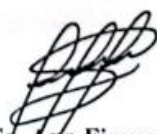
Siendo las 12:10 p.m. del día 17 de septiembre del 2024 reunidos en la Jefatura de Estudios Avanzados, del Programa Académico Guasqualito, Estado Apure, las profesoras: **Dra. Angeli Hurtado C.I. 19.050.586** Jurado Principal Suplente Unellez, **MSc. Ana Figueroa C.I. 16.333.583** Jurado Suplente Unellez y la **MSc. Rosa Cortes C.I. 10.012.486**, Tutora, respectivamente, quienes fueron designados por la Comisión Asesora de Estudios avanzados Guasqualito UNELLEZ, según Resolución CAEA/2024/07/126, 01 DE JULIO DE 2024, ACTA N° 06 ORDINARIA, PUNTO 28, como miembros del Jurado para conocer el contenido del Trabajo de Grado titulado: **"LA COMUNICACIÓN EFECTIVA COMO ELEMENTO CLAVE PARA CONFORMACIÓN DE EQUIPOS DE TRABAJO EN EL AREA DE COMERCIALIZACIÓN CORPOELEC GUASQUALITO ESTADO APURE"** presentado por la licenciada **Maiver Páez**, titular de la cédula de identidad C.I. N°-19.950.114, con el cual aspira obtener el Grado Académico **Magister Scientiarum** en Administración mención Gerencia General, quienes decidimos por unanimidad y de acuerdo con lo establecido en el **Artículo 54, del CAPÍTULO III DE LOS TRABAJOS TÉCNICOS, TRABAJOS ESPECIALES DE GRADO, TRABAJOS DE GRADO Y TESIS DOCTORALES DEL REGLAMENTO PARCIAL DE ESTUDIOS AVANZADOS DE LA UNELLEZ**, admitir el Trabajo de Grado presentado y fijar la fecha de defensa pública, para el día 24 de Septiembre del 2024 a las 04:40 p.m.

Dando fe y en constancia de lo antes señalado firman:


MSc. Rosa Cortes
C.I. N° 10.012.486
Tutora


Dra. Angeli Hurtado
C.I. N° 19.050.586
Jurado Principal Suplente




MSc. Ana Figueroa
C.I. N° 16.333.583
Jurado Suplente UNELLEZ



UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL
DE LOS LLANOS OCCIDENTALES
"EZEQUIEL ZAMORA"

**Jefatura Subprograma de Estudios
Avanzados**



SUBPRESAV
SUB-PROGRAMA DE
ESTUDIOS AVANZADOS
GUASQUALITO-UNELLEZ

ACTA DE VEREDICTO

Siendo las 05:30 p.m. del día 24 de septiembre del 2024 reunidos en la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales Ezequiel Zamora del Programa Académico Guasqualito, Estado Apure, las profesoras: **Dra. Angeli Hurtado C.I. 19.050.586 Jurado Principal Suplente Unellez**, **MSc. Ana Figueroa C.I. 16.333.583 Jurado Suplente Unellez** y la **MSc. Rosa Cortes C.I. 10.012.486, Tutora**, respectivamente, miembros del Jurado Evaluador del Trabajo de Grado titulado **"LA COMUNICACIÓN EFECTIVA COMO ELEMENTO CLAVE PARA CONFORMACIÓN DE EQUIPOS DE TRABAJO EN EL AREA DE COMERCIALIZACIÓN CORPOELEC GUASQUALITO ESTADO APURE"** presentado por la licenciada **Maiver Páez**, titular de la cédula de identidad **C.I. N°-19.950.114**, con el cual aspira obtener el Grado Académico **Magister Scientiarum** en Administración mención Gerencia General, con una duración de treinta (30) minutos. Posteriormente, la participante respondió a las preguntas formuladas por el jurado y defendió sus opiniones. Cumplida todas las fases de la defensa, el jurado después de sus deliberaciones por unanimidad, acordó **APROBAR** el trabajo de Grado aquí señalado.

Dando fe y en constancia de lo antes señalado firman:


MSc. Rosa Cortes
C.I. N° 10.012.486
Tutora


Dra. Angeli Hurtado
C.I. N° 19.050.586
Jurado Principal Suplente




MSc. Ana Figueroa
C.I. N° 16.333.583
Jurado Suplente UNELLEZ

APROBACION DEL TUTOR

Yo, **Msc. Rosa Cortes**, Cédula de Identidad N° V-10.012.486, en mi carácter de Tutora del Trabajo de Grado, titulado: **LA COMUNICACIÓN EFECTIVA COMO ELEMENTO CLAVE PARA CONFORMACION DE EQUIPOS DE ALTO DESEMPEÑO DE LA EMPRESA CORPOELEC. PERIODO 2024**, presentado por la ciudadano **Maiver Alejandra Páez Cravo**, para optar al título de **Magister Scientiarum**, por medio de la presente certifico que he leído el Trabajo y considero que reúne las condiciones necesarias para ser defendido y evaluado por el jurado examinador que se designe.

En la ciudad de Guasdalito, a los 30 días del mes de mayo del año 2024.



Msc. Rosa Cortes

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mi madre, por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional.

A mi hijo porque él ha sido el que me ha impulsado a mejorar cada día, por ser fuente primordial de inspiración, fortaleza y esmero, cada esfuerzo y cada meta alcanzada es por y para ti, puesto que eres lo más importante en mi vida.

A mis hermanos que con su presencia, respaldo y cariño me impulsan a salir adelante, tomando en cuenta que mis logros también son los suyos.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por haberme otorgado una familia maravillosa, quienes han creído en mí siempre, dándome ejemplo de superación.

A mi madre por transmitirme sus ganas de superación, fuerza y valor.

A mi hijo por comprender que soy una mamá ocupada.

A mis hermanos por su apoyo incondicional y estar para mí cuando los he necesitado, A los docentes en especial la Dra. Angeli Hurtado, Dra. Rosa Cortez, Dra. Ana Figueroa y Dra. Katerine Gracia por haber compartido sus conocimientos y paciencia a lo largo de mi preparación.

Asimismo, a la Universidad Nacional Experimental de Los Llanos Occidentales Ezequiel Zamora.

Del mismo modo agradezco a todas aquellas personas que dieron su aporte para que este logro sea posible.

ÍNDICE GENERAL

Contraportada.....	ii
Aceptación del Tutor.....	iii
Aprobación del Tutor.....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Índice de cuadros.	ix
Índice de Gráficos.....	x
Resumen.....	xi
Abstracto.....	xii
Introducción.....	1
Capítulos	3
I El Problema	
Planteamiento y formulación del problema.....	3
Objetivos de la investigación.....	5
Objetivo general.....	5
Objetivos específicos.....	5
Justificación de la investigación.....	5
Alcance y delimitación.....	7
II Marco Teórico o Referencial	8
Antecedentes de la investigación.....	8
Bases teóricas.....	13
Comunicación efectiva.....	14
Principios de la comunicación efectiva	15
Trabajo en equipo	19
Características de los Equipos de Trabajo	20
Bases legales.....	23
Sistemas de variables.....	25
Operacionalización de variables.....	27
III Marco Metodológico	28
Enfoque o paradigma de investigación.....	29

Tipo de investigación.....	29
Diseño de la investigación.....	30
Población y muestra.....	31
Técnicas e instrumentos de recolección de datos	32
<i>Validez del instrumento</i>	33
Técnicas de procesamiento y análisis de la información.....	33
IV Presentación y Análisis de Resultados	35
V Conclusiones y recomendación	51
VI La Propuesta	55
Referencias	
Anexos	
A Instrumento de recolección de datos.....	
B Actas de Validación del instrumento.....	

INDICE DE CUADROS

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	3
1 Operacionalización de las variables.....	27
Cuadro 2 Distribución de las frecuencias observadas en la Variable comunicación efectiva; Dimensión principios; Indicadores: Brevedad, Concisión y Veracidad, Precisión.	36
Cuadro 3 Distribución de las frecuencias observadas en la Variable comunicación efectiva; Dimensión principios; Indicador: Claridad y Sencillez.	39
Cuadro 4 Distribución de las frecuencias observadas en la Variable comunicación efectiva; Dimensión principios; Indicadores: Corrección y Relaciones Emocionales.	41
Cuadro 5 Distribución de las frecuencias observadas en la Variable comunicación efectiva; Dimensión principios; Indicadores: Velocidad y tono adecuado.	43
Cuadro 6 Distribución de las frecuencias observadas en la Variable equipos de trabajo; Dimensión características; Indicador: Aprendizaje y Participación.	45
Cuadro 7. Distribución de las frecuencias observadas en la Variable equipos de trabajo; Dimensión características; Indicador: Solución de problemas y Equipos Multidisciplinarios.	47
Cuadro 8 Distribución de las frecuencias observadas en la Variable equipos de trabajo; Dimensión características; Indicadores: Innovación y Compromiso.	49

ÍNDICE DE GRÁFICO

Grafico 1 Representación de los resultados en cuanto a la Dimensión; Principios	
Indicadores: Brevedad, Concisión y Veracidad, Precisión.....	36
Grafico 2 Representación de los resultados en cuanto a la Dimensión principios;	
Indicador: Claridad y Sencillez.	39
Grafico 3. Representación de los resultados en cuanto a la Dimensión principios;	
Indicadores: Corrección y Relaciones Emocionales.	41
Grafico 4 Representación de los resultados en cuanto a la Dimensión principios;	
Indicadores: Velocidad y tono adecuado.....	43
Grafico 5 Representación de los resultados en cuanto a la Dimensión características;	
Indicador: Aprendizaje y Participación.	45
Grafico 6. Representación de los resultados en cuanto a la Dimensión características;	
Indicadores: Solución de problemas y Equipos Multidisciplinarios.	47
Grafico 7 Representación de los resultados en cuanto a la Dimensión características;	
Indicadores: Innovación y Compromiso.....	49

**Universidad Nacional
Experimental
De los Llanos Occidentales
“EZEQUIEL ZAMORA”**



La Universidad que Siembra

**Vicerrectorado de Planificación y Desarrollo Social
Coordinación de Estudios Avanzados
Postgrado en Gerencia Pública**

LA COMUNICACIÓN EFECTIVA COMO ELEMENTO CLAVE PARA CONFORMACIÓN DE EQUIPOS DE TRABAJO EN EL AREA DE COMERCIALIZACION CORPOELEC GUASDUALITO ESTADO APURE.

Autor: Páez Maiver
Tutora: MSc. Rosa Cortez
Mayo, 2024.

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo analizar la comunicación efectiva como elemento clave para la conformación de equipos de trabajo en el Área de Comercialización de CORPOELEC en Guasdalito, Estado Apure. Metodológicamente, se estructuró bajo un enfoque cuantitativo, de tipo de campo con un nivel descriptivo y un diseño no experimental, con una población de 20 trabajadores del área, a quienes se les aplicó un cuestionario de 25 preguntas con opciones de respuesta como Siempre, Algunas veces y Nunca, validado mediante la técnica de juicio de expertos. Se concluye que la comunicación efectiva es fundamental para mejorar la colaboración y la coordinación dentro del equipo. A pesar de que existen esfuerzos por parte de la gerencia para fomentar un ambiente comunicativo, se identificaron deficiencias en los canales de comunicación y en la retroalimentación, lo que ha llevado a malentendidos y a una falta de alineación en los objetivos del equipo. La investigación revela que, al fortalecer la comunicación entre los miembros del equipo, se puede mejorar significativamente el clima laboral y, en consecuencia, el desempeño general del área de comercialización. Asimismo, se destaca la necesidad de implementar estrategias que promuevan una cultura de comunicación abierta, donde los empleados se sientan valorados y motivados a participar activamente. Esto no solo contribuirá a la conformación de un equipo cohesionado, sino que también potenciará la efectividad operativa de CORPOELEC en Guasdalito.

Palabras clave: Comunicación efectiva – Equipos de trabajo.

**National Experimental
University
of the Western Plains
"Ezequiel Zamora"**



The University that sows

**Vice President for Planning and Social
Coordination of Advanced Studies
Master in Public Management**

**EFFECTIVE COMMUNICATION AS A KEY ELEMENT FOR THE
FORMATION OF WORK TEAMS IN THE AREA OF COMMERCIALIZATION
CORPOELEC GUASDUALITO APURE STATE.**

**Author: Páez, Maiver
Tutor: MSc. Rosa Cortez
May, 2024.**

ABSTRACT

The objective of this research is to analyze effective communication as a key element for the formation of work teams in the Marketing Area of CORPOELEC in Guasdualito, Apure State. Methodologically, it was structured under a quantitative, field-type approach with a descriptive level and a non-experimental design, with a population of 20 workers in the area, to whom a questionnaire of 25 questions was applied with answer options such as Always, Sometimes and Never, validated by the expert judgment technique. It is concluded that effective communication is essential to improve collaboration and coordination within the team. Despite efforts by management to foster a communicative environment, deficiencies in communication channels and feedback were identified, which has led to misunderstandings and a lack of alignment in the team's objectives. The research reveals that, by strengthening communication between team members, the work environment can be significantly improved and, consequently, the overall performance of the marketing area. Likewise, the need to implement strategies that promote a culture of open communication, where employees feel valued and motivated to actively participate, is highlighted. This will not only contribute to the formation of a cohesive team, but will also enhance the operational effectiveness of CORPOELEC in Guasdualito.

Keywords: Effective communication – Work teams.

INTRODUCCIÓN

La comunicación efectiva es un elemento fundamental para la conformación de equipos de trabajo en el Área de Comercialización de CORPOELEC en Guasualito, Estado Apure. En un entorno laboral donde el clima organizacional juega un papel crucial, la capacidad de los empleados para adaptarse a cambios y comunicarse de manera clara y eficiente se vuelve indispensable. Según Díaz (2020), un clima organizacional armónico influye significativamente en el comportamiento y la conducta de los integrantes de una organización, lo que a su vez afecta su desempeño laboral.

El desempeño laboral, como lo define Lipa (2020), es la capacidad de un individuo para ejecutar tareas de manera eficaz en un ambiente determinado. Por lo tanto, la comunicación efectiva no solo mejora la interacción entre los miembros del equipo, sino que también impacta directamente en la eficiencia operativa y en la consecución de objetivos. Ameri (2020) resalta que el estado emocional de los trabajadores y su capacidad para interactuar en situaciones organizacionales son factores que determinan el clima laboral, lo que implica que una buena comunicación puede transformar un ambiente de trabajo desfavorable en uno positivo.

Dado lo anterior, es crucial evaluar y mejorar la comunicación dentro del equipo de comercialización, ya que esto no solo beneficiará a la organización, sino también a sus empleados, garantizando un clima propicio para el cumplimiento de metas y objetivos. A través de esta investigación, se busca analizar la comunicación efectiva como un pilar para la creación de un equipo cohesionado y productivo en CORPOELEC, contribuyendo así al desarrollo de un ambiente laboral saludable y eficiente.

Desde esta perspectiva, la investigación se organiza de la siguiente manera: En el Capítulo I, se presenta el planteamiento del problema, junto con los objetivos, la justificación, la delimitación y el alcance del estudio. En el Capítulo II, se incluye el Marco Teórico que sustenta la investigación, el cual compila información de diversos autores y fuentes, tanto impresas como electrónicas, tales como leyes, documentos oficiales, libros, revistas y recursos en línea. Este marco permite establecer los

antecedentes de la investigación, así como las bases filosóficas, legales y teóricas, incluyendo el sistema de variables y su respectiva operacionalización.

El Capítulo III se centra en el Marco Metodológico, donde se especifica el enfoque, el tipo de indagación y el diseño de la investigación. Además, se definen la población y la muestra, las técnicas e instrumentos de recolección de datos, así como los métodos utilizados para calcular la validez y confiabilidad de los resultados. También se detallan las técnicas empleadas en el procesamiento de la información.

En el Capítulo IV, se presenta la tabulación y el análisis de los resultados obtenidos. Posteriormente, en el Capítulo V, se exponen las conclusiones derivadas del estudio y se formulan recomendaciones pertinentes. Finalmente, el Capítulo VI se dedica al desarrollo de la Propuesta, y se concluye con la referencia bibliográfica utilizada a lo largo de la investigación.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del Problema

Hoy en día en las empresas publica existes diversos tipos de problemas unas de ellas es la comunicación y equipos de trabajo, siendo uno de los elementos más fundamentales y relevante en una institución, la falta de comunicación en los equipos de trabajo debe ser clara, ya que puede terminar siendo desafortunado para la institución, un tercio de todos los propósitos fallidos o morosos son el resultado de una falla en la comunicación. Por otra parte, cuando una estructura es demasiado radical o complicada dificulta el flujo de información; esto conlleva que alguna información puede perderse y otras ser distorsionada. Algunas empresas tienen diferentes oficinas en diferentes lugares geográficos, como es en el caso del Área de Comercialización Corpoelec Guasualito Apure, eso complica aún más la colaboración y la comunicación dentro de la institución. En este perímetro una organización necesita comunicarse entre sí de manera eficiente y concreta para hacer preguntas, abordar problemas o mantenerse al día. La falta de comunicación entre el personal y la gerencia hace que los empleados sean menos productivos e incluso pueden sentirse menos valorados dentro del grupo, ya que no hay forma de que se aborden, eficientemente, sus problemas.

Para Pascuali (2018) la comunicación aparece en el instante mismo en que la estructura social comienza a configurarse, y donde no hay comunicación no puede formarse ninguna estructura social (p. 23). Con base a lo expuesto por el autor citado, la comunicación en un factor determinante para la estructura social de una organización donde la interacción humana es la clave para la emisión y recepción de un mensaje entre los organismos en este punto puede parecer obvio, pero requiere de un esfuerzo.

Para los gerentes es fundamental intuir cómo se comunica cada integrante de su equipo también deben saber la mejor forma de presentar información y comentarios al equipo y a los individuos en particular. Sin embargo, lleva tiempo para comprender qué es lo que motiva a una persona para que tus interacciones con ella sean más efectivas. Por otra parte, se puede encontrar un desenlace entre los empleados administrativos y los coordinadores, la cual lleva a la falta de comunicación y errores en la toma de decisiones. El modo indiferente de los coordinadores y de los empleados administrativos es de notar rápidamente a través de los niveles de organización y las jerarquías de empleados.

Es por ello, que la dirección de trabajo se vea afectada, ya que hay conflictos de personalidad y el trabajo en equipo se vuelve en un ambiente hostil. Cuando una persona que forma parte de un equipo y ocupa un puesto con unas funciones explícitas y no tiene el conocimiento que requiere su trabajo, automáticamente es evidente que las posibilidades de cumplir las asignaciones a desarrollar de manera eficiente.

En algunos casos, es posible ver como los gerentes, coordinadores y supervisores prefieren mantener al empleado aislado del trabajo, simplemente para evitar tener contacto o comunicación con el empleado para que no se desenvuelva en su sitio de trabajo y opta por esperar que “milagrosamente” las cosas vuelvan a ser como “antes. Mas sin embargo un líder debe valorar a los empleados y tener una comunicación efectiva, elogiando aspectos positivos y motivando para mejorar de manera constante. Cuando esta relación importante no existe, el empleado pierde el interés por el trabajo, permanece descontento con la rutina y no da rendimiento en las metas propuestas.

Por consiguiente, sino se mejora la mala comunicación afectara de manera directa el trabajo en equipo en el caso del Área de Comercialización de Corpoelec Guasualito, esto conllevara a que siga el mal funcionamiento en los departamentos que posee esta institución, no están entendiendo la relación entre la comunicación dentro de la institución y fuera de la misma, de tal manera el gerente debe reflexionar y diferenciar lo personal de lo laboral para que exista una buena comunicación y de esta manera mejorar el ambiente laboral. Así mediante su iniciativa poner en práctica estrategias de comunicación para llegar a los empleados, aplicando medios de formación donde cada idea, estrategias, opinión, sentimiento, se convierta en propósito, mediante la aplicación de recursos administrativos a través de determinadas acciones.

