



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS

**ELABORACIÓN Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE
CAPACITACIONES SOBRE COMUNICACIÓN ASERTIVA
(PERSONAL E INSTITUCIONAL ETC.) PARA FOMENTAR LAS
RELACIONES INTERPERSONALES FAVORABLES EN LOS
COLABORADORES DEL CENTRO DE CAPACITACIÓN
SANTACRUZCURSOS – DMQ 2018-2018**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Tecnología en
Administración de Recursos Humanos – Personal**

AUTORA: REGALADO PAVÓN PATRICIA ELIZABETH

TUTOR: Ing. William Calderón

Quito, Enero 2019

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Patricia Elizabeth Regalado Pavón, declaro bajo juramento que la investigación es absolutamente original, autentica, es de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas, resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad



Patricia Elizabeth Regalado Pavón

C.C: 1716126634

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, Regalado Pavón Patricia Elizabeth portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. **1716126634** de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado **“Elaboración y socialización de un Plan de Capacitaciones sobre comunicación asertiva (personal e institucional etc.) para fomentar las relaciones interpersonales favorables en los colaboradores del centro de capacitación SantacruzCursos, ubicadas en el Distrito Metropolitano de Quito, 2018 – 2018”** con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.



Regalado Pavón Patricia Elizabeth
C.C: 1716126634
Quito, 28/septiembre/2018

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a mis padres que son el cimiento elemental de mi vida, gracias por su amor, sabiduría, enseñanzas y sacrificios, a mis hermanos que son mis mejores amigos con los que juntos siempre hemos logrado salir adelante y a mi más inmenso sueño ustedes mis amores que llenan mi día a día mi esposo Danny y mi Matty, que son parte de esa gran bendición que Dios me regalo, a mis suegros que me han acogido como a una hija más y me han brindado su apoyo constante, a todos gracias por todo su amor, paciencia y sobre todo el apoyo incondicional, para alcanzar otra más de mis metas y propósitos.

Mi Dios muy agradecida por todos tus regalos.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, a mi familia y al Instituto Superior Cordillera por darme la oportunidad de alcanzar una más de mis metas de superación personal y profesional a la vez la oportunidad de conocer a grandes personas en el camino.

A cada uno de los docentes por su entrega y dedicación en la ardua tarea de enseñar, impartiendo sus conocimientos profesionales y personales para encaminarnos de la mejor manera al mundo competitivo.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DECLARACIÓN DE AUTORÍA	i
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
ÍNDICE DE CONTENIDOS	v
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	ix
ÍNDICE DE ANEXOS	x
RESUMEN	xi
ABSTRACT.....	xii
CAPÍTULO I	1
1.0 Antecedentes	1
1.01 Contexto	1
1.01.01 Macro.....	6
1.01.02 Meso	10
1.01.03 Micro	14
1.02 Justificación.....	17
1.03 Definición del problema central (Matriz T)	19
1.03.01 Análisis de la matriz “T”	20
CAPÍTULO II.....	22
2. Análisis de Involucrados.....	22
2.01. Mapeo de Involucrados	23
2.02 Matriz de análisis de involucrados	24
2.02.01 Análisis de la Matriz de involucrados.....	26
CAPÍTULO III.....	31
3. Problemas y objetivos	31
3.01 Árbol de Problemas	31
3.01.01 Matriz Árbol De Problemas	32
3.01.02.-Análisis del Árbol de Problemas	33
3.02.01 Árbol De Objetivos.....	34
3.02.02 Análisis del árbol de objetivos.....	35

CAPÍTULO IV.....	36
4. Alternativas.....	36
4.01.- Matriz De Análisis De Alternativas.....	36
4.01.01.-Análisis de la Matriz de Análisis de Alternativas.....	37
4.02.-Matriz De Análisis De Impacto De Los Objetivos.....	39
4.02.01.-Análisis de la Matriz de análisis de impacto de los objetivos.....	40
4.03.- Diagrama De Estrategias.....	42
4.03.01 Análisis del diagrama de estrategias.....	43
4.04 Matriz de Marco Lógico.....	44
4.04.01 Análisis de la Matriz de marco lógico.....	46
CAPÍTULO V.....	49
5. La Propuesta.....	49
5.01.-Antecedentes.....	49
5.01.01.-Responsabilidad social empresarial.....	50
5.02 Filosofía empresarial.....	51
5.02.01 Misión.....	51
5.02.02 Visión.....	51
5.04.01.01.- Los campos de aplicación de la capacitación.....	53
5.04.01.02 - Los efectos sociales de la capacitación.....	54
5.04.01.03.- Cuáles son los beneficios de capacitar.....	54
5.04.01.04.- Relaciones Interpersonales.....	56
5.05 Metodología.....	56
5.05.03 Población y muestra.....	57
5.06. - Encuesta:.....	57
MODELO DE ENCUESTA.....	58
5.06.01 Tabulación de las encuestas:.....	59
Análisis Final:.....	69
5.07 Capacitación.....	69
5.07.01 Perfil del Capacitador.....	69
5.07.02 Resultado esperado de la capacitación.....	70
5.07.03 Parámetros de Capacitación.....	70
5.07.04 Contenido de la capacitación:.....	70
5.07.05 Reglas de ORO.....	70
Tema 1 (Bienvenida a los participantes):.....	71

Tema 2 (Motivación Personal)	71
Tema 3 (Desarrollo del tema principal)	72
Tema 4 (Las 7 cés de la comunicación asertiva descripción y beneficios).....	72
Tema 5 (Implementación de la comunicación asertiva)	72
Tema 6 (Manejo y negociación efectiva de conflictos)	73
Tema 7 (Motivación laboral y trabajo en equipo)	73
5.07.06 Plan de control y seguimiento:	74
5.07.07 Evaluación	74
5.07.08 Tabulación de las encuestas después de la capacitación.....	75
5.07.09 Análisis de la tabulación de las encuestas después de la capacitación	85
CAPÍTULO VI.....	86
6.0 Aspectos administrativos	86
6.01.-Recursos.....	86
6.01.01 Recursos Humanos	86
6.01.02 Recursos Materiales.....	86
6.02.- Presupuesto	87
6.03 FLUJOGRAMA DE CAPACITACION	89
6.03.01.-Cronograma de actividades y temas del proyecto	90
CAPITULO VII	91
7.0 Conclusiones y recomendaciones	91
7.01 Conclusiones	91
7.02.- Recomendaciones.....	92
Bibliografía	93
ANEXOS	97

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Definición del problema matriz T.....	19
Tabla 2 Matriz de análisis de involucrados.....	24
Tabla 3 Matriz de análisis de alternativas.....	36
Tabla 4 Matriz de análisis de impacto de los objetivos.....	39
Tabla 5 Matriz de marco lógico.....	44
Tabla 6 Pregunta 1.....	59
Tabla 7 Pregunta 2.....	60
Tabla 8 Pregunta 3.....	61
Tabla 9 Pregunta 4.....	62
Tabla 10 Pregunta 5.....	63
Tabla 11 Pregunta 6.....	64
Tabla 12 Pregunta 7.....	65
Tabla 13 Pregunta 8.....	66
Tabla 14 Pregunta 9.....	67
Tabla 15 Pregunta 10.....	68
Tabla 16 Perfil del encustador.....	69
Tabla 17 Pregunta 1 Encuesta 2.....	75
Tabla 18 Pregunta 2 Encuesta 2.....	76
Tabla 19 Pregunta 3 Encuesta 2.....	77
Tabla 20 Pregunta 4 Encuesta 2.....	78
Tabla 21 Pregunta 5 Encuesta 2.....	79
Tabla 22 Pregunta 6 Encuesta 2.....	80
Tabla 23 Pregunta 7 Encuesta 2.....	81
Tabla 24 Pregunta 8 Encuesta 2.....	82
Tabla 25 Pregunta 9 Encuesta 2.....	83
Tabla 26 Pregunta 10 Encuesta 2.....	84
Tabla 27 Recursos humanos.....	86
Tabla 28 Recursos materiales.....	86
Tabla 29 Presupuesto.....	87
Tabla 30 Maquinaria ay equipos de oficina.....	88
Tabla 31 Cronograma.....	90

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Mapeo de involucrados.....	23
Figura 2 Árbol de problemas.....	32
Figura 3 Árbol de objetivos	34
Figura 4 Diagrama de estrategias.....	42
Figura 4 Santacruz.....	49
Figura 15 Pregunta 10.....	59
Figura 15 Pregunta 10.....	60
Figura 15 Pregunta 10.....	61
Figura 15 Pregunta 10.....	62
Figura 15 Pregunta 10.....	63
Figura 15 Pregunta 10.....	64
Figura 15 Pregunta 10.....	65
Figura 15 Pregunta 10.....	66
Figura 15 Pregunta 10.....	67
Figura 15 Pregunta 10.....	68
Figura 16 Pregunta 1_Encuesta 2.....	75
Figura 17 Pregunta 2_Encuesta 2.....	76
Figura 18 Pregunta 3_Encuesta 2.....	77
Figura 19 Pregunta 4_Encuesta 2.....	78
Figura 20 Pregunta 5_Encuesta 2.....	79
Figura 21 Pregunta 6_Encuesta 2.....	80
Figura 22 Pregunta 7_Encuesta 2.....	81
Figura 23 Pregunta 8_Encuesta 2.....	82
Figura 24 Pregunta 9_Encuesta 2.....	83
Figura 25 Pregunta 10_Encuesta 2.....	84

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Encuesta 1.....	98
Anexo 2 Encuesta 2.....	99
Anexo 3 Fotografías.....	100

RESUMEN

Para el siguiente proyecto se desea elaborar y socializar un Plan de Capacitaciones sobre comunicación asertiva, se realiza con el propósito de mejorar la comunicación interna, generando mejores relaciones interpersonales y forjando un mejor desarrollo de las actividades laborales dentro de la organización.

Cabe señalar que el objetivo Nro. 5 del Plan Nacional del Desarrollo 2017-2021 expresa el impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria

La forma como los integrantes de la empresa se manifiestan o se comunican internamente debe ser clara, concisa y sobre todo confiable y coherente para con los colaboradores, ya que el nivel de esta comunicación dependerá el desempeño y ejecución de las actividades laborales.

El proceso comunicativo de la organización debe estar plasmado dentro de los procesos, para que cada integrante sepa que debe hacer, con quien debe hablar básicamente sus funciones y jefes directos, se ha visto en muchas ocasiones que los colaboradores no conocen como proceder o a quien acudir cuando surge algún inconveniente es aquí donde el proceso de la comunicación asertiva debe ponerse en práctica, para facilitar un entorno laboral amigable y respetuoso con un canal de comunicación directa entre el empleado y jefe, de esta manera optimizar las funciones, mejorar las relaciones de interpersonales y apoyar en el desarrollo organizacional.

ABSTRACT

For the next project you want to develop and socialize a Training Plan About assertive communication, it is done with the purpose of improving internal communication, generating better interpersonal relationships and forging a better development of work activities within the organization.

It should be noted that objective No. 5 of the National Development Plan 2017-2021 expresses the promotion of productivity and competitiveness for sustainable economic growth in a redistributive and solidary manner

The way in which the members of the company manifest or communicate internally should be clear, concise and above all reliable and consistent with the collaborators, since the level of this communication will depend on the performance and execution of the work activities.

The communicative process of the organization must be reflected in the processes, so that each member knows what to do, with whom they should basically talk about their functions and direct leaders, it has been seen on many occasions that the collaborators do not know how to proceed or who to go when a problem arises, this is where the process of assertive communication must be put into practice, to facilitate a friendly and respectful working environment with a direct communication channel between the employee and the boss, in this way optimizing the functions, improving interpersonal relationships and support in organizational development.

CAPÍTULO I

1.0 Antecedentes

1.01 Contexto

Para la elaboración del presente proyecto se han revisado diversos documentos sobre comunicación asertiva para fomentar las relaciones interpersonales, se desea implementar planes de capacitación para mejorar la comunicación interna dentro de un ámbito laboral y de esta forma generar un mayor desempeño.

La comunicación ha sido la manera como los seres vivos hemos intercambiado emociones, sensaciones y pensamientos para entendernos mutuamente, lo cual nos ha servido para crear cosas y resolver problemas de manera más rápida y eficaz. Si el sistema de comunicación es el adecuado, mejor es la solución y más rápido podemos hallarla. La comunicación humana posee intencionalidad y el deseo de influir o persuadir a su interlocutor. (Guzmán, 2000, pág. 55).

La problemática de la comunicación es inherente al ser humano, puesto que todo acto humano es un acto comunicativo. El hombre busca agruparse, forma colectivos que tienden a la satisfacción de necesidades básicas, secundarias y de convivencia, para alcanzar objetivos comunes que a su vez interpretan requerimientos individuales que llevan a la propia realización. La carencia de comunicación en las empresas genera dificultades, como la falta de colaboración y compromiso ya que las gerencias

invierten mucho tiempo en definir los objetivos estratégicos, la misión y la visión de la compañía pero no dan a conocer de una manera adecuada a sus colaboradores, desfavoreciendo el alineamiento del personal con la estrategia corporativa de la empresa la cual es necesaria para obtener un clima laboral adecuado y participativo. (Guzmán, 2000, pág. 55).

El crecimiento organizacional se debe principalmente al tipo de comunicación que lleve la empresa, ya que la misma ayuda al desarrollo integral de los colaboradores proporcionando información necesaria para las tareas encomendadas a cada uno de ellos. Es por eso que cuando la comunicación no es efectiva los colaboradores pierden interés y no aportan con ideas u opiniones desfavoreciendo a la toma de decisiones primordiales para la organización”. (Paz, 2012, pág.1).

Debemos comprender al hombre como ser social sin considerar su interrelación con las organizaciones. Los seres humanos han pertenecido a grupos organizacionales formales e informales desde sus orígenes, de tal manera que sería imposible tratar de separar al individuo de los grupos” según nos indica en la cita. ” según nos indica en la cita (Paz, 2012, pág.1)

Los rumores son considerados los tumores de la organización, ya que pueden provocar un mal ambiente laboral, generando una imagen desfavorable de la empresa, estos dificultan las relaciones y por tanto procesos de los distintos departamentos creando pérdidas de dinero y productividad de la empresa ya que al momento de transmitir un mensaje no existe una comunicación abierta y el receptor no recibe correctamente lo solicitado, este problema se radica en la falta de participación y compromiso por parte de las personas que conforman la organización. (Solórzano, 2006, pág., 15).

Los problemas de comunicación serían resueltos si se maneja una comunicación fluida dentro de la organización donde no existan barreras para transmitir mensajes.

Encontramos autores como Solórzano y Pirotte quienes rescatan la actitud y el esfuerzo profesional antes que a la función directiva actitud y esfuerzo deliberado, continuo y planificado, destinado a mantener relaciones convergentes y armoniosas entre una institución o empresa, pública o privada, y sus diferentes públicos (Solórzano, 2006, pág. 15).

La comunicación asertiva puede ser entendida como un modelo de relación interpersonal que permite establecer relaciones gratificantes y satisfactorias tanto con uno mismo como con los demás, ellos conciben la interacción asertiva como un conjunto de habilidades relacionales que favorecen y potencian las relaciones interpersonales, también la diferencian de la habilidad social al hablar de habilidad social significa un constructo mucho más amplio que ésta, e incluye elementos no sólo de contacto interpersonal, sino además de todas aquellas interacciones que las personas necesitan realizar para desenvolverse de forma autónoma e independiente dentro de su propio entorno, tales como habilidades de autocuidado, habilidades para el desplazamiento, habilidades para adecuarse a las normativas sociales de funcionamiento. (Revistas Académicas, 2017).

De allí pues, la capacidad de un individuo para transmitir a otra persona sus posturas, opiniones, creencias o sentimientos de manera eficaz y sin sentirse incómodo. El desempeño de la habilidad de comunicarse asertivamente puede dar lugar a la aceptación. Se refiere a la habilidad de un individuo para transmitir calidez y expresar cumplidos u opiniones a los demás cuando la conducta positiva de éstos lo justifica. Los componentes de este tipo de habilidad, son los siguientes: el afecto, las

expresiones de elogio, aprecio, la expresión de sentimientos personales y la conducta positiva recíproca. La oposición asertiva difiere de las formas de competencia social en cuanto a que no va dirigida principalmente a establecer nuevas relaciones sociales, más bien sirve para impedir la pérdida de reforzamiento, es decir el individuo se opone o rechaza la conducta inaceptable del antagonista y trata de conseguir una conducta más aceptable en el futuro. (Revistas Académicas, 2017, pág 1).

Asertividad

El entrenamiento para lograr una conducta y una comunicación asertivas, fue una de las primeras técnicas desarrolladas por los terapeutas de la conducta en la década de 1950 y comienzos de la década de 1960, de acuerdo con Janda (1998). La palabra asertivo, de aserto, proviene del Latín asertus y significa afirmación de la certeza de una cosa, por lo que se deduce que una persona asertiva es aquella que afirma con certeza. Güell y Muñoz (2000) comentan que el concepto de conducta asertiva fue definido por primera vez por Wolpe en 1958 y posteriormente ha tenido muchas elaboraciones. Por ejemplo, señalan, en el campo de las habilidades sociales han trabajado autores como Hersen, Bellack y Gil. Aspectos concretos de entrenamiento asertivo han sido tratados por Alberti y Emmons y diversos cuestionarios y registros sobre este tema fueron elaborados por autores como Wolpe y Lázarus y los de Rathus. (Naranjo M. , 2008, pág. 1)

Se considera que la asertividad es una conducta y no una característica de la personalidad, por lo que se habla de asertividad como una habilidad en el campo de las habilidades sociales. De ahí que es posible realizar un entrenamiento de la autoafirmación, que permita mejorar las habilidades sociales de las personas. Las teorías de la conducta que proponen las técnicas asertivas se basan en el principio de

que cuando una persona modifica sus actos, también modifica sus actitudes y sus sentimientos. Es posible desarrollar estrategias para cambiar la conducta, al margen de posibles motivos inconscientes que conduzcan a ésta. Siendo así, la autoafirmación o asertividad pueden ubicarse en el campo de la psicología conductista. (Naranjo M. , 2008, pág. 1)

El comportamiento asertivo facilita que la persona se sienta más satisfecha consigo misma y con las demás. Las experiencias de seguimiento de casos clínicos en los que se ha empleado el entrenamiento asertivo con éxito, confirman una mejora en las relaciones sociales, señalan (Güell, Muñoz 2000, pág.15). Indican además que uno de los componentes de tipo ético que se presupone en la actitud asertiva es que ninguna persona tiene derecho de aprovecharse de las demás.

