

Universidad Nacional Experimental
de los Llanos Occidentales
"EZEQUIEL ZAMORA"



LA UNIVERSIDAD QUE SIEMBRA

VICERRECTORADO
DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO SOCIAL
ESTADO BARINAS

ESTRATEGIAS BASADAS EN LA MOTIVACIÓN, PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN ASERTIVA

Autora: Leudys Moreno Varillas
Tutora: MSC. María Isolina Dávila

SANTA BARBARA, ABRIL DEL 2018

**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**

**ESTRATEGIAS BASADAS EN LA MOTIVACIÓN, PARA EL
FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN ASERTIVA EN LA OFICINA
DE CORPOELEC, SANTA BÁRBARA, MUNICIPIO EZEQUIEL ZAMORA DEL
ESTADO BARINAS**

**Requisito parcial para optar al grado de
Magister Scientiarum Gerencia General**

AUTORA:

Leudys Moreno Varillas

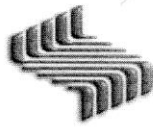
C.I: 20.733.056

TUTORA:

MSc. María Isolina Dávila

C.I: 9.184.121

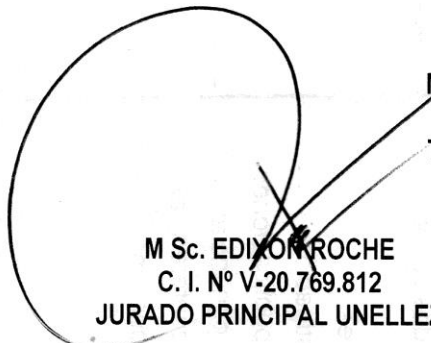
SANTA BARBARA, ABRIL DEL 2018

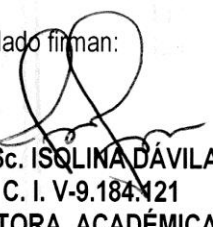



ACTA DE ADMISIÓN


Siendo las 9:00 am del día Martes 24 de Abril de 2018, reunidos en la Coordinación del Área de Postgrado, del Vicerrectorado de Planificación y Desarrollo Social de la UNELLEZ, los profesores: **ISOLINA DÁVILA (Tutora Académica UNELLEZ), EDIXON ROCHE Jurado Principal UNELLEZ Y JAZMÍN DÍAZ Jurado Suplente Externo** titulares de las Cédulas de Identidad N°: **V-9.184.121, V-20.769.812 y V-9.362.438** respectivamente, quienes fueron designados por la Comisión Técnica de Estudios de Postgrado del Vicerrectorado de Planificación y Desarrollo Social UNELLEZ, _____, como miembros del Jurado para conocer el contenido del Trabajo de Grado presentado por: **LEUDYS MORENO**, titular de la Cédula de Identidad N° **V-20.733.056**, titulado **“ESTRATEGIAS BASADAS EN LA MOTIVACIÓN PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN ASERTIVA EN LA OFICINA CORPOELEC SANTA BÁRBARA AÑO 2016”**, con el cual aspira obtener el Grado Académico **Magister en Administración Mención: Gerencia General**; quienes de acuerdo con lo establecido en el **Artículo 31** de la Sección Cuarta de los Trabajos Técnicos, Trabajos Especiales de Grado, Trabajos de Grado y Tesis Doctorales del Reglamento de Estudios de Postgrado de la UNELLEZ, decidieron **ADMITIR** por unanimidad el Trabajo de Grado aquí señalado y fijar su defensa pública para el día **Domingo 29 de Abril de dos mil dieciocho, a las 10:00 am.**

Dando fe y en constancia de lo aquí señalado firman:


M Sc. EDIXON ROCHE
C. I. N° **V-20.769.812**
JURADO PRINCIPAL UNELLEZ


M Sc. ISOLINA DÁVILA
C. I. **V-9.184.121**
TUTORA ACADÉMICA


M Sc. JAZMÍN DÍAZ
C.I. **V-9.362.438**
JURADO SUPLENTE EXTERNO


REPUBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL
UNELLEZ - SANTA BÁRBARA
COORDINACIÓN DE
POST GRADO
de los Llanos Occidentales Ezequiel Zamora

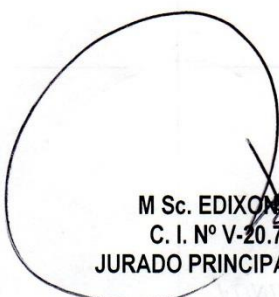
“La ciencia y la tecnología al servicio de la liberación permanente de la humanización del hombre”




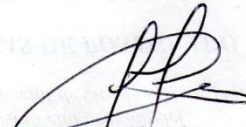
ACTA DE VEREDICTO


Siendo las **10:00 am** del día **Domingo 29 de Abril de 2018**, una vez cumplido con lo establecido en el Artículo 31, Sección Cuarta, del Reglamento de Estudios de Postgrado de la UNELLEZ, los profesores: **EDIXON ROCHE (Jurado Principal UNELLEZ)**, **JAZMÍN DÍAZ (Jurado Suplente Externo)** e **ISOLINA DÁVILA (Tutora Académica UNELLEZ)**, titulares de las Cédulas de Identidad N°: **V-20.769.812, V-9.362.438 y V-9.184.121**, respectivamente, miembros del Jurado Calificador del Trabajo de Grado titulado: **“ESTRATEGIAS BASADAS EN LA MOTIVACIÓN PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN ASERTIVA EN LA OFICINA CORPOELEC SANTA BÁRBARA AÑO 2016”**, presentado por: **LEUDYS MORENO**, titular de la Cédula de Identidad N° **V-20.733.056**, como parte de los requisitos para optar al Grado Académico de **Magister en Administración Mención: Gerencia General** procedimos a dar apertura y presenciar la sustentación de dicho trabajo por su ponente. Con una duración de 30 minutos. Posteriormente, el participante respondió a las preguntas formuladas por el jurado y defendió sus opiniones. Cumplidas todas las fases de la defensa, el jurado después de sus deliberaciones consideró por unanimidad, se acordó **APROBAR** el Trabajo de Grado aquí señalado.

Dando fe y en constancia firman:


M Sc. EDIXON ROCHE
C. I. N° **V-20.769.812**
JURADO PRINCIPAL UNELLEZ


M Sc. ISOLINA DÁVILA
C. I. **V-9.184.121**
TUTORA ACADÉMICA


M Sc. JAZMÍN DÍAZ
C.I. **V-9.362.438**
JURADO SUPLENTE EXTERNO


UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL
UNELLEZ - SANTA BARBARA
COORDINACION DE
POST GRADO

“La ciencia y la tecnología al servicio de la liberación permanente de la humanización del hombre”

DIRECCION: AV. 23 DE ENERO, FRENTE A REDOMA DE PUNTO FRESCO, FINAL MÓDULOS BARINAS II, BARINAS EDO. BARINAS
TELEFONO: 0273-5331393-5302141

Dedicatoria

Nuestra vida está llena de sueños e ilusiones y son estos los que nos hacen estar llenos de vida, es por eso que hoy me siento feliz de haber alcanzado uno de esos sueños. Por eso dedico este triunfo.

A Dios todopoderoso por iluminar mi camino y guiarme en aquellos momentos en cuales me sentí perdida. Por sembrar en mi corazón la fe y la esperanza para alcanzar tan anhelado sueño.

A mi madre, Yudith Romelia Varillas Patiño, por haberme dado su amor y comprensión, por ser modelo a seguir de perseverancia, por darme palabras de aliento y estímulo para seguir adelante. “Te Amo Mami”

A mi padre Daxon Olver Molina, hombre ejemplar y de energía inagotable, que con su ejemplo de lucha y superación me ayudo en el logro de mi meta.

A mis hermanos: los cuales han estado a mi lado, han compartido todos esos momentos que solo se pueden vivir entre hermanos y que han estado siempre alerta ante cualquier problema que se me pueda presentar Landys, Jackson y Olver Josue quienes me brindaron apoyo y confianza, que este triunfo le sirva de ejemplo.

En especial gratitud a mi Abuela Graciela MITA, quien fue pilar fundamental en mi triunfo. Por haber compartido momentos buenos y malos, tristes y alegres porque siempre estuviste pendiente de mí ayudándome en aquellos momentos cuando más te necesitaba, te dedico mi triunfo. Te Amo Abuelita.

A mi Abuelo Rafael Varillas: que me ilumina y guía desde el cielo.

A todos mis tíos en especial a mi tía Leyda, por brindarme todo su cariño y comprensión y siempre estar pendiente de mis estudios.

A mis Sobrinos: Jacksneider, Rafael, Daniel, por ser mis compañeros en todas mis batallas, brindándome su amor, cariño y admiración todos los días, por ser esas personitas incondicionales que me acompaña siempre. Por eso y mucho más les dedico este otro logro, para que sigan mi ejemplo y sean hombres de bien para el mañana.

A toda mi familia y amigos en general, a quienes no menciono porque la lista sería interminable. A todos los quiero mucho, gracias por estar ahí para mí.

Agradecimiento

En esta etapa final de nuestra carrera profesional y logrando el objetivo de realizar nuestro trabajo de grado y contando con la colaboración de algunas personas que han sido partícipes de este esfuerzo tan grande para nosotras queremos agradecer principalmente a:

A la Universidad Experimental de los Llanos Occidentales Ezequiel Zamora UNELLEZ por abrirnos sus puertas para realizar esta Maestría y brindarnos sus aulas para formarnos en ellas como personas y profesionales.

A los profesores por ofrecer las fuentes de conocimiento a lo largo de la especialización y muy especialmente a los Asesores por su orientación en el desarrollo de este trabajo.

A mi tutora Isolina Dávila, por brindarnos su apoyo y conocimientos y en especial por tenernos paciencia en la elaboración de este trabajo de aplicación.

A la Corporación de Servicios Eléctricos de Venezuela, (CORPOELEC), Zamora por permitir la elaboración del trabajo de grado en esta institución, por colaborar a lo largo de la investigación y suministrar la información necesaria para la elaboración del trabajo.



**UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL
DE LOS LLANOS OCCIDENTALES
“EZEQUIEL ZAMORA”**

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

Aceptación del Tutor

Por medio de la presente hago constar que he leído el trabajo de Grado, titulado: **ESTRATEGIAS BASADAS EN LA MOTIVACIÓN, PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN ASERTIVA EN LA OFICINA DE CORPOELEC, SANTA BÁRBARA, MUNICIPIO EZEQUIEL ZAMORA DEL ESTADO BARINAS.** Presentado por la licenciada Leudys Katherine Moreno Varillas, C.I. N° 20.733.056 para optar al título de Magister en Gerencia General, y acepto asesorar al estudiante, en calidad de tutor, durante el periodo de desarrollo del trabajo hasta su presentación y evaluación.

En la ciudad de Santa Bárbara, a los ocho días del mes de junio del año 2017.

Prof. María Isolina Dávila

C.I. V-9.184.121

Correo electrónico: maisodav67@gmail.com



**UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL
DE LOS LLANOS OCCIDENTALES
“EZEQUIEL ZAMORA”**

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

Aprobación del Tutor

Por medio de la presente hago constar que he leído el trabajo de Grado, titulado: **ESTRATEGIAS BASADAS EN LA MOTIVACIÓN, PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN ASERTIVA EN LA OFICINA DE CORPOELEC, SANTA BÁRBARA, MUNICIPIO EZEQUIEL ZAMORA DEL ESTADO BARINAS.** Presentado por la licenciada Leudys Katherine Moreno Varillas, C.I. N° 20.733.056 para optar al título de Magister en Gerencia General, 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 Santa Bárbara, a los ocho días del mes de marzo del año 2018.

Prof. María Isolina Dávila

C.I. V-9.184.121

Correo electrónico: maisodav67@gmail.com

ÍNDICE GENERAL

Resumen.....	xviii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO	
I EL PROBLEMA.....	4
Planteamiento del Problema.....	4
Objetivos de la Investigación.....	11
Objetivo General	11
Objetivos Específicos.....	11
Justificación	11
Alcance.....	13
Delimitación.....	14
II MARCO TEÓRICO.....	15
Antecedentes de la Investigación.....	15
Bases Teóricas.....	19
Motivación	20
Factores de la motivación.....	21
Teoría de la Jerarquía de las Necesidades.....	22
Estrategias Motivacionales	30
Asertividad en la Comunicación	32
Comunicación asertiva.....	36
Canal de comunicación.....	37
La toma de decisiones.....	38

Perseverancia.....	39
Compromiso.....	40
Bases legales.....	40
Operacionalizacion de las variables.....	42
III MARCO METODOLÓGICO.....	43
Naturaleza de la investigación	43
Tipo de Investigación.....	44
Diseño de la Investigación	45
Población y Muestra.....	46
Población.....	46
Muestra.....	46
Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.	47
Validez y Confiabilidad	48
Validez	48
Confiabilidad.....	49
Técnicas de procedimientos y análisis de información.....	50
IV PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	52
V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	62
Conclusiones	62
Recomendaciones.....	63
VI LA PROPUESTA	65
Presentación de la Propuesta.....	65
Marco de Acción y Fundamentación	66
Título de la Propuesta	68

Justificación de la Propuesta	68
Objetivos de la Propuesta.....	68
Factibilidad.....	71
Plan de acción.....	72
Referencias.....	77

Lista de Cuadro

	pp
Cuadro 1. Operacionalización de las variables.....	42
Cuadro 2. Tabla general de la dimensión Factores Motivantes.....	53
Cuadro 3. Tabla general de la dimensión Factores de Mantenimiento.....	55
Cuadro 4. Tabla general de la dimensión Rol Social de la empresa.....	59

Lista de Gráficos

	pp
Grafico 1. Factores motivantes.....	53
Grafico 2. Factores de Mantenimiento.....	55
Grafico 3. Rol Social de la empresa	59

**UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL
DE LOS LLANOS OCCIDENTALES**

“EZEQUIEL ZAMORA”

UNELLEZ

**ESTRATEGIAS BASADAS EN LA MOTIVACIÓN, PARA EL
FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN ASERTIVA EN LA
OFICINA DE CORPOELEC**

Autora: Leudys Moreno varillas

Tutora: MS.c María Isolina Dávila

Fecha: Marzo 2018

Resumen

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo Proponer estrategias basadas en la motivación, para el fortalecimiento de la comunicación asertiva en la oficina de CORPOELEC, parroquia Santa Bárbara, Municipio Ezequiel Zamora del estado Barinas, durante el año 2017-2018. El mismo se relaciona con un ámbito esencial en el manejo sistemático de la gerencia, desde la perspectiva de su integralidad y de su carácter holístico, asumiendo la comunicación asertiva puede afectar no solo el desempeño administrativo sino el de servicio siendo fundamental establecer estrategias que mejoren dicho entorno profesional. En función de las necesidades del estudio, el mismo se planteó como una investigación cuantitativa con un diseño de campo, de carácter descriptivo. Como población se asumió a directivos y empleados de la institución y se seleccionó una muestra de veintidós (22) personas en quienes se aplicó un instrumento tipo cuestionario de veinticuatro (24) interrogantes en escala Likert con tres opciones de respuesta, siempre (S) a casi Siempre (CS) y nunca (N). En el resultado de la aplicación correspondiente, se pudo apreciar que los integrantes de la muestra no se sienten motivados para el mejoramiento de su desempeño y los factores de la comunicación limitan su actividad profesional. Asimismo, consideran la necesidad de incorporar medidas especiales, dirigidas a ofrecer estímulos a la actividad general de la empresa En función de lo anterior, se presentó una propuesta relacionada con el tema que espera mediar en la solución de la situación planteada desde la perspectiva de un manejo adecuado de la misma en función de los elementos que la componen, tales como motivación, planificación y evaluación de los resultados.

Descriptor: Estrategias, motivación, comunicación asertiva

INTRODUCCIÓN

La gerencia en el ámbito de las empresas de servicios, compone un espacio para la reflexión crítica en muchos aspectos. Uno de los más importantes es el derivado del proceso productivo como dependiente del concepto sistémico, el cual une a las diferentes instancias del sistema a un solo esfuerzo por alcanzar el máximo rendimiento en torno a los recursos aplicados en el mismo. Para ello, resulta esencial el criterio en torno a la eficiencia en el ámbito administrativo, es decir, en la correcta disposición de los recursos, para que alcancen su máximo potencial con la menor cantidad de esfuerzo posible. La comunicación representa una secuencia importante en la gestión moderna de la empresa pública. Se trata de una cadena de situaciones y condiciones a través de las cuales, la organización empresarial y en general, toda institución logra sus cometidos.

En este ámbito, la correcta concepción de la comunicación en la organización, implica una aplicación más efectiva y eficiente del proceso integral de la empresa, el cual facilita las actividades, no solamente en el espacio correspondiente a la gestión propia del gerente, sino en el caso particular e igualmente vital, del proceso productivo. La relación es directamente proporcional en cuanto al rendimiento que se obtiene si la acción administrativa es llevada de manera eficiente, guiándose por los aspectos claves de la gerencia moderna, tales como estrategias y motivación. La empresa de servicio público se caracteriza por ser una organización productiva; alcanzar esta condición implica la ordenación y disposición de cuantos factores y elementos concurren en la misma, microsistema social, en función de lograr los objetivos en una comunidad específica.

Ahora bien, estos resultados se refieren básicamente al alcance de funciones asignadas. Esto refiere la necesidad de que la institución establezca mecanismos para la correcta distribución de esfuerzos con un centro motor identificado por el rendimiento de la organización. Con este concepto como núcleo del esfuerzo, la administración dispone del espacio para controlar las actividades desde la perspectiva de optimizar el rendimiento, siendo la comunicación una herramienta funcional para lograr tal fin.

En función de este concepto, es que se presenta la siguiente investigación en la cual se intenta comprender la manera en la cual, la comunicación puede verse afectada por el tipo de estrategias que se utilizan para estimularlo, en el ámbito espacial y humano de la oficina de CORPOELEC Santa Bárbara. Con la aplicación investigativa correspondiente, se espera comprender ambos conceptos, como variables fundamentales de la misma. Para lograr este cometido el estudio se ha estructurado en seis capítulos, cada uno de los cuales, representa una fase del proceso de comprensión y análisis de la realidad. Estos se enumeran de la siguiente forma:

Capítulo I, denominado El Problema, en el cual se hace acopio de las informaciones correspondientes a los elementos que identifican la situación descrita como problemática, en este caso, la poca comprensión que tienen los integrantes de la Institución en estudio sobre el tema de la comunicación y su impacto en el desempeño organizacional. Así mismo, se presentan los objetivos de la investigación, en este caso general y específicos los cuales delimitan la actividad posterior, así como la justificación.

Capítulo II, identificado como marco teórico, en el cual se recopilan y presentan los antecedentes, investigaciones previas, definidas por el aporte que pueden realizar a la actual, así como las bases teóricas, en las que se exponen los componentes conceptuales de las variables de estudio y los conceptos legales que manejan su aplicación.

Capítulo III, llamado marco metodológico. En el mismo se desarrollan los aspectos puntuales de la metodología a ser aplicada, con atención a autores reconocidos en el área señalada. En este caso, la investigación se basa en el enfoque cuantitativo, con aplicación de un diseño de campo.

Capítulo IV, identificado como Presentación y Análisis de Resultados, se presentan las respuestas y los correspondientes análisis en torno a las interrogantes planteadas en el instrumento de recolección de datos. A través de este concepto se acerca a la comprensión del problema, mediante la presentación de tablas de frecuencia demostrativos de las tendencias apreciadas en la muestra.

Capítulo V, denominado Conclusiones y Recomendaciones. En el que se desarrollan las ideas finales en torno al resultado de la investigación con atención a los objetivos planteados y la manera como estos se cumplieron.

Capítulo VI, identificado como La Propuesta, correspondiente al conjunto estratégico que la investigadora presenta y que espera mediar en la solución de la situación problemática observada.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema

Desde tiempos remotos, el hombre en su afán por auto conocerse ha intentado elaborar un enfoque que le permita comprender y justificar el porqué de su comportamiento en el medio laboral; es así, como surge una búsqueda inquietante sobre la comunicación organizacional, considerada como una ventana hacia la explicación de la productividad, identificación, desarrollo y evolución del entorno laboral, basándose en una serie de percepciones globales como la comunicación, la formación por parte del individuo en lo concerniente a su organización. De allí, que las instituciones públicas o privadas a nivel competitivo cada día utilizan una administración más exigente, que les permita aplicar estrategias para lograr los objetivos deseados y el éxito de las mismas.

Al respecto Marriner (2001), destaca la importancia de la gerencia de la comunicación, así como la estrategia de la comunicación como “un valor inconmensurable, en la cual se enfatice una visión holística que unifique los diferentes paradigmas de construcción del conocimiento y ubiquen al ser humano como eje principal en las organizaciones” (p.22)

En todas las organizaciones del mundo, la comunicación es un componente indispensable para la coordinación del esfuerzo de los miembros que la integran a fin de lograr los objetivos preestablecidos, especialmente cuando hay que enfrentar cambios. Por lo tanto, es esencial que exista una comunicación adecuada para mantener óptimas condiciones de trabajo y, al mismo tiempo adaptarse a las circunstancias cambiantes que le exige cada institución. .