En consecuencia, se sitúa la habilidad gerencial a un nivel institucional, el cual presenta una realidad de limitaciones que implica el solo hacer lo laboral y ocupa el interés en realizar simplemente el trabajo diario establecido, que refleja la importancia significativa de ofrecer el máximo de oportunidades para generar las condiciones propias al efectivo cumplimiento de las funciones de cada trabajador, es decir que las instituciones organizacionales exigen únicamente visión sin tener en cuenta el personal que allí labora. La presente investigación se centrará en formular estrategias gerenciales que permitan desarrollar la comunicación efectiva como elemento clave para conformación de equipos de trabajo en el Área de

Comercialización de la empresa Corpoelec Guasdualito. Por lo antes mencionado surgen las siguientes interrogantes:

¿Qué elementos de la comunicación efectiva están presente en el talento humano adscrito en el Área de Comercialización de la empresa Corpoelec Guasdualito, Municipio Páez Estado Apure?

¿Qué factores constituye la formación de equipos de trabajo, aplicado a la gerencia en el Área de Comercialización de la empresa Corpoelec Guasdualito, Municipio Páez Estado Apure?

¿Qué estrategias gerenciales basadas en la comunicación son efectivas para la conformación de equipo de trabajo en el Área de Comercialización de la empresa Corpoelec Guasdualito, Municipio Páez Estado Apure?

1.2 Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Analizar la comunicación efectiva como elemento clave para la conformación de equipo de trabajo en el Área de Comercialización de la empresa Corpoelec Guasdualito , Municipio Páez Estado Apure.

Objetivos Específicos

Diagnosticar los principios de la comunicación efectiva presente en el talento humano adscrito al Área de Comercialización de la empresa Corpoelec Guasdualito, Municipio Páez Estado Apure, Municipio Páez Estado Apure.

Establecer las características que constituye la formación de equipos de trabajo, aplicado al Área de Comercialización de la empresa Corpoelec Guasdualito, Municipio Páez Estado Apure, Municipio paz Estado Apure.

Proponer estrategias gerenciales basadas en la comunicación efectiva para la conformación de equipo de trabajo en el Área de Comercialización de la empresa Corpoelec Guasdualito, Municipio Páez Estado Apure, Municipio paz Estado Apure.

1.3 Justificación de la Investigación

La comunicación y los trabajos en equipos en las instituciones ha cambiado drásticamente a lo largo de los años; anteriormente, los departamentos se enfocaban a funciones exclusivas;

pero ahora, las entidades públicas comienzan a tener un impacto negativo, ya que al no contar con un equipo de empleados calificados, comprometidos con las metas la institución se ve afectada, y todo esto por falta de líder que no implementa estrategias para abordar los problemas que se presenta con el personal y más donde cada día te exigen al cumplimiento de los lineamientos de la institución. Donde supuestamente las personas son consideradas como el recurso más importante para que estas logren sus objetivos, más sin embargo este trabajo de investigación, precisa la importancia de analizar la comunicación efectiva y el trabajo en equipo, ya que este aspecto constituye un factor determinante a la producción, desarrollo y desempeño del personal.

Por tal motivo se considera que la comunicación es el verdadero medio de cooperación, y por ello el equipo entiende que la comunicación efectiva es clave para pensar en grupo y encontrar sinergia en las soluciones de equipo. Para que el equipo cumpla con sus objetivos debe de haber una comunicación fluida, suficiente y efectiva, y un equipo de trabajo de alto rendimiento, las diferencias deben superarse con confianza, aceptación, respeto, cortesía y una dosis de entendimiento. Si el equipo se conoce lo suficiente, puede alcanzar los niveles de confianza necesarios para la conexión del equipo de trabajo en el Área de Comercialización de la empresa Corpoelec Guasdalito, Municipio Páez Estado Apure.

De manera que, los miembros de esta institución deben tener voluntad de aprender de los demás. También deben entender que su participación en el grupo es impórtate y compartir la celebración de logros y compromiso son un valor fundamental. Donde se deben practicar la comunicación, el respeto, y la seguridad. Sin embargo, debido a la diversidad de personalidades, es posible que algunas veces existan diferencias entre miembros del equipo, conflictos y rupturas en la comunicación. Esto ocurre, especialmente, en equipos que deben realizar sus tareas en entornos complejos y de alta exigencia. Quien esté a la cabeza del equipo deber ser capaz de estimular los niveles de compromiso, iniciativa y creatividad de los demás integrantes. Su buena labor aumentará los niveles excepcionales de desempeño individual y colectivo.

En este contexto, el presente estudio atiende al diseño de un instrumento que permite recopilar información de importancia, para comprender la problemática que presentan los departamentos administrativos en el Área de Comercialización de la empresa Corpoelec

Guasdualito, Estado Apure y sugerir propuestas viables enmarcadas en comunicación eficiente que ayuden a solucionar la problemática existente.

En este orden de ideas, la investigación se justifica atendiendo el carácter teórico, metodológico e institucional. Por consiguiente, tiene transcendencia teórica por ser una fuente permanente de información, que fortalecerá la línea de investigación de estudios avanzados cultura organizacional, modelos organizativos y procedimientos administrativos y gerenciales, sirviendo de material de apoyo para análisis posteriores.

En lo concerniente al carácter metodológico, pretende servir de base a otros investigadores que deseen realizar trabajos relacionados con el tema de estudio, proporcionando una herramienta de gran utilidad que permita ampliar los conocimientos. Con respecto al ámbito institucional, busca brindar estrategias gerenciales basadas en comunicación efectiva, para conformar equipos de trabajos, que beneficien el desempeño individual y grupal en el área de comercialización Corpoelec Guasdualito.

1.4. Alcances y delimitación

El alcance de la indagación se centra en analizar la comunicación efectiva como elemento clave para la conformación de equipo de trabajo en el Área de Comercialización de la empresa Corpoelec Guasdualito, Municipio Páez Estado Apure., permitiendo tener un contacto directo con la realidad objeto de estudio.

El Alcance Geográfico de la misma se deslinda en la Primera Avenida Las Carpas, Sector Hidroplanos, Sede Corpoelec Oficina Guasdualito. Del mismo modo, se determina su temporalidad durante los periodos académicos 2023-I y 2023-II.

Desde alcance teórico, la misma se circunscribe en la línea de investigación de Estudios Avanzados de la UNELLEZ denominada: Cultura organizacional, modelos organizativos y procedimientos administrativos y gerenciales. Tomando la Teoría De La Acción Comunicación De Jürgen Habermas (1981)., Teoría De Los Roles De Equipos. Raymond Meredith Belbin (1981).

CAPITULO II

MARCO TEORICO

Se refiere a toda la teoría que sustenta el tema o problema que se está planteado. Si se tratara de un asunto del que aún no existe al menos una teoría previa, entonces esta es la parte en la que se mostrará una teoría y también se describen conceptos clave sobre el problema a investigar, de manera que sea posible explicar mejor el asunto tratado. A propósito, Balestrini (2002) expone que el marco teórico es el resultado de la selección de aquellos aspectos más relacionados del cuerpo teórico epistemológico que se asume, referidos al tema específico elegido para su estudio. De acuerdo con el autor antes mencionado la información de esta sección permite, a través de una revisión de las referencias consultadas, crear una base apropiada para poder sustentar las teorías que sostienen las estrategias de la comunicación efectiva como elemento clave para la conformación de equipos de alto desempeño de la empresa Corpoelec Guasdualito.

2.1 Antecedentes de la Investigación

Para respaldar las referencias bibliográficas del presente estudio, donde se expone sobre la comunicación efectiva como elemento clave para la conformación de equipos de trabajo de la empresa Corpoelec Guasdualito. Se establece la exploración de investigaciones realizadas anteriormente por distintos autores; con el fin, de familiarizarse con el conocimiento del problema. Por tal motivo, es necesario hacer una revisión de los trabajos afines a esta investigación a objeto de tomarlos como referencia y orientar adecuadamente el presente estudio. Para Arias (2012), los antecedentes de la investigación son “los estudios previos y tesis de grado relacionadas con el problema planteado, es decir, investigaciones realizadas anteriormente y que guardan alguna vinculación con el problema en estudio” (p. 106): además sirven de guía al investigador y le permiten hacer comparaciones y tener ideas sobre cómo se trató el problema en esa oportunidad. A continuación, se exponen lo siguiente:

A nivel de Internacional, Recinos (2021), realizo un trabajo de investigación para la Universidad Rafael Landívar Guatemala, para optar al título de pedagoga con orientación en administración y evaluación educativas en el grado académico de licenciada, titulado: comunicación efectiva y su relación con el trabajo en equipos de los docentes, La presente

investigación tuvo como objetivo de determinar la relación de la comunicación con el trabajo en equipo.

Para lograr este propósito la metodología utilizada hizo referencia a una investigación de tipo cuantitativo con un diseño descriptivo y se llevó a cabo con 58 docentes de la zona 1 del departamento de Huehuetenango, con edades comprendidas entre 20 a 50 años, 34 de género femenino y 24 de género masculino. La información se recopiló por medio de dos encuestas con preguntas de selección múltiple, la cual se elaboró a través de Google forms por la situación de confinamiento que atravesó el país. Los resultados obtenidos por el autor demuestran la relación entre la comunicación efectiva con el trabajo en equipo de los docentes que laboran en los Colegios, ya que el realizar las actividades en el centro educativo se hacen evidentes las ocasiones en donde no se cumplen los objetivos completamente por la falta de estos aspectos. Sin embargo, al tener una comunicación efectiva, el aumento del trabajo en equipo será significativo, para concluir el autor recomendó instruir a los docentes sobre la importancia de dichas variables en su labor y brindar capacitaciones, talleres, y reuniones parcialmente organizadas para que esto facilite el proceso de intercambiar información.

Esta investigación refleja la importancia de conocer las competencias de los trabajadores de una institución y en función a ella reorganizar y comunicar las asignaciones de tareas a fin de que cada funcionario produzca el máximo de su potencial cognitivo y profesional para la consecución de los objetivos propuestos, por ende, sirvió de elemento clave para la construcción de las bases teóricas

Así, mismo, Vivas (2022) realizó su investigación en la Universidad Miguel de Cervantes (UMC), Santiago – Chile, titulado estrategias gerenciales en la comunicación efectiva. El objetivo de este presente estudio fue describir estrategias gerenciales que mejoren la comunicación eficaz en los docentes de la escuela Ignacio Verdugo Cavada de la comuna de la comuna de Mulchén en la Región del Bio-Bio-Chile. El camino metodológico fue centrado en el enfoque cuantitativo con un tipo de investigación descriptiva y con una población de 25 educadores que laboran en la institución antes referida. Asimismo, se utilizó como técnica la encuesta y como instrumento un cuestionario con el empleo del escalamiento Likert con alternativas de respuestas: Siempre, Casi Siempre, Algunas Veces, Casi Nunca y Nunca. Entre los resultados obtenidos de encuentra que el equipo directivo carece del

establecimiento de metas gerenciales que conduzcan a toma de decisiones entre los docentes. Los hallazgos encontrados afirman que los directivos les hace falta dar orientaciones que influya en los procesos comunicacionales, así como la imperiosa necesidad de ejecutar estrategias que optimicen la comunicación y la integración colectiva de mejorar la misma entre los educadores.

Al respecto, Fernández (2017), señaló “la comunicación tiene un propósito como persuadir, el intento que hace el orador de llevar a los demás a tener su mismo punto de vista” (p. 45). Por lo que respecta, las sociedades están integradas por conjuntos de personas, que tienden a permanecer unidas gracias al intercambio de información, para que este le satisfaga determinadas necesidades: deseo de destacar, de amar, de conocer, de compartir ideales, entre otros; por tal razón, la condición humana permite establecer relaciones que cotidianamente constituyen los individuos entre sí, y en todas las actividades que se desarrollan.

Por su parte, Pascuali (2018) afirmó que “la comunicación aparece en el instante mismo en que la estructura social comienza a configurarse, y que donde no hay comunicación no puede formarse ninguna estructura social” (p. 23); sino que debe reservarse a la interacción humana, el cual se manifiesta por medio de aparatos intermedios que facilitan la interacción.

En este contexto, la interacción cooperativa humana radica en la emisión-recepción de mensajes entre sujetos en presencia de correspondencia, existiendo un elemento fundamental para la convivencia y un componente concluyente de las maneras que debe adjudicarse la socialización en los seres humanos. Así, la comunicación es un elemento primordial en el funcionamiento de las instituciones, es decir, es un instrumento clave en las personas para mantenerse dentro de ellas; a su vez, permite comunicar procesos internos, denominados comunicación organizacional, dado que donde labora una figura relevante en la creación, sostenimiento y transformaciones de la cultura e identidad de la institución.

A nivel Nacional, Yépez (2017) realizó un trabajo de investigación para la Universidad Nacional Experimental Ezequiel Zamora Barinas, para optar al título de Magíster Scientiarum en Administración Mención Gerencia y Planificación Institucional, titulado: estrategias gerenciales basadas en la comunicación eficaz para el mejoramiento del clima organizacional.

El propósito de este estudio fue proponer estrategias gerenciales basadas en la comunicación eficaz para el mejoramiento del clima organizacional dirigida a la División del

Personal de la Zona Educativa de Guanare estado Portuguesa. Dicho estudio se ubicó en una investigación de campo de carácter descriptivo abordando la modalidad de Proyecto Factible. Para efectos de la estructuración de los datos e informaciones compiladas durante el proceso indagatorio, se aplicó la técnica de la encuesta utilizando como instrumento el cuestionario tipo likert con quince (15) ítems y tres opciones de respuesta: siempre, algunas veces y nunca. La misma fue validada a través del juicio de tres expertos y se le aplicó el cálculo de confiabilidad utilizando el rango alfa de cronbach el cual arrojó un total de 0.96. Dicho instrumento, fue aplicado a una población finita compuesta por diecisiete (17) sujetos cuyos datos fueron tabulados, graficados y analizados descriptivamente, obteniendo unos resultados que permitieron dilucidar la problemática en cuanto a la comunicación eficaz existente. Los resultados obtenidos, permitieron concluir que la relación entre el personal y sus directores, son elementos que inciden en el clima organizacional, el cual puede ser un vínculo o un obstáculo para el buen desempeño de la organización en su conjunto o de determinadas personas que se encuentran dentro o fuera de ella.

En este estudio se puede apreciar la relevancia en cuanto al hecho de abordar la comunicación eficaz como un mecanismo de acción que permitirá aprovechar al máximo el potencial del recurso humano con que cuenta la institución, los cuales una vez orientados sobre la importancia de la comunicación eficaz puedan desarrollar los procesos gerenciales de forma óptima.

En el mismo nivel, Ortiz (2015), llevó a cabo un estudio titulado “Plan estratégico dirigido al personal directivo, docentes y administrativos con el fin de optimizar el clima organizacional”, cuyo objetivo general consistió en proponer un plan estratégico dirigido al personal directivo, docentes y administrativos con el fin de optimizar el clima organizacional en la U.E. “3 de Junio” Municipio Brión del Estado Bolivariano de Miranda. El mismo se enmarcó en la investigación tipo proyecto factible apoyado en el diseño de campo cuya conformó fue de 42 individuos que pertenecen a la nómina del plantel, a quienes se les aplicó un cuestionario constituido por 15 ítems, cuyos resultados obtenidos permitieron concluir en la necesidad de establecer un equilibrio donde la relación entre organización, expectativas personales, comunicación eficaz y metas a lograr se desarrollen como trampolín para que la institución se proyecte acertadamente según su función social, como recomendación se sugiere crear espacios propicios para la reflexión, a fin de superar debilidades y lograr metas

concreta lo que incidirá en un ambiente de trabajo estable y la organización mayor confiabilidad en las funciones que cumplen.

Es indudable que en las instituciones sin mediar el oficio al que se dedican, existe una insuficiencia de una comunicación eficiente, la cual puede ser mejorable a partir de una dirección común como condición indispensable para el trabajo en equipo. Dicho trabajo resulta beneficioso para la investigación, puesto que aporta la importancia que existe entre planificar y gerenciar llevándolo al campo de la eficiencia, eficacia y efectividad a fin de consolidar el proceso de comunicación eficaz, aspectos que se deben tener en cuenta dentro del proceso gerencial, más sin embargo cabe resaltar que mientras la comunicación sea efectiva el desempeño laboral puede lograr la meta propuesta por la organización.

A nivel local, Rondón (2019), realizo para la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales, Ezequiel Zamora, Núcleo Guasdalito, Municipio Páez del Estado Apure, un trabajo de grado para optar al título de Magister en Administración, mención Gerencia General titulado: Plan estratégico basado en el entrenamiento organizacional para la formación de equipos de alto desempeño en la Coordinación de Servicios Generales de la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales “Ezequiel Zamora”, Núcleo Guasdalito, Municipio Páez del Estado Apure.

Metodológicamente la investigación está inserta en un paradigma Positivista con enfoque cuantitativo, de tipo Campo, con un diseño No Experimental. Para la recopilación de la información se utilizará la técnica de encuesta, diseñando un cuestionario. Se concluye que la importancia que revisten las instituciones educativas dentro del ámbito social y organizacional, es necesario contar con un grupo de personas motivadas, satisfechas, constructivas, y capaces de interactuar en equipo, desarrollando capacidades y habilidades de aprendizaje y comunicativas permanentes, que contribuyan con el bienestar y la visión de la institución, y es aquí donde el Entrenamiento Organizacional, como herramienta gerencial, brinda la oportunidad de desarrollar un nuevo marco interpretativo, más agudo y poderoso, que permite observar e intervenir sobre los fenómenos individuales, grupales y organizacionales.

Esta investigación fue relevante para comprender los elementos que permiten conformar un equipo de alto rendimiento de forma que sirvió para estructurar parte de las bases teóricas,

así como también para generar una propuesta donde a través de la 16 evaluación de desempeño se pueda conformar equipos de alto rendimiento para la institución bajo estudio

Por ultimo Montilla (2018) realizo una investigación titulada. Estrategias motivacionales para el fortalecimiento del desempeño laboral en el personal académico de la UNELLEZ, Guasdualito, Municipio Páez, Estado Apure. Para optar el título de Magister Scientiarum en Docencia Universitaria. La investigación llevo a cabo trata de diseñar estrategias motivacionales para el fortalecimiento en el desempeño laboral del personal académico de la UNELLEZ Guasdualito, Municipio Páez del Estado Apure. El enfoque dado a la investigación es cuantitativo, de tipo de descriptiva, con un diseño de campo. Para la recopilación de la información se utilizó la técnica de la encuesta, aplicándose un cuestionario estructurado con 23 preguntas con alternativas de respuestas Siempre, Algunas Veces y Nunca, el cual fue aplicado a una muestra de cincuenta y tres (53) docentes de la UNELLEZ Programa Académico Guasdualito.

Donde el autor concluye la fidelidad por parte de los docentes es ambigua, ya que en los datos arrojados no muestran interés por conocer la misión y visión organizacional, ni tampoco participan en la resolución de los problemas que enfrenta la institución, siendo necesaria la capacitación o adiestramiento en materia de fidelidad institucional como miras a fortalecer el sentido de pertenencia y arraigo por el lugar donde laboran. Sobre la evaluación de desempeño, demuestran que un gran porcentaje de docentes no están motivado dado que consideran que sus necesidades básicas no son satisfechas. que los datos aportados muestran las debilidades existentes, lo que bien se pueden considerar elementos desmotivadores para los docentes. En virtud a esto, se hace necesario fortalecer los factores motivacionales a fin de mejorar significativamente la praxis docente.