Asimismo, en la autoafirmación se parte del concepto de igualdad entre las personas y del derecho de cada una a manifestar las opiniones propias. (Naranjo M. , 2008, pág. 1)

La autoafirmación, por lo tanto, implica respeto a las demás personas y a uno o a una Revista Electrónica “Actualidades Investigativas en Educación” Volumen 8, Número 1, Año 2008, ISSN 1409-4703 3 misma; esto es, respeto por los derechos de los seres humanos y el derecho de defender los propios derechos. Al respecto, menciona Riso (2002, p. XXIII): Cuando exigimos respeto, estamos protegiendo nuestra honra y evitando que el yo se debilite. Es el proceso de aprender a quererse a sí mismo, junto al auto concepto, la autoimagen, la autoestima y la autoeficacia hay que abrirle campo a un nuevo “auto”: el autorespeto, la ética personal que separa lo negociable de lo no negociable, el punto del no retorno. La asertividad es una forma de conducta normal, enfatizan Neidharet, Weinstein y Conry (1989). Todos los seres

humanos tenemos derechos, opiniones y reclamos que afectan a otras personas y en diversas ocasiones la única manera de lograr que se escuchen esas opiniones, se satisfagan esas reclamaciones y se respeten esos derechos consiste en levantar la voz y defender lo que a la persona le parece que le corresponde por algún motivo.

(Naranjo M. , 2008, pág. 1)

1.01.01 Macro

Europa

“A partir de 1945 se desarrolla en Europa la comunicación institucional, con base en la doctrina y experiencia norteamericana”. (Gómez, 2007, pág. 10)

Antes de esa fecha la comunicación institucional había estado vinculada a la propaganda y la publicidad. “En un congreso alemán de sociología que se celebró a finales de los años veinte en Tubinga se trató, por primera vez de forma científica, esta cuestión. Se constató la introducción de las técnicas de relaciones públicas entre cargos públicos, partidos políticos y organizaciones de todo tipo. El fenómeno causó perplejidad y reacciones encontradas, como la de C. Brinkman que en 1931 llegó a contraponer el fenómeno de las Oficinas de Prensa – publicística de oficio lo denominaba “al de la prensa libre”. La comunicación institucional empezó a practicarse en Europa tras la Segunda Guerra Mundial, ligada a corrientes políticas, sociales y económicas provenientes de Estados Unidos. El nacimiento de la comunicación institucional tuvo en Europa, respecto a Norteamérica, una relación más paralela al desarrollo de la economía de mercado. (Gómez, 2007, pág. 11)

El desarrollo en Europa está marcado por dos factores: por un lado, la implantación de la comunicación empresarial e institucional iba unida al asentamiento de empresas de cuño estadounidense. Y por otro, la experiencia

acumulada por las instituciones públicas durante la guerra a la hora de organizar servicios informativos, tanto con fines bélicos como informativos (se intentaba mantener enterada a la población de las decisiones gubernamentales). (Gómez, 2007, pág. 11)

La llegada de compañías norteamericanas a Europa introdujo sus métodos de gestión, entre los que se encontraban la comunicación empresarial e institucional.

Los directivos y propietarios de estas empresas se interesaron por que sus sedes en Europa contaran también con departamentos internos de comunicación y relaciones públicas, o al menos, que contrataran los servicios de agencias externas. (Gómez, 2007, pág. 11)

Por su parte, la experiencia acumulada por instituciones públicas durante la guerra en cuanto a organizar servicios informativos, propició que tras 1945 en muchas democracias liberales aumentaran las funciones de los organismos públicos y eso tuvo su consecuencia en cuanto a la comunicación ya que fue necesario constituir servicios de información pública con el objeto de que los ciudadanos pudieran asumir toda la complejidad administrativa. (Gómez, 2007, pág. 12)

Como se dio en Reino Unido durante la Segunda Guerra Mundial creó un sistema de información público, nacional e internacional y puso en marcha servicios de información dependientes del Ministerio de Exteriores. El objetivo era mantener el prestigio e influencia nacional. Los ciudadanos contaban con un organismo nacional encargado de mantenerlos informados acerca de los asuntos públicos. (Gómez, 2007, pág. 12)

En 1946 nació la Central Office of Information (COI), un departamento de comunicación, común para toda la administración, a través del cual se difundía

aquella información que los organismos públicos estimaban pertinente. Su tarea radicaba en dar forma a los mensajes que la administración deseaba difundir, como si fuera una gran agencia. (Gómez, 2007, pág. 12)

La COI estaba formada por varios departamentos y contaba con delegaciones en las ciudades más importantes del país. Una de sus mayores aportaciones fue promover el desarrollo de servicios de información públicos en todos los niveles de la Administración, que incluye las entidades locales, aunque el proceso no culminó hasta los años setenta. El fin perseguido era dar a conocer al público las actividades y decisiones de la Administración, permitirle que pudiera formular sus demandas y que tomaran conciencia de sus derechos y responsabilidades. (Gómez, 2007, pág. 12)

Al acabar la guerra, al igual que había sucedido en Estados Unidos, muchos de los profesionales que trabajaban en los servicios de información públicos continuaron en la administración, mientras que el resto decidieron continuar su labor en el sector privado, ya fuera en departamentos y gabinetes internos de las organizaciones, o bien formando parte o creando empresas y agencias externas. (Gómez, 2007, pág. 12)

En Francia se constituye, junto con Reino Unido, uno de los países europeos donde primero se popularizó la comunicación empresarial, y ha marcado el ritmo de desarrollo en la actualidad. En 1949 se formó el Club de la Maison de Verre, a cargo de practicantes que en su mayoría trabajaban para multinacionales norteamericanas. (Gómez, 2007, pág. 13)

En 1964, el ministro francés de información promulgó un decreto en el que definía la profesión de consejero de relaciones públicas y jefe de prensa. El texto señalaba que el profesional, dentro de una organización o como consultor externo, proponía los medios para establecer y preservar las relaciones de una organización

con sus públicos, y para difundir información de interés sobre su actividad. (Gómez, 2007, pág. 13). Asimismo, indicaba que el trabajo era incompatible con el de periodista o publicitario, y que los profesionales debían ser remunerados por el sistema de honorarios. (Gómez, 2007, pág. 13)

A comienzos de los años ochenta, las empresas francesas asimilaban las nuevas teorías de la administración que ponían el énfasis en la organización como ente cultural, en la misión de la empresa unida a la visión de sus líderes, y en la importancia de la comunicación dentro de la entidad. Empezaba a otorgársele una mayor importancia a la empresa como conjunto expresado con los términos identidad e imagen corporativa. Estas ideas se dieron a conocer y se difundieron entre los empresarios franceses, lo que fomentó un debate sobre los objetivos y finalidad de la comunicación. (Gómez, 2007, pág 27)

Análisis

En el año de 1945 en Europa tras la Segunda guerra mundial, se inicia una campaña de publicidad sobre comunicación- asertiva institucional esto después de que dentro de las entidades públicas la comunicación era casi nula y su manera de difundirla no era la apropiada de esta forma en 1946 se formó un centro llamado COI que significaba Oficina Central de Información, que trabajaría en direccionar la información acertada y pertinente.

Una vez terminada la Segunda guerra mundial, muchas personas siguieron prestando sus servicios a la parte pública, y mucho otros abrieron camino hacia el sector privado llevando consigo nuevas formas de administración con el fin de establecer una mayor comunicación dentro de las organizaciones y de transmitir solo

la información relevante y que podía ser conocida de forma general en si la información también se la manejaba en niveles jerárquicos.

1.01.02 Meso

España

En España durante la dictadura franquista las instituciones. Los organismos oficiales no precisaban de infraestructura especial alguna para atender a los periodistas.

La comunicación corporativa se caracterizaba por la búsqueda de entidad profesional. Con la llegada de la democracia desaparece el control informativo, y se contempla el derecho a la información. Los cambios en el sistema político, empresarial y mediático provocaron en primer lugar, una redefinición de la relación entre periodistas y fuentes y, en segundo lugar, una institucionalización, normalización y normativización de esa interacción que dio como resultado la aparición y proliferación de gabinetes de prensa.

Igualmente, la nueva apertura a Europa va a facilitar la llegada de modelos de comunicación más avanzados, que se instauraran tanto en empresas privadas como en organismos públicos. “Junto con la aparición de agencias y la puesta en marcha de departamentos internos en las empresas, proliferaron los gabinetes de prensa y servicios de información de las administraciones públicas, que aumentaron en número y complejidad.” (Rodríguez, 2014, pág. 25)

La transición democrática va a dar lugar a la aparición de nuevas fuentes informativas legitimadas (partidos políticos, sindicatos, movimientos sociales, empresas, etc.) que van a ser conscientes de la importancia que tiene la comunicación institucional en la sociedad actual. Propiciando, de esta forma, la aparición de los

primeros gabinetes de prensa. Las organizaciones públicas y privadas empiezan a sentir la necesidad de informar al exterior y poner en conocimiento de sus públicos todo tipo de datos: balances, beneficios, actividades, productos, servicios, etc. Con el paso del tiempo y las mayores demandas sociales de transparencia, instituciones y empresas se fueron concienciando de la necesidad de comunicarse no sólo por medio de la prensa con los diferentes públicos con los que se relacionan, especialmente con clientes y votantes, pero también con trabajadores o funcionarios, accionistas, proveedores, vecinos o consumidores.

A comienzos de los ochenta los medios de comunicación españoles, comienzan a dar importancia a los temas “microeconómicos”, culturales y sociales, en general, ofrecidos por los departamentos de comunicación, ya que hasta entonces se informaba solamente de los aspectos “macroeconómicos”, quedando muy vacía la información que daban las organizaciones a la sociedad.

El gabinete de prensa fue dando paso a la dirección de comunicación, que fue escalonando puestos en el organigrama, y lo que antes era solamente una tarea de relaciones con la prensa se ha ido convirtiendo en un trabajo más complejo, sofisticado y atractivo. En España el desarrollo y la implantación de los departamentos de comunicación no se han dado por igual, ya que hay territorios como Cataluña, donde su implantación está mucho más asentada y extendida.

Ello lo constata la aparición en 1981 de la Asociación catalana de informadores de la administración local y de la asociación catalana de miembros de Gabinetes de Comunicación, entidad que reunía a periodistas que trabajaban en 92 gabinetes de comunicación.

Hoy en día la implantación de estos gabinetes está generalizada en todo el territorio español. Según el segundo estudio sobre El Estado de la Comunicación en España, publicado por la Asociación de Directivos de Comunicación/Dircom, la dirección de comunicación como arma de gestión tiene cada vez mayor importancia, igualándose con el resto de las direcciones de la organización y proponiéndose:

- Una dependencia directa de la Alta Dirección.
- Ser puesto clave y único centralizador de la información.
- Ser buen comunicador, oyente, conocedor y gestor de relaciones humanas, económicas y técnicas.
- Conocedor del funcionamiento de la organización.

La importancia que desde la década de los setenta han ido adquiriendo los departamentos de comunicación queda reflejada en el incremento del número de profesionales dedicados a esta actividad.

Los gabinetes de comunicación suponen una cantera laboral a tener en cuenta, toda vez que el mercado de los medios de comunicación está bastante saturado y apenas genera nuevos puestos de trabajo.

Atendiendo a las últimas cifras disponibles, los gabinetes de comunicación acaparan el 17,1 % de los puestos de trabajo, situándose así en el tercer sector de la comunicación, que concentra mayor número de periodistas, tras la prensa (33,7 %) y la televisión (21,3 %).

Los periodistas que se dedican a la comunicación están repartidos en dos grandes grupos:

- Las instituciones: estarían incluidos en este apartado todos los organismos del

Estado –desde la Casa Real al más humilde de los ayuntamientos, pasando por ministerios o consejerías autonómicas, parlamentos, embajadas, etc. otros organismos sociales y culturales (academias, museos, hospitales, universidades) y en general, todas las organizaciones sociales sin ánimo de lucro (ONGs de todo tipo, sindicatos, patronales, partidos políticos, etc.).

- Las empresas: entrarían en este grupo todas las empresas, tanto las multinacionales afincadas en España como las de capital español, y las de todos los tamaños y sectores.

“La comunicación empresarial e institucional”, pocas empresas contaban con un departamento dedicado a la comunicación y concentraban sus esfuerzos en la publicidad de sus productos, o como mucho, en repartir una reseña de prensa con motivo de su junta de accionistas anual.

Hoy todas las empresas se han dado cuenta del valor y la necesidad de mantener una política de comunicación activa.

Análisis:

La investigación que se realizó en España durante la dictadura franquista indica que a partir de estos momentos se supo de la importancia que se debe tener en una comunicación asertiva y que desde ahí su crecimiento se va hacia otros territorios por la importancia que tiene en la actualidad.

En España según la asociación de directivos de la comunicación se propusieron que la dependencia en la alta dirección, el puesto clave y el ser un buen comunicador entre las relaciones humanas.

Este tema es un punto muy importante que se debe manejar en las empresas para mantener una política de comunicación activa y eficaz dentro de las organizaciones.

1.01.03 Micro

Según Ramos & Aguilar (2009, pág. 32), el estilo comunicativo en el contexto familiar es “la estructuración de los mensajes que se refleja en la conducta comunicativa, el estado cognitivo y emocional de los miembros de la familia”. Según la Unicef, el estilo de comunicación individual está condicionado por el seno familiar y, a su vez, el estilo de comunicación familiar está determinado por la “historia de las formas de comunicación” de los antepasados.

Pérez y Aguilar (2009, pág. 35), también diferencian dos estilos comunicativos: positivos (que facilitan la resolución de conflictos) y negativos.

Aquí, tenemos una primera clasificación de los estilos de comunicación.

Se caracterizan por usar un lenguaje “impositivo”, lo cual genera malestar y deterioro de las relaciones con sus interlocutores. En cambio, **los estilos de comunicación no autoritarios (pasivos)** tienen como características principales la poca verbalización de los pensamientos y sentimientos, el uso de lenguaje dubitativo, así como la falta de actuación a causa del miedo a las consecuencias. (Ramos & Aguilar, 2009, pág. 37)

Por su parte, **los estilos de comunicación asertivos** expresan los intereses y deseos propios, así como la expectativa de un interlocutor respecto del otro. Su lenguaje es directo, respetuoso y abierto. (Ramos & Aguilar, 2009, pág. 37).

Generalmente, implica negociaciones y acuerdos. Respecto a la asertividad, cabe destacar que “el término deriva de la palabra ‘aserto’ que quiere decir ‘afirmación’ o

‘seguridad con la que afirmamos una cosa’”. No obstante, “el término asertividad fue acuñado por Joseph Wolpe, quien basado en los trabajos de Andrew Salter, empleó por primera vez el término en su libro ‘Psicoterapia por inhibición recíproca’, publicado en 1958”. (Ramos & Aguilar, 2009, pág. 51)

Según María Naranjo, las definiciones de asertividad se relacionan, principalmente, con tres aspectos: **psicológico**, porque posibilita la disminución de la ansiedad; **sociológico**, ya que se relaciona con la defensa de los derechos propios y ajenos; **comunicacional**, porque implica habilidades para expresar sentimientos y pensamientos.

Por otra parte, “existen definiciones que resaltan el contenido de la conducta (opiniones, sentimientos, deseos, etc.) y otras las consecuencias o resultados”.

Viviana Monje, Milena Camacho, Elizabeth Rodríguez y Luz Carvajal compendian algunas definiciones sobre asertividad. (Naranjo M. L., 2008, pág. 22)

Sintetizándolas, se obtiene que la asertividad es una conducta y habilidad cimentada en la legitimidad de derechos, por lo que busca afirmarlos transmitiendo necesidades, sentimientos, creencias, opiniones, intereses positivos o negativos sobre uno mismo, y sobre los demás, de forma honesta, oportuna, respetuosa y sin manipulación alguna, con la finalidad de maximizar la interacción social directa, positiva y orientada hacia metas.

Más específicamente, busca desarrollar las habilidades necesarias para expresar acuerdos o desacuerdos de forma constructiva, alterando comportamientos. (Naranjo M. L., 2008, pág. 22).

Cabe destacar que la asertividad “no es una característica de personalidad por tanto, una persona puede mostrarse más asertiva en determinadas situaciones y menos en otras”.

Entonces, la asertividad coexiste con otras conductas no asertivas. Estas últimas estarían motivadas por la “excesiva” adaptación a las expectativas de los demás, los “castigos” y recompensas socialmente impuestas por nuestra conducta, los modelos de comportamiento ajenos y las normas culturales que refuerzan la sumisión y cortesía excesivas. Según Laura Gaeta, “las habilidades para comunicarse aparecieron como predictores y mediadoras de la asertividad”. (Naranjo M. L., 2008, pág. 27) . Es decir, la comunicación es un elemento transversal de la asertividad.