En este sentido, las organizaciones generan las relaciones entre sus integrantes, donde la comunicación es una actividad en el manejo administrativo que

posee dos propósitos: Proporcionar información y buscar entre los miembros las actitudes necesarias que puedan promover la motivación, la cooperación, participación y satisfacción en el cargo.

Según Andrade y Sánchez (2008) la comunicación asertiva

Es la oportunidad de encuentro con el otro, plantea una amplia gama de posibilidad de interacción en el ámbito institucional, porque allí es donde tiene su razón, ya que es a través de como las personas logran el entendimiento, la coordinación y la cooperación que posibilitan el crecimiento y desarrollo de las instituciones educativas. (p.123)

En consecuencia, las relaciones que se dan entre los miembros de una organización, se establece gracias a la comunicación que en esos procesos de intercambio se asignan y delegan funciones, se establecen compromisos y el docente le encuentra sentido formar parte de ella. De esta manera, en las organizaciones se debería priorizar dentro de la estructura organizacional un sistema de comunicación e información que dinamice los procesos comunicacionales que a nivel interno verifican la entidad y la proyectan hacia su área de influencia. Por tanto, las comunicaciones en las instituciones promueven la participación, la integración, vivir experiencias comunes, participar de la vida institucional, ser uno pero a la vez equipo, y la convivencia en el marco de la cultura organizacional.

La organización es un elemento importante para la eficiencia y competitividad, especialmente en un entorno cambiante, se tiene que en el desarrollo organizacional están involucrados los aspectos de revitalización, actualización, activación y renovación de las empresas mediante los recursos técnicos y humanos, destacando la necesidad de evitar la decadencia y la obsolescencia corporativa, haciendo uso de sus procesos con el fin de producir resultados de cambios dentro de la organización para que puedan lograr sus objetivos empresariales. Es así como las organizaciones públicas o privadas en el ámbito mundial, nacional o regional, requieren de tres recursos básicos: recursos materiales, recursos físicos y recursos humanos, para alcanzar tanto las metas como los objetivos trazados.

Es evidente que para el desarrollo de la organización el factor humano es indispensable, ya que conforma un grupo de personas que entregan su trabajo,

talento, creatividad para el logro de los objetivos, ellos son los agentes pensantes, capaces de observar y proponer mejoras a los procesos. La motivación está constituida por todos los factores capaces de provocar, mantener y dirigir la conducta hacia un objetivo, hoy en día es un elemento importante en la administración de personal por lo que se requiere conocerlo, y más que ello, dominarlo, sólo así la empresa estará en condiciones de formar una cultura organizacional sólida y confiable

Ahora bien, en las organizaciones, es importante la motivación ya que establece un mecanismo de mejoramiento permanente en el desarrollo de la nueva gerencia. A partir de la misma, los gerentes pueden planificar y ejecutar acciones dirigidas a optimizar los resultados esperados de cualquier actividad. En entornos productivos, este concepto es fundamental, porque aborda una parte esencial del trabajo administrativo, como es el de las interacciones con los empleados como garantes del cumplimiento de la misión organizacional mediante la aplicación de técnicas específicamente diseñadas para lograr dicho cometido de manera científica y adecuada.

La motivación es uno de los principales factores que inciden en el nivel de desempeño y compromiso de los colaboradores de cualquier organización, un equipo de trabajo en el que sus miembros están motivados trabaja exitosamente. No hay nada más motivador para una persona que trabajar con un jefe con el que se puede conversar, solicitar ayuda, darle puntos de vista y escucharle, tanto corregir como reconocer a su subordinado cuando hace las cosas bien. Si una organización tiene constantemente problemas con la actitud y compromiso de sus empleados, es tiempo de echar un vistazo al estilo de liderazgo de los jefes; es probable que esa actitud sea un reflejo de la actitud de ellos y de las políticas en uso de la empresa.

Es por ello, que se debe mantener a los trabajadores a gusto para que den su mejor rendimiento y aporte y de esa manera contar con una productividad efectiva propuesta. En este caso, la motivación es comprendida por Almeida (2013) como: “El conjunto de herramientas a través de las cuales, se estimulan comportamientos

positivos en la consecución de una meta” (p. 12). De acuerdo con esta visión, la efectividad en el desarrollo de una gerencia positiva, se relaciona con comprender este concepto y aplicarlo en relación con espacios funcionales de la organización. Al no existir un modelo de activación motivacional, el alcance de objetivos, puede disminuir su capacidad para hacerse realidad.

La motivación es un concepto que abarca un conjunto de estímulos que mueven a la persona a realizar determinadas acciones y persistir en ellas para su culminación. Este término está relacionado con la voluntad y el interés. La motivación, también puede concebirse, como la disposición para hacer un esfuerzo, por alcanzar las metas de la organización, condicionado por la capacidad del esfuerzo para satisfacer alguna necesidad personal.

Por su parte Robbins (2004) afirma que: “La motivación son los procesos que dan cuenta de intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo de un individuo para conseguir una meta” (p.155). Por su parte, Roussel (Citado por Ramírez, Abreu & Badii, 2008), establece que: “La motivación es una característica de la psicología humana que contribuye al grado de compromiso de la persona; Es un proceso que ocasiona, activa, orienta, dinamiza y mantiene el comportamiento de los individuos hacia la realización de objetivos esperados”. (p. 152).

En relación a lo anterior se puede establecer entonces que la motivación es un factor clave para que los individuos logren cualquier objetivo o meta, ya sea personal o profesional, que se establezcan durante su existencia.

En este sentido actualmente en Venezuela la buena comunicación y la motivación, es la respuesta a las necesidades que tienen las empresas tanto públicas como privadas de contar con un personal calificado y productivo, de la misma forma se refiere al desenvolvimiento que realiza la gerencia y los empleados en el manejo eficiente de las habilidades con las que cuenta la gestión, la cual en la mayoría de los casos es afectado por los conflictos generados dentro de las organizaciones como los entes públicos, que perjudican la productividad y estabilidad de los funcionarios.

De lo anterior, se puede decir, que gerenciar en los entes públicos del Estado no es tarea fácil, que la función de dirigir una institución pública representa un gran

compromiso con la comunidad, desde la perspectiva profesional. En algunos casos se evidencia la falta de percepción en su rol de líderes por lo que se infiere, deficiencia en la toma de decisiones, en el apoyo y el estímulo que debe tener un gerente líder para conseguir las metas organizacionales. Es importante destacar, que para dirigir las empresas e instituciones públicas o privadas es necesaria la evaluación; considerada ésta como una fase indispensable y un aspecto básico en el proceso gerencial de las mismas.

En este sentido, la comunicación representa un elemento central de toda organización humana, sobre todo de aquellas que se encargan de satisfacer necesidades específicas de la sociedad, en ámbitos como los servicios públicos, ello debido a la notable relación entre el contexto de la planificación de objetivos de las mismas y su cumplimiento, en el que se presentan diferentes factores a ser asumidos por el gerente, tales como fijar estrategias, delegar funciones, asignar tareas, evaluar resultados, así como realimentar los datos obtenidos para iniciar un nuevo proceso de aplicación. Todos estos procedimientos, dependen de la capacidad para realizar acciones coordinadas, especialmente en aquellas instancias en las que la planificación, la ejecución y evaluación son realizadas por diferentes grupos de personas.

En efecto, en la actualidad organizacional, el desempeño de una empresa depende de manera fundamental de la correcta transmisión de informaciones, dirigidas no solamente a facilitar el acceso a instrucciones, sino a otros elementos como la motivación, la evaluación institucional, el clima y la cultura organizacional, todos dependientes de una correcta disposición de los conceptos que los componen, que deben ser transmitidos por el gerente. En el mundo actual, la referencia a una actividad colectiva, siempre estará conectada con la capacidad gerencial para lograr un desempeño efectivo, desde la comunicación como el medio idóneo para formular alternativas de acción u optimizaciones de la aplicación.

Cabe señalar que dicha efectividad, dependerá de la comprensión que el gerente presente, frente a los elementos que componen a la comunicación, en ámbitos como los actores del hecho comunicacional, el código empleado, las barreras limitantes, la

información así como su relevancia, además de la calidad del mensaje. Todo este contexto, depende de factores entre los cuales se cuenta la asertividad, descrita por Simmel (2012) como: “La habilidad personal que nos permite expresar de forma adecuada nuestras emociones frente a otra persona, y lo hacemos sin hostilidad ni agresividad (p. 13). Se trata de un comportamiento que permite a las personas, comunicarse efectivamente, mejorando las posibilidades de transmitir un mensaje, clara y adecuadamente.

Es importante destacar que la comunicación asertiva, representa un patrón de comportamiento ampliamente aceptado en el desarrollo de la actividad organizacional, por cuanto se asume que un grupo de personas que intentan realizar una acción productiva, requieren de un alto grado de adecuación comunicacional, en el que destaque precisamente la claridad del mensaje, en función de la diversidad implícita en cualquier colectivo humano. Se hace referencia a una condición fundamental en el funcionamiento colectivo, apreciable en toda organización humana, desde el principio mismo de la civilización.

Particularmente en el caso de las empresas del Estado, relacionadas con el ámbito de los servicios públicos, esta carencia se hace evidente, debido a las dimensiones de sus nóminas y a condiciones como el exceso de burocracia, según se desprende de las evaluaciones de resultados, facilitadas por la firma Ecoanálisis (2009) que señala: “Las barreras comunicacionales, generan un modelo de interacción negativa en las empresas básicas” (p. 14) aun cuando el trabajo realizado se refiere a un espacio particular, identificado con organizaciones como la Siderúrgica del Orinoco, la realidad es fácilmente compresible en otros ámbitos similares.

En dichas empresas, la presencia de numerosos niveles de gerencia, con asignaciones diversas, que se intersectan en actividades generales y específicas, genera la necesidad de un modelo comunicacional ampliamente asertivo, que facilita la interacción indispensable para cumplir sus objetivos, con el que no cuentan, dificultando su desempeño efectivo en áreas particulares. Esto ocasiona retrasos en la producción, reiteración de instrucciones, faltas en los cronogramas, incluso, roces

interdepartamentales, por cuanto las órdenes, instrucciones, o validación de acciones, se replican o contradicen.

En este sentido, empresas como las que prestan servicio eléctrico, adolecen de situaciones o condiciones similares. Este es el caso de la Corporación de Servicios Eléctricos de Venezuela, (CORPOELEC), Zamora, encargada del suministro de energía eléctrica a nivel local, y que mantiene en la región correspondiente al municipio Ezequiel Zamora del estado Barinas, una actividad relacionada con la gestión previamente señalada. En dicha organización, según se desprende de la observación inicial realizada por la investigadora, se presentan situaciones, relacionadas con los canales de comunicación utilizados por el personal, que resultan poco efectivos en los aspectos relacionados con el cumplimiento de sus asignaciones.

En otro orden de ideas, se tiene la carencia identificada en la institución en cuanto a la preparación de los trabajadores para el mejoramiento de los canales de comunicación, así como el código establecido en la misma y en las cuales se involucra la motivación como un factor determinante de la efectividad esperada. Se trata de un área a la que no se le ha otorgado importancia, como consecuencia de concebirla como poco efectiva desde la perspectiva funcional de la organización, delegando en el gerente, todo esfuerzo o estrategia, para mejorar u optimizar el rendimiento de los elementos de comunicación institucional.

En función de lo anterior, se considera que la empresa CORPOELEC oficina Santa Bárbara del estado Barinas, presentará en el futuro inmediato, problemas asociados a la gestión integral de sus funciones, así como limitaciones en el desempeño adecuado de las actividades realizadas en las distintas áreas que la componen, ello debido a la caracterización negativa de la comunicación asertiva como una habilidad organizacional, fundamental en el desempeño adecuado de la institución bajo estudio, debido a lo cual, se presenta como control del pronóstico, una propuesta para incorporar estrategias de motivación dirigidas a la optimización del espacio señalado.

A fin de cumplir con la expectativa señalada, se debe dar respuesta a las siguientes interrogantes: ¿Qué conocimientos manejan los directivos de la organización en torno a la motivación estratégica como herramienta para el logro de una comunicación

asertiva?, ¿Cuál es el proceso comunicacional verificado en la oficina de CORPOELEC Santa Bárbara Parroquia Santa Bárbara, municipio Ezequiel Zamora del estado Barinas? y ¿Cuál puede ser el diseño de estrategias de motivación dirigidas a la optimización de la comunicación asertiva en la oficina de CORPOELEC Santa Bárbara?

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Proponer estrategias basadas en la motivación, para el fortalecimiento de la comunicación asertiva en la oficina de CORPOELEC, Santa Bárbara, Municipio Ezequiel Zamora del estado Barinas, durante el año 2017.

Objetivos Específicos

Diagnosticar los conocimientos que manejan los directivos en torno a la motivación estratégica como herramienta para el logro de una comunicación asertiva.

Caracterizar el proceso comunicacional verificado en la oficina de CORPOELEC Santa Bárbara Parroquia Santa Bárbara, municipio Ezequiel Zamora del estado Barinas.

Diseñar estrategias de motivación, para el fortalecimiento de la Comunicación Asertiva en la oficina de CORPOELEC Santa Bárbara.

Justificación

La motivación es uno de los temas que ha tomado mayor fuerza dentro de las organizaciones ya que tiene la capacidad de proporcionar los estímulos adecuados para que los individuos posean el interés necesario en el trabajo. Los individuos tienen diversas necesidades que desean satisfacer en un momento determinado esto quiere decir que la motivación interviene en todos los ámbitos de la existencia

humana como un motor para lograr objetivos, metas, y crecimiento como individuo, de igual forma es un elemento importante dentro del comportamiento organizacional porque permite canalizar el esfuerzo, la energía y la conducta en general del trabajador permitiéndole sentirse mejor respecto en lo que hace y estimulándolo a que trabaje más para el logro de los objetivos que interesan a la organización

Así mismo, la presente investigación proporciona información relevante y precisa de cuáles son los factores que afectan la motivación organizacional, a su vez sirve como aporte para la implementación de normas y políticas acordes para solucionar los problemas laborales, que surjan en la empresa. Académicamente, la investigación se justifica ya que genera un nuevo conocimiento y le permite a la investigadora explorar en un tema vinculado a su formación profesional, además de constituirse este estudio en una fuente informativa para futuros investigadores.

De igual manera, desde el punto de vista científico, en este caso el administrativo, se hace referencia al diseño de un modelo estratégico dirigido a explorar las potencialidades de la comunicación asertiva, desde una perspectiva que identifica un proceso mediante el cual, los integrantes de la organización, logran desarrollar herramientas adecuadas para la comprensión de su realidad inmediata, no solo con la finalidad de establecer las condiciones que la identifican, sino como parte de un contexto dirigido a la toma de conciencia y de soluciones efectivas para disminuir las brechas en cuanto a comunicación gerencia efectiva, liderazgo, motivación y otros elementos del desempeño organizacional existentes a través de alternativas creativas, así como de la discusión del tema, siendo este un interés de la sociedad en general.

Por otra parte, desde el punto de vista teórico, se trata de crear un conocimiento específico de un área necesaria en la formación social compleja, la del pensamiento crítico reflexivo, dirigida a fomentar la creatividad en la toma de decisiones y por tanto a explorar las posibilidades de transformación de los individuos que de una u otra forma, se relacionan con el entorno de la misión de la empresa.

Desde el punto de vista metodológico, esta investigación es de campo-descriptiva, la información es obtenida directamente del objeto de estudio, para dar cumplimiento a los objetivos planteados, por lo se hace necesario la aplicación de un método, el

cual consiste en emplear los postulados cuantitativos, para un tipo de investigación descriptiva y de diseño no experimental, que permita determinar el conocimiento en la materia señalada, sirviendo esta experiencia como un antecedente y aporte metodológico para posteriores estudios. Finalmente, los aportes prácticos se relacionan con el intento de acercarse directamente a la actividad formal de la Institución desde la óptica relacionada con la resolución de un problema que la afecta. De esta manera, surgen aspectos de carácter objetivo, y estos a su vez, generan instrumentos, actividades y estrategias de carácter altamente activos, es decir, que pueden ser aplicados directamente en la realidad a ser afectada. De allí que puedan considerarse como los aportes prácticos del estudio y ciertamente, refieren la solución del problema observado en el largo plazo, es decir, el presente estudio, puede servir como referencia para mejorar los aspectos relativos a la comprensión del impacto de la comunicación asertiva en la gestión propia del entorno organizacional.

En función de lo anterior, se comprende que los beneficiarios directos de este esfuerzo investigativo, se relacionen con los trabajadores y directivos de la organización quienes abordaran el tema desde una perspectiva interactiva de solución al mismo, y como indirectos, se propone al resto de los actores de la comunidad zamorana. En este mismo aspecto, la investigación se inscribe en la línea de Recursos Humanos, planteada por la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales Ezequiel Zamora.

Alcances

Al construir los lineamientos, planteados en el objetivo general del trabajo, se pretende acercar al trabajador y al gerente a un nuevo diseño de estrategias de trabajo con el tema planteado, basado en la gestión de la denominada gestión de los procesos implícitos en la comunicación asertiva como un requerimiento de la organización que tiene como finalidad, Proponer estrategias basadas en la motivación, para el fortalecimiento de la comunicación asertiva en la oficina de CORPOELEC, Santa Bárbara, Municipio Ezequiel Zamora del estado Barinas, durante el año 2017

Delimitación

La presente investigación tiene como ámbito espacial de estudio la Empresa CORPOELEC, ubicada en la calle 12 entre carreras 1 y 2 de la población de Santa Bárbara Municipio Ezequiel Zamora del Estado Barinas, siendo sus límites: Norte: Sur: Este y Oeste. De igual manera desde el punto de vista temporal la investigación se realiza durante el año 2016-2017. En cuanto a la delimitación Teórico Conceptual se hace referencia a un conjunto de estrategias basada en la motivación para el fortalecimiento de la comunicación asertiva.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

El marco teórico es la etapa en la que se reúne información documental para confeccionar el diseño metodológico de la investigación, es decir, el momento en que se establecen las informaciones necesarias para validar el proceso de investigación y la manera en la cual, se definen las inferencias del tema analizado. Simultáneamente, la información recogida para el Marco Teórico proporciona un conocimiento profundo de la teoría que le da significado al estudio. En este sentido, AnderEgg (2009) señala que en el marco teórico:

Se expresan las proposiciones teóricas generales, las teorías específicas, los postulados, los supuestos, categorías y conceptos que han de servir de referencia para ordenar la masa de los hechos concernientes al problema o problemas que son motivo de estudio e investigación. (p. 132)

Según este criterio, el citado marco, refiere un conjunto de conocimientos específicos, necesarios para la validación de los enunciados de la hipótesis, así como para las características de las variables del problema, su explicación y correcta comprensión para el momento de determinar las conclusiones del estudio, de allí su importancia, como guía para evitar errores en las concepciones metodológicas y conceptuales de una investigación.

Antecedentes de la Investigación

Son todos aquellos estudios previos y tesis de grado relacionados con el problema planteado, es decir, investigaciones realizadas anteriormente y que guardan una vinculación con el problema en estudio. En este aspecto, Lander (2008) señala: “se refieren a la revisión de trabajos previos sobre el tema en estudio, realizados por instituciones de educación superior.” (p. 31) En este estudio se mencionan algunas investigaciones que se han realizado en el ámbito internacional, regional y local, señalándose además los autores y el año en que se realizaron, los objetivos y

principales hallazgos de los mismos. Hasta el momento según lo que se ha podido encontrar en el arqueo bibliográfico, puede nombrar los antecedentes que se presentan a continuación.

En este sentido, se presentan trabajos que se basan de manera fundamental, en los conceptos de comunicación, asertividad, motivación, variables asociadas a estos conceptos y mecanismos para ofrecer alternativas de solución a la problemática planteada a lo largo del estudio propuesto. Las mismas refieren un campo de carácter estratégico signado por la inclusión de elementos diversos desde la perspectiva de la actividad gerencial y es por ello que en gran parte de los trabajos presentados, se hace alusión a diversos tipos de actividades similares al concepto de comunicación, gestión integral gerencial y mecanismos para solucionar conflictos en ambientes laborales complejos.

A nivel internacional, se presenta el trabajo de Noriega y Pria (2011) titulado Instrumento para evaluar la comunicación y sus elementos en los Grupos de Control de Vectores, el mismo presentó como Objetivo Mostrar el proceso de construcción y validación de un instrumento para evaluar la comunicación en los Grupos de Control de Vectores. En el aspecto relacionado con la metodología, se identificaron 20 criterios en las dimensiones: estructura organizacional, liderazgo, toma de decisiones, motivación y comportamientos individuales; se elaboraron además 60 ítems que se presentaron como enunciados en un cuestionario de respuestas dicotómicas cuya validación de contenido se realizó con expertos a partir de la metodología propuesta por Moriyama. La muestra para evaluar la confiabilidad estuvo constituida por 89 trabajadores de cinco Grupos de Control de Vectores en la provincia Ciudad de La Habana.