2.2 Bases Teóricas

Las Bases teóricas es el conjunto de teorías, conceptos y postulados que han realizados otros investigadores sobre el tema tratado. En este caso, Hernández, Fernández y Baptista (2010), refiere que las bases teóricas cumplen la función de “sustentar teóricamente el estudio ello implica exponer y analizar las teorías, las conceptualizaciones, las perspectivas teóricas, las investigaciones y los antecedentes en general” (p.64). En este sentido, las bases teóricas son aquellas que permiten desarrollar los aspectos conceptuales del tema objeto de estudio,

es decir, en el caso de la investigación que se lleva a cabo se profundizara en lo relativo a la Comunicación Efectiva y los Equipos de Trabajo.

2.2.1 Comunicación efectiva

La comunicación es un proceso fundamental para el desarrollo y el bienestar de los seres humanos, ya que permite expresar pensamientos, sentimientos, ideas y necesidades a los demás, así como también comprender y relacionarnos con el entorno. Para Bastardas. (1995), la comunicación es: “El proceso por razón del cual se logra transmitir información de una entidad a otra, alterando el estado de conocimiento de la entidad receptora” (p. 59). Entonces, queda entendido que los procesos de la comunicación son interacciones mediadas por signos entre al menos dos agentes que comparten un mismo repertorio de los signos y tienen unas reglas semióticas comunes. Bajo esta percepción, se cree saber con exactitud lo que es la comunicación, sin embargo, son constantes y diarios los conflictos generados por falta de comunicación, una comunicación pobre, y en muchas ocasiones también incoherente, no tomando en consideración que, a través de la comunicación, se construyen vínculos, se resuelven conflictos, intercambian conocimientos y se enriquecen mutuamente las personas.

Al respecto, Chiavenato (2006), la comunicación es “el intercambio de información entre personas. Significa volver común un mensaje o una información. Constituye uno de los procesos fundamentales de la experiencia humana y la organización social” (p. 116). En términos generales, la comunicación es un medio de enlace tienen las personas para transmitir o intercambiar mensajes.

Ahora bien, Matinez y Nosnik (2002), refieren que la comunicación efectiva “es una herramienta de trabajo importante con la cual los individuos pueden entender su papel y se puede desempeñar de acuerdo con él en la organización” (p. 20). Por lo tanto, en el mundo organizacional, la comunicación efectiva es un medio utilizado en los diversos procesos administrativos, esto radica en la relación directa con la función de gerencia, de manera que esta pueda definirse como una trasferencia de información. En este sentido, Newstrom (2007) menciona que la comunicación efectiva es

El intercambio y la comprensión de un individuo con otra forma. Es una manera de aproximarse a demás individuos al transmitir ideas, hechos, sentimientos pensamientos y valores. Su objetivo que el destinatario comprenda el mensaje como desde un principio que lo realizara (p. 45).

Los autores antes citados, develan la importancia crítica de estos conceptos en el contexto organizacional y social, subrayan que la comunicación y su efectividad son pilares esenciales para el éxito organizacional, pues fomentan la colaboración, la cohesión y el logro de objetivos comunes. Lo anterior, se relaciona con lo expuesto por Barsallo (2009), “la calidad de comunicación que mantengamos con una persona, dentro de un grupo o en una empresa así será la calidad de la relación que obtendremos” (p. 19). De hecho, la autora explica que, si se detienen a pensarlo un instante, todas las personas que consiguen un éxito sólido y un respeto duradero en el ámbito laboral, saben comunicar de manera efectiva, con un intuitivo de ideas, propósitos y emociones.

2.2.1.1 Principios de la comunicación efectiva.

Los principios de la comunicación son fundamentales para garantizar interacciones efectivas y significativas en diversos contextos. Parafraseando lo expuesto por Chiavenato (2006), anteriormente citado, la comunicación implica un intercambio de información que busca hacer común un mensaje entre las personas. Sin embargo, esta comunicación se rige por principios que le permita lograr el fin de la misma, emitir un mensaje que sea claramente interpretado por la persona que la recibe; estos principios de acuerdo con Sánchez (2015) son:

Brevedad y concisión. El diálogo será muy escueto como sea posible, sin que por ello se perjudique el mensaje. Asimismo, se debe dar la información necesaria, ni más ni menos. Hay que tener presente que la brevedad supone un ahorro de tiempo, y esto para la institución se traduce en menor coste económico. La concisión impide malentendidos, pues, en ocasiones, girar acerca del mismo asunto, se complica y produce confusión. La brevedad también ayuda a estructurar mejor el contenido del mensaje. Pero hay que tener cuidado, mensaje breve no es lo mismo que telegráfica, y tampoco es sinónimo de incompleto. Hay que eliminar solo lo que sobra, evitando los tópicos y frases hechas y los mensajes vacíos que no dicen nada.

Veracidad y precisión: Se tiene que ser estrictos en el contenido de la información que se brinda, tiene que ser veraz, además de elegir palabras correctas para cada circunstancia, los términos justos. Se debe evitar expresiones genéricas como “cosa”, “asunto”, otras., y se sustituyen por vocablos que aporten más información, que precisen más el tema que se está tratando.

Claridad: El concepto de claridad en la comunicación se refiere a la cualidad de ser comprensible, coherente y transparente en la transmisión de ideas y mensajes. Según Chiavenato (2006), la claridad es esencial para que el mensaje sea efectivamente entendido por el receptor, lo que implica que la información debe ser presentada de manera que no dé lugar a confusiones o interpretaciones erróneas. La claridad permite que los individuos perciban las sensaciones o ideas de forma nítida, facilitando la comprensión y el intercambio de información. Esta noción se complementa con la definición de Martínez y Nosnik (2002), quienes destacan que la comunicación efectiva, que incluye la claridad, es crucial para que los individuos comprendan su papel dentro de una organización y actúen de acuerdo con él.

Además, Newstrom (2007), enfatiza que la claridad no solo se refiere a la transmisión de información, sino también a la comprensión del mensaje por parte del destinatario. La claridad en la comunicación implica organizar adecuadamente el contenido, lo que permite una lectura fluida y perceptible. Bermúdez (2023), señala que redactar con claridad es fundamental para que el lector acceda a los contenidos sin dificultades, lo que resalta la importancia de evitar ambigüedades y complejidades innecesarias en el lenguaje. En resumen, la claridad es un principio esencial en la comunicación que asegura que los mensajes sean entendidos correctamente, favoreciendo así la interacción efectiva y el logro de objetivos comunes en cualquier contexto.

Sencillez: El concepto de sencillez se refiere a la cualidad de ser simple, sin complejidades ni ostentaciones. Tomando en consideración la postura de Chiavenato (2006) la sencillez define la sencillez como una característica de aquello que no tiene artificio ni gran elaboración, y que no ofrece dificultad. Por su parte, la definición de señala que la sencillez es la cualidad de sencillo, es decir, de lo que no tiene composición y carece de ostentación. Este adjetivo puede aplicarse tanto a personas como a objetos.

Si a esto se agrega que la sencillez es un valor moral que implica la falta de arrogancia, vanidad o ambición, es decir, un concepto cercano a la humildad. Las personas sencillas no suelen hacer alarde de lo que poseen o de sus logros, y no se consideran superiores al resto. Además, destaca que la sencillez se relaciona con vivir la vida con simpleza, espontaneidad y sin pretensiones, encontrando contento en la cotidianidad.

Este autor coincide en que la sencillez es una cualidad que se manifiesta en la falta de complejidad, ostentación y dificultad, tanto a nivel material como actitudinal. Una persona

sencilla es aquella que vive con modestia, disfruta de las cosas simples y no necesita aparentar o destacar por encima de los demás. La sencillez implica una actitud de humildad y autenticidad.

Corrección: El concepto de corrección de sencillez en la comunicación se refiere a la capacidad de transmitir mensajes de manera clara y comprensible, evitando la complejidad y la confusión. Este principio se basa en la idea de que los mensajes deben ser simples y directos, lo que facilita su comprensión por parte del receptor. Según la definición de comunicación efectiva, esta se logra cuando un mensaje es enviado, recibido y comprendido sin que se modifique el objetivo original del emisor. La sencillez en la comunicación implica utilizar un lenguaje accesible y evitar tecnicismos innecesarios, lo que permite que el mensaje llegue a un público más amplio.

Además, la corrección de sencillez también se relaciona con la importancia de la empatía y la escucha activa en el proceso comunicativo. Newstrom (2007) menciona que la comunicación efectiva es el intercambio y comprensión entre individuos, lo que sugiere que la sencillez debe ir acompañada de un esfuerzo por entender las necesidades y contextos del receptor. En este sentido, la corrección de sencillez no solo se trata de simplificar el lenguaje, sino también de adaptar el mensaje para que resuene con el público objetivo. Por lo tanto, la corrección de sencillez es un principio esencial para lograr una comunicación efectiva, ya que promueve la claridad y la comprensión mutua, elementos clave para el éxito en cualquier interacción comunicativa.

Evitar reacciones emotivas: Según los autores citados, evitar las reacciones emocionales implica ser capaz de regular y controlar las propias emociones, especialmente aquellas que pueden ser perjudiciales o desproporcionadas en determinadas situaciones. Algunas estrategias para evitar reacciones emotivas incluyen:

1. Tomar conciencia de las propias emociones: Ser consciente de lo que se está sintiendo en un momento dado es el primer paso para poder gestionarlo adecuadamente. Autores como Chiavenato (2006) resaltan la importancia de la autoconciencia emocional.

- 2 Practicar la autorregulación: Una vez identificada la emoción, es necesario desarrollar habilidades para modular su intensidad y expresión. Esto implica aprender técnicas como la respiración profunda, la relajación muscular o la reevaluación cognitiva de la situación (Palmero et al., 2002).

3 Desarrollar la empatía: Comprender y sintonizar con las emociones de los demás también ayuda a regular las propias reacciones. Ser capaz de ponerse en el lugar del otras, facilitando respuestas más adaptativas (Newstrom, 2007).

4 Cultivar la paciencia y la tolerancia a la frustración: Aceptar que las emociones son pasajeras y que es normal experimentarlas, incluso las desagradables, reduce la tendencia a reaccionar de forma impulsiva o exagerada (Martínez y Nosnik, 2002).

5 Practicar la comunicación asertiva: Expresar las propias emociones de manera clara y respetuosa, sin agredir ni someterse, permite descargar la tensión emocional de forma constructiva (Giraldo Bermúdez, 2023).

En definitiva, evitar reacciones emotivas descontroladas requiere un trabajo constante de autoconocimiento, autorregulación y desarrollo de habilidades sociales. Aunque es un proceso complejo, aprender a gestionar las emociones de forma adaptativa es fundamental para el bienestar personal y las relaciones interpersonales.

Velocidad y tono adecuados: La velocidad y el tono adecuados en la comunicación son elementos cruciales para asegurar que el mensaje sea transmitido y recibido de manera efectiva. La velocidad se refiere a la rapidez con la que se transmite un mensaje, y debe ser ajustada según el contexto y el público. Una velocidad demasiado rápida puede dificultar la comprensión, mientras que una demasiado lenta puede generar desinterés. Según Newstrom (2007), la comunicación efectiva incluye la capacidad de adaptar la velocidad del discurso para facilitar la comprensión y mantener la atención del receptor. Esto es especialmente importante en entornos donde la información es compleja o técnica, ya que un ritmo adecuado permite que el receptor procese la información de manera más efectiva.

El tono, por otro lado, se refiere a la inflexión y la actitud que se transmite a través de la voz al comunicar un mensaje. Este elemento es fundamental, ya que puede influir en la interpretación del mensaje por parte del receptor. Chiavenato (2006), destaca que el tono debe ser apropiado al contexto y al contenido del mensaje; un tono amable y positivo puede fomentar una mejor recepción del mensaje, mientras que un tono agresivo o despectivo puede provocar reacciones defensivas. Asimismo, el tono debe ser coherente con el contenido verbal y no verbal, ya que la congruencia entre estos elementos refuerza la claridad del mensaje.

Lo anterior, concuerda con lo expuesto por Otero (2014), cuando señala que cuando se habla de comunicación efectiva se remite inmediatamente a la comunicación en el interior de una organización, sin embargo, no es única, la comunicación efectiva se refiere a la exploración de condiciones que permiten que la comunicación pueda ser de provecho y eficiente con un individuo o con un grupo, estará sujeto la calidad de relación que se obtiene. La comunicación efectiva es una “habilidad” que tiene que practicar con todas las personas que están en el entorno. Conocer y practicar los principios de una comunicación efectiva posibilita en una institución alcanzar un clima adecuado de nuestras actividades que orienten lo que ciertamente queremos. Y para alcanzar una comunicación efectiva es importante, tener el enfoque de lo que se quiere, mejor dicho, manifestar adecuadamente lo que se quiere comunicar, el objetivo es que el destinatario del mensaje entienda el significado y la intención de lo que se quiere comunicar.

2.2.2 Trabajo en equipo

Los integrantes de un equipo de alto desempeño comparten un objetivo en común, tienen roles claros, trabajan para eliminar obstáculos, experimentan y aprenden juntos, resuelven problemas de alta complejidad en tiempos cortos, están motivados y tienen una buena relación. Katzembach (2000) y Smith (1993) definen equipo como "número reducido de personas con capacidades complementarias, comprometidas con un propósito, un objetivo de trabajo y un planteamiento comunes y con responsabilidad mutua compartida"

Este estudio realizado por Kouzes y Posner (1987), citado por Naisibit y Abuderne (2001), identificó la credibilidad como el requerimiento más importante para liderar equipos efectivos. Una vez que se ha establecido la credibilidad existen 7 comportamientos que favorecen la construcción de credibilidad: Uno de esos comportamientos es demostrar la integridad, que implica hacer lo que se dice, ser congruente con los valores pregonados, la integridad es indispensable para que los miembros del equipo no perciban que existe una “doble agenda”. Otro de ellos es ser claro y consistente, por lo que es necesario expresar y transmitir certidumbre de que es lo que se quiere sin ser necios ni dogmáticos.

El tercer comportamiento es crear energía positiva, ya que es muy importante mantener al equipo optimista y evitar críticas o impugnaciones. El cuarto es el uso de la empatía y la reciprocidad, en el cual los miembros del equipo tienen una tendencia estar más de acuerdo con el líder si han recibido reciprocidad y comprensión a cambio.

El quinto es gestionar acuerdos y desacuerdos, especialmente cuando los miembros del equipo están de acuerdo con el líder, el resultado será mejor que si se utiliza un argumento de un solo lado (Naisibit y Abuderne, 2001). El sexto es motivar y aconsejar, ya que es muy importante ayudar a los miembros del equipo a evitar temores y encaminar los esfuerzos a la obtención de resultados.

El séptimo es compartir información, ya que a través de esto se podrá identificar y comprender las perspectivas de los miembros del equipo. Una vez que los equipos han desarrollado confianza en el líder, es posible para el líder articular una visión motivante para el equipo. Todos los equipos tienen metas y objetivos específicos a cumplir, sin embargo, una visión es algo diferente.

2.2.2.1 Características de los Equipos de Trabajo.

Un equipo de trabajo es un grupo de personas que colaboran de manera coordinada para lograr objetivos comunes. Algunas características clave de los equipos de trabajo incluyen.

Voluntad de aprender de los demás. Todo proyecto es una iniciativa única. Por ello es importante que los integrantes del equipo tengan voluntad de aprender nuevas técnicas o métodos para ser aplicados en el proyecto. Si no, existirá la tendencia a repetir métodos de trabajo ya conocidos, los cuales no necesariamente serán los mejores.

Participación en el grupo. Para que los miembros del equipo del proyecto se perciban como parte de éste, es fundamental que cada uno de ellos tenga una participación activa: los miembros del equipo no sólo deben tener tareas específicas a realizar, sino que deben sentirse involucrados en la discusión de los problemas y en las decisiones que se adopten.

Orientación a la solución de problemas. La dinámica del equipo debe tener una orientación a la solución de problemas y no a la búsqueda de culpables. Esto genera un ambiente de solidaridad y confianza que contribuye significativamente a la motivación de los miembros del equipo. Que ello ocurra depende fundamentalmente del estilo de liderazgo del gerente.

Equipos multidisciplinarios para problemas multidisciplinarios. Cuando el problema se relacione con distintos ámbitos funcionales (por ejemplo, finanzas, recursos humanos y operaciones), la búsqueda de una solución debe ser abordada por un equipo que incorpore representantes de las distintas áreas funcionales.

Innovación. El intercambio de ideas que se produce en un equipo multidisciplinario genera nuevas formas de ver y solucionar los problemas. Por ello, un equipo de estas características es la mejor forma de innovar en la forma de ejecutar proyectos.

Compromiso. Al trabajar en equipo los integrantes de éste sienten un compromiso no sólo con el trabajo a realizar, sino que también con sus compañeros. Dentro de los miembros de un equipo de alto rendimiento se puede observar: flexibilidad, responsabilidad, estándares, recompensa, claridad y espíritu de equipo.

2.3 Teorías que sustentan la Investigación.

2.3.1 Teoría de la Acción Comunicación de Jürgen Habermas (1981).

El sociólogo y filósofo alemán nacido en la ciudad de Düsseldorf, en 1929 fue el principal representante de la "segunda generación" de la Escuela de Frankfurt y uno de los pensadores más influyentes del siglo XX. A través de sus estudios sobre el racionalismo y el pensamiento crítico su obra filosófica trata de recuperar un punto de contacto entre teoría y praxis, frente a la pretendida neutralidad. Según Habermas, la comunicación humana se desarrolla a través de dos formas: la acción orientada a la eficiencia y la acción orientada a la comprensión. Estas dos formas son consideradas como la base para el desarrollo de una comunicación eficaz, también se ocupa de la problemática de la razón comunicativa, en la que se abordan temas como el uso de la lógica, la teoría del lenguaje y el uso de argumentos. Esta teoría afirma que los seres humanos son capaces de razonar de manera comunicativa, es decir, que pueden entenderse entre sí a través de la discusión y el debate. Habermas sostiene que la acción social se basa en la comunicación entre los individuos. La acción comunicativa se refiere a la interacción social en la que los actores se coordinan mediante la comprensión mutua y la negociación del significado. Para Habermas, la comunicación es un proceso en el que se expresan ideas y se construyen significados compartidos. En este sentido, la comunicación es un medio para alcanzar el entendimiento y la cooperación.

En la teoría de la acción comunicativa, Habermas distingue entre dos tipos de comunicación:

- Comunicación estratégica: en la que los individuos utilizan el lenguaje para influir en las decisiones de los demás y lograr sus objetivos personales.

-Comunicación consensual: en la que los individuos buscan alcanzar un entendimiento mutuo y crear un consenso mediante el diálogo y la argumentación.

De acuerdo con el autor se inspira y centra como el medio principal la comunicación y la interacción social, el cual se enfoca en el comportamiento humano y en cómo los individuos interactúan entre sí para alcanzar sus objetivos. La peculiaridad empieza a tener importancia a la hora de estudiar e investigar la acción comunicativa como base fundamental en todo tipo de espacios. En términos prácticos, aplicar esta teoría puede ayudar a mejorar la comunicación interna, incrementar la autoestima del equipo y reducir los problemas de personal.