Por ello, cabe destacar varias definiciones de asertividad que se articulan en torno a la comunicación: José García define la asertividad como “la habilidad de expresar nuestros deseos de una manera amable, franca, abierta, directa y adecuada, logrando decir lo que queremos sin atentar contra los demás. Negociando con ellos su cumplimiento”. (Naranjo M. L., 2008, pág. 35)

Es decir, la asertividad también implica una “capacidad negociadora”. En cambio, Mirta Flores la define como “la habilidad verbal para expresar deseos, creencias, necesidades y opiniones, tanto positivas como negativas, así como también para establecer límites de manera directa, honesta y oportuna, respetándose a sí mismo como individuo y durante la interacción social”. (Naranjo M. L., 2008, pág. 35)

Además, la autora considera de importancia el contexto donde se dan las interacciones sociales, identificando tres ámbitos que pueden alterar el nivel de asertividad: relaciones de la vida cotidiana con desconocidos, relaciones afectivas y relaciones educativas y laborales. (Naranjo M. L., 2008, pág. 36)

Análisis

El estudio de la comunicación asertiva es importante y es algo que se lo trata en la UNICEF como se demuestra no es solo en la parte laboral sino también en el ámbito familiar porque es una habilidad verbal en lo que se puede expresar muchos puntos importantes para realizar y aplicar en todos los ámbitos.

La importancia que se puede llegar y el nivel de asertividad son en base a las relaciones que uno tiene y de esta manera llegar a conocer el fin exacto que tiene el propósito a comunicar y se trabaja con el punto de llegar a convencer o a entender la lógica de lo que no desea que se comprenda.

Así se demuestra que la asertividad es un tema muy importante a tratar y sobre todo a desarrollar como es en el caso de aplicar en el proyecto.

1.02 Justificación

Este proyecto está enfocado en base al Objetivo No.5 del Plan Nacional del Buen Vivir, Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria. (Plan Nacional de desarrollo 2017-2021, 2017, pág. 42)

Como observación a nivel general se puede enunciar que uno de los factores críticos de las empresas es la falta de una comunicación asertiva lo cual puede afectar directamente en su desarrollo y rendimiento, las empresas se caracterizan por el mal uso de las herramientas de comunicación obstaculizando la transferencia de información objetiva. (Consejo Nacional de Planificación, 2017,pág.42)

El problema central de este proyecto es la inadecuada comunicación dentro del Centro de Capacitaciones SantacruzCursos, por lo cual se propone diseñar e implementar un Plan de Capacitación sobre Comunicación Asertiva, que permita ampliar los procesos de comunicación dentro de las oficinas, y que esto permita enfocarse en el crecimiento continuo para alcanzar las metas y objetivos trazados basados en el intercambio de información objetiva aprovechando los beneficios de las herramientas tecnológicas, las capacidades del equipo de trabajo, conjuntamente con la evaluación de designación de funciones. (Consejo Nacional de Planificación, 2017, pág. 42).

1.03 Definición del problema central (Matriz T)

Tabla 1 : Definición del problema matriz T

SITUACION EMPEORADA	SITUACION ACTUAL				SITUACION MEJORADA
Baja productividad debido a la comunicación inadecuada	Inadecuada Comunicación entre los colaboradores de SantacruzCursos				Aumento de la productividad y mejor desempeño en el área laboral
FUERZAS IMPULSADORAS	REAL I	IDEAL PC	I	PC	FUERZAS BLOQUEADORAS
Diseñar e Implementar un manual de comunicación para mejorar los procesos de la empresa	1	4	4	2	Desinterés por parte de jefes departamentales y colaboradores
Difundir el organigrama para establecer una comunicación asertiva interna y externa	2	4	4	1	Oposición de parte de los colaboradores y jefaturas
Capacitar continuamente a las Jefaturas sobre manejo de personal y comunicación asertiva	2	4	4	1	Falta de colaboración por parte del Departamento de Talento Humano
Fortalecer la comunicación asertiva	1	4	4	1	Problemas en la Gestión de Comunicación
Capacitación orientada a los colaboradores sobre el manejo de herramientas de comunicación	2	4	5	2	Resistencia al cambio por parte de los integrantes de la empresa

Fuente: Investigación propia

Autor: Patricia Regalado, 2018

1. Bajo	2. Medio Bajo	3. Medio	4. Medio Alto	5. Alto
---------	---------------	----------	---------------	---------

1.03.01 Análisis de la matriz “T”

Dentro de la matriz T se puede determinar una situación actual que es **inadecuada comunicación entre los colaboradores de SantacruzCursos**, afecta el desarrollo de las actividades laborales, al no tomar una iniciativa se tendrá una situación empeorada de **una baja productividad debido a la inadecuada comunicación**, con el presente proyecto se pretende llegar el **aumentar la productividad y el mejor desempeño, en el área laboral** establecer una comunicación asertiva generando que los colaboradores eleven su rendimiento al poseer información correspondiente sobre sus actividades con fuerzas impulsadoras y fuerzas bloqueadoras como:

Diseñar e Implementar un manual de comunicación para mejorar los procesos de la empresa deseando alcanzar un nivel más alto en la implementación, a la vez disminuir nuestras fuerzas bloqueadoras elevar el nivel de interés, y **bajar el desinterés por parte de los jefes departamentales y colaboradores.**

Difundir el organigrama para establecer una comunicación asertiva interna y externa, teniendo una realidad de medio bajo de aplicación, queriendo llegar a mejorar hasta llegar a medio Alto, también el trabajar en las cabezas departamentales para incentivar al cambio y tratar de eliminar la fuerza bloqueadora que es **la oposición de parte de los colaboradores y jefaturas.**

Capacitación continua a Jefaturas sobre manejo de personal y comunicación asertiva con un nivel bajo en la actualidad por no tener capacitación, también un nivel medio alto de desear alcanzar su desarrollo, aunque como fuerza bloqueadora con un nivel alto que es **la falta de colaboración por parte del Departamento de Talento Humano**, mostrando un ligero potencial de cambio.

Fortalecer la comunicación asertiva, por medio de capacitaciones, talleres, charlas también se adoptara las ideas de los colaboradores, incentivando las buenas tácticas de comunicación dentro de un nivel medio y se palpan **problemas de gestión** de comunicación como fuerza bloqueadora.

Capacitación orientada a los colaboradores sobre el manejo de herramientas de comunicación, se desea incorporar en el Centro de Capacitación un mayor interés sobre temas de capacitación ya que al momento se maneja de manera media baja, por este motivo se desea incentivar a nuestros colaboradores, para llegar a un nivel medio alto, pero se presenta una fuerza bloqueadora de resistencia al cambio por parte de los integrantes de la empresa.

CAPÍTULO II

2. Análisis de Involucrados

Análisis de los involucrados Permite analizar el comportamiento de los actores que tengan interés o papel o que sean afectados por las políticas y programas sociales para explorar la viabilidad socio-política de las mismas. Sirve de apoyo al diseño de estrategias factibles (Licha, 2009, pág. 30)

2.01. Mapeo de Involucrados

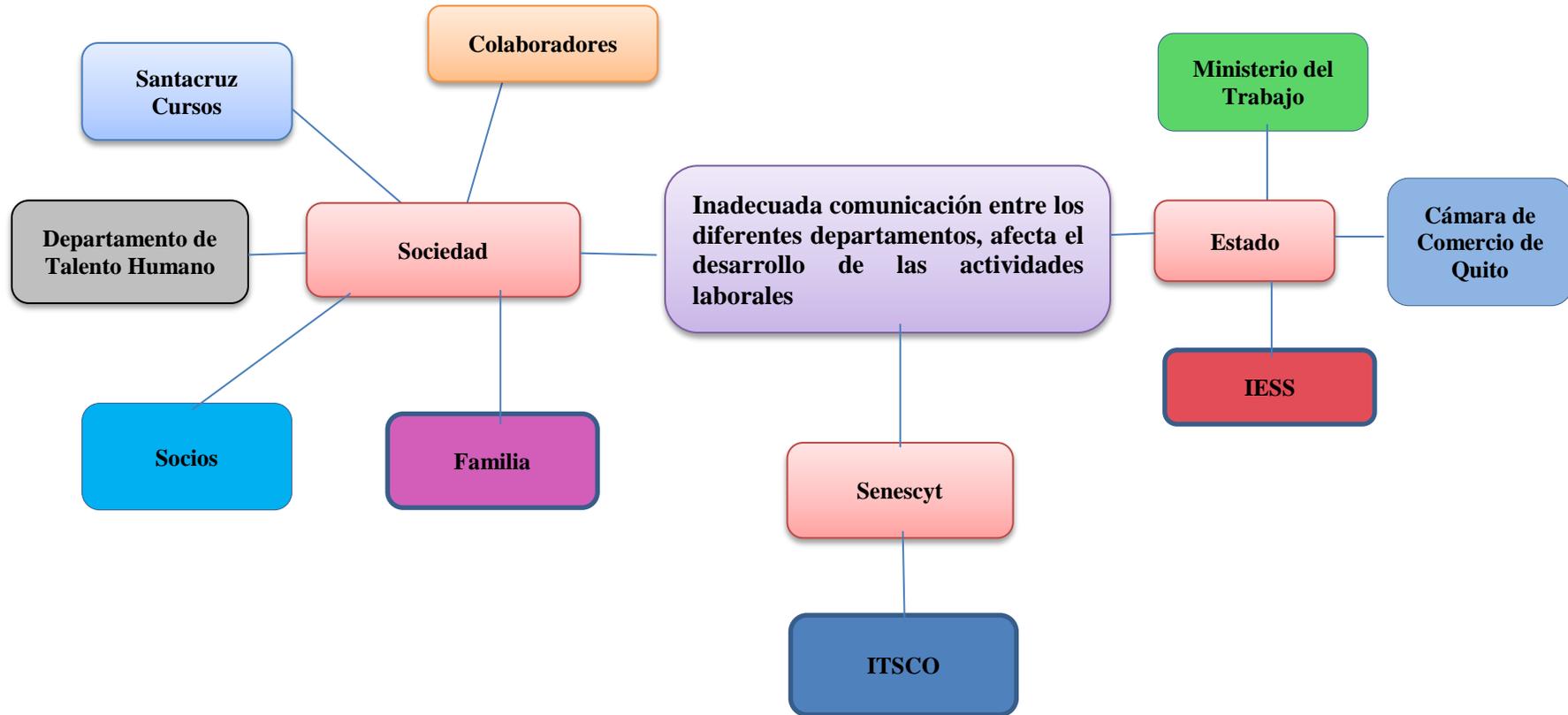


Figura 1 Mapeo de involucrados

Fuente: Investigación propia

Autor: Patricia Regalado, 2018

2.02 Matriz de análisis de involucrados

Tabla 2 : Matriz de análisis de involucrados

ACTORES INVOLUCRADOS	INTERÉS SOBRE EL PROBLEMA CENTRAL	PROBLEMAS PERCIBIDOS	RECURSOS MANDATOS CAPACIDADES	INTERÉS SOBRE EL PROYECTO	CONFLICTOS POTENCIALES
Estado	Cumplimiento de las leyes, normas y obligaciones en la empresa.	Evasión de la leyes, normas y obligaciones	Económico Art. 33 de la Constitución de la República Ministerio de Trabajo	Mejorar y fortalecer la comunicación	Falta de regulación de trámites administrativos
Gerencia General	Elaborar y socializar un Plan de Capacitación sobre comunicación asertiva	Falta de Cooperación, no avanzan los procesos	<ul style="list-style-type: none"> • Instalaciones • Código de Trabajo, Art. 42 literal 8. Disposiciones Transitorias Tercera Ley 2003-13 Registro Oficial 146. el Consejo Nacional de la Judicatura y el Ministerio de Trabajo y Empleo, estarán obligados a realizar programas de difusión de los contenidos de la Ley 2003-13 y de programas de capacitación • Recurso Tecnológico 	Brindar capacitación para mejorar el clima laboral	Desinterés de parte de los colaboradores de la empresa

Socios	Ver resultados favorables después de la inversión	Opiniones divididas	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación al personal. Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 Objetivo 6: Desarrollar las capacidades productivas y del entorno para lograr la soberanía alimentaria y el Buen Vivir. Fortalecer las capacidades y potencialidades Mejorar el clima laboral. Cronograma de Capacitación 	Alcanzar las metas y objetivos no sobrepasando el presupuesto	Acuerdos favorables entre los socios
Colaboradores	Poner en práctica lo recibido en las capacitaciones	Resistencia al cambio	<p>Departamento de Recursos Humanos</p> <p>Plan Nacional del Buen Vivir</p> <p>Objetivo 6; garantizar el trabajo estable, justo digno en su diversidad de formas</p>	Lograr las metas de la empresa y que los colaboradores conozcan las actividades de su puesto	Inasistencia a capacitaciones
Instituto Tecnológico Superior Cordillera	Que el proyecto alcance su objetivo central y dar buena imagen del ITSCO	Falta de interés de las empresas	<ul style="list-style-type: none"> • Ministerio de Educación Cap. 12 practicas pre profesionales y vinculación con la colectividad Art. 73. El estudiante tendrá 3 formas de desarrollar el trabajo de titulación, investigación científica, I+D+I e incubadora de negocios 	Brindar nuestros conocimientos para fomentar una mejor comunicación, y clima laboral	No tener el sustento económico para pagar aranceles estudiantiles

Fuente: Investigación propia

Autor: Patricia Regalado, 2018

2.02.01 Análisis de la Matriz de involucrados

El proyecto incluye 5 áreas importantes como el Estado, Gerencia General, los socios, los colaboradores y el ITSCO, los cuales tienen diferentes tipos de vista, se desea lograr con la propuesta realizada implementar y dictar un Plan Anual de capacitaciones sobre comunicación asertiva, lo que permitirá que todos los involucrados dentro de la organización tengan la oportunidad de acrecentar sus conocimientos y de ponerlos en práctica no solo dentro de la empresa sino a nivel familiar, con esto los colaboradores aportan con mayor estabilidad.

Tanto los socios como los colaboradores buscan generar un clima organizacional agradable ya que de esta forma las actividades laborales se las desarrollarán de mejor manera y esto ayuda a potenciar un trabajo más responsable y comprometido. Dentro de los Problemas percibidos y conflictos podemos notar que como en todas las empresas existen desacuerdos, la falta de colaboración, resistencia a conocer nuevas cosas o formas de trabajo, opiniones divididas, o falta de interés en capacitaciones tomándolo como un tema no importante para la empresa, también podemos dar a notar que SantacruzCursos sí cuenta con diferentes recursos, mandatos o capacidades que aportan a su desarrollo como herramientas para el alcance de las metas.

La presente matriz de análisis de involucrados consta de actores involucrados, tenemos el estado, con el fin de apoyar el cumplimiento de las leyes, normas y obligaciones en la empresa, hemos podido percibir que no se están cumpliendo ciertas leyes, normas y obligaciones, de acuerdo al art. 33 de la constitución de la República del Ecuador que argumenta lo siguiente: “El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su

dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado”. (Constitución revista judicial, 2008, pág. 56)

“Cuyo interés sobre el proyecto es el de fortalecer el conocimiento y fortalecer la comunicación entre los trabajadores, teniendo en cuenta conflictos potenciales como desvinculación de determinados organismos del estado que ayuden a la formación del talento humano” (Derecho ambiental, 2017, pág. 38)

Código de Trabajo, Disposiciones Transitorias Tercera Ley 2003-13 Registro Oficial 146. el Consejo Nacional de la Judicatura y el Ministerio de Trabajo y Empleo, estarán obligados a realizar programas de difusión de los contenidos de la Ley 2003-13 y de programas de capacitación. (Lexis, 2012, pág. 54)

Como segundo involucrado se tendrá a la gerencia general, su interés es el de elaborar un Plan de Capacitación sobre comunicación asertiva, ya que se ha detectado la falta de cooperación y no avanzan los procesos, puesto que a causa de esto se ha detectado que la productividad ha ido disminuyendo, los recursos disponibles para poder llevar cabo para capacitar a su personal es la infraestructura y como mandato lo expresado en el Código de trabajo; (Congreso Nacional del Ecuador, 2012, pág. 33)

Art 42. Obligaciones del Empleador

“Literal 8. Proporcionar oportunamente a los trabajadores los útiles, instrumentos y materiales necesarios para la ejecución del trabajo, en condiciones adecuadas para que éste sea realizado”. (Lexis, 2012, pág. 25)

Literal 13. Tratar a los trabajadores con la debida consideración, no infiriéndoles maltratos de palabra o de obra. (Lexis, 2012, pág. 30)

Literal 15. Atender las reclamaciones de los trabajadores.

El interés sobre el proyecto es brindar capacitación para mejorar el clima laboral y que ayuden a obtener el compromiso del trabajador para con la empresa, lo que podría hacer que este proyecto se estanque sería que a pesar de la predisposición brindada por parte de la gerencia exista el desinterés por parte de los colaboradores de la empresa. (Consejo Nacional de Planificación, 2017, pág. 66)

Cronograma de Capacitación

El interés sobre el proyecto es alcanzar las metas y objetivos no sobrepasando el presupuesto y como conflicto potencial se observa los acuerdos favorables de los socios.

(Consejo Nacional de Planificación, 2017, pág. 66)

Como tercer involucrado se tendrá a los socios cuyo interés sobre el problema es verificar los resultados después de la inversión realizada, se detecta opiniones divididas, y se trabajará con recursos y mandatos como la capacitación al personal.

Objetivo 5: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sustentable de manera redistributiva y solidaria.

“La forma de consolidar la sostenibilidad de una economía es apoyar y fortalecer al sector productivo, al sector empresarial, la pequeña empresa y negocios, el emprendimiento, con políticas desde el Estado que faciliten su implementación y desarrollo, la capacitación y financiamiento...” (Consejo Nacional de Planificación, 2017, pág. 45)

Fortalecer las capacidades y potencialidades, mejorar el clima laboral y cumplir con el cronograma de capacitaciones, el interés sobre el proyecto se basa en alcanzar

las metas y objetivos no sobrepasando el presupuesto y como conflicto potencial se presenta el que hayan acuerdos favorables entre los socios.