Por otra parte, en lo relativo a los resultados del estudio, luego de dos rondas, los expertos valoraron satisfactoriamente la totalidad de los ítems. La consistencia interna resultó en general elevada y al interior de las dimensiones, moderada, al igual que la estabilidad. La relación ítem/dimensión mostró asociaciones de débiles a moderadas; y se encontró concordancia entre la clasificación de los ítems según el diseño del instrumento y las obtenidas luego de evaluar las asociaciones ítem/dimensión.

Conclusiones Se dispone de un instrumento válido y confiable para ser aplicado en la evaluación del clima organizacional en Grupos de Control de Vectores.

Ahora bien, en lo concerniente al presente estudio, sirve como aporte a la presente investigación ya que el mismo intenta una valoración efectiva de las situaciones que afectan la comunicación asertiva en una organización productiva. Para ello, se hace necesario desarrollar un mecanismo que relacione el concepto propuesto, mediante la aplicación de un instrumento funcional, similar al desarrollado en la investigación presentada como antecedente.

En este orden de ideas, se presenta el trabajo de Palma (2011), titulado Motivación y comunicación en personal de entidades universitaria, realizado para la Universidad Javeriana de Lima. El objetivo de este trabajo fue estudiar la motivación y su impacto en la comunicación en trabajadores de instituciones universitarias. La muestra estuvo conformada por 473 trabajadores a tiempo completo entre profesores y empleados administrativos de tres universidades privadas de Lima, Perú.

En este sentido, la metodología empleada se correspondió con la aplicación de instrumentos en dos escalas de motivación y comunicación bajo el enfoque de McClelland y Litwing. Los resultados evidencian niveles medios de motivación y comunicación efectiva, y diferencias sólo en cuanto a la motivación organizacional a favor de los profesores y de trabajadores con más de cinco años de servicios; no así, sin embargo, en relación al clima laboral, en donde no se detectaron diferencias en ninguna de las variables de estudio. En los resultados, resalta la necesidad de un adecuado manejo en la toma de decisiones y en los sistemas de comunicación para optimizar el rendimiento organizacional.

Cabe señalar que la investigación presentada como antecedente, refleja los mecanismos de interacción entre los trabajadores de una organización compleja, la cual, mantiene una clara referencia con el entorno del espacio analizado, desde la perspectiva de su misión integral y de las caracterizaciones en cuanto a las actividades realizadas en la misma. Se trata de un entorno complejo, definido por las relaciones entre directivos, trabajadores y sus funciones asignadas. De la misma

manera, en el presente estudio, se intenta una valoración efectiva de las condiciones en las que desempeñan su tarea los integrantes del grupo de trabajo analizado.

A nivel nacional, Cuadra (2012), presenta su trabajo titulado Mejorando la comunicación, una labor vital y laboral. El mismo tuvo como objetivo, probar la efectividad de una intervención conjunta de psicología positiva con habilidades sociales en el contexto empresarial. Para ello, se plantean cuatro hipótesis referentes a las variables dependientes clima laboral, comunicación, satisfacción vital y satisfacción laboral.

Ahora bien, en lo instrumental se utilizaron dos procedimientos cuasi experimentales. Los resultados muestran que la intervención basada en psicología positiva y habilidades sociales produce una significativa mejora en todas las variables concernientes a los trabajadores, a saber: satisfacción vital, satisfacción laboral y clima laboral. También produce un efecto positivo en la comunicación interpersonal, este efecto es más potente cuando se interviene en conjunto a los actores organizacionales que cuando se trabaja sólo con un grupo determinado.

Como puede observarse, el nivel estratégico plantea un entorno complejo de carácter humano, definido por las características del entorno, no solo a nivel de los trabajadores y directivos, sino en función de las acciones dispuestas en el ámbito laboral. Se identifica de esta manera, la influencia que este concepto, puede representar para la misión de la organización, desde diversas perspectivas, todas ellas conectadas con la tarea fundamental de producir o prestar servicios. De la misma forma, el presente estudio, intenta acercar ambas esferas de la actividad organizacional, es decir, la propiamente productiva (Suministro eléctrico) y la sistemática administrativa, a nivel de marcadores como comunicación, liderazgo, motivación entre otros. En este orden de ideas, se hace necesaria la vinculación entre la comunicación y la gestión de oficina, identificada con el desempeño de la organización.

A nivel local, se presenta el trabajo de Peña (2012), identificado como Evaluación de las estrategias de comunicación, desde el desempeño laboral. Dicha investigación estuvo dirigida a un objetivo general identificado como: Evaluar la efectividad de las

estrategias de comunicación asertiva en el desempeño de los trabajadores de la empresa VADELCA, en la ciudad de Barinas, estado Barinas, durante el año 2013.

En cuanto al aspecto metodológico, la naturaleza de la investigación es de tipo cuantitativa exploratoria, de campo, con carácter evaluativo. Se tomó como muestra a un grupo de 12 trabajadores con aplicación de un muestreo aleatorio. Como técnica se empleó la encuesta y como instrumento un cuestionario cerrado de 34 ítems en una escala Likert de tres posibilidades de respuesta Siempre (S); Casi Siempre (CS) y Nunca (N). Posteriormente se aplicó definiendo la estadística descriptiva como el mecanismo para la categorización de las informaciones recibidas de la muestra.

Ahora bien, en la fase conclusiva del estudio se pudo observar que existen algunos aspectos del desempeño organizacional que no son tomados en cuenta por los directivos y trabajadores especialmente aquellos relacionados con la gestión de la comunicación y la asertividad que la misma debe poseer. Así mismo, se pudo apreciar, que las habilidades de interacción positiva de los integrantes del grupo de trabajo son limitadas y en parte se debe a la poca motivación que los integrantes de la muestra afirman que se produce en la organización.

En este sentido, la vinculación con el desarrollo temático del presente estudio, se relaciona con la evaluación de los marcadores relacionados con desempeño de los trabajadores en función de la comunicación asertiva y los mecanismo para mejorarlo, en la perspectiva particular, de un entorno complejo, diseñado a partir de su función de servicios, la cual, se ve interconectada con el trabajo de la organización y sus trabajadores, como actores fundamentales del ámbito institucional correspondiente.

Bases Teóricas

En la sección correspondiente a las bases teóricas, se presenta toda la información principal y complementaria relacionada con el tema del proyecto de investigación. Por regla general, en esta sección de la investigación, se trata de definir conceptos y ampliar los datos e informaciones sobre la problemática abordada y los factores que la constituyen, de igual forma este constructo se caracteriza por relacionar los

conceptos con los cuales se elabora la teoría para explicar la realidad del problema. Pérez (2009), define a las bases teóricas como: “Todos los conceptos, o temas que se abordan en la investigación, conformada por la generalidad de conocimientos que se preocupan por la integridad del estudiante” (p. 6) La descripción de elementos teóricos planteados por uno o diferentes autores y que permiten al investigador fundamentar su proceso de conocimiento.

Del párrafo anterior se puede deducir que las bases teóricas constituyen el centro temático del trabajo de investigación, pues sobre el mismo, se construye todo el estudio, por medio de referencias de autores que permiten ampliar la investigación y darle mayor importancia, así como validez a los supuestos desde los que parte el autor, que son confirmados a partir de las teorías existentes sobre el objeto de estudio, generando nuevos conocimientos.

Motivación

La motivación en relación con la interacción del individuo y por ende de logro ante una situación determinada representan los cambios de aptitud favorables ante un factor presente en la ejecución de un hecho social. Al respecto, Morles (2009) señala: “Es una combinación de procesos intelectuales, fisiológicos y psicológicos que decide, en una situación dada, con qué vigor se actúa y en qué dirección se encauza la energía” (p. 13) dicho esfuerzo implica la construcción de un espacio para la gestión de acciones dirigidas a complementar una necesidad.

Muchos han sido los estudios que se han realizado para tratar de explicar el comportamiento de las personas en las organizaciones y el papel que juegan las motivaciones en el comportamiento. Es así como estos estudios han asignado varias teorías que si bien defieren en algunos aspectos generalmente atienden a un objetivo común ya que todas estas consideran que el comportamiento humano es una respuesta a la diversidad de estímulos que el ser humano recibe de su interior y del ambiente que lo rodea.

Por su parte, Chiavenato (2.000) la define como “el resultado de la interacción entre el individuo y la situación que lo rodea”(p.112). Según Chiavenato para que una persona esté motivada debe existir una interacción entre el individuo y la situación que este viviendo en ese momento, el resultado arrojado por esta interacción es lo que va a permitir que el individuo este o no motivado. Para mí esta interacción lo que originaría es la construcción de su propio significado sobre la motivación.

De acuerdo a las definiciones mencionadas anteriormente podemos llegar a la conclusión de que la motivación es un estado subjetivo que mueve a la conducta a una dirección, puede existir desde el interior de la persona como la existencia a un deseo o una necesidad y desde el exterior como la existencia de un fin, meta, u objetivo, llamado también como incentivo en la medida en que se percibe o advierte como instrumento de satisfacción del deseo o necesidad.

Factores de la motivación

Según Davis (2002) a través de encuestas observaron que:

Los factores que motivan al estar presentes, no son los mismos que los que desmotivan, por eso divide los factores en: (a) Factores higiénicos: Son factores externos a la tarea. Su satisfacción elimina la insatisfacción, pero no garantiza una motivación que se traduzca en esfuerzo y energía hacia el logro de resultados. Pero si no se encuentran satisfechos provocan insatisfacción.(b)Factores motivadores: Hacen referencia al trabajo en sí. Son aquellos cuya presencia o ausencia determina el hecho de que los individuos se sientan o no motivados. (p. 234)

De lo antes expuesto, los factores higiénicos coinciden con los niveles más bajos de la necesidad jerárquica de Maslow (fisiológicos, de seguridad y sociales). Los factores motivadores coinciden con los niveles más altos (consideración y autorrealización) y al hacer referencia al marco ambientalista, desde el punto de vista de la comunicación, es una de las que más se acercan a los estudios anteriores, para con ello obtener los resultados deseados dentro de la institución objeto de investigación.

Es importante señalar, que los factores motivacionales que se generan en las organizaciones, influyen en el progreso, desempeño y satisfacción de los trabajadores. Como se puede destacar que existen muchas teorías de la motivación, cada una tiene sus fundamentos y se complementan unas a otras; para efectos de este estudio se tratará de integrarlas a los aspectos comunicacionales, para extraer de ellas los posibles motivos que inducen a un desempeño exitoso en los directivos y empleados.

Teoría de la Jerarquía de las Necesidades

Esta teoría ha sido ampliamente utilizada por los investigadores en el campo de la motivación. Abraham Maslow, en el año 1943 publicó este famoso modelo, puntualizando que la motivación del individuo se fundamenta en la voluntad de satisfacer sus necesidades, identificando una jerarquía de cinco necesidades, comenzando desde las necesidades fisiológicas llegando hasta las más altas, a saber, la autorrealización.

Engler (1996) revela que “cada necesidad inferior debe ser satisfecha antes de que el individuo pueda percatarse o desarrollar la capacidad de satisfacer las necesidades que ocupan un lugar más importante que ésta”(p.354), es decir, que para Maslow, las necesidades se irían satisfaciendo de acuerdo a la posición de la jerarquía.

Maslow categorizó las necesidades de orden ascendente de jerarquía:

1.- Necesidades Fisiológicas: Son las más fuertes de todas y se relacionan con la supervivencia física y el mantenimiento biológico del organismo. Son las necesidades básicas, la prioridad del individuo, entre las que se pueden señalar: hambre, sed, sueño, oxígeno, abrigo y sexo.

Engler (1996) destaca que “si las necesidades biológicas no son resueltas en un periodo prolongado, un individuo no estará motivado para satisfacer otra”(p.354).

2. Necesidades de Seguridad: Incluyen una extensa serie de necesidades relacionadas con el mantenimiento de un estado de orden y necesidad. Entre las

más destacadas se indican: sentirse seguros, tener estabilidad, tener orden, sentir protección. Muchos individuos dejan de lado sus deseos de libertad por mantener la estabilidad y la seguridad. Los sujetos que viven en contextos inseguros o tienen

inseguridad en el trabajo, pueden necesitar gastar una gran cantidad de tiempo y energía intentando protegerse a sí mismo y de proteger sus pertenencias.

3. Necesidades de pertenencia y amor: Es el deseo de amar y ser amado. Contiene las necesidades de afecto y pertenencia, tales como: necesidad de ser aceptado como miembro de un grupo organizado, la necesidad de un ambiente familiar, necesidad de participar en una acción de grupo trabajando por el bien común, entre otras.

4. Necesidades de estima: Maslow agrupa estas necesidades en dos clases: las que se refieren al amor propio, al respeto a sí mismo y a la autoevaluación; y las que se refieren a los otros: necesidad de reputación, prestigio y reconocimiento de los demás. Cuando estas necesidades no son satisfechas, un individuo se siente desalentado, débil e inferior.

5. Necesidad de autorrealización: Está relacionada con la necesidad de satisfacer la naturaleza individual y con el cumplimiento del potencial del crecimiento personal. Es el afán por el cumplimiento de los deseos: llegar a ser lo mejor que uno puede llegar a ser. Entre lo más significativo que puede resaltarse de esta teoría, son las diversas etapas que atraviesa el ser humano durante su vida para satisfacer las tantas necesidades que puedan surgir. Por otro lado, Robbins (2004) destaca que este modelo “ha sido muy útil debido a su lógica transparente y a la facilidad de entenderla” (p.157), en este nivel, la persona que no aprovecha a plenitud sus talentos y capacidades está insatisfecho e intranquilo.

Ivancevich (1997) matizó algunos factores significativos a considerar de este modelo:

a) La jerarquía no es un enfoque de peldaños de una escalera. Las necesidades humanas son numerosas y en la realidad pueden manifestarse simultáneamente.

b) Es fundamental tomar en cuenta el momento en el que se da la necesidad. Por ejemplo: tener sed en un desierto traduce la necesidad en un cien por ciento, pero si el individuo está en su oficina y siente medianamente sed, y se encuentra ocupado escribiendo un informe urgente, lógicamente la necesidad preponderante es terminar su tarea.

c) La escasez de pruebas empíricas no le confieren validez, muchos investigadores resaltan que sólo se tomaron en cuenta los factores intrínsecos, dejando a un lado el entorno.

d) A pesar de ser una ayuda en las necesidades básicas a satisfacer, la teoría de Abraham Maslow resulta muy limitada para motivar al personal.

Con relación a la dimensión: Factores Motivantes (Motivadores Intrínsecos), el empleado motivado intrínsecamente, muestra conductas de trabajo aplicables a consecuencias derivadas del trabajo mismo. Según Cárdenas (2002) afirma que “En general, se relaciona a la necesidad de utilizar todo el potencial, al deseo de las personas por investigar, triunfar en tareas desafiantes y en asumir responsabilidades”(p.34). Las personas están más intrínsecamente motivadas cuando se perciben a sí mismas como la fuente de su comportamiento. La motivación intrínseca, no se fundamenta en el contexto externo. Se basta a sí misma.

Por tal motivo, las teorías sobre motivación destacan la importancia y la potencialidad de la motivación intrínseca. Sin que ello signifique excluir el papel reforzador de los motivadores extrínsecos.

En cuanto al Reconocimiento, D'Souza (2000) define este elemento como “la gratitud (o inclusive los cumplidos) que los individuos reciben por sus realizaciones. Las personas suelen asociar el reconocimiento con las realizaciones”(p.112). Las realizaciones se pueden definir como los logros de las personas, la realización exitosa de un trabajo y ver los resultados del trabajo hecho.

En referencia al logro de metas, La Enciclopedia de Psicología (2001) señala que la meta “es el objetivo que el sujeto quiere alcanzar”(p.134), por lo tanto, el logro de las mismas, en el ámbito laboral, incluye realizar con éxito las metas relacionadas con el propio trabajo o algún aspecto del mismo. La cadena de acciones que permite alcanzar la meta puede estar compuesta de etapas, cada una de las cuales se dirige para alcanzar una submeta,

Entrenamiento a su personal de acuerdo a las áreas de interés del trabajador. Mayo y Lank (2000), por su parte, señalan los beneficios que logra una organización que se capacita: altas tasas de innovación y adaptabilidad, respalda a sus empleados en el aprendizaje continuo; asegura a las personas que en la organización trabajan, disponer de altos niveles de competencias, se crea una cultura organizativa que proporciona un entorno abierto, seguro y de confianza a sus miembros y por supuesto, es una fuente de motivación para el individuo.

La capacitación, según Sutton (2001) La capacitación

“es una herramienta fundamental para la Administración de Recursos Humanos, que ofrece la posibilidad de mejorar la eficiencia del trabajo de la empresa, permitiendo a su vez que la misma se adapte a las nuevas circunstancias que se presentan tanto dentro como fuera de la organización. Proporciona a los empleados la oportunidad de adquirir mayores aptitudes, conocimientos y habilidades que aumentan sus competencias, para desempeñarse con éxito en su puesto. De esta manera, también resulta ser una importante herramienta motivadora (p.4)

Desde este punto de vista, es definitivo que la capacitación motiva intrínsecamente al individuo, por lo cual, es imprescindible buscar vías, crear planes que realmente tomen en cuenta a cada profesor universitario y de esta manera, se esté capacitando de acuerdo a sus necesidades profesionales.

Tomando en cuenta la autonomía, Levy - Leboyer (2003) la conceptualiza como “la independencia y la libertad de la que disfruta la persona que trabaja, así como sus posibilidades de decidir qué procedimientos utilizar, cómo organizar su tiempo, siempre y cuando respete los objetivos que le hayan sido asignados”(p.156). De acuerdo a esto un individuo que asume

poder de toma de decisiones en sus tareas y es proactivo, tiene una sensación de responsabilidad personal por los resultados y se siente motivado a obtener un mejor desempeño.

En referencia a las tareas, D'Souza (2000) la determina como: "El grado hasta donde las personas deben usar sus habilidades para llegar a niveles elevados de satisfacción en el trabajo"(p.112). Incluye el nivel de interés, los desafíos, la variedad y las oportunidades para la realización del trabajo, desde el comienzo hasta el fin. Hackman y Oldman (citados por Cuz, 2001) subrayan "Que el empleado se sentirá más motivado si el puesto de trabajo tiene una serie de características esenciales"(p.53). Estas características son:

(a) Variedad de tareas: Grado para realizar diferentes tareas, y la utilización de conocimientos, habilidades y talentos distintos.

(b) Identidad del trabajo: Grado en que se realiza un trabajo de principio a fin con resultados visibles.

(c) Significación del trabajo: Grado en que las tareas tienen un impacto significativo en los demás.

(d) Autonomía: Es la cantidad de libertad, independencia y competencia que el empleado tiene en su área, toma de decisiones, forma de realizar el trabajo, entre otras.

(e) Retroalimentación: Es el grado de actividad desarrollada, capaz de proporcionar al empleado una información clara y directa sobre los resultados de su trabajo y rendimiento.

El hecho de que el empleado tenga cubierta todas estas características en un cien por ciento, es decir, que haya variedad en su tarea (cero monotonía), que se sienta identificado con lo que hace, que vea lo significativo de su tarea para él y para la organización, que tenga cierto grado de autonomía para el desempeño de sus labores y que pueda medir los resultados de su desempeño, resultará en un empleado motivado y satisfecho.

Con relación a la dimensión: Factores de Mantenimiento (Motivadores Intrínsecos), el individuo se siente satisfecho cuando lo que atrae no es la acción

que se realiza, sino lo que se recibe a cambio del trabajo realizado. Una persona motivada a través de estos factores, no goza necesariamente de la actividad sino es conducida simplemente por los factores ambientales que lo estimularon actuar. Es una estrategia utilizada ampliamente en numerosas áreas. Puede tener consecuencias positivas, tales como recompensas y beneficios tangibles en la organización así como consecuencias negativas a través de amenazas o de un castigo.

Caracterizando la interacción social, los hombres trabajan porque se sienten bien con sus compañeros de trabajo, con los supervisores y los jefes. El grupo de trabajo, que comienza siendo un medio para un fin, se convierte con el paso del tiempo en un fin en sí mismo; la persona va a trabajar porque es importante estar en una compañía de sus colegas, haciendo lo mismo que ellos hacen, disfrutando de su mismo estatus, teniendo sus mismos intereses, actitudes y obligaciones.

De este modo el ser humano como ser social, necesita siempre tener una comunicación acorde con su manera de pensar, para ese intercambio de ideas, opiniones, establecimiento de amistad, la necesidad de convivir en grupo. Stephen (1994) afirma: “la necesidad de afiliación, es el afán por tener relaciones interpersonales, amigables y estrechas”(p.65), por ende, el trabajador puede estar insatisfecho por no disfrutar buenas relaciones interpersonales con sus colegas.