2.3.2 Teoría de los Roles de Equipos. Raymond Meredith Belbin (1981).

La teoría desarrollada por Meredith Belbin tenía el objetivo de predecir el éxito de los equipos, inspirado por los trabajos de Benne y Sheats (1948) relaciona los tipos de roles del equipo con el funcionamiento efectivo del mismo. Tras la observación de multitud de equipos de trabajo durante nueve años, sus investigaciones revelaron que aun cuando las conductas de las personas dentro del equipo pueden ser infinitas, las que aportan valor y contribuyen a la eficiencia y a la efectividad del equipo son finitas. A estas las acuñó con el término de roles útiles o roles de equipo. Belbin identificó nueve roles de equipo, cada uno de los cuales contribuye de distinta manera al éxito o al fracaso del equipo. En consecuencia, para un líder, es clave detectar, gestionar y coordinar las contribuciones de cada persona de su equipo, estos nueve roles se agrupan en tres categorías: roles de acción: impulsor, implementador y finalizador, roles sociales: coordinador, cohesionador, e investigador de recursos; y roles mentales: cerebro, evaluador y especialista.

Investigador de Recursos: Busca ideas y contactos para el equipo.

Cohesionador: Fomenta la unidad y realiza tareas necesarias.

Coordinador: Se enfoca en objetivos, motiva y delega eficazmente.

Cerebro: Creativo, resuelve problemas de manera no convencional.

Monitor Evaluador: Ofrece juicios imparciales y estratégicos.

Especialista: Aporta conocimiento detallado en un área específica. Fortalezas: Entrega, independencia, intereses focalizados. Aporta cualidades y conocimientos que escasea.

Impulsor: Proporciona el empuje necesario para garantizar que el equipo siga avanzando y no pierda el enfoque o la motivación.

Implementador: Necesita planificar una estrategia viable y llevarla a cabo con la mayor eficacia posible.

Finalizador: Aporta mayor valor y eficacia al final de las tareas, puliendo y examinando el trabajo en busca de errores y sometiéndolo a los más altos niveles de control de calidad.

Estas teorías son el sustento a la investigación en curso, enfocado a la conformación de equipos de trabajo, en técnicas específicas, al aplicar estas teorías puede ayudar a mejorar la comunicación interna de la institución u organización, ayuda a aumentar la moral del equipo, en la cual sus componentes, es decir los trabajadores, tienen ciertas conductas al percibir los factores antes mencionados, que pueden incurrir o no en la realización de sus tareas diarias, y así entender que el cuidado del ambiente laboral y la formación de una cultura de respeto y cooperación pueden llevar a una mayor productividad y satisfacción a los trabajadores en la institución involucrada en este estudio.

2.4 Bases Legales

Las bases legales es un conjunto de documentos de naturaleza legal que sirven de testimonio referencial y de soporte a la investigación que se realiza. Al respecto, Arias (2006) define el marco legal como aquel que “se adhiere el problema objeto de estudio, o artículos del marco normativo que se vinculan con el problema, estas bases legales deben ser señaladas con precisión, interpretadas y analizadas en su estricta vinculación con el asunto objeto de estudio” (p.25). La referida Constitución, contiene los principios de protección laboral, los cuales brindan la garantía al ejercicio laboral de toda persona en el territorio nacional Entre la normativa legal que sostienen esta investigación como referencia la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999), La Ley Orgánica de los Trabajadores y Trabajadoras (2012)

Artículo 2. Venezuela se constituye en un Estado democrático y social de Derecho y de Justicia, que propugna como valores superiores de su ordenamiento jurídico y de su actuación, la vida, la libertad, la justicia, la igualdad, la solidaridad, la democracia, la responsabilidad social y en general, la preeminencia de los derechos humanos, la ética y el pluralismo político.

Artículo 87. Toda persona tiene derecho al trabajo y el deber de trabajar. El Estado garantizará la adopción de las medidas necesarias a los fines de que toda persona puede obtener ocupación productiva, que le proporcione una existencia digna y decorosa y le

garantice el pleno ejercicio de este derecho. Es fin del Estado fomentar el empleo. La ley adoptará medidas tendentes a garantizar el ejercicio de los derechos laborales de los trabajadores y trabajadoras no dependientes. La libertad de trabajo no será sometida a otras restricciones que las que la ley establezca.

Todo patrono o patrona garantizará a sus trabajadores y trabajadoras condiciones de seguridad, higiene y ambiente de trabajo adecuados. El Estado adoptará medidas y creará instituciones que permitan el control y la promoción de estas condiciones.

Artículo 89. El trabajo es un hecho social y gozará de la protección del Estado. La ley dispondrá lo necesario para mejorar las condiciones materiales, morales e intelectuales de los trabajadores y trabajadoras. Para el cumplimiento de esta obligación del Estado se establecen los siguientes principios:

- 1) Ninguna ley podrá establecer disposiciones que alteren la intangibilidad y progresividad de los derechos y beneficios laborales. En las relaciones laborales prevalece la realidad sobre las formas o apariencias.
- 2) Los derechos laborales son irrenunciables. Es nula toda acción, acuerdo o convenio que implique renuncia o menoscabo de estos derechos. Sólo es posible la transacción y convencimiento al término de la relación laboral, de conformidad con los requisitos que establezca la ley.
- 3) Cuando hubiere dudas acerca de la aplicación o concurrencia de varias normas, o en la interpretación de una determinada norma se aplicará la más favorable al trabajador o trabajadora. La norma adoptada se aplicará en su integridad.
- 4) Toda medida o acto del patrono contrario a esta Constitución es nulo y no genera efecto alguno.
- 5) Se prohíbe todo tipo de discriminación por razones de política, edad, raza, sexo o credo o por cualquier otra condición.
- 6) Se prohíbe el trabajo de adolescentes en labores que puedan afectar su desarrollo integral. El Estado los o las protegerá contra cualquier explotación económica y social.

Es de resaltar la importancia de la protección de las relaciones laborales estables y adecuadas en nuestra sociedad, como una manera de obtener formas eficaces de soluciones a las necesidades colectivas, que permitan precaver conflictos de trabajo, desequilibrios

sociales y mejorar el desempeño laboral de los mismos, lo que consecuencialmente, redundará en un mejor manejo de la administración, la comunicación de las instituciones ya sean públicas o privadas, la satisfacción del personal que forma parte de la plantilla de cada organización, la prevención de infortunios laborales, el incremento de la productividad y la elevación de los dividendos corporativos.

Ley Orgánica del Trabajo, los Trabajadores y las Trabajadoras (2012)

La Ley Orgánica del Trabajo, los Trabajadores y las Trabajadoras aprobada el 30 de abril de 2012, según decreto N.º 8.938, establece en su artículo 1º lo siguiente:

Esta Ley, tiene por objeto proteger al trabajo como hecho social y garantizar los derechos de los trabajadores y de las trabajadoras, creadores de la riqueza socialmente producida y sujetos protagónicos de los procesos de educación y trabajo para alcanzar los fines del Estado democrático y social de derecho y de justicia, de conformidad con la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela y el pensamiento del padre de la patria Simón Bolívar.

Regula las situaciones y relaciones jurídicas derivadas del proceso de producción de bienes y servicios, protegiendo el interés supremo del trabajo como proceso liberador, indispensable para materializar los derechos de la persona humana, de las familias y del conjunto de la sociedad, mediante la justa distribución de la riqueza, para la satisfacción de las necesidades materiales, intelectuales

2.5 Sistema de variables

Las variables comienzan desde que se define el problema de estudio y se formulan los objetivos, y es uno de los pasos más difíciles de la investigación que componen la adecuación de la definición conceptual a los requerimientos prácticos, Tamayo y Tamayo (2010), refiere que “hay que definir con exactitud la variable de una forma más certera en términos de los pasos u operaciones efectuadas al observar y medir sus valores” (p. 106). Para Arias (2012) una variable representa una “característica, cualidad, magnitud o cantidad que puede sufrir cambios y que es objeto de análisis, medición, manipulación o control de investigación” (p. 57). De acuerdo con lo descrito, la Operacionalización de la variable representa la manera de medir de forma empírica las variables definidas conceptualmente, en el caso bajo estudio la variable principal es La Comunicación Efectiva, conceptualizada por Newstrom (2007)

como “el intercambio y la comprensión de un individuo con otra forma”(p. 45). Esta variable se estudiará desde la dimensión de los principios que sostienen ese tipo de comunicación.

Del mismo modo, la segunda variable es Equipos de trabajo, conceptualizada por Katzembach (2000) como "número reducido de personas con capacidades complementarias, comprometidas con un propósito, un objetivo de trabajo y un planteamiento comunes y con responsabilidad mutua compartida" (p. 48). Esta variable se analizará desde la dimensión de sus características. En consecuencia, a continuación se presentan el cuadro de operacionalización de las variables antes descritas

Cuadro 1 Operacionalización de las variables

Objetivo General: Analizar la comunicación efectiva como elemento clave para la conformación de equipo de trabajo en el Área de Comercialización de la empresa Corpoelec Guasualito, Municipio Páez Estado Apure.

Objetivos Específicos.	Variables	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Items
Diagnosticar elementos de la comunicación efectiva presente en el talento humano adscrito al Área de Comercialización de la empresa Corpoelec Guasualito, Municipio Páez Estado Apure, Municipio Páez Estado Apure	Comunicación Efectiva	Newstrom (2007) menciona que la comunicación efectiva es el intercambio y la comprensión de un individuo con otra forma. Es una manera de aproximarse a demás individuos al transmitir ideas, hechos, sentimientos pensamientos y valores. Su objetivo que el destinatario comprenda el mensaje como desde un principio que lo realizara (p. 45).	Principios	Brevedad y Concisión.	1-2.
				Veracidad y Precisión.	3-4.
				Claridad.	5-6.
				Sencillez.	7-8.
				Corrección.	9-10.
				Relaciones Emocionales	11-12.
Establecer las características que constituye la formación de equipos de trabajo, aplicado al Área de Comercialización de la empresa Corpoelec Guasualito, Municipio Páez Estado Apure, Municipio paz Estado Apure.	Equipos de Trabajo	Katzembach (2000) define equipo como "número reducido de personas con capacidades complementarias, comprometidas con un propósito, un objetivo de trabajo y un planteamiento comunes y con responsabilidad mutua compartida" (p.48)	Características	Velocidad y tono adecuado.	13-14.
				Aprendizaje	15-16
				Participación	17-18
				Solución de Problemas	19
				Equipos multidisciplinarios	20-21
				Innovación.	22-23
				Compromiso	24-25

Fuente: Páez M. (2024)

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

Es referente al momento que apunta al conjunto de operaciones racionales teóricos-operacionales incluidas en todo proceso de investigación. En este aspecto, Ramos y De Nóbrega (2017), explican que la metodología “enlaza al investigador con el problema y con la solución prevista” (p. 23). Es decir, es la manera estrecha que tiene el investigador de indagar, procesar y seleccionar los diferentes métodos y técnicas que facilitara al investigador obtener la información que se requiere para solucionar la situación que se está planteando.

En este orden de ideas, el Manual de Trabajos de Grado, Especialización, Maestría y Doctorado de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (UPEL) (2012), define el Marco Metodológico como el segmento del texto de un trabajo investigativo que:

Describe los métodos, técnicas y procedimientos aplicados de modo que el lector pueda tener una visión clara de lo que se hizo, porque y como se hizo, mencionando las razones por las cuales se seleccionó dicha metodología, su adecuación al problema de estudio y sus limitaciones (p. 34).

Por su parte, Balestrini (2006), define el marco metodológico como “la instancia referida a los métodos, las diversas reglas, registros, técnicas y protocolos con los cuales una teoría y su método calculan las magnitudes de lo real” (p. 125). De este modo, a continuación, se presenta el enfoque, tipo, diseño y otros aspectos de interés relacionados al camino a seguir para el desarrollo de este trabajo de investigación concerniente a: la Comunicación efectiva como elemento clave para la conformación de equipo de trabajo en el Área de Comercialización de la Empresa Corpoelec Guasdalito, Municipio Páez Estado Apure.

3.1 Paradigma y Enfoque de la Investigación

El paradigma de la investigación es positivista con un enfoque cuantitativo, Palella y Martins (2010), se refieren a la investigación cuantitativa como aquella que “permite cuantificar la relevancia de un fenómeno, midiendo la reducción relativa o absoluta de riesgo” (p. 42). Asimismo, Hernández (2014), hace referencia a la investigación cuantitativa afirmando que “El enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (p.4).

Por lo tanto, la investigación cuantitativa se dedica a recoger, procesar y analizar datos cuantitativos o numéricos sobre variables previamente determinadas. Por ende, el presente estudio es cuantitativo, porque se recolectan datos con medición numérica y análisis estadísticos para lograr el objetivo planteado y dar respuestas a las interrogantes de la investigación.

3.2 Tipo de Investigación

El presente estudio se orienta a un Tipo de investigación de Campo, conceptualizado por Arias (2012), como “aquel que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar la variable” (p.31). Es decir, esta permite la recolección de datos y reconoce la realidad donde ocurren los hechos más resaltantes para así analizar e interpretar los resultados de la investigación. Asimismo, Palella y Martins (Ob. Cit.) “consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar la variable” (p. 88). En este contexto, la investigación se realizó sin intervenir en el comportamiento de las variables ni en los elementos que la conforman, es decir, sin ningún tipo de manipulación.

En cuanto al nivel de la investigación, Palla y Martins. (2006): hacen referencia al mismo, como aquel que tiene el propósito de interpretar realidades de hecho. Incluyendo descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, composición o procesos de los fenómenos. El nivel descriptivo hace énfasis sobre conclusiones dominantes o sobre como una persona, grupo o cosa se conduce o funciona en el presente (p.102). Por ende, el presente estudio atiende al nivel descriptivo, porque pretende evaluar o recoger información de forma individual o colectiva sobre los conceptos o las variables que describen los objetivos.

De igual forma, en este contexto, el presente estudio se ubica bajo la modalidad de Proyecto Factible, que según El Manual (UPEL) (2012), establece que la misma:

Consiste en la investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales; puede referirse a la formulación de políticas, programas, tecnologías, métodos o procesos. El proyecto debe tener apoyo en una investigación de tipo documental, de campo o un diseño que incluya ambas modalidades. (p. 16).

Según lo citado, se induce que una investigación enmarcada en esta singularidad ofrece un diseño operacional viable para dar solución a una problemática, a través de un diagnóstico, que permite estudiar, describir, exponer y ofrecer alternativas de mejoras. En este sentido, la presente indagación establece una propuesta viable, en la que se fundamentan criterios, proposiciones basadas en comunicación efectiva, como elemento clave para la conformación de equipo de trabajo, en el área de comercialización de la empresa Corpoelec Guasdalito.

3.3 Diseño de la Investigación

Tomando en consideración que la investigación es de tipo Campo; el diseño se establece en No Experimental, Transaccional, debido a que los datos extraídos del lugar donde se desarrolla el fenómeno, no serán manipulados de forma alguna, sino que se compilarán y expondrán de forma natural. Del mismo modo, el diseño es de tipo

transaccional, por cuanto se concurrirá a la Área Comercial de la empresa Corpoelec y en un solo momento se aplicará el instrumento de recolección de datos.

En tal sentido, Hernández, Fernández y Baptista (2010), definen la investigación No Experimental como “estudios que se realizan sin manipulación deliberada de variable y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos” (p.149). De igual manera, también señalan que los diseños no experimentales se pueden clasificar en transeccionales o trasversales, siendo de este tipo todas aquellas investigaciones que recopilan datos en un momento único. Bajo esta premisa, la investigación es transaccional, debido a que, se recolectaron datos en un solo instante y en un lapso ideal.

3.4 Población y Muestra

La población se conceptualiza como todos aquellos sujetos que tienen las mismas oportunidades de ser seleccionados, en opinión de Hurtado (2010), “la población es el conjunto de elementos con características comunes que son objeto de análisis y para los cuales serán válidas las conclusiones de la investigación” (p. 98), es decir, es el conjunto de individuos en las cual se va experimentar una serie de variable o evento, y también conllevan, como características habituales, el juicio de la inclusión. En este mismo orden, Arias (2012), corresponde a “...Conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Esta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio.” (p.81).

El precitado autor, define la población es finita como la “agrupación en la que se conoce la cantidad de unidades que la integran” (p. 82). Es por ello que la población del estudio es finita estará conformada por los veintiún (20) trabajadores que laboran en los diferentes departamentos del área de comercialización de la empresa Corpoelec Guasdalito Estado Apure.

En lo que respecta a la muestra, Sabino (2008), dice que “no es más que una parte de ese todo que se denomina universo y que sirve para representarlo.” (p.83). por su parte, Arias (2012), la define como “un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población, que, por su tamaño y características similares al conjunto, permite hacer inferencias o generalizar los resultados al resto de la población con un margen de error conocido” (p. 83). Entonces atendiendo a lo expuesto por los citados autores, la muestra es una parte de la población, que es tomada en consideración para aplicar el instrumento. En el caso específico del presente estudio, la muestra se considera Censal, de acuerdo con lo expuesto por Tamayo y Tamayo (2001) afirman que es aquella que “recoge un censo en la totalidad al personal adscrito al estudio” (p.158). En consecuencia, se tomará el total de la población para el desarrollo del proyecto de investigación, es decir la muestra está constituida por veintiún (20) trabajadores del área de comercialización de la empresa Corpoelec Guasdalito.

3.5 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Información

Las investigaciones por lo general tienen como objetivo realizar una observación y mediciones relacionadas con el objeto en estudio, para esto se tienen que determinar las técnicas e instrumentos que manejará para la recolección de los datos. Según Bermejo (2005) “las técnicas son las que permiten obtener información de fuentes primarias y secundarias. Entre las más utilizadas están: encuestas, entrevistas, observación, análisis de contenido y análisis de documentos” (p.34).

De acuerdo con lo anterior, en la presente investigación se aplicó la técnica de la Encuesta. Atendiendo a lo expresado por Hernández, Fernández y Baptista (2012), los cuales indican que la encuesta es “el procedimiento o conjunto de reglas, normas que tiene como objetivo obtener un resultado determinado, ya sea en el campo de la ciencia, tecnología, deporte, arte, educación o de cualquier otra actividad”. (p.113). De allí, que la Técnica seleccionada haya sido la Encuesta.

Por otro lado, el Instrumento es definido por Sabino (2000), indica que “un instrumento es cualquier recurso utilizado por el investigador para acercarse al fenómeno y extraer la información” (p.67). Es por ello, que el estudio aplicará como instrumento de recolección de datos el cuestionario, conformado por 25 ítems con alternativas de respuestas tipo Likert, donde se emplearán (3) tres opciones: Siempre (S), Algunas Veces (AV) y Nunca (N).

3.6 Validez del Instrumento

La validez se refiere a la aplicación del instrumento en otra población diferente al que se está estudiando, así como también, a la consulta del mismo con expertos en la metodología de la investigación, Según el Manual UPEL (2008), establece que: La validez se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que se pretende medir. Para determinar esta característica pueden tenerse en cuenta diferentes tipos de evidencias relacionadas con el contenido, entre otras el investigador debe seleccionar el tipo de validación que más le convenga, previa documentación en las fuentes metodológicas (p.28).

A propósito, Hernández, Fernández y Baptista (2010) lo señalan como validez de expertos y lo definen de la siguiente manera “se refiere al grado en que aparentemente un instrumento de medición mide la variable en cuestión, de acuerdo con expertos en el tema” (p.204). Es decir, el proceso donde expertos en el área en estudio y metodología, emite un juicio de valor sobre el contenido y estructura del instrumento. Estos expertos están conformados por dos conocedores del área de gerencia general y uno en educación con conocimientos en metodología, los cuales emitirán su juicio en relación a la formulación de las preguntas elaboradas en el instrumento, con la finalidad de mejorarlo, consignándole unos formatos para la respectiva validación.