Como cuarto involucrado están los empleados o colaboradores cuyo interés sobre el problema central es poner en práctica lo recibido en las capacitaciones, en los problemas percibidos se encuentra la resistencia al cambio por parte de los trabajadores, ya que esto ayudaría a mejorar la fluidez en la comunicación mejorando cada proceso, cumpliendo de manera correcta y oportuna las necesidades y exigencias del cliente, el problema que se ha percibido es que no existe comunicación asertiva; como recursos, mandatos y capacidades el departamento de recursos humanos debe gestionar las posibles empresas que brinden este servicio y tener el apoyo de este departamento cumpliendo con el Objetivo5:

Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sustentable de manera redistributiva y solidaria.

“La forma de consolidar la sostenibilidad de una economía es apoyar y fortalecer al sector productivo, al sector empresarial, la pequeña empresa y negocios, el emprendimiento, con políticas desde el Estado que faciliten su implementación y desarrollo, la capacitación y financiamiento...”

El interés sobre el proyecto es la de lograr las metas de la empresa y que los colaboradores conozcan las actividades del puesto, como conflicto potencial esta la inasistencia de los colaboradores a las capacitaciones. Como mandato amparados en el Código de trabajo que expresa; Art 45. Obligaciones del Trabajador

- a) Ejecutar el trabajo en los términos del contrato, con la intensidad, cuidado y esmero apropiados, en la forma, tiempo y lugar convenidos; (Lexis, 2012, pág. 75)
- d) Observar buena conducta durante el trabajo.

Como quinto involucrado se encuentra el ITSCO, unidad educativa que permite realizar evaluaciones y trabajos internos para un el interés mejoramiento continuo, el interés sobre el problema central es que el proyecto alcance su objetivo central y a la vez generar una buena imagen de la unidad, dentro de los problemas percibidos se observa la falta de interés de las empresas al no dar oportunidad a los diferentes estudiantes a realizar diagnósticos empresariales y en mucho de los casos soluciones para un desenvolvimiento laboral, el interés del proyecto como ITSCO es brindar conocimientos para fomentar una mejor comunicación y clima laboral, en conflicto potencial es no tener el sustento económico para pagar aranceles estudiantiles.

CAPÍTULO III

3. Problemas y objetivos

3.01 Árbol de Problemas

El árbol de problemas es una ayuda importante para entender la problemática que debe resolverse. En este esquema tipo árbol se expresan las condiciones negativas detectadas por los involucrados relacionadas con un problema concreto (en una sucesión encadenada tipo causa/efecto). Una vez realizado, se ordenan los problemas principales sobre los cuales se van a encaminar los esfuerzos en forma de objetivos del proyecto. (Wiki EOI, 2012, pág. 1)

3.01.01 Matriz Árbol De Problemas

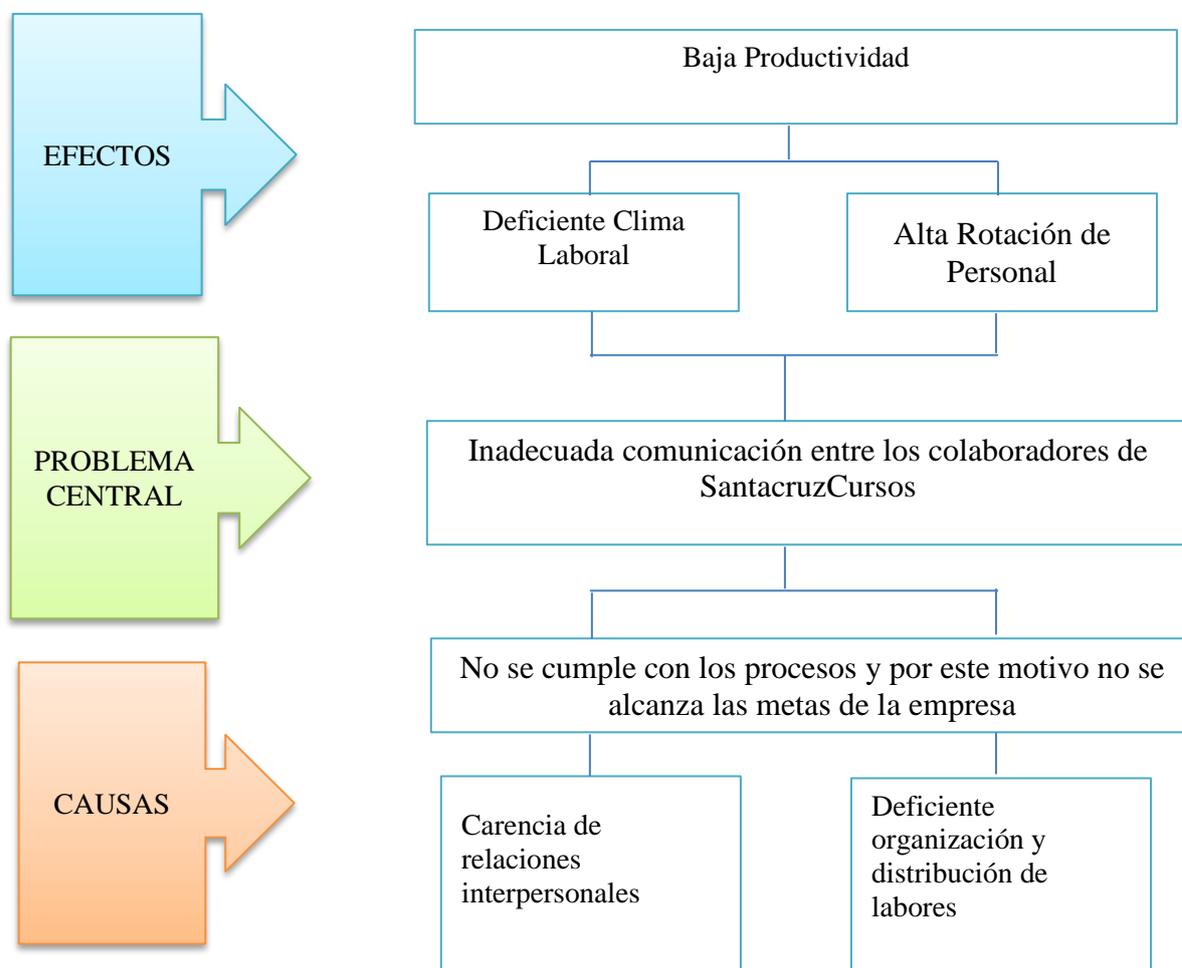


Figura 2 Árbol de problemas

Fuente: Investigación propia

Autor: Patricia Regalado, 2018

3.01.02.-Análisis del Árbol de Problemas

El presente proyecto presenta el tema central de Inadecuada comunicación o falta de comunicación asertiva, entre los diferentes departamentos, las causas más relevantes son las carencias de relaciones interpersonales, lo cual afecta el desarrollo de las actividades laborales, esto es causado por que desde el ingreso a la empresa no ha existido una inducción sobre procesos e información que pueda requerir el nuevo colaborador, no se cumple con los procesos y por este motivo no se alcanza las metas de la empresa

Una vez que ingresa nuevo personal simplemente se contagian de la forma de trabajar del resto causando que existan varias versiones sobre procesos y jefaturas, además la deficiente distribución de labores.

Adicional el efecto en el que más se enfoca es la baja productividad y el deficiente clima laboral, porque la empresa no mantiene una buena comunicación, se acotan órdenes de distintas personas y al no tener funciones específicas aumentan los tiempos muertos y esta inestabilidad genera una alta rotación de personal.

3.02.01 Árbol De Objetivos

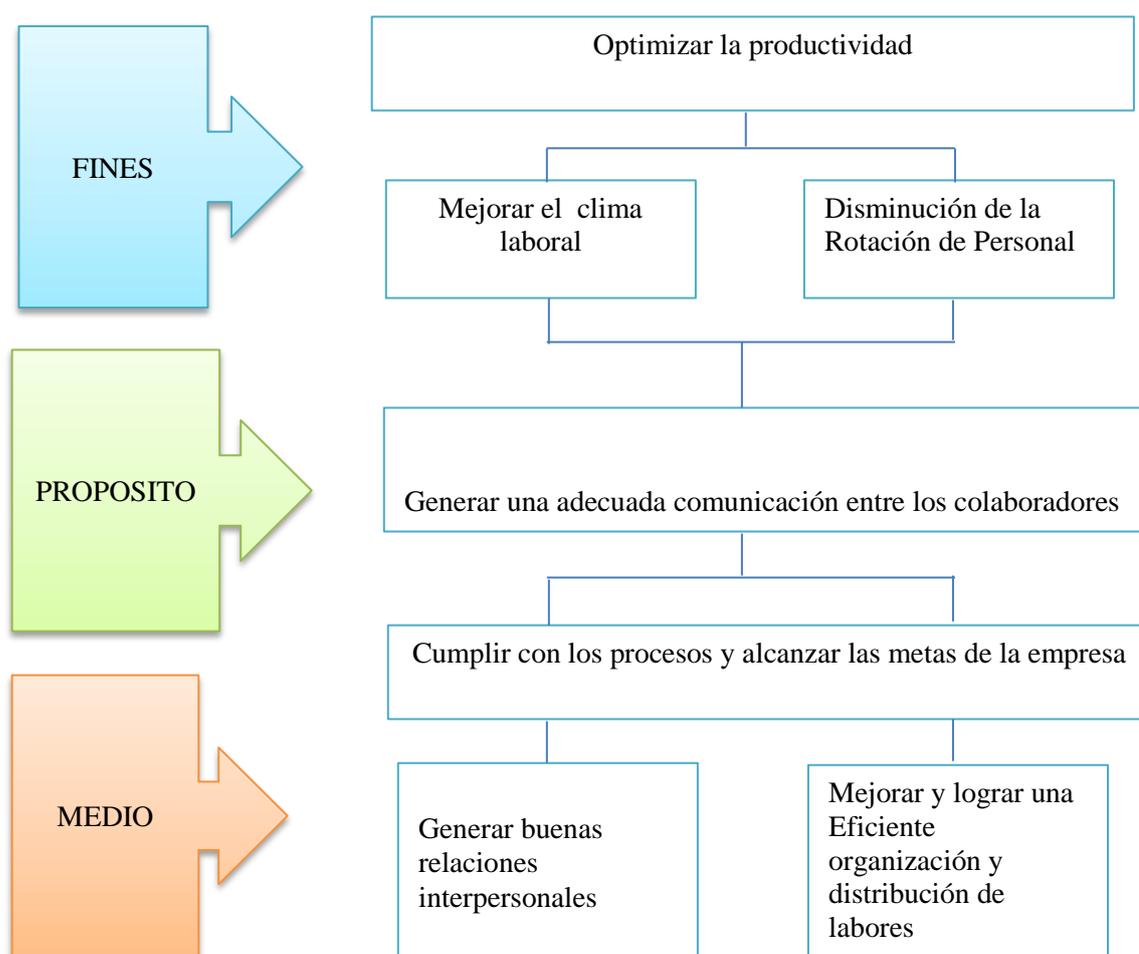


Figura 3 Árbol de objetivos

Fuente: Investigación propia

Autor: Patricia Regalado, 2018

3.02.02 Análisis del árbol de objetivos

Se establece como objetivo general un adecuada comunicación entre los colaboradores de SantacruzCursos, generar la comunicación entre los diferentes departamentos para un mejor desarrollo de las actividades laborales, transformando nuestras causas en fines de lo que queremos realizar o a donde queremos llegar, invirtiendo nuestros problemas en soluciones para de esta manera colaborar con el Centro de Capacitación Santacruz Cursos para que alcance sus metas y una mayor productividad con este proyecto se desea mejorar tiempos muertos y lograr que los colaboradores se comprometan con el lugar donde trabajen que se empoderen de sus actividades y labores con el fin de lograr un trabajo autónomo y a la vez mantener un clima laboral donde personas cercanas y ajenas se sientan a gusto.

CAPÍTULO IV

4. Alternativas

4.01.- Matriz De Análisis De Alternativas

Tabla 3 : Matriz de análisis de alternativas

Objetivos	Impacto sobre el Proyecto	Factibilidad Técnica	Factibilidad Financiera	Factibilidad Social	Factibilidad Política	Total	Estrategia
Cumplir con los procesos y alcanzar las metas de la empresa	4	4	5	5	4	22	Alto
Generar buenas relaciones interpersonales	4	4	5	4	5	22	Alto
Eficiente organización y distribución de labores	4	5	5	5	5	24	Alto
Generar una adecuada comunicación entre los colaboradores	4	4	4	5	5	22	Alto

Fuente: Investigación propia

Autor: Patricia Regalado, 2018

4.01.01.-Análisis de la Matriz de Análisis de Alternativas

En la matriz de alternativas se han plasmado los objetivos que la empresa desea alcanzar para un mejor desempeño laboral y por ende desarrollo organizacional, para ello hemos observado la falta de comunicación asertiva interna ya que dentro de las diferentes áreas no acuden directo a las personas responsables si no a quien pueda dar la información más rápida siendo esta mucha de las veces errónea.

La empresa dispone de los recursos económicos y tecnológicos necesarios para implementar un plan de capacitaciones de comunicación asertiva, con el apoyo de la gerencia y la colaboración de los empleados.

El primer objetivo es cumplir con los procesos y alcanzar las metas de la empresa, el impacto sobre el proyecto es 4 (Alto) ya que la empresa permite realizar el análisis actual, para trabajar en los desfases de la comunicación que no permiten un óptimo desarrollo organizacional, la factibilidad técnica presenta una ponderación de 4 (Alto) porque se desarrollará una comunicación asertiva entre todos los colaboradores, generando una factibilidad financiera 5 (Alta) ya que el desempeño laboral será más productivo, en la factibilidad social mejorarán las relaciones interpersonales y por ende el clima laboral, para la factibilidad política estaremos cumpliendo con el plan Nacional de Desarrollo Nro. 5 mejorar las capacidades y potenciales de la ciudadanía, Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria. (Consejo Nacional de Planificación, 2017, pág. 52)

El segundo objetivo es el de generar buenas relaciones interpersonales, el impacto sobre el proyecto es 4 (Alto), propiciara un mejor desarrollo de las actividades,

dentro de la factibilidad técnica tenemos 4 (Alto), se utilizará I+D+I por parte de la dirección de la empresa, la factibilidad financiera obtiene un 5 (Alto), según la posibilidad económica que tiene la empresa generando una factibilidad social de 4 (Alto) será un tema socializado también a nivel familiar para una mejor comunicación dando una factibilidad política de 5 (Alta) se está cumpliendo con los requisitos dentro del proceso de titulación del ITSCO.

El tercer y último objetivo es el de distribuir eficiente y organizadamente las labores, tenemos 4 (Alto) dentro del impacto del proyecto ya que al tener una mejor comunicación conocerá a profundidad sus funciones y jerarquías, dentro de la factibilidad técnica tenemos 5 (Alto) se consideró las competencias del colaborador y se las potencializo, factibilidad financiera 5 (Alto) mayor productividad, factibilidad social 5 (Alto), se instaura un mejor ambiente laboral, la factibilidad política es de 5 (alta), al tener mejor comunicación se establecen y respetan leyes y reglamentos.

Cuarto, el propósito del proyecto es generar una adecuada comunicación entre los colaboradores, el impacto del proyecto (4) se podrá manejar internamente una mejor relación laboral, una factibilidad técnica de (4) al tener mejor comunicación las funciones y desarrollo de tareas será más efectivo, factibilidad financiera (4) este trabajo en conjunto y en mayor coordinación generará mayores ingresos, factibilidad social (5) los conocimientos adquiridos pueden ser puestos en práctica a nivel general, permitiendo a los colaboradores desarrollarse personal y profesionalmente de mejor manera, factibilidad política (5) siguen adoptando políticas que se ajusten a la empresa.

4.02-.Matriz De Análisis De Impacto De Los Objetivos

Tabla 4 Matriz de análisis de impacto de los objetivos

Objetivos	Factibilidad de Lograrse	Impacto de Género	Impacto Ambiental	Relevancia	Sostenibilidad	Total	Categoría
Cumplir con los procesos y alcanzar las metas de la empresa, utilizando una guía para mejorar la comunicación	Cada trabajador realiza su trabajo (4)	(4) Mejora de relaciones entre género	Disminuir la carga de trabajo (4)	Se agilitan todos los procedimientos (4)	Personal motivado y comprometido con la empresa (4)	20	Alto
Generar buenas relaciones interpersonales utilizando una guía para mejorar la comunicación	Los trabajadores serían beneficiados al trabajar en equipo (5)	Se respetan los derechos de los trabajadores (4)	Mejora el rendimiento de los trabajadores (5)	Ayuda a reducir el estrés (4)	Favorece el desempeño de los trabajadores (4)}	22	Alto
Mejorar y lograr una Eficiente organización y distribución de labores utilizando una guía para mejorar la comunicación	Los trabajadores tendrán un buen ambiente laboral (4)	Buenas relaciones entre otros los trabajadores de la empresa (4)	Se mejora el ambiente de la empresa (4)	Mejora el clima laboral y la atención a los clientes (4)	Participación de todos los trabajadores (4)	20	Alto
Generar una adecuada comunicación entre los colaboradores	La empresa confía en que este cambio generará mayor eficacia y efectividad a nivel general (4)	S refleja una mejor relación interpersonal (4)	Mejora las relaciones jerárquicamente (4)	Desarrollo y desenvolvimiento eficaz y efectivo (4)	Incluye puntos de vista de los colaboradores (4)	20	Alto
TOTAL						82	Alto

Fuente: Investigación propia

Autor: Patricia Regalado, 2018

4.02.01.-Análisis de la Matriz de análisis de impacto de los objetivos.