Las condiciones de trabajo, según Zambrano (2002), se refieren a “todas aquellas condiciones ambientales que regulan la actividad laboral”(p.48). Toma en cuenta la infraestructura de la organización, los equipos utilizados, el mobiliario, y otros instrumentos auxiliares de trabajo, así como su disposición y dimensiones. La disposición del puesto de trabajo depende de la amplitud del área donde se realiza el trabajo y del equipo disponible.

Un asesor académico estará satisfecho de laborar en unas condiciones laborales óptimas: infraestructura acorde a la capacidad de estudiantes y que cumpla con los requerimientos de seguridad e higiene industrial, oficinas adecuadas

para la atención al estudiante, buena iluminación, mobiliario y equipos, entre otros.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) y la Organización del Trabajo(OMT), de acuerdo a la página Wikipedia, explican la razón para establecer buenos estándares de salud y seguridad en el sitio de trabajo:

- Razones Morales: Un empleado no debería correr riesgos de sufrir accidentes en el trabajo, ni tampoco otras personas relacionadas con la actividad laboral.

- Razones Económicas: Muchos gobiernos aceptan que las malas condiciones de trabajo redundan en un mayor costo para el estado, por el costo del pago del seguro social para los discapacitados y del tratamiento médico, y la disminución de la fuerza laboral. Las organizaciones también pueden sufrir desventajas económicas, tales como los costos burocráticos, la disminución de la producción, y la pérdida de la imagen positiva en el resto de empleados, los consumidores y el público en general.

- Razones Legales: Los requerimientos mínimos de salud y Seguridad en las condiciones de trabajo suelen estar tipificados en el Derecho penal o el Derecho civil; suele considerarse que sin la presión legal las organizaciones podrían no sentirse obligadas a afrontar los costos de mejorar las condiciones de trabajo sólo por las razones morales o de ganancia a largo plazo.

Por otro lado, el salario constituye el hecho de que los individuos necesiten ver los resultados de sus propios esfuerzos ayuda a explicar por qué el salario no siempre funciona como elemento motivador. No significa que las personas no desean más dinero, sino que ellas saben que los salarios son relativamente los mismos para ciertas posiciones, en cualquier organización. Los salarios influyen en los individuos para buscar trabajo. Pero, cuando ya son empleados, ellos tienen mayor motivación en el sentido de trabajar por la realización personal, el reconocimiento, el aumento de sus responsabilidades y su propio progreso.

En otro contexto, la Supervisión, está relacionada con la competencia y la justicia ejercida por los jefes inmediatos y es definida por Zambrano (2003) como: “la competencia o habilidad técnica de los supervisores en el desempeño del

cargo”(p.48). La mala voluntad de los jefes al delegar responsabilidades, o preparar a las personas para mayores responsabilidades, encaja en esta categoría. Y también están incluidos los jefes exageradamente críticos, severos y exigentes, que los empleados consideran incompetentes para trabajar con las personas.

Con respecto al estatus, es el rango social del individuo dentro de un grupo. Es un símbolo de la magnitud del reconocimiento, el respeto y la aceptación concedidos a una persona. Trujillo (2004) afirma que el estatus es: El valor de una persona tal como se le estima por parte de un grupo o clase de personas; es el prestigio, la categoría, la admiración con que son vistos los individuos o evaluados por los demás, y como tal, no depende de lo que uno es o cree ser o de lo que hace sino de lo que los demás piensan que uno es; en suma podemos decir que el estatus individual depende siempre de cómo los otros lo perciben y lo evalúan.(p.20)

En cuanto a la importancia del estatus, Davis y Newstrom (1999) revelan: “Puesto que el estatus es importante para las personas, éstas trabajarán arduamente para ganarlo. Si ese estatus puede ligar con acciones que persigan los objetivos de la empresa, entonces los empleados se sentirán fuertes motivados para apoyar a la compañía” (p.66). Entre las fuentes del estatus, se identifican: la educación y el nivel del trabajo, el tipo de trabajo que desempeña, el pago, las condiciones laborales, entre otras.

El prestigio de un individuo es muchas veces consecuencia de su ocupación. El prestigio de una profesión es uno de los factores motivacionales que atraen al individuo a participar en ella. Una ocupación posee mayor estatus que otras y la persona en busca de posesión se identifica más fácilmente con las de mayor estatus. Dentro de una misma ocupación, la motivación para trabajar puede estar determinada por el lugar que ocupa. En otro orden de ideas y concluyendo con la teoría formulada por Herzberg, Kreitner y Kinicki (1996) revelan la clave para entender esta teoría: Hay un punto medio entre la insatisfacción. Es concebido que un miembro de la organización que tiene buenas condiciones de supervisión, sueldo y trabajo, pero una tarea poco estimulante y tediosa con pocas oportunidades de progreso, estaría en el punto medio.

Estrategias Motivacionales

Por estrategia motivacional se entiende al conjunto de actividades dirigidas al estímulo o cobertura de una necesidad particular del individuo. Al respecto, Lebonsky (2008) señala: “Son acciones realizadas por el gerente para permitir la concreción de una tarea, con máxima satisfacción por parte del trabajador” (p. 131) en este caso, se hace alusión al ámbito laboral específico, pero al mismo tiempo, define la condición esencial de este tipo de acciones, es decir, dirigir el esfuerzo a un logro particular.

En este sentido, al hablar de estrategias se hace referencia a un nivel eminentemente práctico de la actividad gerencial. Se refiere al diseño y aplicación de formas para lograr el cumplimiento de objetivos pautados en el proceso productivo que le ha sido asignado. La gerencia se compone de una serie de niveles que se van haciendo más específicos y prácticos en la medida en la cual se avanza en la construcción de un espacio para la aplicación en el ambiente de trabajo.

En lo referente al diseño de estrategias motivacionales en el caso particular del trabajo que se presenta, estas se refieren básicamente al alcance de la comprensión de un contexto específico designado por los componentes de la comunicación asertiva, como proceso y contexto de trabajo en una empresa de servicios. Este es entendido como el conjunto de elementos con los cuales, se puede estimular la generación de un entorno de trabajo de carácter positivo y guiado por las necesidades de los empleados y directivos de la organización.

En este contexto, el modelo estratégico, se basa en la necesidad de alcanzar las metas propias, desarrollar el conocimiento y el potencial personal y participar en el colectivo en el cual se desarrollan los procesos de prestación de servicios. El trabajo realizado hace hincapié en su uso en los distintos contextos y situaciones que se dan en el ámbito laboral, con especial referencia a los elementos funcionales que facilitan la actividad del gerente y su correcto desempeño para la gestión de la organización.

En este sentido, la necesidad de incorporar estrategias que ayuden a integrar diversos componentes de una actividad determinada, debiendo ser tomados en consideración para el momento de determinar la ejecución de actividades

relacionadas con la gestión de un objetivo determinado y a estas se agrega la estimación de un modelo interactivo, en el cual importen tanto los procesos de comunicación y su expectativa en torno a la utilidad de los mismos.

Ahora bien, para alcanzar el cometido general de las estrategias, se hace necesario un proceso mediado por una serie de conceptos que sirven de base para el desarrollo de una actividad positiva desde el punto de vista estratégico. Estos conceptos se convierten en el centro de la acción del gerente pues, el formula su actividad con atención a estos principios de acción que identifican su labor.

Estos conceptos pueden ser definidos a partir de la siguiente descripción: en primer término, la planificación. La misma entra en relación con los aspectos medulares de la actividad del gerente, pues la planificación le compete y corresponde a este actor. En el caso de la aplicación estratégica, dicha actividad está referida a la determinación de los elementos a ser aplicados y la forma en la cual se accederá al material y los recursos para realizar la actividad estratégica planteada. Es por ello que la activación de estrategias, debe ser necesariamente prevista por la planificación como instrumento para alcanzar efectividad en las estrategias en cualquier ámbito particular.

Cabe señalar que la planificación en las distintas áreas de la gerencia, es descrita por Almaguer, (2008), como: “Un proceso mediante el cual se determinan las metas y se establecen los requisitos para lograrlas de la manera más eficiente y eficaz posible.” (p. 23) En ese proceso se trata de racionalizar la acción en una pauta temporal, en función del logro de fines bien definidos que se consideran valiosos. Para este autor, la planificación debe ser estructural y dinámica. Estructural, porque es un todo organizado en el que cada una de sus partes cumple una función específica e interactúa y se complementa con las otras y dinámica, porque debe tener suficiente flexibilidad para admitir las modificaciones que fueren necesarias.

De la misma forma, la aplicación de estas estrategias requiere de un tiempo específico. En este aspecto, existe una referencia inmediata al tiempo, es aquella que señala la disposición de lapsos determinados por las necesidades y características de cada grupo. Los mismos no se adaptan en condiciones similares, como consecuencia

de ser estos, totalmente distintos unos de otros y por lo tanto, la estandarización es muy compleja y en algunos casos, imposible.

Por otra parte, se hace necesaria una adecuación del ambiente. La misma está referida a las características particulares del área en la cual se realiza la actividad estratégica, si se desea que un trabajador presente una mejor disposición para realizar la acción propuesta. Se le debe permitir acceder de manera efectiva a un ambiente agradable, que comunique un sentido exacto de la tarea que se espera desarrolle. Este ambiente es concebido por Alvarado (2008) como “aquel en el cual encuentra razones para continuar el proceso” (p. 23) el autor describe los distintos ambientes, llegando incluso a señalar aspectos como los elementos visuales, la luz, el espacio, la distribución espacial, como un tema importante para el diseño estratégico señalado.

Asimismo, se presenta la adecuación del tema. En este caso, se habla de las características que debe tener el tema para resultar agradable al interesado o la persona a ser intervenida estratégicamente. Tal como se señaló anteriormente, la referencia a un tema determinado, que posea pertinencia para el contexto laboral, resulta de carácter básico a la hora de comprender la manera en la cual se entra en referencia con el espacio comunicacional dispuesto por el presente estudio.

En este sentido, lograr este cometido, parte necesariamente de la activación de procesos en los cuales la motivación juega un papel determinante y para ello se debe acudir a las teorías psicológicas que tocan este tema, es decir la motivación como herramienta para lograr cambios conductuales de carácter significativo. Uno de los aspectos más relevantes de la motivación es llegar a un comportamiento determinado y preexistente del individuo y que ese comportamiento tenga que ver con su futuro, es decir, el gerente ha de propiciar que controle su propia producción y que el proceso sea motivante, esto es muy complejo.

Asertividad en la Comunicación

El centro temático del presente trabajo de investigación se refiere a la comunicación asertiva como base para el desempeño formal de una organización, al

respecto este tipo de interacción se determina según Pérez (2009), como: “la capacidad que permite a todo ser humano ser hábil al momento de comunicar sus ideas, de tomar una decisión y de relacionarse con el resto de las personas” (p. 1). A tal efecto se hace alusión a los distintos componentes que conforman el desarrollo de una actividad comunicacional tales como el manejo del proceso comunicacional

Al establecer mecanismos de comunicación, el ser humano, interfiere dos aspectos básicos de su actividad, por una parte, informa y por la otra, recibe informaciones, lo cual determina un proceso específico, del que Duarte (2011) indica: “Comunicar implica un camino de dos vías, pero en el medio de ellas, existen elementos sustanciales sin los cuales, esta no llega a ser efectiva” (p. 12). Este aspecto de la comunicación, permite establecer que la misma posea un conjunto de elementos teóricos a los cuales debe acceder todo integrante de una institución en su empeño por mejorar el carácter asertivo de la misma. Esto implica un alto rango de conocimientos en torno a cómo se maneja el problema de interacción en ámbitos de trabajo, en función del tema expuesto.

Con relación a esto, Méndez (2010) describe: “El gerente debe consustanciarse con todos los elementos teóricos que mejoren su percepción y su interacción con su entorno de acción”. (p. 14). Esto es válido, no solo para su desempeño en su área específica de trabajo, sino para todos los eventos que constituyen su actividad preferencial como líder de su grupo. Entre ellos, la comunicación resulta de carácter fundamental y funcional. Su conocimiento en torno al manejo, no se limita al simple acercamiento en torno a las características del proceso, sino que se involucra con otros aspectos.

En efecto, para que la comunicación pueda ser efectiva, desde el punto de vista de una institución como la estudiada, se debe incluir en su realización, un sentido de planificación estratégica, es decir, un conjunto mediado por la proyección de las actividades a ser realizadas, de las que Goncalves (2009) señala: “La planificación en el desarrollo de la actividad organizacional, es fundamental” (p. 4). Hace énfasis este autor, en el hecho que la comunicación como parte del proceso organizacional, debe

estar mediada por estrategias, en las que las mismas partan del diagnóstico previo y del estudio sistemático de la realidad en el ámbito en el cual se produce.

Al planificar, el gerente además, limita las posibilidades de que los eventos pautados para su realización, se vean disminuidos en su capacidad para beneficiar a la mayoría de sus relacionados. Establece una conexión con la disposición de tiempo a futuro y define metas y objetivos a ser cumplidos según un conjunto estratégico mediado por la gestión gerencial efectiva. Todo ello constituye el centro temático de la actividad planificadora en todas las áreas señaladas, pero es aun más importante en temas que refieren un espacio tan complejo como la comunicación.

Asimismo, al planificar, se implica uno de los pasos del proceso administrativo, ello debido a que la actividad en ámbitos como el señalado por el presente estudio, se relaciona precisamente con la capacidad del gerente de incorporar otras ciencias a la propia. En este caso, el proceso administrativo, cuenta luego de la planificación con un elemento central, determinado por la organización de los elementos a ser expuestos para su aprovechamiento en las estrategias, para Gutiérrez (2012) “La organización es la disposición adecuado de los recursos, elementos y factores que se involucran en un proceso productivo” (p. 5). En muchos sentidos, el acto gerencial, en el caso de la institución en estudio, refiere un aspecto administrativo innegable y en el medio del mismo, el orden de los diferentes insumos para el logro de objetivos, es una de las tareas más importantes, determinada por la presencia de un líder que se encarga de dicha disposición.

En este orden de ideas, la organización dependerá de los factores a ser aplicados y de los resultados esperados en cada una de las interacciones y estrategias planteadas. Para el caso particular de la comunicación asertiva, la organización de los elementos estratégicos, depende de las características del grupo, de su referencia con un modelo comunicacional predeterminado y de aspectos tales como el liderazgo, la fortaleza en la toma de decisiones, la empatía y otros aspectos similares, derivados de la interacción entre los miembros de un colectivo.

Como puede apreciarse, existe un componente esencial, determinado por la presencia de las relaciones establecidas entre las personas que se comunican a las

cuales se denomina relaciones interpersonales. Las mismas son como las identifica Azuaje (2013): “Interacciones entre personas” (p. 5) es decir, productos de la comunicación establecida y por tanto, interés de la presente investigación. Las relaciones interpersonales pueden ser desarrolladas en muchos sentidos, pero su distribución depende de los mecanismos a través de los cuales se produce y de los individuos de la ecuación comunicacional.

Este sentido de la organización y de la comunicación como parte de la misma, presenta una forma y estructura que para Fernández (2010), puede dividirse en comunicación interna y externa. La primera es el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantenga informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales. Asimismo, la comunicación externa, se define como el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable o a promover sus productos y servicios.

De ahí que se pueda afirmar que sin una comunicación interna adecuada no puede haber una comunicación externa efectiva, ya que de esta depende el surgimiento de un plan estratégico que permita la puesta en marcha de acciones de comunicación efectivas y por tanto, de carácter asertivo. Esto redundaría en la consecución de un modelo organizacional más efectivo y sobre todo mejor equipado desde la perspectiva de los recursos requeridos para desempeñar el mejor papel posible.

De lo anterior, se puede comprender la importancia de la comunicación asertiva, como un fenómeno humano y por tanto, dependiente de variables que no pueden medirse con facilidad pero que por el contrario, forman parte de un concepto mucho mayor que se inicia con el flujo de la Comunicación en la Organización, a través del cual se puede evaluar el resultado de dicho proceso y la forma en que las relaciones interpersonales terminan originándose.

Estos conceptos permiten que el integrante de la organización comprenda más adecuadamente el papel que le corresponde desempeñar en la misma, pues puede

identificarse con los espacios que se le asignan y por lo tanto comunicarse con los modelos ofrecidos anteriormente. Para Guerrero (2008) los modelos de comunicación, la forma en la cual se realizan las interacciones comunicativas “pueden definir la efectividad de las mismas” (p. 91), es decir, evaluarlas. Esto implica que una persona puede lograr una mejor comunicación y por lo tanto, mejor transmisión del mensaje, si es capaz de concretar un modelo comunicacional efectivo y con ello, ofrecer la posibilidad de evaluar el desempeño de dicha actividad.

En este sentido, la dirección de la comunicación y el resto de los factores que pueden implicarse en el código comunicacional, resulta de valor incuestionable para el desarrollo de actividades en la organización, que en el caso de la oficina de CORPOELEC, cobran vitalidad en la medida en que se puede acceder a la misma como la manera en la cual la organización puede crecer. Se trata de un contexto en el cual, la presencia determinante de la función administrativa se refiere a elementos sustanciales de la misma, pero que son intangibles y que a su vez, se relacionan con temas, como el del desempeño organizacional entre otros.

Comunicación asertiva

En el mundo organizacional, la comunicación asertiva es un medio utilizado en los diversos procesos administrativos, esto radica en la relación directa con la función de gerencia, de manera que esta puede definirse como una transferencia de información. De la misma forma, la comunicación permite la interacción e integración de los recursos humanos; es efectiva para generar cambio de conductas, hacer productiva la información y lograr las metas. Puede considerarse, como un proceso que ocurre entre los miembros, en forma colectiva, hacia una unificación de la organización en el ámbito social; por lo cual, debe darse en forma dinámica, donde sea constante el flujo, pero respetando el grado de identificación de estructura.

En la comunicación asertiva, las personas son capaces de intercambiar opiniones con facilidad y libertad ante un conocido o extraño; en todas sus acciones, verbalizaciones se respeta a sí mismo, acepta sus limitaciones, pero conocen sus

propios valores, tanto intelectuales como sociales. Esto se sustenta en lo expresado por Vértice (2004), la comunicación asertiva se constituye en la esencia de los procesos de definición de las relaciones dentro de la organización (p. 140). En ese sentido, se comprende la necesidad de la eficiencia comunicativa en una organización educativa, pues ésta resulta transcendental para mantener el grupo motivado hacia el desempeño de sus funciones.

De tal manera que la comunicación asertiva, es la habilidad de expresar y comunicar el deseo de una manera abierta, directa, adecuada, amable, y franca consiguiendo decir lo que se quiere expresar pero sin atender contra los demás, algunas de las características de este estilo se resume en: sabe escuchar, se siente bien consigo mismo, sabe decir que no, clarifica expectativas, considera los sentimientos de los demás, no enjuicia ni etiqueta, postura relajada y firme, voz firme, fuerte y audible.

Canal de comunicación

Un canal es el medio de transmisión por el que viajan las señales portadoras de información entre emisor y receptor, que emite a un referente. Normalmente el canal es el aire en la transmisión oral y el papel en la escrita. Es frecuente identificarlo también como canal de datos. Existen diversos canales de comunicación que las empresas pueden utilizar. Cabe señalar que estos pueden ser de dos tipos: formales e informales. Los primeros sirven para transmitir la información oficial (comunicados, órdenes, memorandos, etc.), mientras que los segundos se componen de las conversaciones y rumores. Según Muriel y Rota (1980)

Los medios o canales, de comunicación son el método de difusión que se emplea para enviar el mensaje. Estos pueden dividirse a grandes rasgos: mediatizados y directos. Los canales mediatizados son los que requieren de algún tipo de tecnología para la producción de mensajes y el contacto entre la fuente y el receptor o receptores, no es directo, sino a través de algún vehículo físico externo. Los canales directos dependen de la capacidad y habilidad individual para comunicarse con otros cara a cara. Por ejemplo, hablar, escuchar, indicios no verbales. (p.124)

En las organizaciones es de gran importancia seleccionar el medio más conveniente para enviar la información con el objetivo de que quienes la reciban puedan tener un mayor entendimiento de lo que se desea transmitir. Esto depende en gran medida del tipo de información, de los trabajadores que la reciban, del grado de implicación con lo que se transmite, entre otros aspectos.

La toma de decisiones.

La toma de decisiones es quizás el proceso más importante dentro de la organización, así lo entendió el Nobel de Economía Herbert Simon, quien es considerado el autor más reconocido en el área. En las organizaciones se toman decisiones todo el tiempo, desde las más simples hasta las más complejas, de forma individual o en grupo, de forma objetiva o subjetiva. Según Robbins (1994) afirma que la toma de decisiones para la administración equivale esencialmente a la resolución de problemas empresariales. Los diagnósticos de problemas, las búsquedas y las evaluaciones de alternativas y la elección final de una decisión, constituyen las etapas básicas en el proceso de toma de decisiones y resolución de problemas. (pág. 157).