3.7 Técnicas de Procesamiento de la Información

Las técnicas de análisis de la información son aquellas que permitirán simplificar el manejo de las mismas, posibilitando la información y orientando el trabajo interpretativo. Para Hurtado (2008) el análisis de los datos se corresponde a “la explicación cuantitativa de los resultados obtenidos por el investigador, que requieren de su discusión a fin de desarrollar una exposición de motivos referidos a la solución alcanzada” (p.145). De igual manera, Palella y Martins (2010), afirman que “el análisis estadístico, permite hacer interpretaciones sobre la naturaleza y significación de aquellos en atención a los distintos tipos de información que puedan proporcionar” (p.188). Es precisamente en esta etapa, donde se procesan los datos obtenidos por el instrumento de recolección de información, con el propósito de tabular, codificar, y realizar los cálculos porcentuales. Con respecto al análisis, se precisarán las técnicas lógicas tales como inductiva, deductiva, análisis y síntesis o las técnicas estadísticas que son las descriptivas o inferenciales.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.

El análisis de resultados constituye la etapa final y decisiva de un proceso de investigación. (Arias y Cangalaya, 2021, p. 130) destacan la importancia del análisis e interpretación de resultados como una fase clave en el proceso de investigación. Este capítulo aborda la recopilación y organización toda la información obtenida durante el estudio, con el objetivo de presentarla de forma clara y estructurada, de esta manera permite interpretar los datos y extraer conclusiones significativas, que aportan respuestas a las preguntas de investigación planteadas inicialmente y contribuyen al desarrollo del conocimiento en el área de estudio.

En este capítulo, se muestran los resultados recopilados a través del instrumento aplicado, presentados de manera estructurada en cuadros o tablas. En estas, se detallan las frecuencias y porcentajes correspondientes a las diferentes categorías de respuestas obtenidas de la muestra. Además, se incluyen los promedios calculados y un análisis cuantitativo realizado por indicadores específicos. Para complementar la presentación de los resultados, se incorporan gráficos que permiten una visualización clara y concisa de los datos proyectados.

Cuadro 2 Distribución de las frecuencias observadas en la Variable comunicación efectiva; Dimensión principios; Indicadores: Brevedad, Concisión y Veracidad, Precisión.

Ítems	Siempre		Algunas veces		Nunca	
	Fa	Fr	Fa	Fr	Fa	Fr
1.¿Posees habilidad para comunicarte de forma breve sin perjudicar el mensaje?	4	20%	10	50%	6	30%
2.¿Consideras que la información entre los departamentos es la necesaria y concisa para evitar malos entendidos y confusiones?	2	10%	6	30%	14	70%
3.¿Consideras que la información que se manejan dentro de la empresa es verificadas antes de comunicarlas?	4	20%	7	35%	13	65%
4.¿En algunos casos has sentido que se te oculta información precisa para la ejecución de un trabajo?	15	75%	5	25%	0	0%

Fuente: Páez Maiver. (2024)

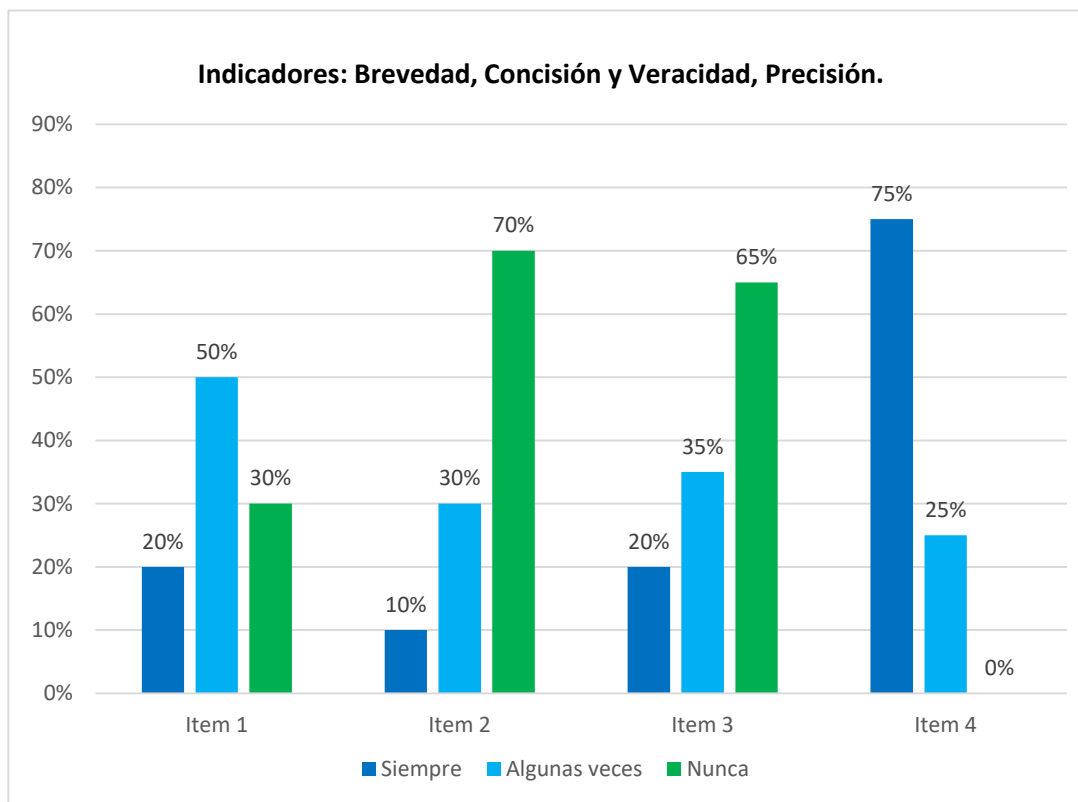


Grafico 1 Representación de los resultados en cuanto a la Dimensión; Principios Indicadores: Brevedad, Concisión y Veracidad, Precisión.

En el Cuadro 2, gráfico 1, se presentan los resultados correspondientes a los Indicadores brevedad y concisión (Ítem 1), El mayor porcentaje (50%) respondieron que algunas veces, lo que indica que la mitad de las personas encuestadas consideran que tu nivel de habilidad para comunicarte de forma breve sin perjudicar el mensaje.

Un 30% de las personas piensan que Nunca, lo que sugiere que una tercera parte de los encuestados creen que tienes una excelente capacidad en este aspecto. El 20% restante lo que significa que una quinta parte de las personas consideran que se debe trabajar más en esta área para mejorar tu habilidad de comunicación concisa y efectiva. En este mismo indicador en el ítem 2, el 10% que siempre considera que la información es insuficiente y poco clara, el 30% dijo algunas veces la información es adecuada, pero podría mejorar. Mientras que el 70% nunca es suficiente ni clara.

Por otro lado, en los Indicadores: Veracidad y Precisión. (Ítem 3), donde el 20% respondieron que considera que la información es verificada antes de comunicarse, el 35% argumenta que Algunas Veces, el 65% aseguro que Nunca 65% afirma que la información es verificada antes de ser comunicada. En esta misma línea, pero a través del (Ítem 4), se obtuvo que el 75% dicen que Siempre se les oculta información precisa necesaria para realizar su trabajo, el 25% dijeron que Algunas Veces 25% opina que esto ocurre y solo el 0% Nunca se les oculta información.

Los resultados obtenidos coinciden con lo expresado por Martínez y Nosnik (2002) en su obra "La comunicación en las organizaciones" abordan la importancia de la comunicación efectiva dentro de las estructuras organizacionales. En tal sentido se centra en cómo la comunicación no solo es un medio para transmitir información, sino que también actúa como un soporte fundamental para la efectividad y competitividad de cualquier institución. En el mismo orden de idea Jablin (1986), "Comunicación Organizacional: Una Perspectiva Integradora" (p. 438-467, y Corella (2000), "El Poder de la Comunicación en las Organizaciones" (p. 13-32), destacan varios aspectos clave que son fundamentales para entender la comunicación dentro de las organizaciones La falta de transparencia en la comunicación puede obstaculizar la colaboración y la

eficiencia, quienes enfatizan la importancia de un flujo de información claro y accesible para el funcionamiento efectivo de la organización.

Los resultados demuestran que en la institución bajo estudio sugiere que la organización no está cumpliendo con los principios de transparencia y apertura que son esenciales para una comunicación efectiva. La falta de información precisa puede llevar a la frustración de los empleados y a un ambiente de trabajo tóxico, lo que puede impactar en la productividad general.

Cuadro 3 Distribución de las frecuencias observadas en la Variable comunicación efectiva; Dimensión principios; Indicador: Claridad y Sencillez.

Ítems	Siempre		Algunas veces		Nunca	
	Fa	Fr	Fa	Fr	Fa	Fr
5.¿Se han generado mal entendidos por parte de tus compañeros o jefes inmediatos debido a la falta de claridad en los mensajes que transmiten?	14	70%	3	15%	3	15%
6.¿Consideras que te comunicas con claridad transmitiendo de forma fácil, directa y transparente la información?	8	40%	11	55%	1	5%
7.¿Consideras que la comunicación oral dentro de la empresa es sencilla, evitando vocablos excesivamente técnicos cuando no son necesarios?	1	5%	16	80%	3	15%
8.¿Las comunicaciones escritas se caracterizan por su sencillez siendo claras y coherentes?	0	0%	12	60%	8	40%

Fuente: Páez Maiver. (2024)

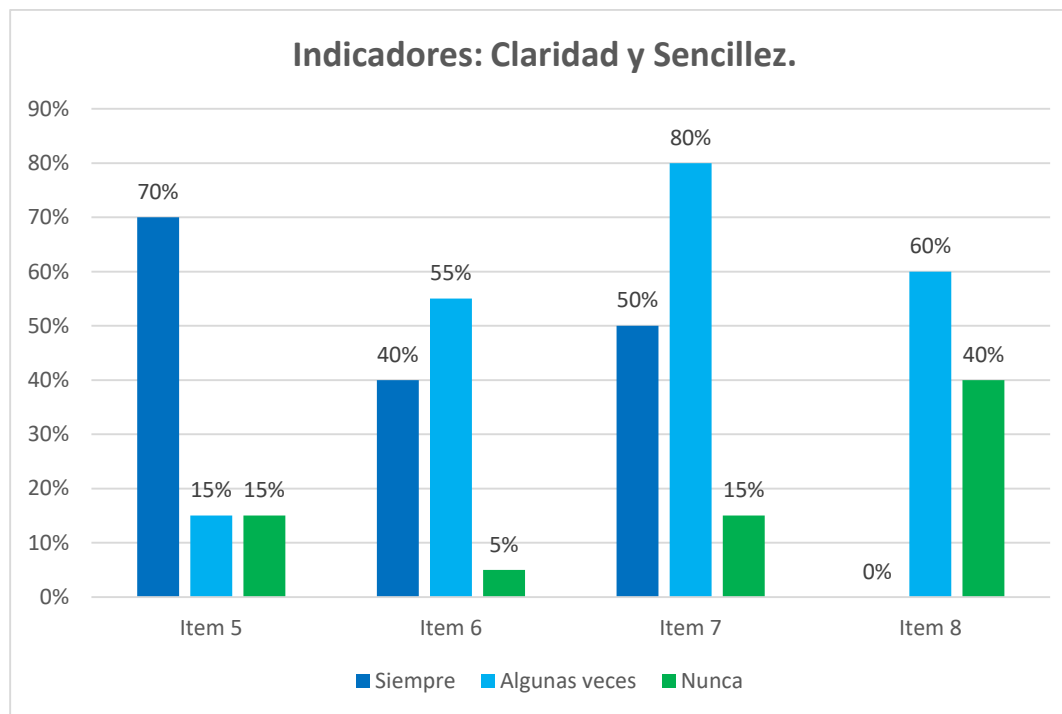


Grafico 2 Representación de los resultados en cuanto a la Dimensión principios; Indicador: Claridad y Sencillez.

El análisis de los datos en el Indicador: Claridad. (Ítem 5), el 70% coincidieron que Siempre se generan malos entendidos debido a la falta de claridad en los mensajes, el 15% argumentó que esto ocurre algunas veces, del mismo modo 15% afirmó que nunca se han generado malos entendidos por este motivo. De igual manera en el (Ítem 6), el 40% respondieron que Siempre se comunica con claridad, el 55% argumentó que esto ocurre algunas veces, el 5% afirmó que nunca se comunica con claridad. En cuanto al Indicador Sencillez (Ítem 7), el 5% dice que Siempre la comunicación oral es sencilla mientras que el 80% opinaron que algunas veces perciben que la comunicación oral en la empresa es sencilla y 15% afirmó que nunca la comunicación oral es sencilla. En este mismo indicador (Ítem 8) el 60% percibe que algunas veces son claros y otro lado el 40% afirmó que nunca las comunicaciones escritas son sencillas, claras y coherentes.

Chiavenato (2006), la claridad organizacional es un elemento fundamental que impacta directamente en el desempeño de los empleados. Un ambiente laboral caracterizado por la claridad y la transparencia en la comunicación fomenta la confianza y la colaboración entre los empleados, lo que a su vez mejora el desempeño general de la organización.

Los resultados demuestran que la institución bajo estudio tiene una necesidad de mejorar la claridad y sencillez en la comunicación dentro de la organización, lo que hace necesario su fortalecimiento en la comunicación y crear un ambiente saludable que permite la formación de equipos de trabajo que convergen por un bien común; lograr la excelencia en los servicios. Por lo tanto, es crucial que la empresa implemente estrategias para mejorar la claridad y sencillez en la comunicación a fin de optimizar su efectividad y rendimiento.

Cuadro 4 Distribución de las frecuencias observadas en la Variable comunicación efectiva; Dimensión principios; Indicadores: Corrección y Relaciones Emocionales.

Ítems	Siempre		Algunas veces		Nunca	
	Fa	Fr	Fa	Fr	Fa	Fr
9.¿Antes de enviar cualquier mensaje escrito (whatsApp, correo) a tus compañeros o jefe inmediato sobre un trabajo asignado, acostumbras revisarlo y corregirlo para garantizarla claridad de la información?	1	5%	16	80%	3	15%
10.¿Cuándo entablas una conversación de trabajo procuras pensar y analizar previamente lo que deseas comunicar a fin de corregir algún detalle para evitar el uso de expresiones que puedan llegar a percibirse como falta de respeto u ofensiva?	0	0%	12	60%	8	40%
11.¿Considera que maneja sus emociones en situaciones donde no estar de acuerdo con algo, logrando expresar con amabilidad su punto de vista u opinión?	6	30%	9	45%	5	25%
12.¿Consideras que tus jefes inmediatos y compañeros de trabajo manejan adecuadamente sus emociones en el proceso de comunicación?	1	5%	6	30%	13	65%

Fuente: Páez Maiver. (2024)

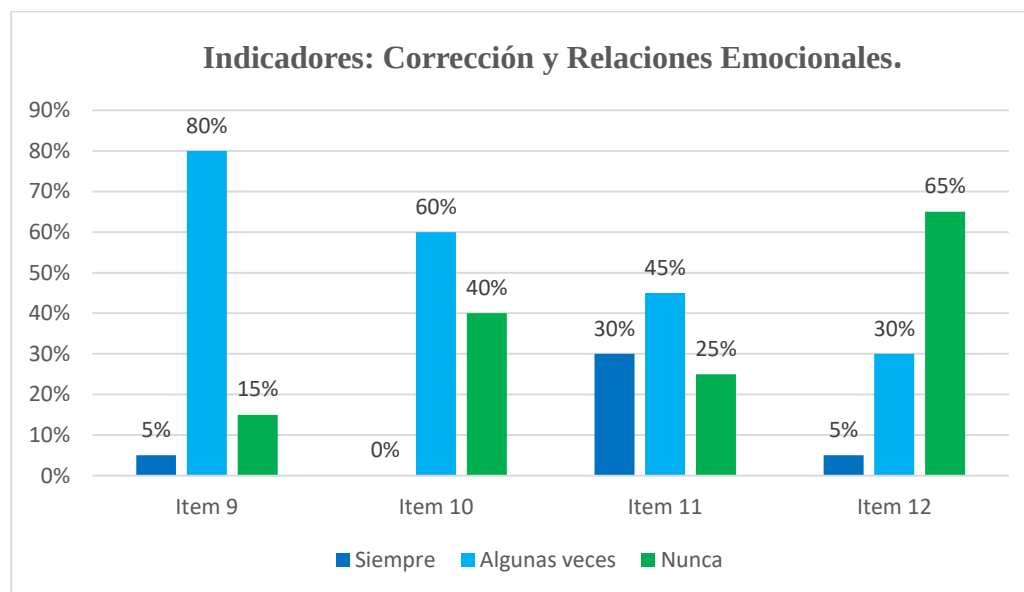


Grafico 3. Representación de los resultados en cuanto a la Dimensión principios; Indicadores: Corrección y Relaciones Emocionales.

Una vez compilada y analizada la información correspondiente a los principios, se tienen para el (Ítem 9), Solo el 5% de los encuestados afirma que siempre revisa y corrige sus mensajes para garantizar la claridad de la información, Un 80% de los participantes indica que revisan y corrigen sus mensajes solo algunas veces. Por otro lado, el 15% de los encuestados afirma que nunca revisa ni corrige sus mensajes antes de enviarlos. En cuanto al (Ítem 10), el 0% esta ausencia de preparación puede llevar a malentendidos y a la transmisión de mensajes que no reflejan adecuadamente la intención del hablante, el 60% indica que solo algunas veces se toma el tiempo para reflexionar sobre su comunicación antes de interactuar, mientras que el 40% afirma que nunca se preocupa por pensar y analizar su comunicación antes de una conversación de trabajo.