En la actualidad el Centro de Capacitación SantacruzCursos, se dispone a poner en práctica un Plan de capacitación sobre comunicación asertiva, para lograr los objetivos propuestos por la empresa siempre en busca del bienestar organizacional y de sus colaboradores, a la vez una mejor comunicación alentará a mejorar la producción e interrelación de sus integrantes conociendo sus niveles jerárquicos y sus funciones.

También el de analizar, evaluar, modificar, actualizar la manera en que la comunicación interna aporta para un crecimiento del centro de capacitación.

El objetivo específico nro. 1 es el de cumplir con los procesos y alcanzar las metas de la empresa, utilizando una guía para mejorar la comunicación, la factibilidad de lograrse (4) ya que los trabajadores realizan su trabajo, (4) mejora las relaciones de género y el respeto a los derechos humanos, (4) en impacto ambiental se busca disminuir la carga de trabajo, (4) relevantemente se agilitan los procedimientos, logrando una sostenibilidad (4) de mantener empleados comprometidos con la organización.

El objetivo específico nro. 2 es el de generar buenas relaciones interpersonales utilizando una guía para mejorar la comunicación, la factibilidad de lograrse (5) ya que los trabajadores serian beneficiados al trabajar en equipo, Impacto de género (4) se respetan los derechos de los trabajadores, en impacto ambiental (5) se busca mejorar el rendimiento de los trabajadores, relevantemente (4) ayuda a reducir el estrés logrando una sostenibilidad (4) favorece el desempeño de los empleados.

Dentro del objetivo específico nro. 3 es el de mejorar y lograr una eficiente organización y distribución de labores utilizando una guía para mejorar la comunicación, la factibilidad de lograrse (4) es bastante positiva ya que los colaboradores se desarrollaran en un mejor ambiente laboral, dentro del impacto de género (4) los integrantes del centro de capacitación respetan el entorno laboral y no existe discriminación en los puestos de trabajo, dentro del aspecto ambiental (4) el clima laboral, o ambiente de oficina también se verá beneficiado, como aspecto relevante (4) se considera la mejor atención al cliente tanto interno como externo y con sostenibilidad (4) de que los trabajadores son parte activa para aportar con ideas que lleven al centro a su crecimiento.

El propósito Nro. 4 factibilidad de lograrse, la empresa confía que este cambio generará mayor eficacia y efectividad a nivel general, dentro del impacto de género (4) se observa mejores relaciones personales, el impacto ambiental (4) la relación jerárquica es mejor, relevancia (4) desenvolvimiento y desarrollo eficaz y efectivo, sostenibilidad incluye el punto de vista de los colaboradores.

4.03.- Diagrama De Estrategias

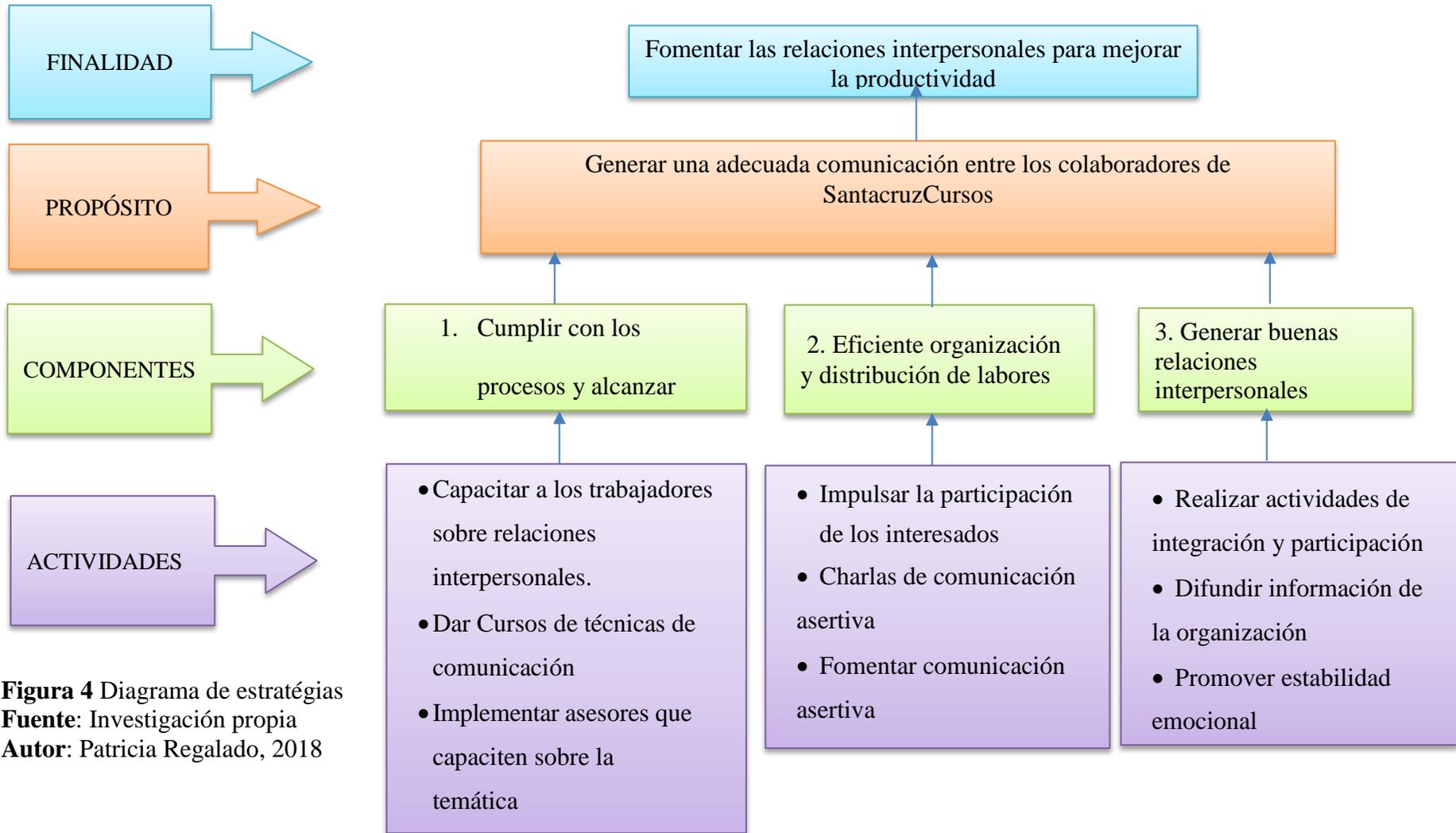


Figura 4 Diagrama de estrategias
Fuente: Investigación propia
Autor: Patricia Regalado, 2018

4.03.01 Análisis del diagrama de estrategias

Para que este proyecto tenga una finalidad a largo plazo se tiene las siguientes actividades que van a promover cada uno de los objetivos específicos, actividades que se las puede y va a realizar.

Así se tiene para el objetivo específico 1, las siguientes actividades: capacitación a los trabajadores sobre relaciones interpersonales, cursos de técnicas de comunicación con asesores que capaciten sobre la temática.

Para el objetivo específico 2, se tiene las siguientes actividades impulsar la participación de los interesados, charlas de comunicación asertiva, y fomentar la comunicación asertiva.

Para el objetivo 3, realizar actividades de integración y participación, difundir la información de la organización promover estabilidad emocional.

Así mismo la finalidad es de conocer que los empleados y directivos tendrán un mejor rendimiento laboral.

Los objetivos específicos son los siguientes:

1. Cumplir con los procesos y alcanzar las metas de la empresa
2. Generar buenas relaciones interpersonales
3. Eficiente organización y distribución de labores

4.04 Matriz de Marco Lógico

Tabla 5 Matriz de marco lógico

FINALIDAD	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACION	SUPUESTOS
Fomentar las relaciones interpersonales para mejorar la productividad	Los empleados de SantacruzCursos mencionan en un 64% que la mala comunicación si es un factor que afecta la productividad laboral y el 36% indicaron que no están de acuerdo con que afecte la productividad.	Encuestas al personal Evaluaciones mensuales a cada departamento. Evaluaciones del comportamiento aplicadas trimestralmente.	Realizar capacitaciones de comunicación asertiva para fomentar la productividad de los empleados a fin de proporcionar resultados beneficiosos
PROPOSITO	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACION	SUPUESTOS
Generar una adecuada comunicación entre los colaboradores de SantacruzCursos	El 68% de los empleados si están de acuerdo que con las capacitaciones de comunicación asertiva mejorarán las relaciones interpersonales y este mejorara a medida que los empleados se sientan motivados en el trabajo, mientras que un 32% no están de acuerdo.	Entrevistas colectivas y seguimiento constante para el bienestar de los empleados. Encuestas a los empleados	En este caso se hará un cambio de personal ya que no existe una productividad adecuada.
COMPONENTES	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACION	SUPUESTOS
1. Cumplir con los procesos y alcanzar las metas de la empresa	1. Un 76% de los empleados indican que el plan de capacitación asertiva si está alineado con el cumplimiento de objetivos empresariales y se desea cumplir con las tareas en un 100%, al mismo tiempo un 24% indica que no estar de acuerdo.	1. Recopilar datos por medio de encuestas realizadas. Documentos que sustenten las asistencias a las capacitaciones.	1 Realizar el cumplimiento de las políticas de empleo y desarrollo del talento humano según el Ministerio de Trabajo.
2. Generar buenas relaciones interpersonales	2. Los empleados mencionan en un 68% que las capacitaciones de comunicación asertiva propiciarán mejores relaciones interpersonales, mientras que el 32% restante menciona que no cree que las capacitaciones sea un vínculo de mejores relaciones.	2. Encuestas realizadas al personal. Datos estadísticos sobre la atención que brinda la empresa.	2 Los cambios que se realizaran en la empresa brindaran un cambio fortaleciendo la economía no solo interna sino externa como aporte al país.

3.Eficiente organización y distribución de labores	3. El 80% de los empleados indican que con una comunicación asertiva se aportará para una mejor organización laboral y una adecuada distribución de las actividades, mientras que el 20% restante no creen que se fomentara una mejor organización.	3. Entrevistas colectivas y seguimiento constante para el bienestar de los empleados. Encuestas a los empleados	3. En este caso se hará un cambio de personal ya que no existe una productividad adecuada.
ACTIVIDADES	RESUMEN DE PRESUPUESTO	MEDIOS DE VERIFICACION	SUPUESTOS
<p>1.01 Capacitación a los trabajadores sobre relaciones interpersonales</p> <p>1.02 Cursos de técnicas de comunicación</p> <p>2.01 Asesores que capaciten sobre la temática</p> <p>2.02 Evaluaciones continuas</p> <p>2.03 Motivación personal</p> <p>2.04 Promover estabilidad emocional</p> <p>3.01 Impulsar la participación de los interesados</p> <p>3.02 Realizar actividades de integración y participación</p> <p>3.03 Fomentar comunicación asertiva</p>	<p>Sala de capacitación, Capacitador \$1500</p> <p>Material Didáctico</p> <p>Laptop</p> <p>Proyector</p> <p>Marcadores</p> <p>Refrigerio</p> <p>Suministros de Oficina</p> <p>Copias</p> <p>Pago a capacitador</p>	<p>Facturas</p> <p>Proformas</p> <p>Recibos</p>	<p>Escaso cumplimiento de las políticas de empleo y desarrollo del talento humano según el Ministerio de Trabajo.</p> <p>La falta de colaboración en la empresa no fortalece la economía no solo interna sino externa como aporte al país.</p> <p>La inadecuada comunicación entre los diferentes departamentos afecta el servicio en atención al cliente.</p>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Regalado Patricia, 2018

4.04.01 Análisis de la Matriz de marco lógico

Metodología de marco lógico

La Metodología de Marco Lógico es una herramienta para facilitar el proceso de conceptualización, diseño, ejecución y evaluación de proyectos. Su énfasis está centrado en la orientación por objetivos, la orientación hacia grupos beneficiarios y el facilitar la participación y la comunicación entre las partes interesadas. Puede utilizarse en todas las etapas del proyecto: En la identificación y valoración de actividades que encajen en el marco de los programas país, en la preparación del diseño de los proyectos de manera sistemática y lógica, en la valoración del diseño de los proyectos, en la implementación de los proyectos aprobados y en el monitoreo, revisión y evaluación del progreso y desempeño de los proyectos. (Ortegon , 2005, pág. 82)

Este estudio se lo realiza referencialmente de los temas a tratarse dentro del plan de capacitación el cual ayudara a impartir información para lograr dar solución al problema el cual está establecido como propuesta para el alcance del mismo también a la finalidad a la cual se desea llegar. (Cruz, 2018, pág. 1)

Análisis

La matriz de marco lógico en su finalidad es la mejorar las relaciones la de mejorar la productividad, según el indicador obtenido de las encuestas muestra que el 64% de los colaboradores indican que la mala comunicación si es un factor que afecta directamente a la productividad laboral y un 36% indican que la mala comunicación no afecta, como medios de verificación se realizará encuestas al personal, evaluaciones mensuales a cada departamento y también evaluaciones del comportamiento de una manera trimestral y con estos datos debemos determinar la

aplicación de planes de capacitación de comunicación asertiva para fomentar la productividad de los empleados a fin de proporcionar resultados beneficiosos dentro de la empresa para mejorar la productividad.

El propósito de mejorar la comunicación entre los diferentes departamentos, para un mejor desarrollo de las actividades laborales, ya que según los indicadores el 68% de los empleados si están de acuerdo que con las capacitaciones de comunicación asertiva mejorarán las relaciones interpersonales y este mejorara a medida que los empleados se sientan motivados en el trabajo, mientras que un 32% no están de acuerdo, como base de verificación se realizaran entrevistas colectivas y seguimiento constante para el bienestar de los empleados y para conocer el criterio de los colaboradores realizar encuestas, como supuesto se realizara cambio de personal si no existe una productividad adecuada.

Se detallará los tres componentes en el primero indicamos el cumplir con los procesos y alcanzar las metas de la empresa en el cual un 76% de los empleados indican que el plan de capacitación asertiva si está alineado con el cumplimiento de objetivos empresariales y se desea cumplir con las tareas en un 100%, al mismo tiempo un 24% indica que no estar de acuerdo, como medios de verificación contamos con la recopilación de datos por medio de las encuestas realizadas, y sustentas la asistencia a las capacitaciones con listados de asistencia, con un supuesto de realizar el cumplimiento de las políticas de empleo y desarrollo del talento humano según el Ministerio de Trabajo.

Segundo componente generar buenas relaciones interpersonales, los indicadores muestran que los empleados mencionan en un 68% que las capacitaciones de comunicación asertiva propiciarán mejores relaciones interpersonales, mientras que

el 32% restante menciona que no cree que las capacitaciones sea un vínculo de mejores relaciones trabajaremos con medio de verificación las encuestas realizadas a los empleados datos estadísticos sobre la atención que brinda la empresa y los supuestos; los cambios que se realizaran en la empresa brindaran un cambio fortaleciendo la economía no solo interna sino externa como aporte al país.

El tercer componente, eficiente organización y distribución de labores, los indicadores indican el 80% de los empleados indican que con una comunicación asertiva se aportará para una mejor organización laboral y una adecuada distribución de las actividades, mientras que el 20% restante no creen que se fomentara una mejor organización, se trabajara con medios de verificación de entrevistas colectivas y seguimiento constante para el bienestar de los empleados dentro de los supuestos manejaremos en este caso se hará un cambio de personal ya que no existe una productividad adecuada.

Para la realización de este proyecto se ha planificado las siguientes actividades:

- 1.01 Capacitación a los trabajadores sobre relaciones interpersonales
- 1.02 Cursos de técnicas de comunicación
- 2.01 Asesores que capaciten sobre la temática
- 2.02 Evaluaciones continuas
- 2.03 Motivación personal
- 2.04 Promover estabilidad emocional
- 3.01 Impulsar la participación de los interesados
- 3.02 Realizar actividades de integración y participación
- 3.03 Fomentar comunicación asertiva

CAPÍTULO V



Figura 5 Santacruz
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Regalado Patricia, 2018

5. La Propuesta

5.01.-Antecedentes

SantacruzCursos, es una empresa con 5 años en el mercado, brindando sus servicios en el área de capacitación continua, cursos o talleres personalizados, en las áreas de mayor demanda, impartiendo conocimientos profesionales e innovadores, dirigido a todos los interesados en querer potenciar sus negocios, mejorar su perfil académico y alcanzar el éxito.

Considerando los inconvenientes presentados por la falta de comunicación asertiva, en esta área debido a las falencias de capacitación al personal nuevo y antiguo al momento de ingresar a desempeñar sus tareas, se evidencia que la mala comunicación es un factor importante que lleva a la empresa a una inestabilidad productiva, clima laboral no adecuado, falta de interés por parte de los colaboradores,

relaciones interpersonales escasas, deficiente distribución de labores, baja productividad.

Se desea elaborar y socializar para el Centro de Capacitación Santacruz Cursos un Plan de capacitaciones sobre comunicación asertiva (personal e institucional etc.) para fomentar las relaciones interpersonales favorables en los colaboradores.

Ya que en la actualidad la comunicación es el eje central dentro y fuera de la organización, tanto para el desarrollo de las actividades laborales como la interrelación de los empleados, la comunicación asertiva es uno de los limitantes para un desarrollo óptimo, y causando diversos malestares laborales, como tareas mal hechas, información de precios erróneos por no establecer diálogos laborales, tareas no especificadas. etc, por la mala comunicación interna

5.01.01.-Responsabilidad social empresarial

CONCEPTOS.