El proceso de toma de decisiones ha sido una de las grandes preocupaciones en la administración de organizaciones como disciplina, y del administrador de empresas en su desempeño profesional. Continuamente, las personas deben elegir entre varias opciones aquella que consideran más conveniente. Es decir, han de tomar gran cantidad de decisiones en su vida cotidiana, en mayor o menor grado importantes, a la vez que fáciles o difíciles de adoptar en función de las consecuencias o resultados derivados de cada una de ellas.

Para tomar una decisión, no importa su naturaleza, es necesario conocer, comprender, analizar un problema, para así poder darle solución; en algunos casos por ser tan simples y cotidianos, este proceso se realiza de forma implícita y se soluciona muy rápidamente, pero existen otros casos en los cuales las consecuencias de una mala o buena elección puede tener repercusiones en la vida y si es en un

contexto laboral en el éxito o fracaso de la organización, para los cuales es necesario realizar un proceso más estructurado que puede dar más seguridad e información para resolver el problema. Gracias a las decisiones podemos tener una opinión crítica.

Perseverancia

Según Martha Alles, podemos definir la perseverancia como “ la firmeza y constancia en la ejecución de los propósitos. Es la predisposición a mantenerse firme y constante en la prosecución de acciones y emprendimientos de manera estable o continua hasta lograr el objetivo. No hace referencia al conformismo; al contrario, alude a la fuerza interior para insistir, repetir una acción, mantener una conducta tendiente a lograr cualquier objetivo propuesto, tanto personal como de la organización”.

La perseverancia es una competencia poco evaluada en los perfiles de selección, y, en cambio, muy importante para un desempeño óptimo. Quizás se deba a lo poco seductora que nos parece frente a otras como liderazgo, trabajo en equipo,...o porque los técnicos suponemos erróneamente que todas las personas la poseen en un nivel muy desarrollado. La perseverancia debe ser para cualquiera un valor fundamental, que si no se lo ostenta de nacimiento o por adopción, será necesario que se lo practique, porque seguramente de él dependerá no solamente el logro o no de nuestros objetivos en la vida, sino también el que seamos personas destinadas al éxito o por el contrario, al fracaso.

Todas las personas podemos aspirar a ser lo que deseemos pero, para lograrlo, debemos dedicarnos a ello, esforzarnos, ser perseverantes. Y, si no lo logramos, por lo menos podremos estar tranquilos ya que sabremos que hemos puesto todo de nuestra parte y, a pesar de no haber llegado a nuestra meta, contaremos con la satisfacción de haber aprendido mucho por el camino. No pudimos alcanzar nuestro sueño, pero habremos logrado alcanzar otras metas subordinadas que se encontraban por el camino y que también son importantes. Muchas veces el verdadero éxito está en recorrer el camino, no en alcanzar la meta.

Compromiso

Carpio (2003) plantea que el compromiso se define como

Una fuerte creencia y aceptación de las metas organizacionales, deseos de esforzarse por alcanzarlas y deseos de mantenerse como miembro de la organización. Además, señala que el compromiso se diferencia de la motivación ya que el compromiso influye el comportamiento independientemente de otras motivaciones o actitudes y puede conducir a persistir en el curso de la acción.

Según lo expresado por el autor el compromiso de los trabajadores refleja la implicación intelectual y emocional de éstos con su empresa, y con ello su contribución personal al éxito de la misma. Los trabajadores comprometidos comparten una serie de creencias y actitudes que vistas en su conjunto reflejan el aspecto clave de la salud de la empresa.

De igual forma Robbins, (1998) define el compromiso organizacional como un estado en el cual un empleado se identifica con una organización en particular, sus metas y deseos, para mantener la pertenencia a la organización. (p25). Un alto compromiso en el trabajo significa identificarse con el trabajo específico de uno, en tanto que un alto compromiso organizacional significa identificarse con la organización propia, es el sentimiento y la comprensión del pasado y del presente de la organización, como también la comprensión y compartimiento de los objetivos de la organización por todos sus participantes. Aquí no hay lugar para la alienación del empleado, sino para el compromiso del mismo.

Bases Legales

Están formadas por un conjunto de normas que reglamentan la gerencia de recursos humanos y todo lo relacionado a este tema de investigación, es decir, a todas las leyes y ordenanzas que regularizan las materias jurídicas en el cual sirven de base legal a este trabajo, la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela

(CBDV), Ley Orgánica del Trabajo (LOT), Ley Orgánica de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo (LOPCYMAT).

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. El artículo N 87, establece: “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 pueda 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. En el entorno del trabajo presentado, se hace mención de las condiciones adecuadas para el contexto laboral expuesto por la investigación, en el que la comunicación y la motivación subyacente son fundamentales.

Por otra parte, la Ley Orgánica de los trabajadores y trabajadoras es la encargada de proteger los deberes y derechos de los trabajadores venezolanos en todos los aspectos ya sean salariales, contractuales, o beneficios que este reciba a cambio de prestar su servicio a las entidades públicas o privadas que se encuentren inmerso dentro del territorio nacional. En el artículo N. 185 determina que el “trabajo deberá presentarse las condiciones que a) Permitan a sus trabajadores su desarrollo psíquico normal b) les dejen tiempo suficiente para el descanso y cultivo intelectual, para la creación y expansión lícita c) presten suficiente protección a la salud y a la vida contra enfermedades y accidentes d) mantengan el ambiente en condiciones favorables” Se hace evidente el contexto funcional aplicado en el caso del presente estudio que se relaciona con condiciones adecuadas de trabajo.

Por otra parte en el artículo N. 186 de esta misma ley contiene : “los trabajadores y patronos podrán convenir libremente las condiciones en que deba prestarse el trabajo, sin que puedan establecerse entre trabajadores que ejecuten igual labor ,diferencias no previstas por la ley, en ningún caso serán inferiores a las fijadas por esta ley o por la convención colectiva” el interés del artículo hace referencia a la manera en la cual, se deben convenir mecanismos de interacción comunicacional positivos.

Cuadro N°1

Operacionalización de Variables

Objetivo General: Proponer estrategias basadas en la motivación, para el fortalecimiento de la comunicación asertiva en la oficina de CORPOELEC, Santa Bárbara, Municipio Ezequiel Zamora del estado Barinas.

Variable	Definición conceptual	Dimensión	Indicadores	Items
Motivación	Actividades Estratégicas diseñadas para mejorar la actividad de la organización.	Factores Motivantes Factores de mantenimiento	Necesidades Logros Alcanzados Meta Satisfacción laboral Relaciones interpersonales Recompensa Salario Condiciones de trabajo Supervisión Capacitación	1 2 3,4 5 6,7 8,9 10,11 12,13 14 15,16
Comunicación Asertiva	Capacidad para transmitir informaciones pertinentes entre los directivos y los empleados	Rol Social en la Empresa	Canales de información. Decisión Perseverancia Compromiso Resultado	17 18 19,20 21,22 23,24

Fuente: Moreno (2017)

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

El marco metodológico constituye la fase que describe cómo se llevarán a cabo los objetivos específicos. Al respecto, Sabino (2008) señala que se trata del “diseño concreto que se ha elaborado y a la justificación del mismo; a las técnicas de recolección de datos empleadas, los instrumentos utilizados y la forma en que se ha procedido” (p. 37). En este sentido, el marco metodológico presenta las bases que permiten asentar el conocimiento y el dominio de las técnicas de recolección de los datos y análisis de los mismos, señala la estrategia a seguir de acuerdo al tipo de investigación y diseño seleccionado.

Naturaleza de la investigación

La naturaleza de un estudio, identifica al paradigma al cual el investigador se relaciona para obtener los datos e interpretaciones necesarias, relevantes para su construcción y comprensión. En este aspecto, Morales (2008) señala: “La naturaleza de un estudio, consiste en la determinación de las condición subyacente del fenómeno y la manera de acercarse a los datos que lo explican” (p. 41). De esta forma, se construye un mecanismo de interpretación, basado en la forma y contexto de los datos, que pueden ser cuantitativos o cualitativos, lo cual establece el carácter del enfoque seleccionado.

El presente estudio está enmarcado en el paradigma cuantitativo. En relación al paradigma cuantitativo Rodríguez, (2010); señala que “es un modelo que representa una construcción artificial de la realidad dada y se busca establecer pautas generales de conducta” (p. 07). Es la búsqueda de conocimientos generales, no ligado al tiempo y al espacio, buscando la objetividad, la investigación es valóricamente neutra. En

este caso, se ajusta a este cometido, por cuanto los resultados a ser obtenidos, se expresan en números, cantidades a las cuales se les da un sentido de inferencia correlativa a los datos recolectados.

Tipo de Investigación

Cuando se habla de tipo de investigación se refiere al alcance que puede tener una investigación científica y al propósito general que persigue el investigador. En lo que respecta al tipo de investigación, Balbo (2012), manifiesta: “Una vez definido el problema, de haber leído sobre éste y comprobar que vale la pena realizarlo, el investigador debe elegir el tipo de estudio que va a realizar, de acuerdo al enfoque planteado”(p.130). Sustentado en lo manifestado por la autora, la investigadora para darle solución a la problemática presentada, se planteó una investigación de campo, nivel descriptivo, bajo la modalidad de proyecto factible.

En cuanto al nivel descriptivo, la investigación descriptiva se define según acotaciones de Arias, F. (2006) “La investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento” (p.24). Así como también estará presentado bajo la modalidad de proyecto factible, puesto que el trabajo está orientado a Diseñar estrategias basadas en la motivación, para el fortalecimiento de la comunicación asertiva en la oficina de CORPOELEC, Santa Bárbara, Municipio Ezequiel Zamora del estado Barinas, durante el año 2016-2017. En cuanto al tipo de investigación el mismo se refiere a un Proyecto factible, el cual es definido por el Manual de Universidad Pedagógica Experimental Libertador, (2012); como: “La investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organización o grupos sociales” (p. 107). Es decir, refiere la solución de un problema observado y planteado en las fases iniciales del trabajo mediante la aplicación de un modelo diseñado específicamente a tal efecto, con acopio de las informaciones obtenidas en el proceso de diagnóstico previo.

En lo relativo a las fases, se hace referencia a las sugeridas por la Universidad Pedagógica Experimental Libertador, (2012); la cual considera “tres fases: diagnóstico, factibilidad y diseño de la propuesta”. Al respecto, a continuación se describen cada una de las fases:

Fase I: En la que se realiza el diagnóstico de la actividad propuesta como parte del proceso de análisis de la situación problemática desde la perspectiva de las informaciones recopiladas a través del instrumento específicamente diseñado para tal fin.

Fase II: Factibilidad En vista de que el presente estudio está fundamentado en un proyecto factible, se requiere establecer la factibilidad del mismo, debido a que por este medio se determina la viabilidad científica del proyecto. En este sentido, Yucta, (2009); destaca que “en un Análisis de Factibilidad se vislumbran los aspectos favorables para la viabilidad de un proyecto, lográndose una aproximación a la realidad” (p. 8). Este estudio se convierte muchas veces, en una especie de filtro de alternativas de donde se elige la más viable. En este orden de ideas se determinara la factibilidad económica, institucional, social y técnica, a través de una serie de pasos importantes en cuanto a la planificación a corto, mediano y largo plazo del estudio.

Fase III: Diseño de la Propuesta. Una vez cumplida la etapa de diagnóstico y el estudio de factibilidad, se procederá a diseñar la propuesta. Al respecto Jiménez, (2013), señala: “Es aquí donde se pone de manifiesto el ingenio del proyectista, ya que es en este momento cuando se debe plasmar de una manera clara y precisa la alternativa de solución al problema” (p. 60). En este estudio la propuesta consiste en Diseñar estrategias basadas en la motivación, para el fortalecimiento de la comunicación asertiva en la oficina de CORPOELEC, Santa Bárbara, Municipio Ezequiel Zamora del estado Barinas, durante el año escolar 2015-2016.

Diseño de la Investigación

De acuerdo al problema planteado y a los objetivos a alcanzar, se define el diseño de investigación como el plan o estrategia global en el contexto del estudio propuesto,

que permite orientar el proceso de investigación desde la recolección de los datos hasta el análisis e interpretación de los mismos en función de los objetivos definidos en la presente investigación.

Al respecto, Hernández y otros (2008), Palella y Martins (2006), Arias (2006), coinciden al señalar el diseño de investigación como la estrategia adoptada por el investigado para responder el problema, dificultosa o inconveniente planteado en el estudio. De igual manera Arias (2004), señala lo siguiente: “El diseño de investigación es la estrategia general que adopta el investigador para responder al problema planteado” (p.26). Tomando en cuenta la naturaleza de la investigación, ésta se fundamentó en un diseño de campo, ya que la información fue recabada dirigiéndose a la empresa objeto de estudio rectamente de las unidades de estudio involucradas con la problemática planteada.

Población y Muestra

Población.

En este contexto, la población es definida por Márquez, (2012); como: “La totalidad de un conjunto de objetos o elementos que poseen alguna(s) característica(s) común(es), característica definida en función al objeto de estudio y a la naturaleza de la investigación” (p. 22). Es preciso mencionar, que el universo poblacional lo constituyen la totalidad de las personas que forman parte de la planta laboral de la Corporación de Suministro de Energía Eléctrica Agencia Santa Bárbara, la cual está constituida por (22) veintidós personas distribuidos de la siguiente manera: (01) un gerente, (03) tres coordinadores y dieciocho (18) trabajadores asignados en diferentes áreas.

Muestra.

En cuanto a la muestra en una investigación, esta hace referencia según Rena (2014) “Cuando se seleccionan algunos elementos con la intención de averiguar algo sobre una población determinada, este grupo es definido como muestra” (p. 03). La

misma constituye una porción de la población. En este orden de ideas, Sabino (2008) señala que una muestra en un sentido amplio, “no es más que una parte del todo que llamamos universo y que sirva para representarlo” (p. 83). Con esta porción respectivamente del universo en estudio, se pueden obtener conclusiones representativas a la población en su totalidad.

Dentro de este contexto, se tomó una muestra no probabilística, según Hernández y otros (2012) corresponde al “tipo de muestra cuya selección no depende de que todos tengan la misma probabilidad de ser elegidos, sino de la decisión de un investigador o grupo de encuestadores” (p. 226). En función de los objetivos del estudio, la muestra se identifica como una se tomará toda para el estudio y esta se denomina muestreo censal, López (2008), opina que “la muestra es censal es aquella porción que representa toda la población”. (p. 123). En este caso la selección se realiza en su totalidad, por cuanto existe un carácter finito y altamente homogéneo de la población lo que permite su inclusión total como una decisión de la investigadora. Cabe destacar que, en la presente investigación la muestra la constituyen 22 personas, distribuida entre: (01) un gerente, (03) tres coordinadores y dieciocho (18) trabajadores asignados en diferentes áreas.

Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.

La técnica a utilizar es la encuesta, según Sabino (2008) que constituye un mecanismo de “requerir información de un grupo socialmente significativo de personas acerca de los problemas en estudio, para luego, mediante un análisis de tipo cuantitativo, sacar las conclusiones que correspondan con los datos recogidos” (p. 104). Según el mismo autor, “la ventaja principal del cuestionario radica en la gran economía de tiempo y del personal que implica, ya que los cuestionarios pueden dejarse en el lugar apropiado o pueden administrarse en grupos reunidos al efecto” (p. 89). Por ello, bajo esta técnica a los integrantes de la muestra en estudio se les aplicará como instrumento un cuestionario de preguntas estructuradas en escala

Likert, con alternativa de respuesta Siempre (S), Algunas Veces (AV) y Nunca (N), para ambos estratos muestrales.

En este sentido, el propósito de los instrumentos es recopilar la información requerida en el estudio. Se aplicara el mismo, en dos versiones, dirigidas a los trabajadores y directivos, constante de quince (15) interrogantes, en escala tipo Likert, con alternativas señaladas anteriormente. Se solicitara que las respuestas sean objetivas y para proceder a su análisis, posteriormente a la tabulación y representación gráfica. En función de reforzar la utilización del cuestionario como instrumento se tiene la opinión de Balestrini (2012), quien lo define como:

Un medio de comunicación escrito y básico entre el encuestador y el encuestado, facilita traducir los objetivos y las variables de la investigación a través de una serie de preguntas muy particulares previamente preparadas de forma muy cuidadosa, susceptibles de analizarse en relación al problema planteado (p. 138).

Se concluye entonces, que los cuestionarios son una de las modalidades que se utiliza para recolectar información valiosa acerca del tema que se está indagando, es por ello, que estos se deben realizar de forma metódica y deben ser llenados sólo por el encuestado, sin intervención del encuestador, para evitar alterar el curso de la investigación.

Validez y Confiabilidad

Validez

La validez de un instrumento se refiere a la eficacia y grado en que un instrumento mide lo que supone debe estar midiendo. Para dar consistencia a los resultados a obtenerse a través del instrumento de recolección seleccionado para ésta investigación, se realizara un análisis para determinar la validez del contenido, la cual Hernández, R.; Fernández, C. y Baptista, P. (1999), señalan que se relaciona con la manera cómo “un instrumento de medición debe contener todos los ítems del dominio de contenido de los aspectos a medir”(p.224). A ese respecto, debe verificarse que el instrumento contemple todos los indicadores de los aspectos a investigar que se

expresan en la tabla de especificaciones. El instrumento construido será validado a través de juicio de expertos, el cual según Silva, J (2008):

Consiste en consultar a tres, cinco, siete (siempre un número impar) expertos con experiencia en el tema que se estudia y en metodología de la investigación, a quienes se les suministre un ejemplar del instrumento, la tabla de Operacionalización de variables y una matriz de análisis del instrumento donde vaciarán sus observaciones a cada reactivo y se anotarán las sugerencias que consideren pertinentes. Con estos valiosos soportes, el investigador efectúa las correcciones al instrumento en los casos que considere necesario. (p 115).

Por consiguiente como método para estimar la validez de contenido se utilizó el juicio de tres (03) profesionales expertos, dos (02) en el área vinculada con el tema que se investigará y uno (01) en la parte metodológica, entregándoles el cuadro de Operacionalización de variables y el cuestionario que se estructurara para la investigación. Sus observaciones y consideraciones, orientaran las correcciones pertinentes al diseño del instrumento definitivo.

Confiabilidad.

La confiabilidad, es conocida como un instrumento de medición el cual se determina mediante diversas técnicas. A tal efecto, Hernández, Fernández y Baptista (2006) la definen como “el grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto produce iguales resultados”. (p. 235). De acuerdo a lo anteriormente expuesto, una de las características que determina la utilidad de los resultados de un instrumento de medición es su grado de reproducibilidad, es decir las veces en las que se repite para comprobar su confiabilidad. Se realizó una prueba piloto, la cual es crucial, ya que permite probar en el campo el cuestionario de los instrumentos de medición, así como entrenar a los entrevistados y verificar el manejo de las operaciones de campo. Los resultados de la prueba piloto usualmente sugieren algunas modalidades antes de realizar el muestreo a escala completa.

De igual manera Hernández, Fernández y Baptista, (2006) plantean que los procedimientos para calcular la confiabilidad de un instrumento de medición son

muchos y que todos como denominador común usan fórmulas que permiten calcular el coeficiente de confiabilidad explican que el coeficiente alfa, “trabaja con variables de intervalos o de razón KR-20 con ítems dicotómicos” (P.439). Para el cálculo de confiabilidad fue se utilizara el indicador denominado anteriormente, el cual queda expresado mediante la siguiente fórmula: [Σ] En donde:

KR-20= Coeficiente de confiabilidad.

N= Número de ítems que contiene el instrumento

Vt= Varianza total de la prueba.

Σpq = Sumatoria de la varianza individual de los ítems.

En este sentido, se utilizará el Coeficiente alfa de Cronbach el cual permitirá determinar la confiabilidad, utilizando la fórmula si el resultado es 0.80 o más se considera aceptable el instrumento. Resulta oportuno, cuando un instrumento representa un coeficiente igual a cero (0) indica que carece de confiabilidad mientras que cuando logra el valor uno (1) indica que el instrumento logra la máxima confiabilidad. Es el grado en que su aplicación repetida al mismo objeto o sujeto produce resultados iguales o grado en que un instrumento produce resultados consistentes y coherentes.

Técnicas de procedimientos y análisis de información

Los datos logrados en la recolección de información serán sometidos a un proceso de elaboración de técnicas que permita recontarlo y resumirlos, para lo cual se procederá a su ordenación, codificación, a través del tratamiento estadístico. Al respecto Selltz, Jahodas y otros citados en Balestrini (2006), refiere que “El propósito del análisis es resumir las observaciones llevadas a cabo de forma tal que proporcionen respuestas a las interrogantes de la investigación” (p. 169), por tal motivo, los resultados serán estudiados de forma cuantitativa, por medio de la estadística descriptiva, tomando como referencia los puntajes obtenidos y representándolos, a través de gráficos y tablas, los datos revelaran algún significado que debe ser interpretado de acuerdo al tema estudiado.