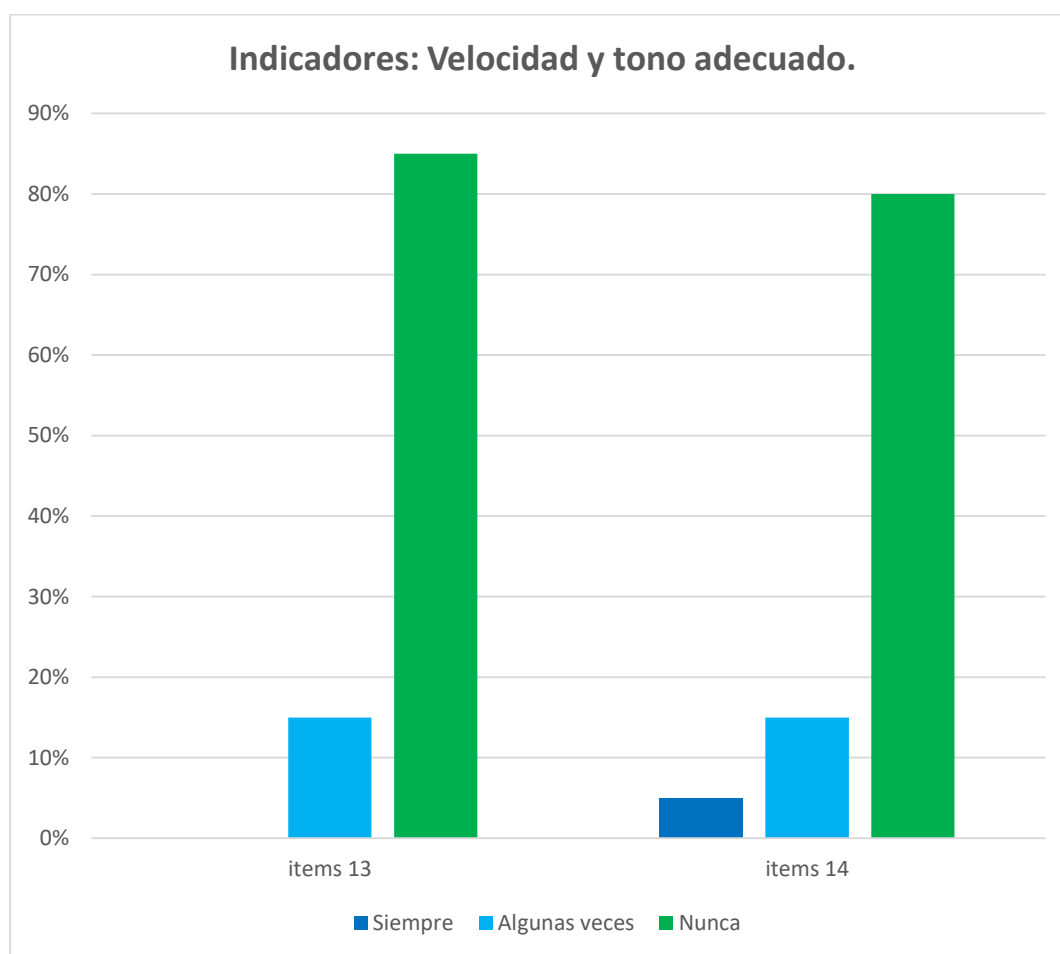
Por otro lado, en el indicador Relaciones Emocionales (Ítem 11) los resultados obtenidos, el 30% siempre logra expresar su punto de vista con amabilidad, incluso en situaciones donde no están de acuerdo con algo, Sin embargo, un 45% señala que solo algunas veces maneja sus emociones adecuadamente en estas situaciones, y el 25% alega que nunca logra manejar sus emociones y expresar su opinión con amabilidad en situaciones de desacuerdo. Continuando con el indicador (Ítem 12) solo el 5% de los encuestados considera que sus jefes y compañeros siempre manejan adecuadamente sus emociones durante el proceso de comunicación. Un 30% de los participantes opina que sus jefes y compañeros manejan sus emociones adecuadamente solo algunas veces. Sin embargo, es especialmente preocupante que el 65% de los encuestados afirme que nunca perciben un manejo adecuado de las emociones por parte de sus jefes y compañeros.

En resumen, a los resultados de la encuesta realizada se subrayan la necesidad urgente de implementar programas de capacitación en comunicación efectiva e inteligencia emocional, tal como lo propone Newstrom (2007), para mejorar la claridad, la amabilidad y la efectividad en las interacciones laborales. Esto contribuirá a crear un ambiente de trabajo más colaborativo y productivo, donde las relaciones interpersonales sean más saludables y efectivas.

Cuadro 5 Distribución de las frecuencias observadas en la Variable comunicación efectiva; Dimensión principios; Indicadores: Velocidad y tono adecuado.

Ítems	Siempre		Algunas veces		Nunca	
	Fa	Fr	Fa	Fr	Fa	Fr
¿Los coordinadores al dirigirse verbalmente al personal emplean una velocidad de expresión apropiada, consiguiendo atraer la atención de los mismos?	0	0%	3	15%	17	85%
¿Consideras que el tono de voz según el contexto y la audiencia es el adecuado dentro de la empresa?	1	5%	3	15%	16	80%

Fuente: Páez Maiver. (2024)



Grafo 4 Representación de los resultados en cuanto a la Dimensión principios; Indicadores: Velocidad y tono adecuado.

Una vez compilada y analizada la información correspondiente a los principios, se tienen para el (Ítem 13), el 0%. Esta ausencia puede llevar a que los mensajes no sean comprendidos claramente por los empleados, lo que afecta la efectividad, el 15% de los participantes indica que sus coordinadores emplean una velocidad apropiada solo algunas veces al dirigirse verbalmente al personal, es especialmente preocupante que el 85% concuerden que sus coordinadores nunca utilizan una velocidad de expresión adecuada que logre atraer la atención del personal.

En esta misma dimensión, en el (Ítem 14) solo el 5% de los encuestados considera que el tono de voz utilizado en la organización es siempre el adecuado según el contexto y la audiencia. Un 15% de los participantes opina que el tono de voz es adecuado solo algunas veces. Particularmente preocupante es el hecho de que el 80% de los encuestados afirma que nunca perciben un tono de voz adecuado en la comunicación dentro de la empresa.

Los resultados obtenidos en la encuesta coinciden con las afirmaciones de Chiavenato (2006) lo que reflejan una clara necesidad de mejorar las habilidades de comunicación de los coordinadores, tanto en términos de velocidad como de tono, para garantizar que los mensajes sean efectivos y bien recibidos. Esto no solo contribuirá a una mejor comprensión de los objetivos de la empresa, sino que también fomentará un ambiente de trabajo más colaborativo y motivador, la alta proporción indica que una parte significativa del personal puede estar experimentando un ambiente de trabajo en el que la comunicación no se adapta a las necesidades y expectativas de la audiencia. Un tono inadecuado puede resultar en la transmisión de mensajes que no solo son malinterpretados, sino que también pueden ser percibidos como desinteresados o incluso hostiles, afectando el ambiente laboral y la moral del equipo.

Cuadro 6 Distribución de las frecuencias observadas en la Variable equipos de trabajo; Dimensión características; Indicador: Aprendizaje y Participación.

Ítems	Siempre		Algunas veces		Nunca	
	Fa	Fr	Fa	Fr	Fa	Fr
15.¿Has evidenciado en tus compañeros voluntad de aprender nuevas técnicas o métodos para ser aplicados en sus labores diarias ?	6	30%	12	60%	2	10%
16.¿Percibe que la retroalimentación en las reuniones de equipo mejora su capacidad para aplicar lo aprendido en situaciones reales de trabajo?	3	15%	6	30%	11	55%
17.¿Participas en equipos de trabajo para cumplir con las tareas encomendadas?	17	85%	3	15%	0	0%
18.¿Te agrada participar con tus compañeros en actividades que fomenten buenas relaciones interpersonales?	11	55%	8	40%	1	5%

Fuente: Páez Maiver. (2024)

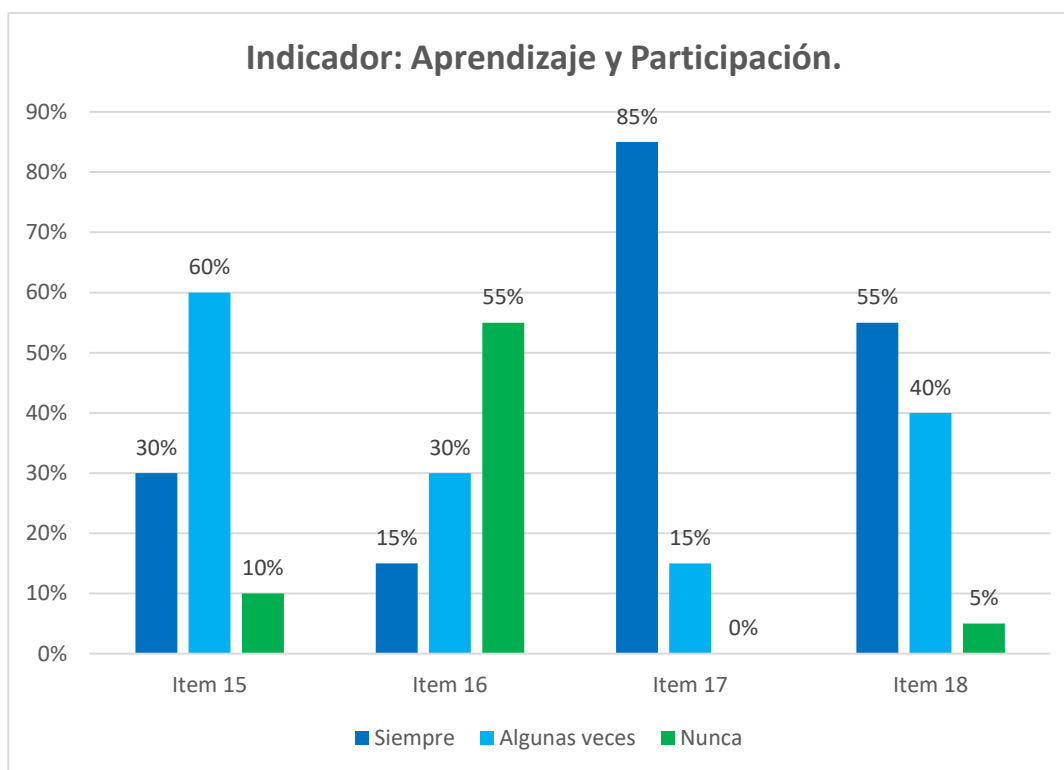


Grafico 5 Representación de los resultados en cuanto a la Dimensión características; Indicador: Aprendizaje y Participación.

El estudio de los datos en el indicador Aprendizaje (Ítem 15), el 30% considera que siempre ha evidenciado en sus compañeros una voluntad de aprender. Sin embargo, un 60% señala que esta voluntad de aprender se presenta solo algunas veces. Por otro lado, y es preocupante que un 10% de los encuestados afirme que nunca ha evidenciado voluntad de aprender en sus compañeros. En el mismo indicador (Ítem 16), solo el 15% confirma que siempre percibe que la retroalimentación en las reuniones de equipo les ayuda a aplicar mejor los conocimientos adquiridos en su trabajo diario. Un 30% demuestra que solo algunas veces estas mejoras se dan en la aplicación de lo aprendido, lo más preocupante es que el 55% nunca perciben que la retroalimentación en las reuniones de equipo mejore su capacidad para aplicar lo aprendido en situaciones reales de trabajo.

Continuando con el indicar de Participación en el (Ítem 17), un 85% siempre participa en equipos de trabajo para cumplir con las tareas asignadas. Por otro lado, un 15% de los participantes indica que solo algunas veces participa en equipos de trabajo. Es especialmente positivo que ningún encuestado afirme que nunca participa en equipos de trabajo. Esto sugiere que la organización ha logrado cultivar un entorno en el que la colaboración es vista como una práctica estándar y valorada. En el mismo sentido en el (Ítem 18) el 55% de los encuestados afirma que siempre les agrada participar en estas actividades, y el un 40% manifiestas que solo algunas veces les agrada participar en estas actividades. Finalmente, es relevante que solo un 5% de los encuestados afirme que nunca le agrada participar en actividades que fomenten buenas relaciones interpersonales.

Los resultados obtenidos en el estudio coinciden parcialmente con los principios de Katzenbach y Smith. si bien la organización ha logrado fomentar una cultura de participación en equipos y buenas relaciones interpersonales, es necesario trabajar en fortalecer el compromiso con el aprendizaje y la aplicación del conocimiento adquirido.

Cuadro 7. Distribución de las frecuencias observadas en la Variable equipos de trabajo; Dimensión características; Indicador: Solución de problemas y Equipos Multidisciplinarios.

Ítems	Siempre		Algunas veces		Nunca	
	Fa	Fr	Fa	Fr	Fa	Fr
19.¿Consideras que los equipos de trabajo están orientados a la solución de problemas y no a la búsqueda de culpables?	0	0%	10	50%	10	50%
20.¿En la búsqueda de solución a problemas la institución se apoya en equipos interdisciplinarios, incorporando representantes de las distintas áreas funcionales?	4	20%	8	40%	8	40%
21.¿Consideras que entre compañeros de trabajo intercambian experiencias y conocimientos para tomar decisiones y proponer soluciones de forma colaborativa, promoviendo los equipos interdisciplinarios?	3	15%	6	30%	11	55%

Fuente: Páez Maiver. (2024)

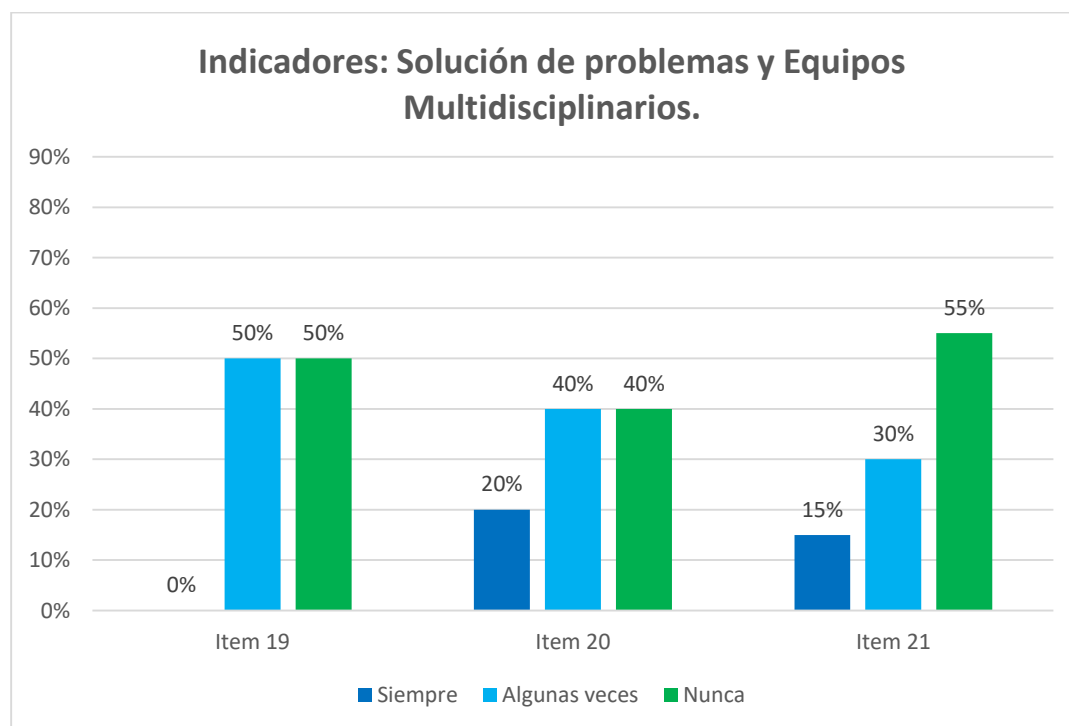


Grafico 6. Representación de los resultados en cuanto a la Dimensión características; Indicadores: Solución de problemas y Equipos Multidisciplinarios.

Continuando con el análisis de la Dimensión Características, Indicador Solución de Problema y Equipos Multidisciplinario (Ítem 19), Según los resultados, el 0% lo que indica una falta de confianza en la efectividad de la dinámica de trabajo en equipo. Un 50% señala que esta orientación hacia la solución de problemas se presenta solo algunas veces. miedo, donde los miembros del equipo evitan asumir riesgos o compartir ideas por temor a ser señalados. Particularmente y alarmante es que el 50% de los encuestados afirma que nunca perciben que los equipos de trabajo estén orientados a la solución de problemas. En cuanto al indicador de Equipos Multidisciplinario en el (Ítem 20), solo el 20% siempre se apoyan en equipos que incorporan representantes de las distintas áreas funcionales, y el 40% de los participantes muestra que esta práctica se da solo algunas veces. otro 40% nunca se apoyan en equipos interdisciplinarios para resolver problemas. En el mismo orden el (Ítem 21), el 15% argumenta que siempre se intercambian experiencias y conocimientos de manera efectiva. Aunque el 30% de los participantes señala que este intercambio ocurre solo algunas veces. Y el 55% de los encuestados afirma que nunca perciben un intercambio de experiencias y conocimientos entre compañeros.

Los resultados de la encuesta realizada indica que la empresa enfrenta desafíos significativos en la implementación de prácticas de liderazgo efectivas según la teoría de Kouzes y Posner. La falta de un enfoque en la solución de problemas, la escasa utilización de equipos multidisciplinarios y la deficiente cultura de intercambio de conocimientos limitan el potencial de la institución para innovar y mejorar. Para alinearse más con las prácticas de Kouzes y Posner, es esencial que los líderes promuevan un entorno que valore la colaboración, la inclusión de diversas perspectivas y el aprendizaje continuo. Esto no solo mejorará la efectividad del equipo, sino que también fortalecerá.

Cuadro 8 Distribución de las frecuencias observadas en la Variable equipos de trabajo; Dimensión características; Indicadores: Innovación y Compromiso.

Ítems	Siempre		Algunas veces		Nunca	
	Fa	Fr	Fa	Fr	Fa	Fr
22.¿El intercambio de habilidades que se produce en los equipos de trabajo contribuyen a la generación de ideas innovadoras y a las mejoras continuas de los procesos comerciales en la empresa?	6	30%	8	40%	6	30%
23.¿Consideras que tienes la capacidad de generar ideas originales para solventar situaciones de manera innovadora?	11	55%	5	25%	4	20%
24.¿Al trabajar en equipo, consideras que los integrantes de éste sienten un compromiso no sólo con la actividad a realizar, sino también con sus compañeros?	0	0%	15	75%	5	25%
25.¿En la empresa se mantiene la comunicación abierta respecto a los logros y desafíos para contribuir al fortalecimiento del sentido de pertenencia y compromiso de cada empleado?	9	45%	9	45%	2	10%

Fuente: Páez Maiver. (2024)

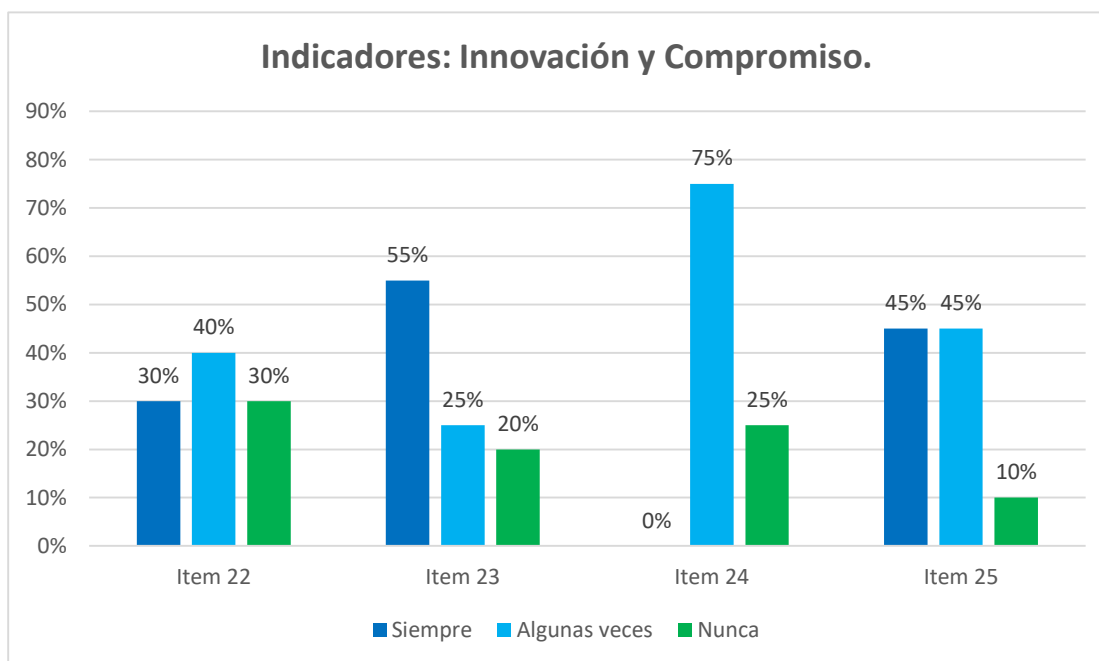


Grafico 7 Representación de los resultados en cuanto a la Dimensión características; Indicadores: Innovación y Compromiso.