RSE: es la respuesta de las empresas a las expectativas de la sociedad. (De la Cruz P. V., 2013, pág. 1)

RSE: es la integración en las operaciones de la empresa de políticas y actuaciones que recogen las preocupaciones sociales y medioambientales con la finalidad de impulsar en paralelo al desarrollo de su actividad económica. (De la Cruz P. V., 2013, pág. 1)

RSE: es un compromiso firme y voluntario de la empresa con prácticas más honestas, transparencia en la gestión y respeto por el desarrollo del entorno. (De la Cruz P. V., 2013, pág. 1)

5.02 Filosofía empresarial

5.02.01 Misión

Nuestra misión se orienta a impartir conocimientos actualizados de calidad mediante capacitaciones personalizadas, con la finalidad de satisfacer la demanda del mercado y aportar con la superación empresarial y personal otorgando las herramientas necesarias para ingresar al mundo competitivo y ser participe potencialmente aplicando el principio de mejora continua para el logro de los objetivos.

5.02.02 Visión

SantacruzCursos se proyecta a lograr posicionarse como una empresa reconocida por su credibilidad y compromiso para con sus clientes, brindando servicios profesionales de capacitación personalizada a nivel nacional en todas las áreas que requiera el ámbito laboral, estudiantil o social, ofreciendo servicios oportunos, confiables con alta calidad superando las expectativas de los consumidores y guiados en todo momento por valores como la excelencia, objetividad e innovación, reflejando el bienestar de nuestro personal en los conocimientos impartidos a nuestros usuarios.

5.03 - Justificación de la propuesta

La importancia de realizar este plan de capacitación sobre comunicación asertiva, radica en su aporte a mejorar las relaciones interpersonales y por consiguiente mejorar la productividad dentro de la empresa,

El propósito del proyecto analiza el beneficio, que obtienen los colaboradores y la empresa al ser partícipes activamente aplicando la comunicación asertiva.

La propuesta que se presenta es un aporte significativo para contribuir con el manejo de la comunicación asertiva fomentando relaciones interpersonales, generando el trabajo en equipo y el mejor desarrollo organizacional

Alcance

El alcance de la presente propuesta es para todo el personal de SantacruzCursos

5.03.01.-Objetivo general

Elaborar un plan de capacitación de comunicación asertiva para fomentar las relaciones interpersonales, dirigido al personal de la empresa, que genere un adecuado clima laboral, empoderamiento del personal, facilidad para solucionar quejas y conflictos que se presentan en toda empresa lo que contribuirá a una buena imagen de la empresa y por consiguiente una atención con calidez tanto al cliente interno como al cliente externo.

5.04 - Orientación para el estudio

5.04.01. La Capacitación.-

La capacitación se define como el conjunto de actividades didácticas, orientadas a ampliar los conocimientos, habilidades y aptitudes del personal que labora en una empresa.

La capacitación les permite a los trabajadores poder tener un mejor desempeño en sus actuales y futuros cargos, adaptándose a las exigencias cambiantes del entorno.

Fundamentalmente, la capacitación es vista como un proceso educativo a corto plazo, el cual emplea unas técnicas especializadas y planificadas por medio del cual el personal de la empresa, obtendrá los conocimientos y las habilidades necesarias, para incrementar su eficacia en el logro de los objetivos que haya planificado la organización para la cual se desempeña. (Definición de, 2018, pág. 1)

5.04.01.01.- Los campos de aplicación de la capacitación.

Los campos de aplicación de la capacitación son muchos, pero en general entran en una de las cuatro áreas siguientes: (Foro de seguridad, s/f, pág. 1)

a) Inducción

Es la información que se brinda a los empleados recién ingresados. Generalmente lo hacen los supervisores del ingresante. El departamento de RRHH establece por escrito las pautas, de modo de que la acción sea uniforme y planificada (Foro de seguridad, s/f, pág. 1)

b) Entrenamiento:

Se aplica al personal operativo. En general se da en el mismo puesto de trabajo. La capacitación se hace necesaria cuando hay novedades que afectan tareas o funciones, o cuando se hace necesario elevar el nivel general de conocimientos del personal operativo. (Foro de seguridad, s/f, pág. 1)

Las instrucciones para cada puesto de trabajo deberían ser puestas por escrito.

c) Formación básica:

Se desarrolla en organizaciones de cierta envergadura; procura personal especialmente preparado, con un conocimiento general de toda la organización. Se toma en general profesionales jóvenes, que reciben instrucción completa sobre la empresa, y luego reciben destino. Son los "oficiales" del futuro. (Foro de seguridad, s/f, pág. 1)

d) Desarrollo de Jefes

Suele ser lo más difícil, porque se trata de desarrollar más bien actitudes que conocimientos y habilidades concretas. En todas las demás acciones de capacitación, es necesario el compromiso de la gerencia. Aquí, es primordial el compromiso de la

gerencia general, y de los máximos niveles de la organización. El estilo gerencial de una empresa se logra no solo trabajando en común, sino sobre todo con reflexión común sobre los problemas de la gerencia. Deberían difundirse temas como la administración del tiempo, conducción de reuniones, análisis y toma de decisiones, y otros. (Foro de seguridad, s/f, pág. 1)

En cualquiera de los casos, debe planificarse adecuadamente tanto la secuencia como el contenido de las actividades, de modo de obtener un máximo alineamiento. (Foro de seguridad, s/f, pág. 1)

5.04.01.02 - Los efectos sociales de la capacitación

Las empresas pueden recibir los beneficios de la capacitación de sus empleados, ya que los trabajadores bien capacitados ayudan a aumentar la productividad y las ganancias. Invertir en la formación de los empleados debe mejorar las tasas de retención de los trabajadores, la satisfacción del cliente y la creatividad para ideas de nuevos productos. La capacitación efectiva ahorra trabajo al reducir el tiempo dedicado a la resolución de problemas y ahorra dinero en el largo plazo mediante la producción de una mejor fuerza de trabajo. (Shaw, 2018, pág. 1)

5.04.01.03.- Cuáles son los beneficios de capacitar

- ☞ Beneficios para la organización:
- ☞ Mejora el conocimiento del puesto a todos los niveles.
- ☞ Eleva la moral de la fuerza de trabajo.
- ☞ Ayuda al personal a identificarse con los objetivos de la organización.
- ☞ Mejora la relación jefes-subordinados.
- ☞ Es un auxiliar para la comprensión y adopción de políticas.
- ☞ Se agiliza la toma de decisiones y la solución de problemas.

- ☞ Promueve el desarrollo con vistas a la promoción.
- ☞ Contribuye a la formación de líderes y dirigentes.
- ☞ Incrementa la productividad y calidad del trabajo.
- ☞ Ayuda a mantener bajos los costos.
- ☞ Elimina los costos de recurrir a consultores externos.
- ☞ Beneficios para el trabajador que repercuten favorablemente en la organización:
- ☞ Ayuda a la persona en la solución de problemas y en la toma de decisiones.
- ☞ Aumenta la confianza, la posición asertiva y el desarrollo.
- ☞ Forja líderes y mejora las aptitudes comunicativas.
- ☞ Sube el nivel de satisfacción con el puesto.
- ☞ Permite el logro de metas individuales.
- ☞ Elimina los temores a la incompetencia o la ignorancia individual.
- ☞ Beneficios en relaciones humanas, relaciones internas y externas, y adopción de políticas:
- ☞ Mejora la comunicación entre grupos y entre individuos.
- ☞ Ayuda en la orientación de nuevos empleados.
- ☞ Proporciona información sobre disposiciones oficiales.
- ☞ Hace viables las políticas de la organización.
- ☞ Proporciona una buena atmósfera para el aprendizaje.
- ☞ Convierte a la empresa en un entorno de mejor calidad para trabajar.

(López, 2013, pág. 1)

5.04.01.04.- Relaciones Interpersonales

“¿Cuáles son las razones que hacen que una persona pueda comunicarse tan efectivamente con sus compañeros de trabajo y tenga dificultades para dialogar con su jefe?” (Linares, 2014, pág.15)

“O, por otro lado: ¿Cómo un gerente que puede comunicarse con su grupo de trabajo encuentra obstáculos para establecer vínculos con los gerentes de otras áreas?” (Linares, 2014,pág.15)

Esto se debe a los diferentes estados internos que adoptamos cuando nos relacionamos con los demás, nuestras emociones influyen en la manera en que nos comunicamos e interrelacionamos. Desde el Análisis Transaccional dicho estados internos se denominan “Estados del YO”. (Linares, 2014, pág.15)

El Análisis Transaccional es un sistema de psicoterapia social que se engloba dentro de la psicología humanista. Propone una metodología y conceptos básicos expresados en un lenguaje sin tecnicismos abstractos y es un modelo para facilitar la reestructuración interna y el cambio personal. Su fácil integración con otras disciplinas le ha dado gran difusión mundial dentro del entorno laboral. (Linares, 2014, pág.12)

5.05 Metodología

La metodología de la investigación científica constituye por su parte un conjunto de métodos, categorías, leyes y procedimientos que orientan los esfuerzos de la investigación hacia la solución de los problemas científicos con un máximo de eficiencia.(Jimenes Paneque, 1998, pág. 19)

5.05.01 Estructura: la estructura del presente proyecto es (I+D+I) Investigación, desarrollo e innovación.

5.05.02 QUE ES I+D+I?

I+D+I o lo que es lo mismo **Investigación, desarrollo e innovación**, es un nuevo concepto adaptado a los estudios relacionados con el avance tecnológico e investigativo centrados en el avance de la sociedad, siendo una de las partes más importantes dentro de las tecnologías informativas (Plan nacional de investigación científica, técnica e innovación, 2018, pág. 1).

5.05.03 Población y muestra

En el centro de capacitación SantacruzCursos, la investigación se realiza a los colaboradores teniendo 25 participantes y no se aplica la fórmula de escoger un mínimo de muestra, solo se requiere obtener información de importancia para la elaboración de un Plan de capacitaciones de comunicación asertiva.

5.06. - Encuesta:

Las encuestas son un método de investigación y recopilación de datos utilizados para obtener información de personas sobre diversos temas. Las encuestas tienen una variedad de propósitos y se pueden llevar a cabo de muchas maneras dependiendo de la metodología elegida y los objetivos que se deseen alcanzar.

Los datos suelen obtenerse mediante el uso de procedimientos estandarizados, esto con la finalidad de que cada persona encuestada responda las preguntas en una igualdad de condiciones para evitar opiniones sesgadas que pudieran influir en el resultado de la investigación o estudio. Una encuesta implica solicitar a las personas información a través de un cuestionario, este puede distribuirse en papel aunque con la llegada de nuevas tecnologías es más común distribuir las utilizando medios digitales como redes sociales, correo electrónico. (Questionpro, 2018, pág. 1).

MODELO DE ENCUESTA

Agradecemos el tiempo que brindará, para responder esta encuesta.

Lea detenidamente las preguntas y marque con una (X) la respuesta que usted crea conveniente.

1.- Conoce usted sobre capacitaciones de comunicación asertiva?

SI NO

2.- ¿Anteriormente ha recibido capacitaciones sobre comunicación asertiva?

SI NO

3.- ¿Aplica habitualmente la comunicación asertiva?

SI NO

4.- ¿Las capacitaciones pueden ser una motivación para el personal?

SI NO

5.- Cree usted que las capacitaciones aportan para un mejor desarrollo laboral?

SI NO

6.- ¿Considera usted que un Plan de Capacitación está alineado con el cumplimiento de los objetivos corporativos?

SI NO

7.- ¿Considera que la capacitación sobre comunicación asertiva, mejorará las relaciones interpersonales dentro de la empresa?

SI NO

8.- ¿Cree usted que la mala comunicación es un factor que afecta la productividad laboral?

SI NO

9.- ¿Considera usted que las capacitaciones sobre comunicación asertiva aportarán con una mejor organización laboral?

SI NO

10.- ¿Considera que la capacitación sobre comunicación asertiva, permitirá que la información sea mejor direccionada?

SI NO

¡¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!!

5.06.01 Tabulación de las encuestas:

1.- Conoce usted sobre capacitaciones de comunicación asertiva?

Tabla 6 : Pregunta 1

Alternativa	Número	Porcentaje
SI	11	44%
NO	14	56%
Total	25	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Patricia Regalado,2018

Pregunta Nro.1

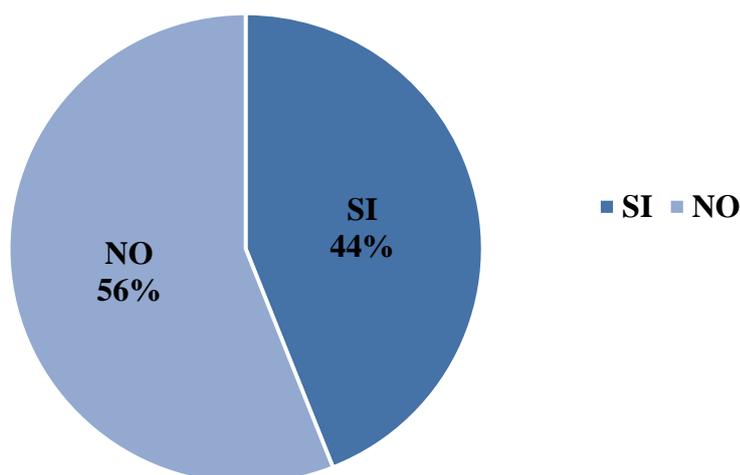


Figura 6 Pregunta 10

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Patricia Regalado, 2018

Análisis:

Según la encuesta realizada, en la pregunta Nro. 1 se obtuvo la siguiente información el 56% de los colaboradores indican que no tienen conocimiento sobre capacitaciones de comunicación asertiva y el 44% restante si tiene conocimiento del tema.

2.- ¿Anteriormente ha recibido capacitaciones sobre comunicación asertiva?

Tabla 7 : Pregunta 2

Alternativa	Número	Porcentaje
SI	12	48%
NO	13	52%
Total	25	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Patricia Regalado, 2018

Pregunta Nro.2

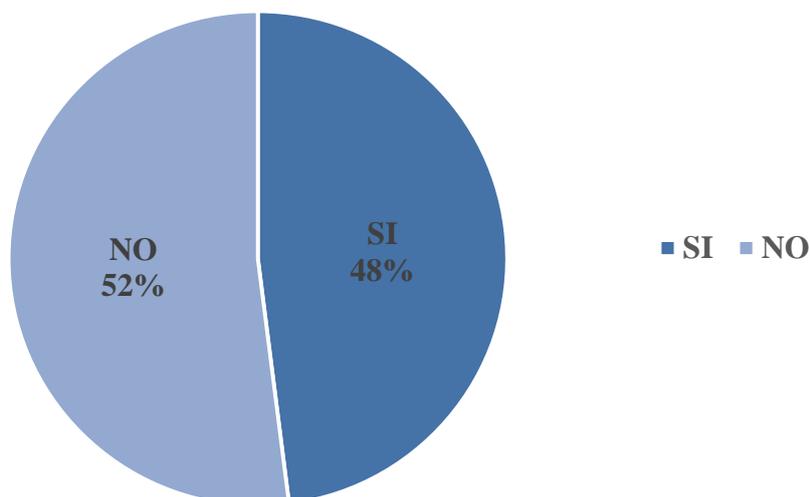


Figura 7 Pregunta 10
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Patricia Regalado, 2018

Análisis:

La pregunta dos presenta un porcentaje de 52% de personas que no han recibido capacitaciones sobre comunicación asertiva y el 48% restante si las ha recibido.

3.- ¿Aplica habitualmente la comunicación asertiva?

Tabla 8 Pregunta 3

Alternativa	Número	Porcentaje
SI	8	32%
NO	17	68%
Total	25	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Patricia Regalado, 2018

Pregunta Nro.3

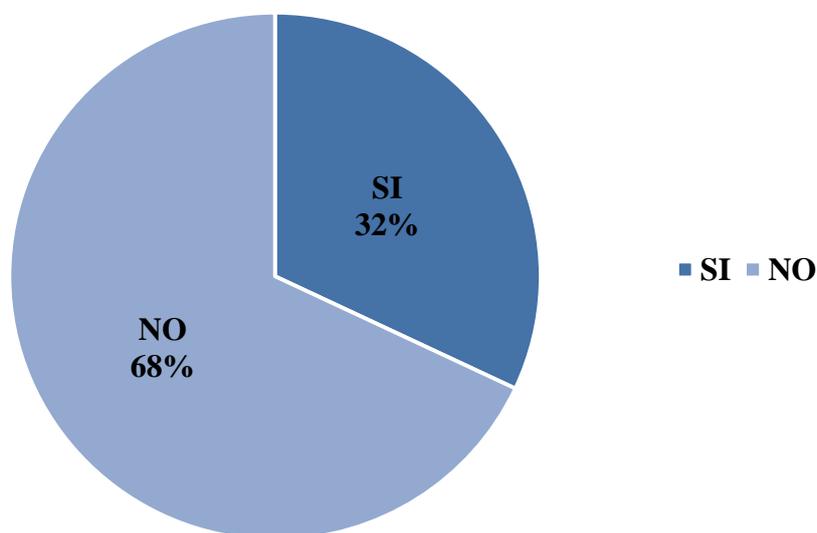


Figura 8 Pregunta 10

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Patricia Regalado, 2018

Análisis:

El 68% de los encuestados consideran que no aplican la comunicación asertiva, mientras que el 32% restante indican que si aplican este tipo de comunicación.

4.- ¿Las capacitaciones pueden ser una motivación para el personal?