Capítulo IV

Interpretación y Análisis de Resultados

La presentación y el análisis de los resultados, constituye el centro de la fase I, la cual intenta determinar las características del problema planteado, desde la perspectiva de la recolección de datos y de su correspondiente análisis. El mismo se refiere a la presentación de los datos obtenidos a través de los diferentes instrumentos aplicados y con ellos, elaborar tablas de presentación.

En este sentido las respuestas contienen los elementos que luego son analizados, de acuerdo con los intereses de la investigación. Los datos recolectados se tabulan y procesan de manera manual, tomando el criterio porcentual, basado en el análisis por escalas de las variables en estudio, para luego medir la actitud a través de puntajes de las respuestas obtenidas, estructurando los valores señalados para cada ítem.

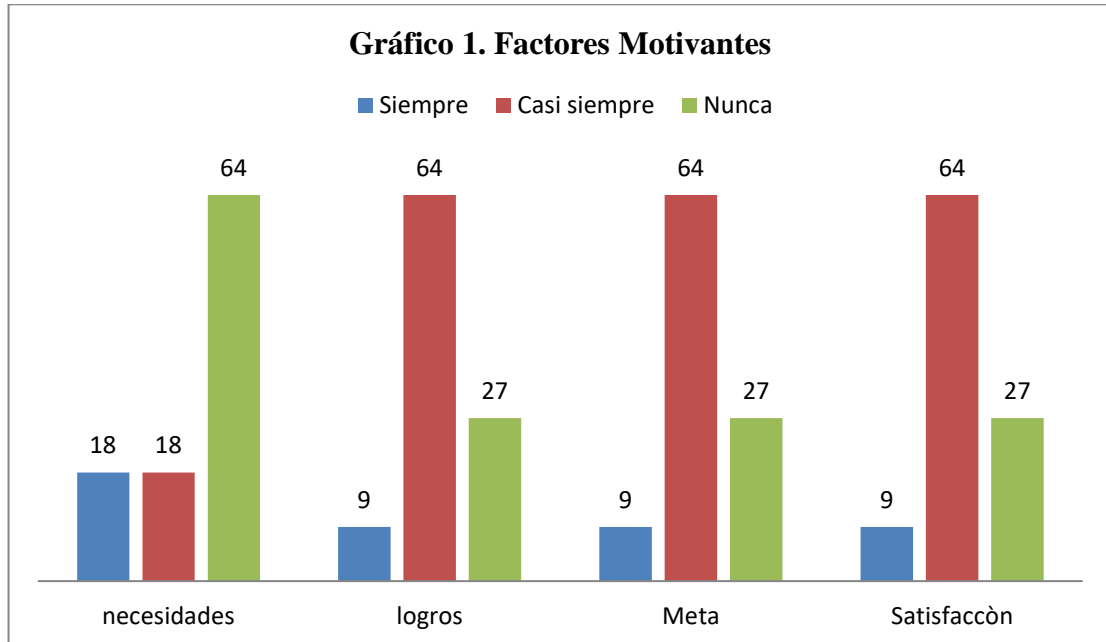
En este orden de ideas, dicha descripción caracteriza a la denominada Estadística Descriptiva que según Hernández (2013): “Es el estudio de los métodos y procedimientos para recoger, clasificar, resumir y analizar datos y para hacer inferencias científicas partiendo de tales datos” (p. 212).

Variable: Motivación
Dimensión: Factores Motivantes

Cuadro N° 2
Tabla General de la Dimensión Factores Motivantes

ALTERNATIVAS	SIEMPRE		CASI SIEMPRE		NUNCA		Total	
POBLACION	22	100	22	100	22	100	Fs	%
INDICADOR	Fs	%	Fs	%	Fs	%	22	100
Necesidades	4	18%	4	18%	14	64%	22	100
Logros alcanzados	2	9%	14	64%	6	27%	22	100
Meta	2	9%	14	64%	6	27%	22	100
Meta	2	9%	14	64%	6	27%	22	100
Satisfacción laboral	2	9%	14	64%	6	27%	22	100

Fuente: Moreno (2017)



En el cuadro N° 1 se muestra los indicadores en relación al valor de la alternativa de respuesta de la dimensión Factores motivantes, de acuerdo al indicador necesidades, los resultados obtenidos se representan en un 64% de los encuestados que expresó que nunca expresan las necesidades laborales y personales a sus jefes inmediatos, mientras el 18% manifestó que casi siempre se manifiestan dichas necesidades, y por último el 18% se pronunció que siempre se hacen. Según Maslow, un psicólogo humanista, nuestras acciones nacen de la motivación dirigida hacia el

objetivo de cubrir ciertas necesidades, las cuales pueden ser ordenadas según la importancia que tienen para nuestro bienestar.

En el mismo contexto en el indicador logros alcanzados se observa en la tabla que el 64% que representa a 14 individuos respondieron que casi siempre se sienten satisfechos con el trabajo, mientras que el 27% que son 6 individuos respondieron que nunca sienten dicha satisfacción y solo un 9% que representan 2 individuos respondieron que siempre están satisfecho con los logros alcanzados en la empresa por su trabajo realizado. Con respecto al indicador se puede apreciar que la mayoría de los encuestados se inclinaron en la alternativa casi siempre esto demuestra que los trabajadores no sienten satisfacción por los trabajos realizado y esto puede traer como consecuencia desmotivación del personal para realizar las funciones asignadas.

Por otra parte, se tiene el indicador meta en el cual se observo que el 64% de los encuestados respondieron que casi siempre se fijan metas a corto y largo plazo con respecto a proyectos profesionales en beneficio de la empresa, el 27% nunca y por último el 9% se pronunció que siempre se fijan dichas metas. El indicador con mayor porcentaje de frecuencia relativa fue referente a la alternativa casi siempre, manifestando debilidades en la empresa, ya que los directivos y trabajadores no se fijan metas para ser desarrolladas en pro de la empresa.

De igual forma en el indicador satisfacción laboral, se puede evidenciar que el 64% de los encuestados manifestaron que casi siempre se sienten satisfechos en el ejercicio de sus funciones desarrolladas en la empresa, mientras que el 27% respondieron que nunca sienten satisfacción y solo un 9% se siente satisfecho en el ejercicio de sus funciones.

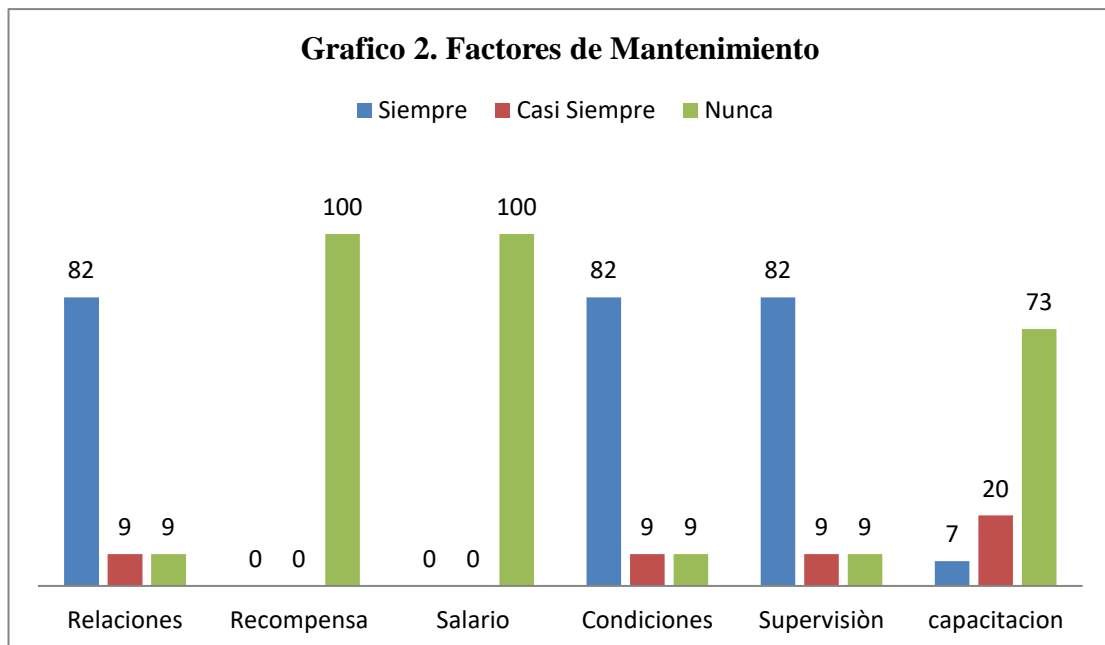
Al contrastar los resultados obtenidos con los enfoques teóricos con los indicadores se observan las dificultades en el indicador Necesidades con un porcentaje de frecuencia relativa bajo y una necesidad no satisfecha crea una tensión que origina estímulo dentro del individuo. Según Maslow el hombre siempre desea mejores condiciones de vida, siempre quiere lo que no tiene, en consecuencia las necesidades ya atendidas no pueden seguir motivado y entonces una nueva necesidad se impone a las demás.

Variable: Motivación
Dimensión: Factores de mantenimiento

Cuadro N° 3
Tabla General de la Dimensión Factores de mantenimiento

ALTERNATIVAS	SIEMPRE		CASI SIEMPRE		NUNCA		Total	
	Fs	%	Fs	%	Fs	%	Fs	%
POBLACION	22		22		22			
INDICADOR	Fs	%	Fs	%	Fs	%	Fs	%
Relaciones interpersonales	18	82%	2	9%	2	9%	22	100
Relaciones interpersonales	2	9%	8	32%	14	59%	22	100
Recompensa	0		0		22	100%	22	100
Recompensa	0		0		22	100%	22	100
Salario	0		0		22	100%	22	100
Salario	0		0		22	100%	22	100
Condiciones de trabajo	18	82%	2	9%	2	9%	22	100
Condiciones de trabajo	18	82%	2	9%	2	9%	22	100
Supervisión	18	82%	2	9%	2	9%	22	100
Capacitación	2	7%	6	20%	14	73%	22	100
Capacitación	2	7%	6	20%	14	73%	22	100

Fuente: Moreno (2017)



En el cuadro N° 3 se muestra los indicadores en relación al valor de la alternativa de respuesta de la dimensión factores de mantenimiento, se observa en el indicador relaciones interpersonales se pudo notar lo siguiente; dieciocho (18) personas que representa el ochenta y dos (82) %, contestaron que siempre mantienen relaciones interpersonales con sus compañeros de trabajo, no ocurriendo lo mismo cuando se les pregunto si mantenían dichas relaciones con los jefes que catorce (14) respondieron que nunca. De igual manera en las otras dos alternativas cuatro (04) personas que representan un dieciocho (18) por ciento respondieron que casi siempre y nunca mantienen relaciones con sus compañeros y un treinta y dos (32) por ciento casi siempre se relacionan con los jefes. Para Moxowidlo (2003) las relaciones interpersonales constituyen un aspecto básico en la vida de los seres humanos funcionando no solo como un medio para alcanzar, sino como un fin en si mismo.

En el mismo orden de ideas se tiene el indicador recompensa donde se observa que el cien por ciento (100%) de la población encuestada respondió que la empresa nunca les otorga recompensa alguna cuando realizan sus trabajos con eficiencia y esto no los motiva para mejorar sus trabajos. En la práctica la recompensa es una excelente estrategia para alcanzar las metas de la empresa, en la cual los trabajadores reciben a cambio de su trabajo una recompensa que corresponde a la satisfacción personal que obtienen de manera directa referente a la ejecución de su trabajo.

De igual forma en el indicador salario se tiene el mismo número de porcentajes de respuestas en la alternativa nunca y esto es una desventaja para la empresa, ya que según lo expresado por Sumanth (2003) la remuneración salarial es uno de los aspectos de las condiciones de trabajo que más directamente influyen en la vida diaria de los trabajadores, por ello se considera como una forma de motivación para reforzar la productividad humana al involucrar enaltecer la posición económica de un empleado. En este sentido si los trabajadores son bien remunerados, se previenen la insatisfacción de ellos en el trabajo y por ende se consigue el mejorar su rendimiento laboral.

Por otra parte en el indicador condiciones de trabajo se pudo observar que de veintidós (22) personas a quienes se les aplico la encuesta, dieciocho (18) personas

que representan el ochenta y dos por ciento (82%) respondieron en las dos preguntas formuladas sobre este indicador que siempre son agradable las condiciones físicas, ambientales y ambientales, así como el espacio físico también es idóneo para realizar su trabajo, mientras que en la alternativa Casi siempre y nunca solo el dieciocho por ciento (18%) representado por cuatro (04) personas se inclinaron en estas opciones de respuestas. Para Pérez (2010) las condiciones de trabajo están compuestas por varios tipos de condiciones, como las condiciones físicas en que se realiza el trabajo (iluminación, comodidades, tipo de maquinaria, uniforme), las condiciones medioambientales (contaminación) y las condiciones organizativas (duración de la jornada laboral, descansos).

Los sindicatos y organizaciones que se encargan de proteger a los trabajadores a todos los niveles y, en este caso concreto, en lo que respecta a las condiciones de trabajo tienen muy en cuenta una serie de aspectos fundamentales para que el empleado pueda desarrollar su labor de la manera más confortable posible y sin poner en peligro su integridad.

Del mismo modo se puede observar en el indicador supervisión que el ochenta y dos por ciento (82%) de los encuestados respondieron que siempre la empresa hace supervisión de las labores en su trabajo con eficacia, mientras que el restante, es decir, dieciocho por ciento (18%) respondieron que casi siempre y nunca se realizan estas supervisiones. Para Chiavenato (2201) la supervisión son todas las actividades que se realicen para operar y controlar el esfuerzo de los hombres, con el objeto de que éstos, en grupo o individualmente cumplan con las funciones o tareas que le han sido asignadas. Supervisar efectivamente requiere: planificar, organizar, dirigir, ejecutar y retroalimentar constantemente. Exige constancia, dedicación, perseverancia, siendo necesario poseer características especiales individuales en la persona que cumple esta misión.

En relación al indicador capacitación se observo en las respuestas dadas por los encuestados que el setenta y tres por ciento (73%) consideran que nunca la empresa se interesa en ampliar sus conocimientos relacionados con sus trabajos, ni promueve la capacitación dependiendo de la especialidad de cada trabajador para ejercer las

tareas asignadas, el veinte por ciento (20%) respondió que casi siempre se le da esa capacitación y solo un siete por ciento (7) por ciento respondió que si les da capacitación la empresa. Según la capacitación constituye un factor importante e influyente que deberán tener los trabajadores para desempeñarse bien en sus puestos de trabajos, demostrando además que las relaciones dentro de la empresa deben mejorarse y para ello se deben tomar acciones al respecto, de lo contrario existiría desmotivación en los trabajadores, lo que afectaría el cumplimiento de sus labores.

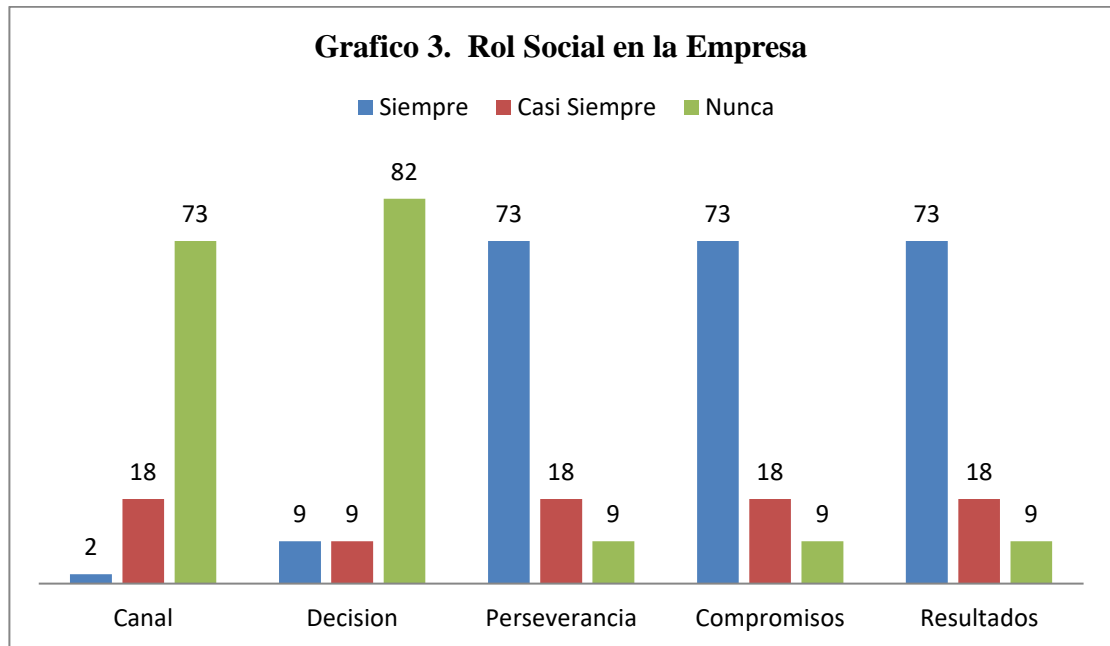
Los indicadores que más frecuencia relativa presentaron fueron relaciones interpersonales, condiciones de trabajo y supervisión con un 82.0%, desde el punto de vista de las muestras. Y con menor porcentaje de frecuencia relativa fue el referente a recompensas y salarios con un 100%. Las respuestas obtenidas de los cuestionarios aplicados a los integrantes de la población muestran una preferencia hacia las categorías de respuestas negativas nunca con un 100%; lo cual indica que la población encuestada consideran que la empresa no le satisface plenamente las necesidades de los trabajadores y esto hace que los mismos se mantengan insatisfechos y no realicen con entusiasmo sus labores dentro de la empresa.

Variable: Comunicación asertiva
Dimensión: Rol Social en la Empresa

Cuadro N° 4
Tabla General de la Dimensión: Rol Social en la Empresa

ALTERNATIVAS	SIEMPRE		CASI SIEMPRE		NUNCA		Total	
	Fs	%	Fs	%	Fs	%	Fs	%
POBLACION	22	100	22	100	22	100	22	100
INDICADOR	Fs	%	Fs	%	Fs	%	22	100
Canales de información	2	9%	4	18%	16	73%	22	100
Decisión	2	9%	2	9%	18	82%	22	100
Perseverancia	16	73%	4	18%	2	9%	22	100
Perseverancia	16	76%	4	18%	2	9%	22	100
Compromiso	16	73%	4	18%	2	9%	22	100
Compromiso	16	73%	4	18%	2	9%	22	100
Resultado	2	9%	2	9%	18	82%	22	100
Resultado	16	73%	4	18%	2	9%	22	100

Fuente: Moreno (2017)



En el Cuadro N° 4 se muestra los indicadores en relación al valor de la alternativa de respuesta de la dimensión Rol Social de la Empresa, se observa en el indicador Canales de información se pudo observar lo siguiente; dieciséis (16) personas que representa el setenta y tres por ciento (73%), contestaron que la empresa nunca cuenta con canales de comunicación para dar la información necesaria a sus trabajadores, cuatro (04) personas con un dieciocho por ciento (18%) respondieron que casi siempre y solo dos (02) personas contestaron que siempre dan a conocer la información. Para Chiavenato (2006), la comunicación es el proceso de pasar información y comprensión de una persona a otra. Por lo tanto, toda comunicación influye por lo menos a dos personas: el que envía el mensaje y el que lo recibe.

De igual manera en el indicador decisión el ochenta y dos por ciento (82%) de la población encuestada respondieron que según el cargo que ellos ocupan en la empresa nunca se les permite la toma de decisiones e iniciativas para resolver cualquier situación presentada en el ejercicio de sus funciones, mientras que el restante 18% de dicha población se inclinaron por las alternativas casi siempre y nunca. Para Chiavenato (2006) La toma de decisiones es el proceso de análisis y escogencia entre diversas alternativas, para determinar un curso a seguir. La toma de decisiones no es sólo un proceso intelectual que implica la reflexión, la percepción y la intuición creativa de los encargados de trazar políticas, sino que también es un asunto de procesos sociales y cuasi-mecánicos.

En relación al indicador perseverancia se observo en las respuestas dadas por los encuestados que el setenta y tres por ciento (73%) consideran que la perseverancia siempre es un elemento fundamental para el beneficio de la institución, mientras que el dieciocho por ciento (18%) respondieron que siempre y solo un nueve por ciento (9%) manifestaron que nunca. La perseverancia es importante para lograr el éxito en una institución, ya que a través de ella nos ayuda a superar las barreras mentales que solemos imponernos. Para Alles (2002) la perseverancia es aquel valor que disponen algunos seres humanos en su actuar y que implica la constancia, la firmeza y la tesón en la consecución de algo, ya sea una meta propuesta, Es decir,

la perseverancia es aquello que uno se propone alcanzar y por el cual empleará los medios, las estrategias que sean necesarias para llegar a tal o cual fin.