En este apartado se analizarán los resultados obtenidos en el indicador Innovación (Ítem 22), el 30% de los encuestados afirma que siempre perciben que este intercambio de habilidades contribuye a la innovación y mejora continua. Un 40% de los participantes señala que esta contribución a la innovación y mejora continua se presenta solo algunas veces, y el 30% declara que nunca perciben que el intercambio de habilidades en equipos contribuya a la innovación y mejora continua. En el (Ítem 23), el 55% siempre se siente capaz de generar ideas originales. Un 25% de los participantes indica que esta capacidad se presenta solo algunas veces. Por otro lado, el 20% de los encuestados afirma que nunca siente que tiene la capacidad de generar ideas originales para resolver situaciones.

Continuidad del indicador Compromiso (Ítem 23), indica que los empleados no están experimentando un sentido de responsabilidad compartida y apoyo entre compañeros.

Mientras que el 75% tienen compromiso solo algunas veces, y el 25% de los encuestados afirma que nunca perciben un compromiso de los integrantes del equipo con sus compañeros. En el mismo sentido en el (Ítem 24), Según los resultados, el 45% de los encuestados afirma que la comunicación abierta se mantiene siempre, lo que indica que una parte significativa del personal siente que está bien informada sobre los logros y desafíos de la organización. Sin embargo, un 45% de los participantes señala que esta comunicación abierta ocurre solo algunas veces. Solo el 10% nunca perciben una comunicación abierta respecto a los logros y desafíos.

Al analizar la información de los resultados reflejan que existe una base positiva en cuanto a la capacidad de innovación y el compromiso, hay áreas críticas que requieren atención y una cultura que valore el intercambio de habilidades, la creatividad y el compromiso entre compañeros, así como establecer canales de comunicación más efectivos. Esto no solo potenciará la innovación, sino que también fortalecerá el compromiso y la cohesión dentro de la empresa.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones.

Aplicado el instrumento de recolección de información en el área de Comercialización, adscrito al Área de Comercialización de la empresa Corpoelec, donde se analizó la comunicación afectiva y el equipo de trabajo, de los resultados obtenidos se pueden concluir lo siguiente:

En cuanto al primer objetivo específico de la investigación, relacionado con diagnosticar los principios de la comunicación efectiva presentes en el talento humano, se concluye que, a pesar de que se identificaron aspectos positivos, como la claridad y la empatía en las interacciones, existen deficiencias significativas que afectan el desempeño general del equipo.

Del mismo modo, los resultados demuestran que la institución bajo estudio, refleja la falta de retroalimentación, por ende, puede generar desmotivación y un sentido de desconexión entre los miembros del equipo, lo cual impacta negativamente en su rendimiento laboral. Además, las relaciones interpersonales, aunque aceptables, requieren fortalecimiento para fomentar un ambiente colaborativo más robusto, es evidente que, para optimizar la comunicación efectiva en el talento humano, es fundamental implementar estrategias que promuevan la escucha activa y la retroalimentación regular. Esto no solo mejoraría el área de trabajo, sino que también contribuiría a un mejor desempeño y satisfacción laboral, alineándose con los objetivos estratégicos de la institución.

Con respecto al segundo objetivo específico de la investigación, que consistía en establecer las características que constituyen la formación de equipos de trabajo aplicados al Área de Comercialización de la empresa, se evidencia que el talento humano presenta una capacidad de adaptación a los cambios organizacionales. Sin embargo, la falta de iniciativa y la carencia de ciertos conocimientos necesarios para enfrentar estos cambios afectan negativamente su desempeño laboral.

Los resultados muestran que, aunque los empleados están dispuestos a adaptarse, la ausencia de un programa de capacitación adecuado limita su capacidad para asumir nuevas responsabilidades de manera efectiva. Esto subraya la necesidad de que la organización implemente estrategias de formación y motivación que aseguren un buen desempeño en las nuevas asignaciones. Además, se ha identificado que no existe un equipo de trabajo cohesionado que facilite el logro de los objetivos de la institución. Para abordar esta situación, es crucial establecer características clave en la formación de equipos, tales como la cooperación, la visualización de metas comunes, la proactividad y la comunicación efectiva. Estas características son fundamentales para crear un ambiente de trabajo colaborativo que potencie el rendimiento del equipo.

En relación con el tercer objetivo específico de la investigación, que consiste en proponer estrategias gerenciales basadas en la comunicación efectiva para la conformación de equipos de trabajo en el Área de Comercialización de la empresa, se puede concluir que la implementación de estas estrategias es fundamental para mejorar tanto el clima organizacional como el desempeño del talento humano.

Los hallazgos indican que la comunicación efectiva es un pilar esencial para el funcionamiento de equipos de trabajo cohesivos. Sin embargo, se han identificado deficiencias en la comunicación interna que afectan la colaboración y la motivación de los empleados. Es crucial que la organización desarrolle un plan de acción que incluya la capacitación en habilidades comunicativas, la promoción de un ambiente de trabajo positivo y la utilización de herramientas adecuadas para facilitar el flujo de información. Además, se debe fomentar la participación activa de todos los miembros del equipo, asegurando que sus opiniones y sugerencias sean valoradas. Esto no solo incrementará el compromiso de los empleados, sino que también fortalecerá las relaciones interpersonales, creando un sentido de pertenencia y colaboración que es vital para el éxito del área de comercialización.

4.2 Recomendaciones

Ante las evidencias encontradas, se proponen las siguientes recomendaciones en aras de mejorar la comunicación efectiva como elemento clave para la conformación de equipos de trabajo en el Área de Comercialización de la empresa.

Una comunicación clara y abierta es fundamental para fomentar un ambiente colaborativo que impulse el desempeño laboral y la satisfacción del talento humano. Es esencial que la institución implemente estrategias que promuevan la escucha activa y la retroalimentación constructiva. Esto no solo facilitará la resolución de conflictos, sino que también alentará a los empleados a compartir ideas y sugerencias, contribuyendo a un ambiente de confianza y respeto mutuo. La comunicación efectiva debe ser vista como un proceso bidireccional, donde cada miembro del equipo se sienta valorado y escuchado.

Establecer canales de comunicación adecuados que permitan un flujo de información fluido y accesible. Esto incluye el uso de herramientas digitales que faciliten la colaboración y la gestión de proyectos, asegurando que todos los integrantes del equipo estén alineados con los objetivos comunes.

Implementar políticas que promuevan una comunicación abierta y transparente entre todos los niveles jerárquicos. Aunque la transmisión de información es esencial para el funcionamiento diario, lo más importante es crear un espacio donde los empleados se sientan seguros para expresar sus ideas, inquietudes y sugerencias. Los líderes deben ser accesibles y receptivos, mostrando interés genuino en las opiniones de sus colaboradores.

Crear un programa de capacitación y desarrollo profesional para los trabajadores, para fomentar un ambiente de trabajo positivo y productivo, es esencial que la institución la establezca. Este programa debe estar diseñado para proporcionar a los empleados las habilidades y conocimientos necesarios para desempeñar sus funciones de manera efectiva y para avanzar en sus carreras dentro de la empresa. Al invertir en la formación continua de los trabajadores, se demuestra un compromiso con su crecimiento personal y profesional, lo que a su vez aumenta la satisfacción laboral. De esta manera los empleados sientan que la empresa se preocupa por su desarrollo y son

más propensos a estar motivados y a contribuir de manera significativa al éxito del equipo. Además, el programa debe incluir oportunidades para que los empleados participen en proyectos desafiantes y colaborativos, lo que les permitirá aplicar lo aprendido en situaciones reales y fortalecer su sentido de pertenencia.

La implementación de actividades recreativas en un entorno diferente al lugar de trabajo estimula la comunicación y las interacciones entre los empleados. Este tipo de iniciativas favorece el desarrollo de relaciones saludables y amistades entre los miembros del equipo. Además, promover un ambiente laboral divertido e inspirador motiva a los empleados a disfrutar de su trabajo, lo que puede acarrear beneficios significativos para la organización. Los empleados satisfechos tienden a ser más leales, y esa lealtad puede traducirse en un rendimiento excepcional y en contribuciones valiosas para el éxito del equipo.

CAPITULO VI

PROPUESTA

ACCIONES PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN EFECTIVA COMO ELEMENTO CLAVE PARA LA CONFORMACIÓN DE EQUIPO DE TRABAJO EN EL ÁREA DE COMERCIALIZACIÓN DE LA EMPRESA CORPOELEC GUASDUALITO, MUNICIPIO PÁEZ ESTADO APURE.

6.1. Presentación de la Propuesta

La comunicación permite la coordinación de actividades entre los miembros del equipo, lo que es vital para alcanzar los objetivos comunes. Una comunicación clara y eficiente facilita que los integrantes del equipo puedan trabajar de manera sincronizada y cooperativa. Según Newstrom y Davis (2003), la comunicación es "la transferencia de información de una persona a otra. Es una forma de llegar a los demás transmitiendo ideas, hechos, pensamientos, sentimientos y valores" (p. 192-220). Por tanto, Una comunicación produce actitudes más positivas en los miembros del equipo, lo que se manifiesta en un mayor nivel de motivación y compromiso en el desempeño de sus funciones. Cuando los empleados sienten que sus ideas son valoradas, que reciben reconocimiento y apoyo de sus compañeros, se crea un ambiente de satisfacción que genera mayor cooperación y mejora el clima laboral.

En este orden de ideas, la satisfacción del trabajador es directamente proporcional a la productividad. Un empleado que se siente bien remunerado, cuyo trabajo es reconocido y que tiene posibilidades de ascenso, es un empleado agradecido y comprometido que va a trabajar con mayor entusiasmo y eficiencia, sino que también se verá reflejado en la satisfacción de los usuarios. Por esa razón, resulta de suma importancia que el ámbito de trabajo sea adecuado, para conseguir un equipo motivado y productivo y en el caso específico en el Área de Comercialización Corpoelec Guasdualito estado apure.

6.2 Objetivos de la Propuesta

Objetivo General.

Diseñar acciones para el fortalecimiento de la comunicación efectiva como elemento clave para la conformación de equipo de trabajo en el Área de Comercialización de la empresa Corpoelec Guasdualito, Municipio Páez Estado Apure.

Objetivos Específicos.

Promover en todo el personal los beneficios de la comunicación efectiva y su impacto en el logro de resultados significativos.

Fomentar un ambiente de confianza en la comunicación en pro del mejoramiento de los equipos de trabajo en la institución.

6.3 Justificación de la Propuesta

En un ente, en la medida en que la comunicación efectiva es fundamental para el éxito de cualquier equipo de trabajo. Facilita el intercambio de información, la resolución de problemas y la toma de decisiones. Un entorno donde la comunicación fluye adecuadamente que permitirá que los miembros del equipo comprendan claramente sus roles y responsabilidades, lo que a su vez mejora la productividad y reduce la ambigüedad en las tareas asignadas. Además, un ambiente de comunicación abierta y honesta promueve la confianza entre los miembros del equipo, lo que es crucial para un trabajo colaborativo exitoso, a su vez juega un papel fundamental en la gestión de conflictos, permitiendo abordar y resolver desacuerdos de manera constructiva.

En este orden de ideas, se justifica la propuesta referente al diseño de acciones para el fortalecimiento de la comunicación y la conformación de equipos de trabajo, porque la misma contribuirá a mejorar el Área de Comercialización de la empresa Corpoelec Guasdualito, Municipio Páez Estado Apure. De esta misma manera se obtendrá un entorno laboral de constante cambio, la capacidad de comunicarse de manera efectiva permite a los equipos adaptarse rápidamente a nuevas circunstancias. Al implementar estrategias para mejorar la comunicación, como establecer expectativas claras, fomentar un ambiente de confianza y utilizar herramientas tecnológicas, las

organizaciones pueden maximizar el potencial de sus equipos y alcanzar sus objetivos de manera más eficiente.

6.4 Factibilidad de la Propuesta

En primera instancia, cuando se habla sobre la factibilidad se refiere el grado de disponibilidad y compromiso de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas antes mencionados Robinson y Judge (2013), argumentan que "el compromiso de los empleados no solo se relaciona con su disposición para trabajar hacia los objetivos establecidos, sino que también afecta la utilización de los recursos disponibles, lo que a su vez determina la factibilidad de alcanzar las metas organizacionales" (p. 245). Esta idea resalta la importancia de evaluar tanto la disponibilidad de recursos como el compromiso del personal para garantizar que los proyectos se ejecuten de manera efectiva., Por lo tanto, surgen estudios amplios de la factibilidad técnica - operativa, financiera y social del proyecto, que determina la posibilidad de ser ejecutado en forma efectiva que esa posee. En tal sentido, a fin de garantizar la factibilidad propuesta, a continuación, se da a conocer los elementos que la hacen factible:

Desde el punto de vista técnico y operativo: el diseño tiene como objetivo un plan de acciones para el fortalecimiento en el Área de Comercialización de la empresa Corpoelec Guasdalito, Municipio Páez Estado Apure. es factible, ya que existen los recursos necesarios para ponerlo en marcha, destacando entre ellos: Equipo audiovisual, espacio para la capacitación, disposición de las partes involucradas, y el recurso humano necesario para su aplicación.

Desde el punto de vista Financiera: El diseño de la propuesta es factible financieramente, porque los requerimientos económicos no son significativos, y de ser necesaria cantidades considerables.

Desde el punto de vista social: el desarrollo de la propuesta es lograr Socialmente la ejecución y factibilidad para beneficiar al personal adscrito en el Área de Comercialización de la empresa Corpoelec Guasdalito, además se verá beneficiados

los usuarios y la ciudadanía en general, ya que al disponer de un servicio de calidad obtendrá unos resultados en pro del desarrollo social de la corporación

6.5 Diseño de la Propuesta.

6.5.1 Estructura del Plan de Accion



Fuente : Páez Maiver (2024).

Acción 1
**PROMOVER EN TODO EL PERSONAL
 LOS BENEFICIOS DE LA
 COMUNICACIÓN EFECTIVA Y SU
 IMPACTO EN EL LOGRO DE
 RESULTADOS SIGNIFICATIVOS.**

CONTENIDO

- DEFINICIÓN DE COMUNICACIÓN EFECTIVA.
- IMPORTANCIA.
- ELEMENTOS CLAVES DE LA COMUNICACIÓN EFECTIVA.
- HABILIDADES DE COMUNICACIÓN VERBAL Y NO VERBAL.
- ESCUCHA ACTIVA Y EMPATÍA.
- ADAPTACIÓN DEL MENSAJE AL PÚBLICO OBJETIVO.

Estrategia
Taller sobre
Empatía
Comunicacional

TIEMPO
 4
 Sesiones de
 120 minutos

ACTIVIDADES

Socializar los diferentes conceptos de comunicación efectiva.

- Mediante simulaciones de casos, comprender y reconocer los beneficios de una comunicación efectiva, en el establecimiento de relaciones sólidas y la construcción de equipos de trabajo.
- A través de una combinación de teorías y análisis de casos, los participantes adquirirán conocimientos y habilidades necesarias para expresar ideas de manera clara y concisa.
- Mediante dinámicas de grupo los participantes aprenderán técnicas para articular ideas de manera clara y coherente en diferentes contextos y situaciones, así como también para mejorar el lenguaje corporal gestos y expresiones.
- Mediante ejercicios prácticos de simulaciones de caso los participantes aprenderán a escuchar de manera activa y receptiva mostrando empatía y comprensión hacia los demás, fortaleciendo así las relaciones interpersonales del grupo.
- Mediante prácticas de comunicación, los participantes desarrollarán habilidades para comunicarse de manera efectiva con diferentes grupos y personas, con distintos estilos de comunicación, adaptando el mensaje según el contexto y las necesidades del público.

RECURSOS HUMANO

Humanos:

- Facilitador.
- Persona preparada en el área.
- Participantes.

Materiales.

- Video Beam, material impreso,
- Carpetas, lápices,

Acción 2
FOMENTAR UN AMBIENTE DE
CONFIANZA EN PRO DEL
MEJORAMIENTO DE LOS EQUIPOS
DE TRABAJO EN LA INSTITUCIÓN.

CONTENIDO

- Colaboración y trabajo en equipo.
- La diversidad y la inclusión en el equipo.
- Construcción de Equipos cohesionados.

Estrategia
Taller de
creatividad e
innovación

TIEMPO
6
Sesiones de 120 minutos

ACTIVIDADES

- Mediante constructos teóricos y ejercicios prácticos los participantes examinarán y conocerán la importancia que tiene la colaboración en los equipos de trabajos y la efectividad en el cumplimiento de las metas.
- A través de dinámicas de grupos y simulaciones de casos, los participantes aprenderán que la colaboración activa entre los miembros del equipo conduce a una mayor creatividad y una efectiva resolución de problemas.
- Explorar estudios de casos reales, donde se han aplicado estrategias que incluyen el establecimiento de una visión y metas compartidas.
- Mediante ejercicios prácticos los participantes desarrollarán habilidades para superar las barreras que pueda obstaculizar la colaboración y el trabajo en equipo.
- Mediante una socialización los participantes aprenderán la importancia de la diversidad en el equipo y cómo puede generar ideas innovadoras para mejores resultados.
- A través de dinámicas de grupos, los participantes aprenderán a desarrollar habilidades de resolución de conflictos y manejo de situaciones desafiantes dentro del equipo.
- Mediante ejercicios prácticos, los participantes conocerán herramientas y técnicas para fortalecer la colaboración, apoyo mutuo y la confianza.

RECURSOS HUMANO

Humanos:
Facilitador.
Persona preparada en el área.
Participantes.

REFERENCIAS.

- Ameri, M. (2020). El clima laboral y su influencia en el desempeño organizacional.
- Arias, A. (2006). Marco legal para la investigación. [Editorial, si aplica]. Satellite (uc3m.es)
- Arias, D., & Cangalaya, L. M. (2021). Investigar y escribir con APA 7. Ediciones de la U.
- Arias, F. (2012). El Proyecto de Investigación. Recuperado de <http://es.scribd.com/doc/131137657/EL-PROYECTO-DE>.
- Arias, F. G. (2012). El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica (6a ed.). Editorial Episteme.
- Arias, F. G. (2012). El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica. 6ta ed. Caracas: Episteme.
- Arias, F. G. (2012). El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica. 6ta ed. Episteme.
- Arias, F. G. (2012). El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica. 6ta ed. Episteme.
- Balestrini, M. (2006). Como se elabora el proyecto de investigación: (para los Estudios Formulativos o Exploratorios, Descriptivos, Diagnósticos, Evaluativos, Formulación de Hipótesis Causales, Experimentales y los Proyectos Factibles). 7ma ed. Caracas.
- Bastardas Boada, Albert. (1995). Comunicación humana y paradigmas holísticos. CLAVES de razón práctica, 51, pp. 59-78.
- Belbin, R. M. (1981). Management Equipos: por qué tienen éxito o fracasan. Heinemann
- Benne, K., & Sheats, P. (1948). Equipos: por qué tienen éxito o fracasan. Heinemann
- Bermejo, J. (2005). Metodología de la investigación. Ediciones Paraninfo.
- Bermúdez, F. G. (2023). Cómo escribir con claridad. [Editorial, si aplica].
- Chiavenato, I. (2006). Gestión del talento humano. McGraw-Hill.

Chiavenato, I. (2006). Introducción a la teoría general de la administración (7a ed.). McGraw-Hill Interamericana.

Chiavenato, I. (2006). Introducción a la teoría general de la administración (7a ed.). McGraw-Hill Interamericana.

Chiavenato, I. (2006). Introducción a la teoría general de la administración (7a ed.). McGraw-Hill Interamericana.