Tabla 9 Pregunta 4

Alternativa	Número	Porcentaje
SI	17	68%
NO	8	32%
Total	25	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Patricia Regalado, 2018

Pregunta Nro.4

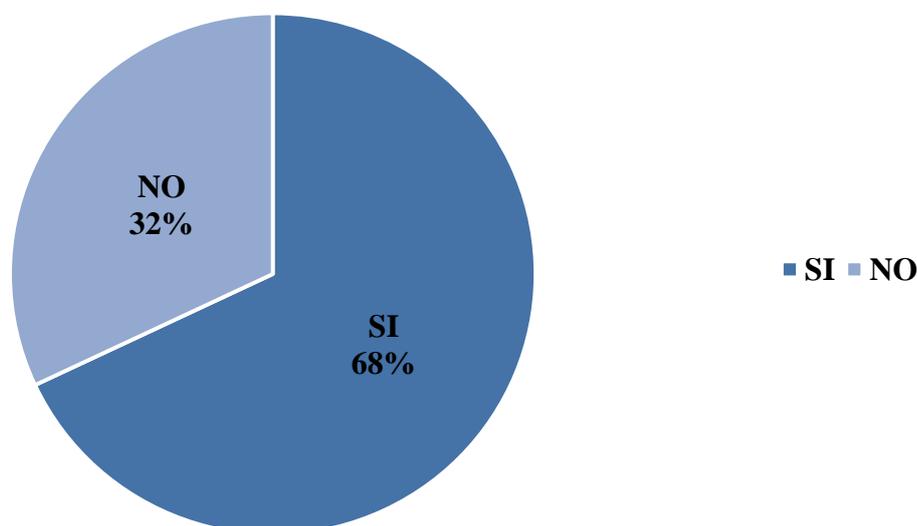


Figura 9 Pregunta 10

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Patricia Regalado, 2018

Análisis:

Con un porcentaje del 68% los colaboradores indican que las capacitaciones si pueden ser vistas como una motivación para el personal y el 32% no creen que sea una motivación.

5.- Cree usted que las capacitaciones aportan para un mejor desarrollo laboral?

Tabla 10 Pregunta 5

Alternativa	Número	Porcentaje
SI	18	72%
NO	7	28%
Total	25	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Patricia Regalado, 2018

Pregunta Nro.5

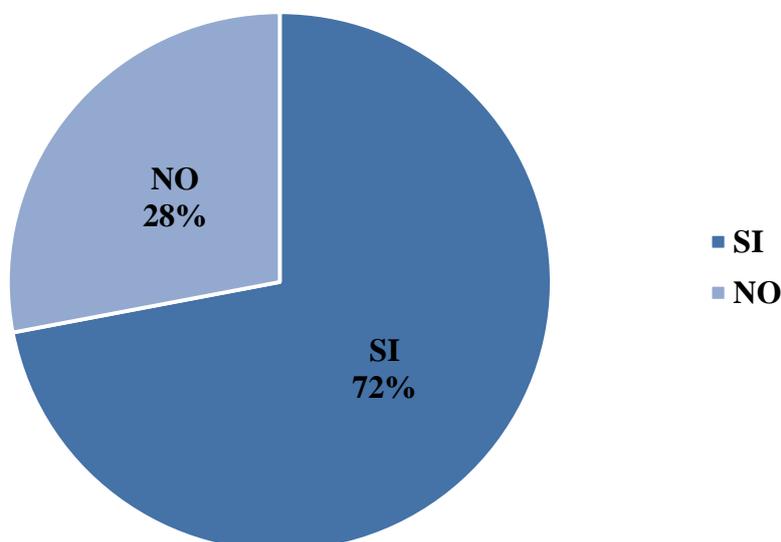


Figura 10 Pregunta 10

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Patricia Regalado, 2018

Análisis:

En la pregunta Nro. 5 se intenta evaluar si el personal cree que las capacitaciones aportan a su desarrollo laboral en la cual un porcentaje del 28% del personal no está de acuerdo y el 72% restante si está de acuerdo.

6- ¿Considera usted que un Plan de Capacitación está alineado con el cumplimiento de los objetivos corporativos?

Tabla 11 Pregunta 6

Alternativa	Número	Porcentaje
SI	19	76%
NO	6	24%
Total	25	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Patricia Regalado, 2018

Pregunta Nro.6

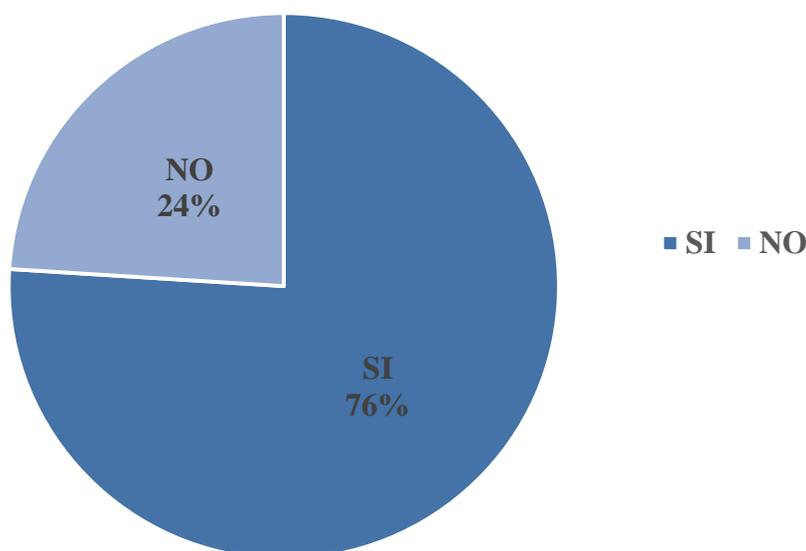


Figura 11 Pregunta 10

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Patricia Regalado, 2018

Análisis:

Según la encuesta realizada, en la pregunta Nro. 6 se obtuvo la siguiente información el 24% de los colaboradores no considera que un Plan de capacitación este alineado con el cumplimiento de los objetivos corporativos y el 76% indican que si están alineados.

7.- ¿Considera que la capacitación sobre comunicación asertiva, mejorará las relaciones interpersonales dentro de la empresa?

Tabla 12 Pregunta 7

Alternativa	Número	Porcentaje
SI	17	68%
NO	8	32%
Total	25	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Patricia Regalado, 2018

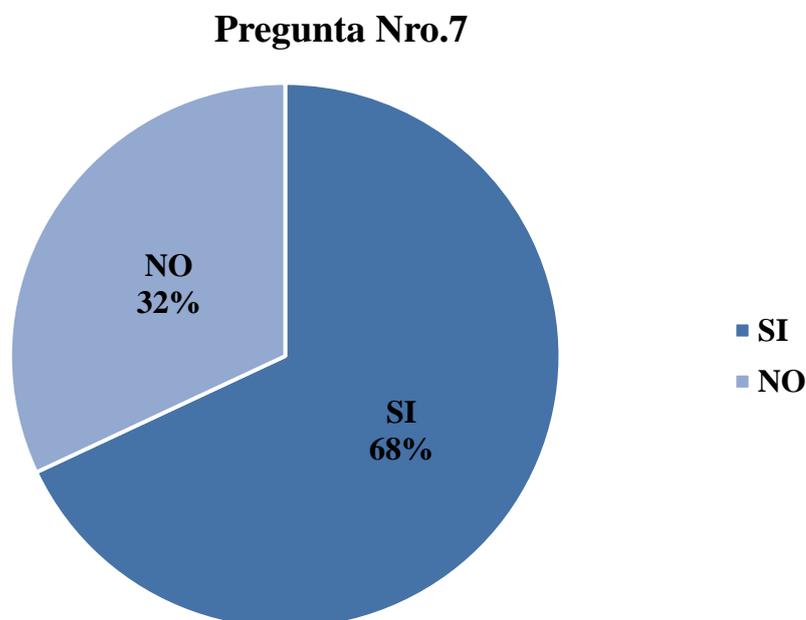


Figura 12 Pregunta 10

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Patricia Regalado, 2018

Análisis:

En la pregunta Nro. 7 los colaboradores indican en un 68% que al recibir capacitación sobre comunicación asertiva si mejorarán las relaciones interpersonales y el 32% restante indican que no lo cree.

8.- ¿Cree usted que la mala comunicación es un factor que afecta la productividad laboral?

Tabla 13 Pregunta 8

Alternativa	Número	Porcentaje
SI	16	64%
NO	9	36%
Total	25	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Patricia Regalado, 2018

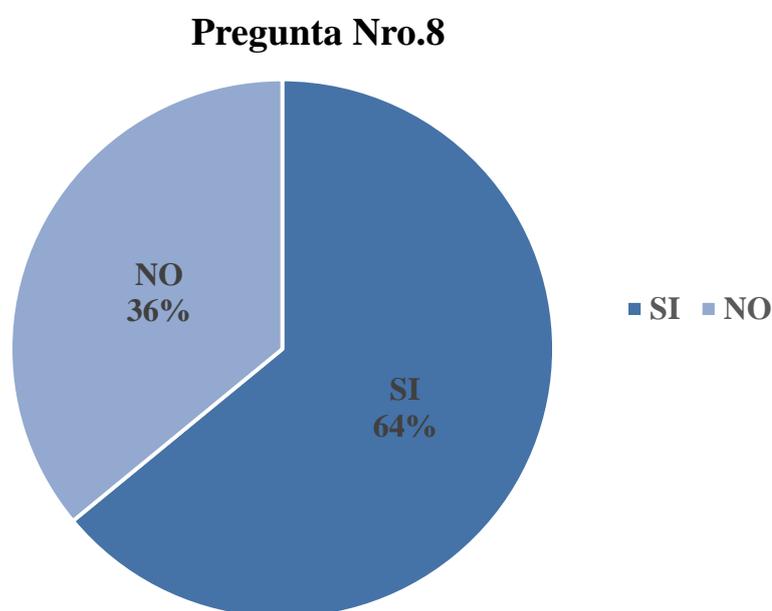


Figura 13 Pregunta 10

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Patricia Regalado, 2018

Análisis:

De acuerdo a las encuestas, en la pregunta nro. 8 se puede apreciar que un porcentaje del 64% indica que la mala comunicación si afecta la productividad laboral y el 28 % restante indican que no afecta.

9.- ¿Considera usted que las capacitaciones sobre comunicación asertiva aportarán con una mejor organización laboral y una adecuada distribución de actividades?

Tabla 14 : Pregunta 9

Alternativa	Número	Porcentaje
SI	20	80%
NO	5	20%
Total	25	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Patricia Regalado, 2018

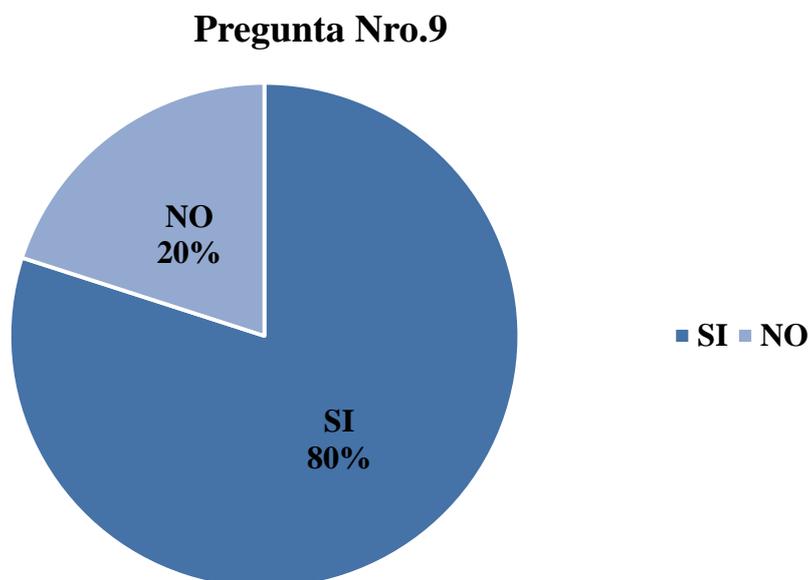


Figura 14 Pregunta 10

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Patricia Regalado, 2018

Análisis:

En la pregunta 9, da los siguientes resultados con un porcentaje del 20% de No los colaboradores indican que las capacitaciones de comunicación asertiva no aportarán para una mejor organización laboral y el 80% indica que si aportará.

10.- ¿Considera que la capacitación sobre comunicación asertiva, permitirá que la información sea mejor direccionada?

Tabla 15 Pregunta 10

Alternativa	Número	Porcentaje
SI	18	75%
NO	7	25%
Total	25	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Patricia Regalado, 2018

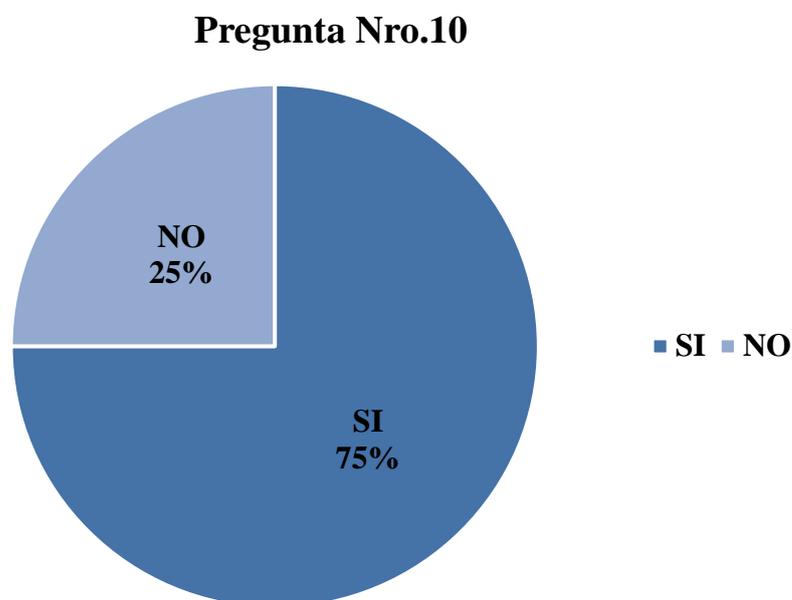


Figura 15 Pregunta 10

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Patricia Regalado, 2018

Análisis:

El 75% de los colaboradores considera que la capacitación sobre comunicación asertiva, si permitirá que la información sea mejor direccionada, mientras que el 25% no está de acuerdo.

Análisis Final:

Enfocándonos en las preguntas 4,5 y 8 se puede ver que un 68% de los encuestados están de acuerdo en que la capacitación es algo necesario para el mejor desarrollo tanto empresarial como laboral a nivel general y que generara mayores réditos no solo para la empresa si no para cada uno de los colaboradores.

5.07 Capacitación:

Impartido para todo el personal

5.07.01 Perfil del Capacitador:

Un facilitador o capacitador es aquel profesional de la capacitación que se desempeña como catalizador o guía para descubrir nuevos conocimientos y habilidades en el trabajo. (Angie, 2014, pág. 1)

Datos Generales

Profesional	Ing. Psicología Industrial, Ing. en RRHH y Adm. De Empresas
Experiencia	Mínimo 2 años en puestos similares en inducción al personal. Desarrollo de cursos de capacitación. Pedagogía Materiales. Logística.
Descripción del puesto	El capacitador se encarga de entregar la información para el desarrollo de la capacitación.
Funciones	Motivación Personal Comunicación Asertiva Como aplicar comunicación asertiva dentro de la organización de manera eficiente y efectiva Beneficios de la Comunicación Asertiva Como emplear la comunicación asertiva en el hogar.

Tabla 16 Perfil del encuestador

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Regalado Patricia, 2018

5.07.02 Resultado esperado de la capacitación:

Mejora continua en el desempeño de los colaboradores

5.07.03 Parámetros de Capacitación:

- ☞ El material que se utilizará será entregado al inicio de la capacitación
- ☞ Se realizará diferentes actividades en la que se requiere la colaboración de todos los asistentes.
- ☞ Para la aprobación de este programa de capacitación es con el 70% de asistencia las faltas serán justificadas con los respaldos respectivos.
- ☞ Está prohibido el uso de celulares o equipos tecnológicos que interfieran el desarrollo de las actividades.
- ☞ Se dispondrá de 15 minutos para el coffe break.
- ☞ Se desea conocer el avance de las capacitaciones por este motivo requerimos de su colaboración completando las evaluaciones.
- ☞ La capacitación se impartirá el día sábado en horario de 08:00 a 17:00

5.07.04 Contenido de la capacitación:

En esta sección se detallara el contenido de las actividades que se aplicó en la capacitación impartida a los colaboradores de SantacruzCursos.

5.07.05 Reglas de ORO:

Para dar inicio a la capacitación, es necesario tomar en cuenta las siguientes reglas:



El taller tendrá una duración de 8 horas.

-  Se realizará diferentes actividades en la que se requiere la colaboración de todos los asistentes.
-  Está prohibido el uso de celulares o equipos tecnológicos que interfieran el desarrollo de las actividades.
-  Conocernos entre compañeros.
-  Disfrutar del trabajo grupal.
-  No dudes en esclarecer tus incertidumbres.

Tema 1 (Bienvenida a los participantes):

- ☞ Revisión de la Filosofía Corporativa
- ☞ Misión y Visión de la empresa
- ☞ Objetivos del taller

Tema 2 (Motivación Personal)

- ☞ Video Motivacional (5 minutos)
<https://www.youtube.com/watch?v=TY4dKSADHdw>
Nombre del video: El mejor video de motivación: Ve hasta el final
- ☞ Superación personal
- ☞ Dinámicas de trabajo grupal sobre la motivación (Conocer a los participantes)
 - Juego del tren.
 - El puente se ha caído

Tema 3 (Desarrollo del tema principal)

- ☞ Qué es comunicación?
- ☞ Tipos de comunicación
- ☞ Qué es asertividad?
- ☞ Qué es comunicación asertiva?
- ☞ Video (5 minutos)

<https://www.youtube.com/watch?v=eF-UJWjGSX8>

Nombre del video: Qué es comunicación asertiva?