En el mismo contexto en el indicador compromiso se observo de acuerdo a los resultados obtenidos en la aplicación del instrumento que del cien por ciento (100%) de la población encuestada dieciséis (16) personas que representan el setenta y tres (73%) respondieron que siempre están comprometidos con la institución para el desempeño de sus funciones y satisfacción del equipo de trabajo, cuatro (04) personas que constituyen el dieciocho por ciento (18%) manifestaron que siempre y solo dos (02) personas que significan el nueve por ciento respondieron que nunca se sienten comprometidos con la empresa. Para Kruse (2013) añade que el compromiso es un sentimiento que te hace más probable de recomendar la organización a un amigo, de sentir orgullo por la empresa y más probable de estar satisfecho con ella y menos probable de pensar en buscar otro trabajo. El compromiso es un camino de doble vía entre empresa y trabajador. A la empresa le conviene el compromiso del trabajador y a éste ser convenientemente retribuido por ello. La empresa debe siempre tener en cuenta que el trabajador, antes del compromiso hacia la empresa que le contrata, tiene un compromiso con su profesión y su carrera.

Finalmente en el indicador resultado se pudo observar que el ochenta y dos por ciento (82%) de la población encuestada respondió que la empresa nunca emplea políticas de motivación que conlleven a la obtención de resultados óptimos en la institución, en relación al dieciocho por ciento (18%) que se inclinaron por las alternativas siempre y casi siempre, esto trae como consecuencia que los trabajadores no realicen sus actividades con entusiasmo y muchas veces se retasan los procesos y actividades a desarrollar y puede crear caos en la institución. En el mismo indicador se observo igualmente que el setenta y tres por ciento (73%) respondió que siempre al compartir el trabajo en equipo se logran resultados acordes en la institución, mientras que el dieciocho por ciento (18%) respondieron que casi siempre y un nueve por ciento (9%) consideró que nunca, esto demuestra que las acciones empleadas en la empresa son efectivas y eficientes.

Los indicadores que más frecuencia relativa presentaron fueron perseverancia y compromiso con un 73.0%, desde el punto de vista de las muestras. Y con menor porcentaje de frecuencia relativa fue el referente a resultado con un 9%. Las respuestas obtenidas de los cuestionarios aplicados a los integrantes de la población muestran una preferencia hacia las categorías de respuestas negativas nunca con un 9%; lo cual indica que la población encuestada consideran que la empresa no tiene estrategias de motivación para con los trabajadores y esto hace que los mismos estén insatisfechos y pueden tomar otras opciones de trabajo.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Luego de analizar los datos obtenidos con la aplicación de los instrumentos a la población de estudio, correspondiente a veintidós trabajadores de la empresa COORPOLEC, en el cual se analiza la motivación, donde se desprenden las siguientes conclusiones para dar respuestas a los objetivos propuestos.

En lo que respecta al primer objetivo diagnosticar los conocimientos que manejan los directivos en torno a la motivación estratégica como herramienta para el logro de una comunicación asertiva, se pudo identificar que existe un alto índice de desmotivación en los trabajadores que prestan sus servicios a la empresa, ya que los directivos de la institución no cuentan con estrategias motivacionales para incentivar a los trabajadores en el desarrollo de las actividades a ejecutar dentro de la empresa. Se puede afirmar que cuando los factores motivacionales son óptimos simplemente entra la satisfacción de una manera sustancial y duradera, cuando son precario produce insatisfacción en los trabajadores y esto trae como consecuencia desmotivación para realizar las actividades asignadas.

Según la encuesta aplicada se observo el descontento que tienen los trabajadores por el salario que perciben con relación a el trabajo que realizan, pues no les parece acorde con las funciones que cumplen en la Institución, lo cual no resulta un incentivo para ejecutar satisfactoriamente y con entusiasmo las labores cotidianas, debido a que son muy pocos los beneficios sociales que logran obtener por no poseer un salario justo acorde con la función y nivel de exigencias que desempeñan; unido al incentivo que nunca reciben recompensa alguna por las labores realizadas y de igual forma jamás son tomados en cuenta para participar en eventos que les permita respaldar su profesión.

En lo concerniente al segundo objetivo Caracterizar el proceso comunicacional verificado en la oficina de CORPOELEC Santa Bárbara Parroquia Santa Bárbara, municipio Ezequiel Zamora del estado Barinas, se puede evidenciar que la empresa no cuenta con canales de comunicación para darles la información necesaria y

oportuna a sus trabajadores, muchos de ellos conocen muy poco los tipos de canales de comunicación que existen dentro de la institución, y califica como negativos los medios de comunicación internos con los que cuenta. La comunicación es una herramienta esencial para fomentar la productividad y mantener relaciones laborales sólidas a todos los niveles de la empresa. Los trabajadores que invierten tiempo y energía en entregar líneas claras de comunicación aumentarán rápidamente los niveles de confianza entre los demás, lo cual se traducirá en una mayor productividad, mejores resultados y en general, más ánimo.

Una mala comunicación en el lugar de trabajo inevitablemente desmotivará al personal, el cual puede comenzar a cuestionar su propia confianza en sus habilidades y, por ende, en la empresa. La comunicación en la empresa es un instrumento de gestión y de dirección.

En relación con el último objetivo específico diseño de estrategias de motivación, para el fortalecimiento de la Comunicación Asertiva en la oficina de CORPOELEC Santa Bárbara, se evidencio que la empresa nunca emplea estrategias de motivación que conlleven a la obtención de resultados óptimos en la institución, esto trae como consecuencia que los trabajadores no realicen sus actividades con entusiasmo y muchas veces se retasan los procesos y actividades a desarrollar y puede crear caos en la institución.

Recomendaciones

A los efectos de los datos obtenidos se pueden plantear una serie de sugerencias que giran en torno a la efectividad de la comunicación en la organización y la manera en la cual se conciben y aplican las estrategias motivacionales para su mejoramiento.

En este aspecto, se recomienda a los trabajadores y directivos, asumir una actitud proactiva en cuanto a la adquisición de conocimientos actualizados en torno a la comunicación, asertividad, imagen corporativa entre otros como conceptos centrales de su trabajo. Es notable que el tema sea de reciente data a pesar de su importancia, lo

que permite apreciar las enormes oportunidades desde el punto de vista teórico, para el desarrollo de nuevas concepciones que lo expliquen y mejoren.

Asimismo, aprovechar los aspectos del estudio que evidenciaron un carácter positivo, como bases en la construcción sistemática de soluciones para el desarrollo de estrategias que mejoren la comunicación en la institución. Estos aspectos pueden servir como puentes hacia otros que no se definen adecuadamente o que son francamente negativos, sirviendo como un contexto en el que se puede trabajar con cierto grado de confianza en el resultado.

Por otra parte, la institución debe proveer lo conducente a la formulación de planes para el manejo adecuado de la comunicación, información a los trabajadores, usuarios y directivos en relación con las estrategias que pueden ser aplicadas y la gestión de un plan para incorporar elementos en torno al tema que sirvan como base de datos para el diseño de planificaciones que contengan como centro temático, el mejoramiento del mismo y su aplicación en diversos contextos y ambientes.

CAPÍTULO VI

LA PROPUESTA

Presentación de la Propuesta

Para establecer un marco adecuado a la gestión comunicacional en la institución en estudio, se hace necesario acceder a un conocimiento exhaustivo en relación con su funcionamiento formal, con el objeto de fortalecer los aspectos considerados como problemáticos relativos a la asertividad que deben mantener las interacciones entre los empleados, directivos y usuarios de la empresa de distribución de servicio eléctrico CORPOELEC en el municipio Ezequiel Zamora del estado Barinas. Es por ello, que el resultado de la actividad descrita en el capítulo anterior, sirve como diagnóstico para el desarrollo de la propuesta, que parte de los aspectos puntuales señalados en dicho espacio y que intenta mediar en el contexto específico de la comunicación en la organización.

Asimismo, se debe resaltar el espacio relacionado con la gestión de la propuesta en función de los elementos que la misma debe presentar y en este aspecto, se hace alusión a la denominada planificación estratégica, comprendida como la selección y aplicación de un conjunto de elementos surgidos de un proceso de elaboración compleja alrededor de la actividad que desea aplicarse. En este proceso, existen tres momentos fundamentales en los que se hace énfasis, que son el diseño, la aplicación y la evaluación de los resultados, que de hecho, guían el contexto del plan de acción y de las actividades a ser presentadas para el manejo del problema detectado en la institución.

En efecto, el diseño de objetivos inspirados en una comunicación y la motivación delimita las funciones de la organización, ello debido a que ofrecen un marco referencial efectivo para el logro de metas. Toda organización, mantiene un flujo de actividades para cumplir con su cometido, pero estos, carecen de sentido práctico, si no se enmarcan en una actividad a largo plazo y determinada por la gestión de una

comunicación eficaz, definida a partir del diseño de estrategias específicas para su control y manejo. Mientras estas son más claras, con mayor efectividad podrá desarrollarse la actividad organizacional.

Como puede observarse, el problema gira en torno a aspectos que escapan del proceso productivo en sí mismo, es decir, las actividades de las que surgen los elementos de intercambio, y se internan en las temáticas propias de cualquier organización que desea ser efectiva en su desempeño y es allí donde se puede observar el énfasis que posee la situación en la institución en estudio. La interacción cada vez más cercana entre los distintos factores humanos que componen la organización, ejerce presión sobre los modelos de comunicación existentes, y que poco a poco han ido cambiando de forma y contexto. De esta manera, el diseño de estrategias motivacionales para mejoramiento de la comunicación, conforma una parte esencial del proceso gerencial contemporáneo, guiado por la gestión de intereses comunes a la organización y de la manera de abordar las tareas determinadas para la realización efectiva de la misma.

Marco de Acción y Fundamentación

El presente proyecto estratégico, se realiza en función de ofrecer a una organización de carácter público, identificada anteriormente, los elementos disponibles para lograr que los objetivos de la misma, sean diseñados en función de un proceso apegado a la comunicación como herramienta para lograrlo a través de estrategias motivacionales. Este aspecto, abarca un conjunto de actividades que van desde la comprensión de la teoría básica, hasta el modelo de aplicación propiamente dicho.

En este sentido es importante reconocer los elementos que componen la comunicación así como los aspectos que la misma impacta, tales como la toma de decisiones y el diseño de objetivos, en los que se basa la estrategia para facilitar un marco de acción, dispuesto sobre la base de solucionar el problema expuesto en la parte anterior. Según Montes (2011): “Planificar implica determinar el conjunto de

elementos que componen una situación para encontrar la vía más acertada y eficiente para su solución y la aplicación de su ejecución” (p. 2) o en el caso de un problema, la manera más sencilla y directa de solucionarlo, tomando en cuenta los objetivos planteados, los recursos y el gasto que en todo caso se realizará.

En lo relacionado con las estrategias, las mismas constituyen un elemento práctico, identificado con las fases previas a través de la acción concreta. El planificador, determina el conjunto estratégico a través de la elaboración de una acción precedida del diagnóstico y la identificación de las potencialidades de la organización. Este es el aspecto que la hace progresiva.

Se asume que todos los integrantes de una organización, de una manera u otra, participan en el desarrollo organizacional. Toman decisiones más o menos conscientes y racionales, que se acomodan a sus expectativas. Al lograr interconectar las acciones producto de esas decisiones, con las expectativas personales de cada uno de los integrantes de la organización, esta crece y se desarrolla de manera más efectiva. Es allí donde entra en juego la comunicación como proceso funcional y fundamental, porque para que una toma de decisiones termine siendo acertada, quien la asume, debe poseer todas las informaciones necesarias y sustentar las mismas en una gestión comunicacional efectiva.

En función de lo anterior, el diseño de la propuesta, se basa precisamente en la actividad previa de diagnóstico ya realizada y ahora, se asume el control por parte del agente decisorio, para establecer sus verdaderos objetivos organizacionales, aquellos surgidos de la actividad evaluativa previa y de la comprensión efectiva del entorno de trabajo. El diseño debe ajustarse a un concepto global de la actividad de la institución, es decir, la gestión de servicio público a una comunidad, siendo este el norte de la misma y el elemento que permitirá la construcción en primer término de una misión y visión de la organización que motive los objetivos de la comunicación. Con este concepto previo en mente, se puede acceder a un modelo viable para establecer las metas en el largo y mediano plazo, siendo esta, una de las situaciones expuestas como parte del problema detectado.

Título de la Propuesta

Estrategias de motivación, para el fortalecimiento de la Comunicación Asertiva en la oficina de CORPOELEC Santa Bárbara.

Objetivos de la Propuesta

Objetivo General

Proponer Estrategias de motivación, para el fortalecimiento de la Comunicación Asertiva en la oficina de CORPOELEC del municipio Ezequiel Zamora del estado Barinas

Objetivos Específicos

1.- Sensibilizar a los integrantes de la organización en torno al proceso comunicacional destinado al mejoramiento en el desempeño institucional, mediante la realización de una charla inductiva en torno al tema.

2.- Ejecutar una serie de actividades de carácter interactivo con los trabajadores destinadas al mejoramiento de la actividad relacionada con el proceso comunicacional, a través de un proceso de diagnóstico conjunto.

3.- Presentar un conjunto de objetivos diseñados a partir de las situaciones observadas, teniendo como meta general, la disposición al mejoramiento de la comunicación en los diferentes niveles de la organización.

Justificación de la Propuesta

A través de la exposición relacionada con el último punto presentado, se determinó la necesidad de acceder a un mecanismo para el control efectivo de la problemática referida a la motivación en función de la comunicación como aplicación para el diseño efectivo en el desempeño de la organización. Para ello, se requiere de

la activación de unas estrategias dirigidas a disminuir los efectos negativos del problema detectado, determinando de esta manera, el cumplimiento del objetivo central de la investigación, planteado en las fases iniciales del estudio, y que se refiere precisamente a una propuesta, realizada con la finalidad antes citada. Dicha propuesta está determinada por la necesidad de disminuir el impacto negativo representado por la carencia de una comunicación efectiva, con todas las consecuencias que dicha situación implica.

Según los resultados obtenidos a través del instrumento aplicado, se considera válida la opción de crear estrategias motivacionales a los trabajadores de la empresa COORPOLEC para el fortalecimiento de la comunicación asertiva, El tener un trabajador altamente motivado, es una de las claves para que una institución permanezca vigente y competitiva.

En función de lo anterior, se hace necesario establecer una serie de pasos determinados por la planificación estratégica, base conceptual del desarrollo sugerido y que se conforma de un proceso de carácter dinámico, progresivo y sistemático. El mismo establece la caracterización de los objetivos, así como la disposición de recursos tanto humanos como materiales destinados al alcance de las metas definidas en el instrumento estratégico. El diseño se hace con atención a las necesidades de un grupo determinado, pero con la expectativa de aplicarlo en cualquier otro en condiciones similares.

En este mismo orden de ideas, se presentan los beneficiarios indirectos que en este caso se delimitan por la organización, la cual puede aprovechar positivamente el desarrollo estratégico propuesto a los fines de presentar un conjunto de acciones dispuestas para la aplicación sistemática del mismo, en función de su relación con un tema de permanente interés en el ámbito organizacional, como es el de optimizar sus procesos comunicacionales. En este caso, se hace referencia a una actividad que puede ser desplegada en los periodos posteriores, con la finalidad de desarrollar una actitud positiva frente al uso de la asertividad, como un valor de intercambio en la organización, siendo esta finalidad, la más directa referencia al alcance del objetivo general presentado en la fase inicial del presente trabajo de investigación.

Factibilidad

Después de definir la problemática presente y establecer las causas que ameritan el diseño de estrategias de motivación, para el fortalecimiento de la Comunicación Asertiva en la oficina de CORPOELEC del municipio Ezequiel Zamora del estado, es pertinente realizar un análisis de factibilidad para determinar lo que implica la implementación de las estrategias en cuanto a los recursos económicos, recursos humanos y técnicos; y el grado de aceptación que la propuesta genera en la Institución. Este análisis permitió determinar las posibilidades de diseñar las estrategias y su puesta en marcha, los aspectos tomados en cuenta para este estudio fueron clasificados en tres áreas, las cuales se describen a continuación:

Factibilidad Económica: La incorporación de este grupo de estrategias no requiere del desembolso de grandes cantidades de dinero por parte de la empresa COORPOLEC, Sin embargo, el costo inicial de la implementación del plan no es tan elevado como lo es el mantenimiento y continuidad del mismo ya que el desarrollo completo de este, es para un periodo de tiempo a mediano plazo.

Factibilidad Institucional: Evidentemente la empresa COORPOLEC está siempre interesada y en la búsqueda del bienestar y desarrollo integral de los trabajadores, su realización contribuiría a mejorar los niveles motivacionales de su personal.

Factibilidad Técnica: La Factibilidad Técnica consiste en realizar una evaluación de la tecnología existente en la organización, este estudio está destinado a recolectar información sobre los componentes técnicos que posee la organización y la posibilidad de hacer uso de los mismos en el desarrollo e implementación de las estrategias propuestas. Se determino que se cuenta con los equipos necesarios y su vez se encuentran en buen estado, pudiendo ser utilizados sin realizar cambios ya que no impiden ni entorpecen el proceso de implementación de la propuesta

PLAN DE ACCIÓN

Objetivo General: Proponer Estrategias de motivación, para el fortalecimiento de la Comunicación Asertiva en la oficina de CORPOELEC del municipio Ezequiel Zamora del estado Barinas

Objetivo Especifico	Actividades	Recursos	Responsables	Observaciones
1.- Sensibilizar a los integrantes de la organización en torno al proceso comunicacional, destinado al mejoramiento en el desempeño institucional, mediante la realización de una charla inductiva en torno al tema.	1.- Aplicación de un instrumento de recolección de datos a fin de reconocer los elementos de que disponen para el desarrollo de la propuesta. Este instrumento se refiere a un cuestionario en el cual se pregunta de manera específica en torno a los conocimientos que poseen los integrantes de la empresa, en torno a sus objetivos y los recursos con los que cuenta para su cumplimiento.	Materiales Lápices Marcadores Instrumento de recolección de informaciones Humanos Facilitadores Participantes	Facilitadores	
	2.- Presentación de los Resultados. En este proceso se realiza una exposición por parte del facilitador encargado de la actividad, en la cual, se detallan los resultados y se exponen las fallas más frecuentes identificadas en el instrumento y la manera de abordarlas.	Materiales Calculadora Papel Humanos Facilitadores Participantes	Facilitadores	
	3.- Dinámica grupal para el establecimiento de las características del proceso comunicación. En esta fase, se indican los elementos para manejar los aspectos en los cuales han presentado la mayor parte de las fallas, mejorando su percepción en torno al proceso y la manera en la cual se pueden aplicar correctivos. La dinámica grupal debe ser dirigida a una autoevaluación de los resultados y la facilitación de	Materiales Computadora Papel Impresora Humanos Facilitadores Participantes	Facilitadores	

	material para el diseño adecuado de la comunicación, desde el punto de vista técnico, para su correspondiente discusión.			
--	--	--	--	--

PLAN DE ACCIÓN

Objetivo General: Proponer Estrategias de motivación, para el fortalecimiento de la Comunicación Asertiva en la oficina de CORPOELEC del municipio Ezequiel Zamora del estado Barinas

Objetivo Especifico	Actividades	Recursos	Responsables	Observaciones
2.- Ejecutar una serie de actividades de carácter interactivo con directivos y empleados destinadas al mejoramiento de la actividad relacionada con el proceso comunicacional, a través de un proceso de diagnóstico conjunto	<p>1.- Manejo de los aspectos teóricos de la comunicación. Se desarrolla una estrategia a través de la técnica de lluvia de ideas, en torno al material facilitado en la sesión anterior, en el cual se aplican espacios para el manejo de diseño y aplicación de la comunicación. Se realizará una demostración práctica con un especialista, quien explicará los aspectos más comunes del manejo comunicacional así como la gestión de una imagen corporativa. La actividad terminará con una ronda de preguntas y respuestas y la aplicación de un problema, que deberá ser resuelto aplicando los conocimientos adquiridos.</p>	<p>Materiales Marcadores Papel Lápiz Computadora Elementos de registro informático Humanos Facilitadores Participantes Especialista</p>	Facilitadores	
	2.- Diseño de estrategias de comunicación. En la actividad se aplicarán conocimientos de la fase anterior y se involucrará el desarrollo de una serie de contenidos teóricos referidos a la comunicación.	<p>Materiales Papel, Lápiz, Marcadores, Laminas, Humanos Facilitadores Participantes</p>	Facilitadores	

PLAN DE ACCIÓN

Objetivo General: Proponer Estrategias de motivación, para el fortalecimiento de la Comunicación Asertiva en la oficina de CORPOELEC del municipio Ezequiel Zamora del estado Barinas