Chiavenato, I. (2006). Introducción a la teoría general de la administración (7a ed.). McGraw-Hill Interamericana.

Chiavenato, I. (2006). Introducción a la teoría general de la administración (7a ed.). McGraw-Hill.

Chiavenato, I. (2006). Introducción a la teoría general de la administración (7a ed.). McGraw-Hill.

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999), La Ley Orgánica de los Trabajadores y Trabajadoras (2012)

Corella, M. A. R. (2000). El Poder de la Comunicación en las Organizaciones.

Chiavenato, I. (2006). Gestión del talento humano. McGraw-Hill. estión del talento humano - Chiavenato.

El Marco Teórico Balestrini Proyecto de Investigación - PDFCOFFEE.COM

Fernández, A. (2017). La comunicación persuasiva en el ámbito organizacional. La comunicación persuasiva en el ámbito organizacional - Fernández.

Giraldo Bermúdez, J. (2023). Inteligencia emocional en el trabajo. Editorial Planeta Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf (uv.mx)

Habermas, J. (1981). Teoría de la acción comunicativa. Taurus, Madrid.

Habermas, Jürgen. (1981). Teoría de la acción comunicativa: Racionalidad de la acción y racionalización social. Taurus.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación (5ª ed.). McGraw Hill Interamericana.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación. 5ta ed. McGraw-Hill. cap03.pdf (urbe.edu).

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación. McGraw-Hill.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2012). Metodología de la investigación. McGraw-Hill.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. McGraw-Hill

<http://es.slideshare.net/paundpro/el-proyecto-de-investigacion-fidias-arias-2012>

Hurtado, J. (2008). Metodología de la investigación: Guía para la comprensión holística de la ciencia. Quirón Ediciones. [Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf \(uv.mx\)](#).

Hurtado, J. (2010). Metodología de la investigación: Guía para la comprensión holística de la ciencia. Quirón Ediciones

Jablin, F. M. (1986). Comunicación organizacional: Una perspectiva integradora. En M. E. Roloff & G. R. Miller (Eds.), Exploración de la comunicación interpersonal (pp. 438-467).

Katzenbach, J. R. (2000). El trabajo en equipo: ventajas y dificultades. Granica

Katzenbach, J. R., & Smith, D. K. (1993). La sabiduría de los equipos: Creando la organización de alto rendimiento. Prensa de negocios de Harvard.

Katzenbach, J. R., & Smith, D. K. (1993). La sabiduría de los equipos: creando la organización de alto rendimiento. Prensa de la Escuela de Negocios de Harvard. [Katzenbach y Smith - Praxis Framework](#).

Kouzes y Posner (1987), citados por Naisbitt y Abuderne (2001), sobre la credibilidad en el liderazgo:g

Kouzes, J. M., & Posner, B. Z. (1987). El reto del liderazgo: cómo hacer cosas extraordinarias en las organizaciones. Jossey-Bajo.

Ley Orgánica del Trabajo, los Trabajadores y las Trabajadoras (2012)

Lipa (2020), [ideas34 Tras las Huellas del Lipa ISBN978-958-505-401-1.pdf \(unal.edu.co\)](#).

Martínez de Velasco, A., & Nosnik, A. (2002). Comunicación organizacional práctica: Manual gerencial. México:

Martínez de Velasco, A., & Nosnik, A. (2002). Comunicación organizacional práctica. México: Trillas.

Martínez, A., & Nosnik, A. (2002). Comunicación organizacional. México:

Martínez, A., & Nosnik, A. (2002). La comunicación en las organizaciones. Trillas.

Microsoft Word - CAPITULO 2.doc (udlap.mx).

Montilla (2018) Estrategias motivacionales para el fortalecimiento del desempeño laboral en el personal académico de la UNELLEZ, Guasdalito, Municipio Páez, Estado Apure.

Naisbitt, J., & Aburdene, P. (2001). Megatrends 2000: Diez nuevas direcciones para la década de 1990. Avon Books.

Newstrom, J. W. (2007). Comportamiento organizacional. McGraw-Hill.

Newstrom, J. W. (2007). Comportamiento organizacional: El comportamiento humano en los negocios. McGraw-Hill.

Newstrom, J. W. (2007). Comportamiento organizacional: El comportamiento humano en los negocios. McGraw-Hill.

Newstrom, J. W. (2007). Comportamiento organizacional: El comportamiento humano en los negocios. McGraw-Hill.

Newstrom, J. W. (2007). Comportamiento organizacional: El comportamiento humano en los negocios. McGraw-Hill.

Newstrom, J. W. (2007). Comportamiento organizacional: El comportamiento humano en los negocios. McGraw-Hill. "El intercambio y la comprensión de un individuo con otro" (p. 45).

Newstrom, J. W. (2007). Comportamiento organizacional: Un enfoque de gestión. McGraw-Hill.

Newstrom, J. W., & Davis, K. (2003). Comportamiento humano en el trabajo. McGraw-Hill.

Nóbrega, A. (2017). Metodología de la investigación. [Editorial, si aplica].

Ortiz, J. (2015). Plan estratégico dirigido al personal directivo, docentes y administrativos con el fin de optimizar el clima organizacional (Trabajo de grado)

- Otero, J. (2014). Comunicación efectiva en las organizaciones. [Editorial, si aplica].
- Palella, S., & Martins, F. (2006). Metodología de la investigación. 2da ed. Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador. [Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf \(uv.mx\)](#),
- Palella, S., & Martins, F. (2010). Metodología de la investigación cuantitativa. Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador.
- Palella, S., & Martins, F. (2010). Metodología de la investigación cuantitativa. Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador.
- Palella, S., & Martins, F. (2012). Metodología de la investigación cuantitativa. Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador.
- Palmero, F., García Fernández-Abascal, E., & Martínez-Sánchez, F. (2002). Psicología de la motivación y emoción. Madrid: Pearson Educación.
- Pascuali (2018) y la comunicación humana Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, núm. 109, 2010, pp. 9-12 Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina Quito, Ecuador
- Pasquali y la comunicación humana Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, núm. 109, 2010, pp. 9-12 Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina Quito, Ecuador
- Recinos (2021). El título de su trabajo de investigación fue "Comunicación efectiva y su relación con el trabajo en equipos de los docentes.
- Robinson, R. B., & Judge, T. A. (2013). Comportamiento organizacional (15a ed.). Pearson.
- Rondón (2019), Plan estratégico basado en el entrenamiento organizacional para la formación de equipos de alto desempeño en la Coordinación.
- Sabino, C. (2000). El proceso de investigación. Ed. Panapo. [el-proceso-de-investigacion-carlos-sabino.pdf \(wordpress.com\)](#).
- Sabino, C. (2008). El proceso de investigación. Ed. Panapo.
- Tamayo, M. A., & Tamayo, J. (2001). Métodos de investigación. McGraw-Hill.

Tamayo, M. A., & Tamayo, J. (2010). Metodología de la investigación. McGraw-Hill.

Universidad Pedagógica Experimental Libertador (UPEL). (2008). Manual de Trabajos de Grado, Especialización, Maestría y Doctorado.

Universidad Pedagógica Experimental Libertador (UPEL). (2012). Manual de Trabajos de Grado, Especialización, Maestría y Doctorado. Caracas: FEDUPEL.

Universidad Pedagógica Experimental Libertador (UPEL). (2012). Manual de Trabajos de Grado, Especialización, Maestría y Doctorado.

UPEL - Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales, 5ta ed - Studocu.

Vivas (2022) <https://www.uncervantes.cl/universidad-miguel-de-cervantes-destaca-en-el-ambito-academico-con-nuevas-investigaciones-del-equipo-de-postgrado-en-educacion/>

Yépez, Y. (2017). Estrategias gerenciales basadas en la comunicación eficaz para el mejoramiento del clima organizacional (Trabajo de grado de Maestría). Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales Ezequiel Zamora, Barinas, Venezuela.

ANEXOS

Anexo A.
Instrumento de Recolección de Información

**Universidad Nacional
Experimental
De los Llanos Occidentales
“EZEQUIEL ZAMORA”**



La Universidad que Siembra

Vicerrectorado de Planificación y Desarrollo Social

Coordinación de Estudios Avanzados

Postgrado en Gerencia Pública

CUESTIONARIO

Nº	Ítems	Respuestas		
		Siempre	Algunas Veces	Nunca
Variable: Comunicación Efectiva				
1	¿Posees habilidad para comunicarte de forma breve sin perjudicar el mensaje?			
2	¿Consideras que la información entre los departamentos es la necesaria y concisa para evitar malos entendidos y confusiones?			
3	¿Consideras que las informaciones que se manejan dentro de la empresa son verificadas antes de comunicarlas?			
4	¿en algunos casos has sentido que te oculta información relevante para la ejecución de un trabajo?			
5	¿Inviertes tiempo para ser un mejor comunicador¿			
6	¿Consideras que al comunicarte lo haces de forma fácil, directa y transparente?			
7	¿Consideras que la comunicación dentro de la empresa se utilizan vocablos excesivamente técnicos cuando no son necesarios?			
8	¿Las comunicaciones escritas son claras y coherentes?			
9	¿Se evidencias expresiones ofensivas y que falten el respeto entre compañeros de trabajo y supervisores?			
10	¿Has utilizado expresiones que ofenden dentro de tu sitio de trabajo?			
11	¿Expresas con amabilidad opiniones en la que no estás de acuerdo?			
12	¿Se tiene en cuenta tu bienestar emocional y personal en las comunicaciones?			

13	¿Considera que los coordinadores al dirigirse verbalmente al personal lo hacen despacio y con claridad consiguiendo atraer la atención de los mismos?			
14	¿Consideras que el tono de voz según el contexto y la audiencia es el adecuado dentro de la empresa?			
Variable: Equipos de Trabajo				
15	¿Has evidenciado en tus compañeros voluntad de aprender nuevas técnicas o métodos para ser aplicados en sus labores diarias ?			
16	¿Percibe que la retroalimentación constructiva en las reuniones de equipo mejora su capacidad para aplicar lo aprendido en situaciones reales de trabajo?			
17	¿Cooperas con tus compañeros a cumplir con las tareas encomendadas?			
18	¿ Mantienes buenas relaciones interpersonales con tus compañeros?			
19	¿Consideras que los equipos de trabajo están orientados a la solución de problemas y no a la búsqueda de culpables?			
20	¿En la búsqueda de solución a problemas incorporan representantes de las distintas áreas funcionales?			
21	¿Consideras que entre compañeros de trabajo intercambian experiencias y conocimientos para tomar decisiones y formular soluciones de forma colaborativa?			
22	¿Consideras que el intercambio de habilidades que se produce en un equipo de trabajo contribuyen a la generación de ideas innovadoras y a las mejoras continuas en los procesos comerciales?			
23	¿Consideras que tienes la capacidad de generar ideas originales para solventar situaciones de manera innovadora?			
24	¿Consideras que al trabajar en equipo los integrantes de éste sienten un compromiso no sólo con el trabajo a realizar, sino que también con sus compañeros?			
25	¿Con qué frecuencia siente que la comunicación abierta sobre los logros y desafíos del equipo contribuye a su sentido de pertenencia y compromiso?			

Anexo B.
ACTA DE VALIDACIÓN

**Universidad Nacional Experimental
De los Llanos Occidentales
"Ezequiel Zamora"**



La Universidad que Siembra

**Vicerrectorado de Planificación y Desarrollo Social
Subprograma de Estudios Avanzados
Maestría en Administración
Mención Gerencia General**

Carta de Validación

Yo, Dra. Gladys Kahterine García, titular de la cédula de identidad N° 13.185.557, por medio de la presente hago constar que he leído y evaluado el instrumento de recolección de datos correspondiente al Trabajo de Grado titulado: **La Comunicación Efectiva Como Elemento Clave Para Conformación De Equipos De Trabajo En El Área De Comercialización de la empresa Corpoelec Guasualito Estado Apure**, presentado por la Licenciada. **Maiver Alejandra. Páez Cravo**, Cedula de Identidad. **V- 19.950.114**, para optar al grado de Magister Scientiarum, el cual apruebo en calidad de validador.

En Guasualito, a los 10 días del mes de abril de 2024.

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'G. Kahterine', written over a horizontal line.

Dra. Gladys Kahterine García.

C.I.: 13.185.557

Anexo B.
ACTA DE VALIDACIÓN

**Universidad Nacional Experimental
De los Llanos Occidentales
"Ezequiel Zamora"**



La Universidad que Siembra

**Vicerrectorado de Planificación y Desarrollo Social
Subprograma de Estudios Avanzados
Maestría en Administración
Mención Gerencia General**

Carta de Validación

Yo, Dra. Gladys Kahterine García, titular de la cédula de identidad N° 13.185.557, por medio de la presente hago constar que he leído y evaluado el instrumento de recolección de datos correspondiente al Trabajo de Grado titulado: **La Comunicación Efectiva Como Elemento Clave Para Conformación De Equipos De Trabajo En El Área De Comercialización de la empresa Corpoelec Guasqualito Estado Apure**, presentado por la Licenciada. **Maiver Alejandra. Páez Cravo**, Cedula de Identidad. **V- 19.950.114**, para optar al grado de Magister Scientiarum, el cual apruebo en calidad de validador.

En Guasqualito, a los 10 días del mes de abril de 2024.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'G. Kahterine', written over a horizontal line.

Dra. Gladys Kahterine García.

C.I.: 13.185.557

Cuadro de Validación para el Cuestionario
Datos del Experto

Nombre y Apellido: Jaime García
 C.I. N° 13185557 Profesión: Contador Público / Administradora
 Fecha de la Validación: 07 de Educación

	Pertinencia		Coherencia		Claridad		Recomendaciones		
	Si	No	Si	No	Si	No	Aceptar	Modificar	Eliminar
1	✓		✓		✓		✓		
2	✓		✓		✓		✓		
3	✓		✓		✓		✓		
4	✓		✓		✓		✓		
5	✓		✓		✓		✓		
6	✓		✓		✓		✓		
7	✓		✓		✓		✓		
8	✓		✓		✓		✓		
9	✓		✓		✓		✓		
10	✓		✓		✓		✓		
11	✓		✓		✓		✓		
12	✓		✓		✓		✓		
13	✓		✓		✓		✓		
14	✓		✓		✓		✓		
15	✓		✓		✓		✓		
16	✓		✓		✓		✓		
17	✓		✓		✓		✓		
18	✓		✓		✓		✓		
19	✓		✓		✓		✓		
20	✓		✓		✓		✓		
21	✓		✓		✓		✓		
22	✓		✓		✓		✓		
23	✓		✓		✓		✓		
24	✓		✓		✓		✓		
25	✓		✓		✓		✓		

Observaciones: _____


 Firma

**Universidad Nacional Experimental
De los Llanos Occidentales
"Ezequiel Zamora"**



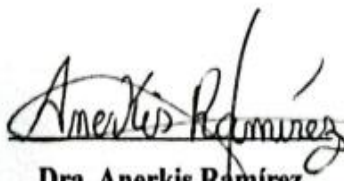
La Universidad que Siembra

**Vicerrectorado de Planificación y Desarrollo Social
Subprograma de Estudios Avanzados
Maestría en Administración
Mención Gerencia General**

Carta de Validación

Yo, Dra. Anerkis Ramírez, titular de la cédula de identidad N° 15.031.179, por medio de la presente hago constar que he leído y evaluado el instrumento de recolección de datos correspondiente al Trabajo de Grado titulado: **La Comunicación Efectiva Como Elemento Clave Para Conformación De Equipos De Trabajo En El Área De Comercialización de la empresa Corpoelec Guasualito Estado Apure**, presentado por la Licenciada. **Maiver Alejandra. Páez Cravo**, Cedula de Identidad. **V- 19.950.114**, para optar al grado de Magister Scientiarum, el cual apruebo en calidad de validador.

En Guasualito, a los 10 días del mes de abril de 2024.



Dra. Anerkis Ramírez
C.I. 15.031.179

**Cuadro de Validación para el Cuestionario
Datos del Experto**

Nombre y Apellido: ANERKIS RAMIREZ
 C.I. N° 15.031.179 Profesión: CONTADOR PUBLICO
 Fecha de la Validación: _____

	Pertinencia		Coherencia		Claridad		Recomendaciones		
	Si	No	Si	No	Si	No	Aceptar	Modificar	Eliminar
1	✓		✓		✓		✓		
2	✓		✓		✓		✓		
3	✓		✓		✓		✓		
4	✓		✓		✓		✓		
5	✓		✓		✓		✓		
6	✓		✓		✓		✓		
7	✓		✓		✓		✓		
8	✓		✓		✓		✓		
9	✓		✓		✓		✓		
10	✓		✓		✓		✓		
11	✓		✓		✓		✓		
12	✓		✓		✓		✓		
13	✓		✓		✓		✓		
14	✓		✓		✓		✓		
15	✓		✓		✓		✓		
16	✓		✓		✓		✓		
17	✓		✓		✓		✓		
18	✓		✓		✓		✓		
19	✓		✓		✓		✓		
20	✓		✓		✓		✓		
21	✓		✓		✓		✓		
22	✓		✓		✓		✓		
23	✓		✓		✓		✓		
24	✓		✓		✓		✓		
25	✓		✓		✓		✓		

Observaciones: NINGUNA

Firma

**Universidad Nacional Experimental
De los Llanos Occidentales
"Ezequiel Zamora"**



La Universidad que Siembra

**Vicerrectorado de Planificación y Desarrollo Social
Subprograma de Estudios Avanzados
Maestría en Administración
Mención Gerencia General**

Carta de Validación

Yo, Msc. Ana Figueroa, titular de la cédula de identidad N° 16.333.583, por medio de la presente hago constar que he leído y evaluado el instrumento de recolección de datos correspondiente al Trabajo de Grado titulado: **La Comunicación Efectiva Como Elemento Clave Para Conformación De Equipos De Trabajo En El Área De Comercialización de la empresa Corpoelec Guasdualito Estado Apure**, presentado por la Licenciada. **Maiver Alejandra. Páez Cravo**, Cedula de Identidad. V-19.950.114, para optar al grado de Magister Scientiarum, el cual apruebo en calidad de validador.

En Guasdualito, a los 10 días del mes de abril de 2024.

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Ana Figueroa', written over a horizontal line.

Msc. Ana Figueroa.

C.I.: 16.333.583

Cuadro de Validación para el Cuestionario
Datos del Experto

Nombre y Apellido: Ana Figueroa
 C.I. N° 16.333.583 Profesión: Docente
 Fecha de la Validación: _____

	Pertinencia		Coherencia		Claridad		Recomendaciones		
	Si	No	Si	No	Si	No	Aceptar	Modificar	Eliminar
1	✓		✓		✓		✓		
2	✓		✓		✓		✓		
3	✓		✓		✓		✓		
4	✓		✓		✓		✓		
5	✓		✓		✓		✓		
6	✓		✓		✓		✓		
7	✓		✓		✓		✓		
8	✓		✓		✓		✓		
9	✓		✓		✓		✓		
10	✓		✓		✓		✓		
11	✓		✓		✓		✓		
12	✓		✓		✓		✓		
13	✓		✓		✓		✓		
14	✓		✓		✓		✓		
15	✓		✓		✓		✓		
16	✓		✓		✓		✓		
17	✓		✓		✓		✓		
18	✓		✓		✓		✓		
19	✓		✓		✓		✓		
20	✓		✓		✓		✓		
21	✓		✓		✓		✓		
22	✓		✓		✓		✓		
23	✓		✓		✓		✓		
24	✓		✓		✓		✓		
25	✓		✓		✓		✓		

Observaciones: Aplicar el instrumento


 Firma