Objetivo Especifico	Actividades	Recursos	Responsables	Observaciones
3.- Presentar un conjunto de objetivos diseñados a partir de las situaciones observadas, teniendo como meta general, la disposición al mejoramiento de la comunicación asertiva en los diferentes niveles de la organización.	1.-Realización de una sesión relacionada con el contenido de la comunicación. En la primera parte de la actividad propuesta, se hará entrega de material escrito en torno al tema, de manera sucinta preferiblemente Este tema se reforzará con una explicación por parte del facilitador del material. Posteriormente, se realizará una ronda preguntas en el cual el facilitador intentara identificar los conocimientos adquiridos en esta fase y las debilidades más frecuentes.	Marcadores Papel Lápiz	Facilitadores	
		Computadora Elementos de registro informático	Facilitadores	
	2.-Presentación de láminas en PowerPoint relacionadas con el tema y contenidos abordados.	Papel Lápiz Marcadores	Facilitadores	
	3.- Aplicación de la actividad en el ámbito de la institución. En el desarrollo de esta actividad, se deberán monitorear los aspectos resaltados en las dinámicas realizadas en las fases anteriores y tomar nota para la redacción de un informe final a ser presentado a los facilitadores.	Papel Lápiz Material fotocopiado	Facilitadores	

	<p>4.- Evaluación de los resultados. Se trata de la fase final de la aplicación estratégica, la misma se realizará con atención a los planteamientos de evaluación sistemática, con y autoevaluación a través de una sesión en la que se expondrán los informes de cada participante y se discutirán los resultados así como la manera de mejorar la aplicación, tomando nota en un informe final redactado en mesas de trabajo separadas por tema, es decir, una de aspectos técnicos, otra de manejo institucional y otra de aspectos laborales propiamente dichos, se ensamblará un informe final y se presentara a la discusión grupal para su correspondiente aplicación en los ciclos posteriores.</p>	<p>Laminas Impresora</p>	<p>Facilitadores</p>	
--	--	------------------------------	----------------------	--

Referencias

- Almeida (2013) Problemas en la Comunicación Asertiva. Disponible en red en www.ideasapiens.com
- Alvarado (2008) El reto de la Planificación Administrativa, UNAM, México Dto. Federal
- AnderEgg (2009) Investigación Social Edit. Bruguera México.
- Antúnez (2011) Motivación y Desempeño Laboral. Ediciones Vadell Hermanos. Caracas.
- Avalos (2011) Comunicación interinstitucional como problema de estudio en Administración de empresas. Ed. Círculo de Atenas, Buenos Aires
- Azuaje (2013) Estrategias gerenciales del accionar directivo, aplicadas en el proceso de comunicación. Trabajo de Grado no publicado. Universidad Pedagógica Experimental Libertador UPEL. Barquisimeto.
- Balestrini (2012) Como hacer un trabajo de investigación Ediciones LUZ, Maracaibo.
- Borges (2015) Teorías de la Organización, Sistemas y Recursos, documento en línea disponible en www.gestiopolis.com
- Carpio (2003): El talento humano en las organizaciones. Revista Tecnia, San José de Costa Rica, INA. V.3, n.11, enero – abril 2003,
- Cova (2009) Evaluación Institucional Guía Metodológica para su Aplicación. UNAM Fondo Editorial
- Cuadra (2012), Mejoramiento de la comunicación y sobre su influencia en las actividades institucionales
- Davis (2002) Cultura Organizacional en la Evaluación Institucional, documento en línea disponible en www.tramosorganiz.org.ch
- Duarte (2011) Evaluación Institucional Guía Metodológica para su Aplicación. Universidad Nacional Experimental de Guayana.
- Fernández (2010) Administración y dirección Colombia. Mac Gra-Hill interamericana, S.A.
- Goncalves (2009) El Clima Organizacional en las Organizaciones Productivas. Mc Graw Hill, México D.F.
- Guerrero (2008) Modelo de Toma de Decisiones. Centro de Psicología Clínica y Psicoterapia. Estudio Documental. Madrid.

- Gutiérrez (2012) La Química Laboral. Un estudio en torno al Clima Organizacional. Ediciones Laboras. Buenos Aires
- Hernández, Fernández y Baptista (2012) Metodología de la Investigación. Editorial Prentiss. México.
- Jiménez, (2013) El Proceso de la Investigación Científica. Editorial Limusa México.
- La Porte (2005) Teoría del Clima Organizacional Edic. Mc Graw Hill. México
- Lander (2008) Concepciones sobre el Proceso Educativo. Conferencia sobre la Reforma Educativa en México. Centro de Estudios Sociales de la UNAM.
- Lebonsky (2008) Administración y Organización documento en línea disponible en www.gaceta.udg.mx/G_notas1.php?id=14853
- Madero (2014) Clima Organizacional, disposiciones técnicas para el manejo de la disciplina y la actitud positiva. Disponible en www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/8909/Etesis_1.pdf?sequence=5
- Márquez, (2012) El diseño de la Investigación Cualitativa, ediciones Gibraltar, Valencia, España. V Edición.
- Mateo (2011) Comunicación Asertiva en la Empresa Chilena, documento en línea disponible en educared.org.ch[Documento en línea]
- Méndez (2010) Investigación sobre Clima Organizacional en la Universidad Católica de Chile. Santiago.
- Molina (2009) Educación y Sociedad. Ediciones Bruguera. Madrid
- Molina (2012) Estrategia gerencial para el Estudio del Clima Organizacional. Disponible en www.gestiopolis.com
- Morales (2008) Enfoques metodológicos de la Estadística en la Investigación, disponible en www.rena.org.ve
- Moreno (2012) Desempeño Organizacional Conceptos sobre, documento en línea disponible en www.defincoines.org.c
- Morles (2009) Investigación Evaluativa, Método para determinar la eficiencia de los programas de acción, México, Editorial Trillas
- Muriel, María Luisa y Gilda Rota. Comunicación Institucional: Enfoque Social de Relaciones Humanas. Editora Andina. Ecuador, 1980
- Noriega y Pria (2011) Instrumento para evaluar la comunicación y sus elementos en los Grupos de Control de Vectores

- Núñez (2005) Comunicación Interpersonal RODAS. Documento en línea disponible en rodas.us.es/file/8e71edf4-310f-85d3-f039.../1/...zip/page_04.htm
- Palma (2011) Motivación y comunicación en personal de entidades universitaria, realizado para la Universidad Javeriana de Lima
- Pérez (2009) Técnicas para la Investigación Social. Recopilación en material de la UNELLEZ, Santa Bárbara
- Pita F. (2005) Determinación de factores de riesgo, disponible en línea en www.sld.cu/galerias/pdf/.../determinacion_de_factores_de_riesgo.pdf[Documento en línea] Rena (2014) Metodología de la Investigación Cuantitativa. Disponible en red en ww.rena.org.ve.
- Pumar (2007) Comunicación Asertiva en las Instituciones Educativas, disponible en <https://es.scribd.com/doc/79632032/clima-organizacional-aula> [Documento en línea]
- Rodríguez, (2010) Metodología de la Investigación Cuantitativa, Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador, Caracas.
- Sabino (2008) El Proceso de Investigación Edit. PANAPO, Caracas
- Smithson (2010) Planificación educativa. Manual para el desarrollo de actividades docentes de la Universidad Nacional Simón Rodríguez
- Stoner (2005) Teorías de Desarrollo y Capital Humano. Ediciones UJL; Lima Perú.
- Universidad Pedagógica Experimental Libertador, (2012) Manual de Trabajo de Grado de Especialización y Maestrías y Doctorados de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador ediciones UPEL
- Yucta, (2009) Epistemología de la Investigación, disponible en red en www.gestiopolis.com

ANEXOS

ANEXO A

Solicitud Validación del Instrumento



UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL
DE LOS LLANOS OCCIDENTALES
EZEQUIEL ZAMORA
VICERRECTORADO DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO SOCIAL
COORDINACIÓN DE ÁREA DE POSTGRADO
POSTGRADO EN GERENCIA GENERAL

SOLICITUD DE VALIDACIÓN

Santa Bárbara, 15 de febrero de 2018

Ciudadana(o):

Presente.-

Distinguida(o) Licenciada(o):

Por medio de la presente, me dirigimos a usted con la finalidad de solicitar su valiosa colaboración en la validación de contenido del instrumento que se utilizará para recabar la información requerida en el Trabajo de Aplicación titulado **ESTRATEGIAS BASADAS EN LA MOTIVACIÓN, PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN ASERTIVA EN LA OFICINA DE CORPOELEC, SANTA BÁRBARA, MUNICIPIO EZEQUIEL ZAMORA DEL ESTADO BARINAS**, como requisito exigido, para optar al Título de Magister Scientiarumr en Gerencia General.

Por su experiencia profesional y méritos académicos, le agradezco emitir un juicio calificativo sobre los ítems del instrumento, tomando en cuenta las instrucciones que se anexan. Sus observaciones y recomendaciones contribuirán a mejorar la calidad de mi trabajo. Agradeciendo altamente su valioso aporte, se despiden de usted.

Lcda. Leudys Moreno Varillas

ANEXO B

Cuadro de Validación para el cuestionario

**Cuadro de Validación para el cuestionario que será aplicado a los trabajadores de la
Oficina CORPOELEC, Santa Bárbara, Municipio Ezequiel Zamora Del Estado
Barinas
Datos del Experto**

Nombre y Apellido: _____ C.I. N° _____

Profesión: _____

Fecha de la Validación: __ Febrero de 2018

Item	Pertinencia		Coherencia		Claridad		Recomendación		
	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									

Observaciones:

Firma

ANEXO C

Carta de Validación del Experto



Carta de Validación del Experto
 UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL
 DE LOS LLANOS OCCIDENTALES
 EZEQUIEL ZAMORA
 VICERRECTORADO DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO SOCIAL
 COORDINACIÓN DE ÁREA DE POSTGRADO
 POSTGRADO EN GERENCIA GENERAL

Carta de Validación del Experto

Yo, _____ titular de la Cedula de Identidad N° _____, por medio de la presente hago constar que he leído y evaluado el instrumento de recolección de datos correspondiente al Trabajo de Aplicación titulado **ESTRATEGIAS BASADAS EN LA MOTIVACIÓN, PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN ASERTIVA EN LA OFICINA DE CORPOELEC, SANTA BÁRBARA, MUNICIPIO EZEQUIEL ZAMORA DEL ESTADO BARINAS**, presentado por la Licenciada Leudys Moreno Varillas, titular de la Cédula de Identidad N° V- 20.733.056, para optar al Título de Magister Scientiarum en Gerencia General.

En Santa Bárbara de Barinas a los ____ días del mes de Febrero de 2018.

Firma del Experto
C. I. N° V-

ANEXO D

Instrucciones para la Validación

Instrucciones para la Validación



UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL
DE LOS LLANOS OCCIDENTALES
EZEQUIEL ZAMORA
VICERRECTORADO DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO SOCIAL
COORDINACIÓN DE ÁREA DE POSTGRADO
POSTGRADO EN GERENCIA GENERAL

1. El instrumento anexo tienen como objetivo **Proponer estrategias basadas en la motivación, para el fortalecimiento de la comunicación asertiva en la oficina de CORPOELEC, Santa Bárbara, Municipio Ezequiel Zamora del estado Barinas, durante el año 2017.** En tal sentido, se aspira que usted como experto en el área evalúe si el cuestionario elaborado sirve para el propósito para el que ha sido construido, de acuerdo con los siguientes criterios: pertinencia, claridad y coherencia.
2. El criterio de **pertinencia** se refiere a la relación o adecuación del ítem con el indicador, la dimensión, la variable y el objetivo.
3. El criterio de **coherencia** se refiere la formulación adecuada del ítem en cuanto al orden y estructura.
4. El criterio de **claridad** se refiere a que el ítem refleje fielmente la magnitud de lo que se pretende medir, evidenciando facilidad de interpretación y precisión en los términos utilizados.
5. Para evaluar los criterios de cada ítem se requiere que en el cuadro de validación indique con una “X” la casilla correspondiente, así mismo si considera que el ítem se debe aceptar, modificar o eliminar.
6. Usted podrá escribir cualquier observación del instrumento que requiera ser mejorada en cuanto a la forma, contenido u otro aspecto.
7. Se le agradece colocar los datos personales solicitados.
8. Se anexa: Cuadro de validación, cuestionario, objetivos de la investigación y la operacionalización de las variables

ANEXO E

Cuestionario de Preguntas Cerradas Dicotómicas



UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL
DE LOS LLANOS OCCIDENTALES
EZEQUIEL ZAMORA
VICERRECTORADO DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO SOCIAL
COORDINACIÓN DE ÁREA DE POSTGRADO
POSTGRADO EN GERENCIA GENERAL

Cuestionario de Preguntas Cerradas Dicotómicas

N°	Items	S	AV	N
01	¿Usted y sus compañeros de trabajo expresan las necesidades laborales y personales a sus jefes inmediatos?			
02	¿Se siente satisfecho con los logros alcanzado en la empresa por su trabajo realizado?			
03	¿Considera que tiene que fijarse metas a corto y largo plazo relacionadas con sus aspiraciones profesionales?			
04	¿Se trata proyectos profesionales con el fin de crecer como persona en beneficio de la empresa?,			
05	¿Se siente satisfecho en el ejercicio de sus funciones en la empresa?			
06	¿Mantiene relaciones interpersonales satisfactorias con sus compañeros de trabajo?			
07	Mantiene relaciones interpersonales satisfactorias con los Jefes de la Oficina?			
08	¿La empresa otorga recompensa a sus trabajadores por los trabajos realizados con eficiencia?			
09	¿Las recompensas que otorga la empresa te motivan para mejorar tu trabajo?			
10	¿Considera que el salario que percibe por su cargo es justo?			
11	¿Ocuparía un cargo de mayor responsabilidad por el mismo salario que devengas actualmente?			
12	¿Considera que las condiciones físicas y ambientales de trabajo son agradables?			
13	¿Considera que el espacio físico de su área de trabajo es idóneo para el ejercicio de su desempeño laboral?			

14	¿Considera que la empresa supervisa las labores en su trabajo con eficacia?			
15	¿Tiene interés por ampliar conocimiento relacionado con su trabajo?			
16	¿La empresa promueve capacitación en su especialidad para el ejercicio de sus labores?			
17	¿Cuenta la empresa con canales de comunicación para la información necesaria que debe dar a sus trabajadores?			
18	¿Su cargo o puesto de trabajo le permite llevar a cabo la toma de decisiones e iniciativas para resolver cualquier situación presentada en el ejercicio de sus funciones?			
19	¿Considera que la perseverancia es un elemento fundamental para beneficio de la institución?			
20	¿Comparte usted valores relacionados con la perseverancia en el cumplimiento de sus funciones?			
21	¿Siente usted el compromiso de cumplir con sus funciones laborales en la institución?			
22	¿Demuestra compromiso en la empresa para la satisfacción del equipo de trabajo?			
23	¿Considera usted que existen políticas de motivación que conlleve a la obtención de resultados óptimos en la institución?			
24	¿Comparte el trabajo en equipo satisfactoriamente para lograr resultados acordes en la Institución?			

ANEXO F

Validación del Instrumento

Carta de Validación del Experto



UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL
DE LOS LLANOS OCCIDENTALES
EZEQUIEL ZAMORA
VICERRECTORADO DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO SOCIAL
COORDINACIÓN DE ÁREA DE POSTGRADO
POSTGRADO EN GERENCIA GENERAL

Carta de Validación del Experto

Yo, Maia S. Ochoa titular de la Cedula de Identidad N° 9.14.223 por medio de la presente hago constar que he leído y evaluado el instrumento de recolección de datos correspondiente al Trabajo de Aplicación titulado **ESTRATEGIAS BASADAS EN LA MOTIVACIÓN, PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN ASERTIVA EN LA OFICINA DE CORPOELEC, SANTA BÁRBARA, MUNICIPIO EZEQUIEL ZAMORA DEL ESTADO BARINAS**, presentado por la Licenciada Leudys Moreno Varillas, titular de la Cédula de Identidad N° V- 20.733.056, para optar al Título de Magister Scientiarum en Gerencia General.

En Santa Bárbara de Barinas a los 23 días del mes de Febrero de 2018.

Maia Ochoa
Firma del Experto
C. I. N° V-

Cuadro de Validación para el cuestionario que será aplicado a los trabajadores de la
Oficina CORPOELEC, Santa Bárbara, Municipio Ezequiel Zamora Del Estado
Barinas

Datos del Experto
Nombre y Apellido: Maria Ines Ochoa C.I. N° 9.141.223
Profesión: Exp. Gestión Educativa
Fecha de la Validación: 13 Febrero de 2018

Item	Pertinencia		Coherencia		Claridad		Recomendación		
	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	✓		✓		✓		✓		

Observaciones:

Maria Ines Ochoa
Firma



UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL
DE LOS LLANOS OCCIDENTALES
EZEQUIEL ZAMORA
VICERRECTORADO DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO SOCIAL
COORDINACIÓN DE ÁREA DE POSTGRADO
POSTGRADO EN GERENCIA GENERAL

SOLICITUD DE VALIDACIÓN

Santa Bárbara, 15 de febrero de 2018

Ciudadana(o) Henry R. Chocón P.
Presente

Distinguida(o) Licenciada(o):

Por medio de la presente, me dirigimos a usted con la finalidad de solicitar su valiosa colaboración en la validación de contenido del instrumento que se utilizará para recabar la información requerida en el Trabajo de Aplicación titulado **ESTRATEGIAS BASADAS EN LA MOTIVACIÓN, PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN ASERTIVA EN LA OFICINA DE CORPOELEC, SANTA BÁRBARA, MUNICIPIO EZEQUIEL ZAMORA DEL ESTADO BARINAS**, como requisito exigido, para optar al Título de Magister Scientiarum en Gerencia General.

Por su experiencia profesional y méritos académicos, le agradezco emitir un juicio calificativo sobre los ítems del instrumento, tomando en cuenta las instrucciones que se anexan. Sus observaciones y recomendaciones contribuirán a mejorar la calidad de mi trabajo. Agradeciendo altamente su valioso aporte, se despiden de usted.

Lda. Leudys Moreno Vanillas

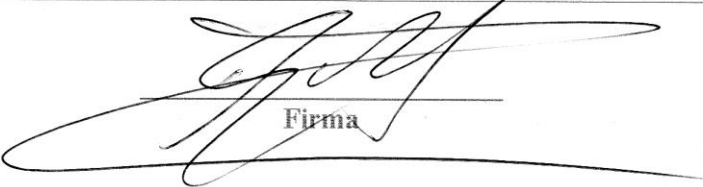
**Cuadro de Validación para el cuestionario que será aplicado a los trabajadores de la
Oficina CORPOELEC, Santa Bárbara, Municipio Ezequiel Zamora Del Estado
Barinas**

Datos del Experto

Nombre y Apellido: Lenny R. Chacón P.C. C.I. N° 9.184.871.
 Profesión: Docente - Licenciado Administración Empresas
 Fecha de la Validación: Febrero de 2018

Ítem	Pertinencia		Coherencia		Claridad		Recomendación		
	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									

Observaciones:


 Firma

Carta de Validación del Experto




UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL
DE LOS LLANOS OCCIDENTALES
EZEQUIEL ZAMORA
VICERRECTORADO DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO SOCIAL
COORDINACIÓN DE ÁREA DE POSTGRADO
POSTGRADO EN GERENCIA GENERAL

Carta de Validación del Experto

Yo, Jose E Ochoa titular de la Cedula de Identidad N° 14.866.050 por medio de la presente hago constar que he leído y evaluado el instrumento de recolección de datos correspondiente al Trabajo de Aplicación titulado **ESTRATEGIAS BASADAS EN LA MOTIVACIÓN, PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN ASERTIVA EN LA OFICINA DE CORPOELEC, SANTA BÁRBARA, MUNICIPIO EZEQUIEL ZAMORA DEL ESTADO BARINAS**, presentado por la Licenciada Leudys Moreno Varillas, titular de la Cédula de Identidad N° V- 20.733.056, para optar al Título de Magister Scientiarum en Gerencia General.

En Santa Bárbara de Barinas a los 20 días del mes de Febrero de 2018.


Firma del Experto
C. I. / N° V-14.866.050

Cuadro de Validación para el cuestionario que será aplicado a los trabajadores de la Oficina CORPOELEC, Santa Bárbara, Municipio Ezequiel Zamora Del Estado Barinas

Datos del Experto

Nombre y Apellido: Jose Gregorio Ochoa R. C.I. N° 14.866.050
 Profesión: MSc. En ciencias de la educación superior.
 Fecha de la Validación: 20 Febrero de 2018

Item	Pertinencia		Coherencia		Claridad		Recomendación		
	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	/		/		/		/		

Observaciones:

Esta acta para hacer aplicado el presente instrumento.


 Firma