- ☞ Juego del teléfono descompuesto

Tema 4 (Las 7 cés de la comunicación asertiva descripción y beneficios)

- ☞ Las 7 c's de La Comunicación Asertiva (Explicación y ejemplos)



- ☞ Beneficios de la Comunicación Asertiva
- ☞ Actividades grupales
- ☞ Opiniones y resultados de las dinámicas

Tema 5 (Implementación de la comunicación asertiva)

- ☞ Como implementar la comunicación asertiva

- ☞ Video (8 minutos).

<https://www.youtube.com/watch?v=fWX5pBe1s80>

Nombre del video: 5 Dinámicas de Comunicación Asertiva

- ☞ La Comunicación Interna en la empresas
- ☞ Tipos de comunicación interna

- ✓ La comunicación descendente
- ✓ La comunicación ascendente
- ✓ La comunicación horizontal



Tema 6 (Manejo y negociación efectiva de conflictos)

- ☞ Manejo de conflictos
- ☞ Negociación efectiva
- ☞ Video (5 minutos)

<https://www.youtube.com/watch?v=PFszvFwYghA>

Nombre del video: Manejo de conflictos

- ☞ Actividades en equipo

Tema 7 (Motivación laboral y trabajo en equipo)

- ☞ Motivación laboral
- ☞ Trabajo en equipo
- ☞ Didáctica final
- ☞ Resumen y sugerencias dentro de la organización
- ☞ Conclusiones y recomendaciones
- ☞ Entrega de certificados
- ☞ Despedida y Agradecimiento

5.07.06 Plan de control y seguimiento:

- ☞ Con la implementación del manual de plan de capacitación se logrará el cumplimiento de los objetivos propuestos, optimizar la productividad
- ☞ Mejorar el clima laboral, mejor desempeño de los colaboradores, generar mejores relaciones interpersonales
- ☞ Comunicación asertiva entre las diferentes áreas
- ☞ Disminuir la rotación de personal
- ☞ Distribuir las labores adecuadamente

5.07.07 Evaluación:

Para obtener los resultados de la aplicación del plan de capacitaciones el departamento de recursos humanos deberá evaluar periódicamente el desarrollo de las actividades y los cambios visibles en las actividades diarias, a la vez si es el caso deberán tomar acciones correctivas.

Para evaluar al personal sobre las mejoras que se obtuvo después de la capacitación se realizó nuevamente la primera encuesta y de esta manera podremos valorar y sacar el resultado de la capacitación impartida, generando una comparación de un antes y después de esta encuesta.

5.07.08 Tabulación de las encuestas después de la capacitación:

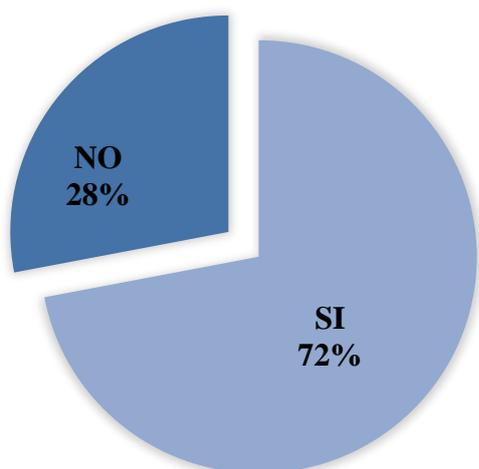
1.- Conoce usted sobre capacitaciones de comunicación asertiva?

Tabla 17 Pregunta 1 Encuesta 2

Alternativa	Número	Porcentaje
SI	18	72%
NO	7	28%
Total	25	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Patricia Regalado, 2018



**PREGUNTA NRO. 1
ENCUESTA 2**

Figura 16 Pregunta 1_Encuesta 2

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Patricia Regalado, 2018

Análisis:

Una vez realizada la capacitación se puede evidenciar que un 72% de los colaboradores indicaron si conocer sobre la comunicación asertiva, en comparación con la primera encuesta con un indicador de 56% de respuesta negativa sobre el tema tratado.

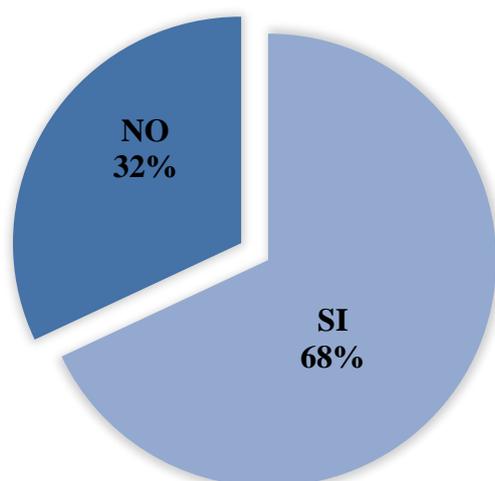
2.- ¿Anteriormente ha recibido capacitaciones de comunicación asertiva?

Tabla 18 Pregunta 2 Encuesta 2

Alternativa	Número	Porcentaje
SI	17	68%
NO	8	32%
Total	25	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Patricia Regalado, 2018



**PREGUNTA NRO. 2
ENCUESTA 2**

Figura 17 Pregunta 2_Encuesta 2

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Patricia Regalado, 2018

Análisis:

Nos indica un 68% como índice positivo de parte de los colaboradores de haber recibido capacitación de comunicación asertiva a comparación con la primera encuesta que obtuvimos de un 48% de SI.

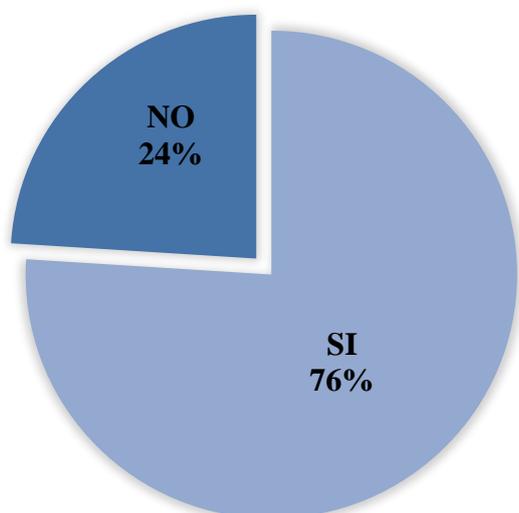
3.- ¿Aplica habitualmente la comunicación asertiva?

Tabla 19 Pregunta 3 Encuesta 2

Alternativa	Número	Porcentaje
SI	19	76%
NO	6	24%
Total	25	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Patricia Regalado, 2018



**PREGUNTA NRO. 3
ENCUESTA 2**

Figura 18 Pregunta 3_Encuesta 2

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Patricia Regalado, 2018

Análisis:

Se puede evidenciar un porcentaje del 76% con respuesta SI vs 24% de la primera encuesta, lo cual refleja que los colaboradores están aplicando lo impartido en la capacitación.

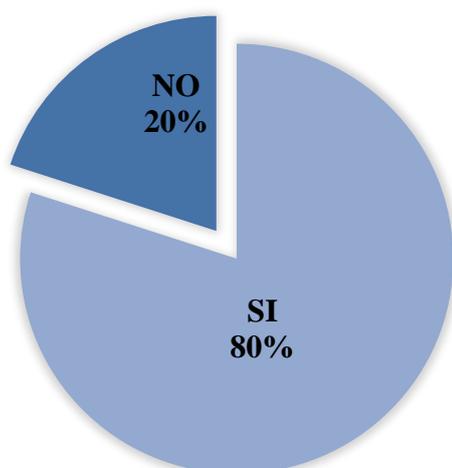
4.- ¿Las capacitaciones pueden ser una motivación para el personal?

Tabla 20 Pregunta 4 Encuesta 2

Alternativa	Número	Porcentaje
SI	20	80%
NO	5	20%
Total	25	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Patricia Regalado, 2018



**PREGUNTA NRO. 4
ENCUESTA 2**

Figura 19 Pregunta 4_Encuesta 2

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Patricia Regalado, 2018

Análisis:

El personal considera en las dos encuestas con un resultado elevado (68% vs 80%)

que si necesario las capacitaciones como motivación personal.

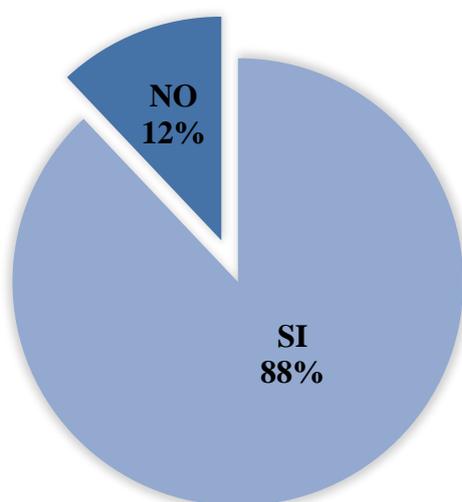
5.- Cree usted que las capacitaciones aportan para un mejor desarrollo laboral?

Tabla 21 Pregunta 5 Encuesta 2

Alternativa	Número	Porcentaje
SI	22	88%
NO	3	12%
Total	25	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Patricia Regalado, 2018



**PREGUNTA NRO. 5
ENCUESTA 2**

Figura 20 Pregunta 5_Encuesta 2

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Patricia Regalado, 2018

Análisis:

Con un porcentaje de NO del 28% en la primera encuesta y en la segunda un porcentaje de 12%, refleja que estos resultados son favorables para la empresa indicando que los colaboradores desean seguir recibiendo más capacitaciones.

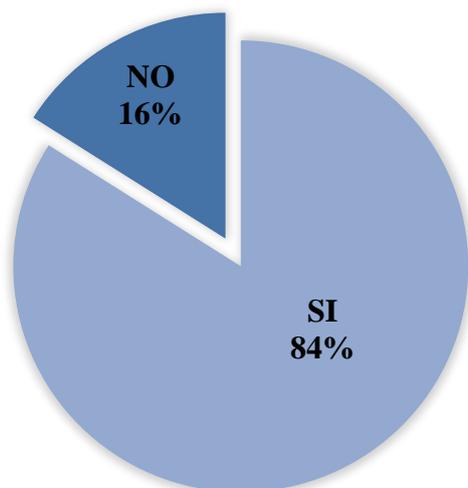
6- ¿Considera usted que un Plan de Capacitación está alineado con el cumplimiento de los objetivos corporativos?

Tabla 22 Pregunta 6 Encuesta 2

Alternativa	Número	Porcentaje
SI	21	84%
NO	4	16%
Total	25	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Patricia Regalado, 2018



**PREGUNTA NRO. 6
ENCUESTA 2**

Figura 21 Pregunta 6_Encuesta 2

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Patricia Regalado, 2018

Análisis:

Según las encuestas realizadas (76% vs 84%) nos muestra resultados positivos de que el plan de capacitación si cumple los objetivos corporativos.

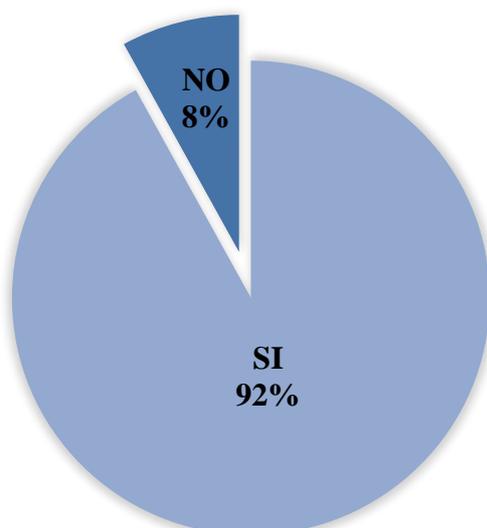
7.- ¿Considera que la capacitación sobre comunicación asertiva, mejorará las relaciones interpersonales dentro de la empresa?

Tabla 23 Pregunta 7 Encuesta 2

Alternativa	Número	Porcentaje
SI	23	92%
NO	2	8%
Total	25	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Patricia Regalado, 2018



**PREGUNTA NRO. 7
ENCUESTA 2**

Figura 22 Pregunta 7_Encuesta 2

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Patricia Regalado, 2018

Análisis:

La alternativa NO en la primera y segunda encuesta con resultado de 32% y 8% respectivamente, indica un efecto favorable para la empresa porque se establecerá mejores relaciones interpersonales a partir de la capacitación.

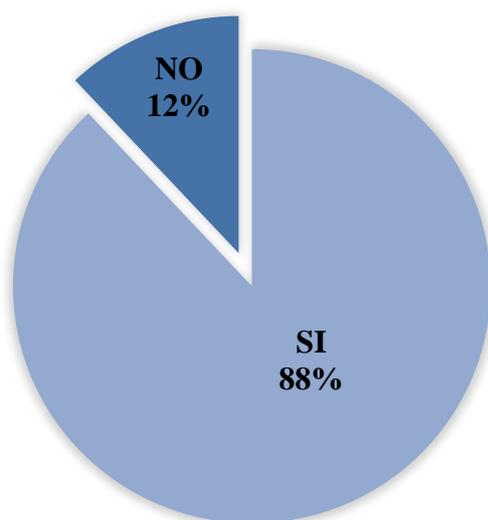
8.- ¿Cree usted que la mala comunicación es un factor que afecta la productividad laboral?

Tabla 24 Pregunta 8 Encuesta 2

Alternativa	Número	Porcentaje
SI	22	88%
NO	3	12%
Total	25	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Patricia Regalado, 2018



**PREGUNTA NRO. 8
ENCUESTA 2**

Figura 23 Pregunta 8_Encuesta 2

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Patricia Regalado, 2018

Análisis:

Las dos encuestas nos revelan que la productividad laboral si se ve afectada por la mala comunicación con resultados de 64% vs 88%.

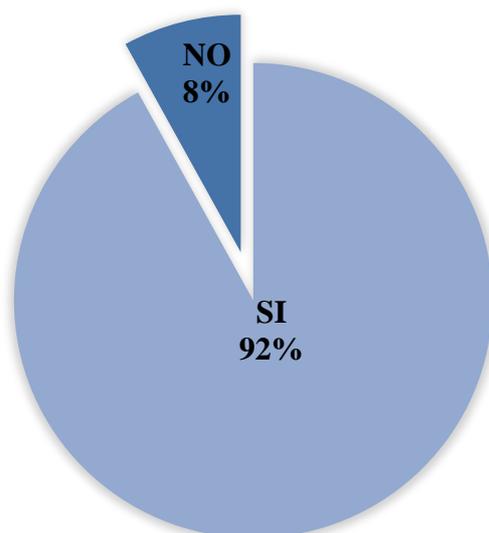
9.- ¿Considera usted que las capacitaciones sobre comunicación asertiva, aportarán con una mejor organización laboral?

Tabla 25 Pregunta 9 Encuesta 2

Alternativa	Número	Porcentaje
SI	23	92%
NO	2	8%
Total	25	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Patricia Regalado, 2018



**PREGUNTA NRO. 9
ENCUESTA 2**

Figura 24 Pregunta 9_Encuesta 2

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Patricia Regalado, 2018

Análisis:

En ambas muestras nos manifiesta que una mejor organización laboral si dependen de capacitaciones sobre comunicación asertiva.

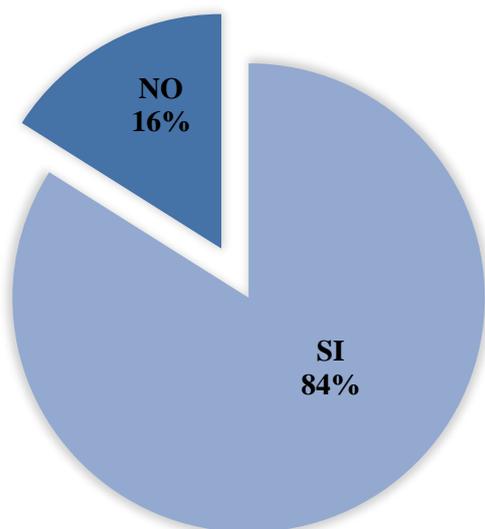
10.- ¿Considera que la capacitación sobre comunicación asertiva, permitirá que la información sea mejor direccionada?

Tabla 26 Pregunta 10 Encuesta 2

Alternativa	Número	Porcentaje
SI	21	84%
NO	4	16%
Total	25	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Patricia Regalado, 2018



**PREGUNTA NRO. 10
ENCUESTA 2**

Figura 25 Pregunta 10_Encuesta 2

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Patricia Regalado, 2018

Análisis:

Los participantes expresaron en las dos encuestas con alternativa de SI que la capacitación impartida si permitirá que la información será mejor direccionada.

5.07.09 Análisis de la tabulación de las encuestas después de la capacitación:

Después de impartir la capacitación, se realizó la encuesta para verificar si apporto conocimientos a los colaboradores, se ha tomado en cuenta las preguntas más relevantes, pregunta 1, 2 y 3, en las que se observa la siguiente información; con relación a la primera encuesta: Pregunta nro. 1 (No 56% - Si 44%) encuesta después de capacitación (No 28% - Si 72%) lo que nos arroja un resultado positivo ya que los empleados si adquirieron conocimientos sobre capacitaciones de comunicación asertiva.

Pregunta nro, 2 (No 52% - S 48%) vs (No 32% - 68%) los colaboradores indican que han recibido capacitación sobre el tema expuesto y podemos ponerlo en práctica y a futuro generar más capacitaciones que concatenen con temas aliados para alcanzar un mejor desarrollo laboral.

Pregunta nro. 3 (No 68% - S 32%) vs (No 24% - 76%) el personal capacitado según la encuesta revela que habitualmente aplica la comunicación asertiva, lo que se ha podido evidenciar bajo el testimonio del jefe administrativo el que menciona que observa una gran mejoría en el desarrollo de actividades laborales mejorando su productividad y clima laboral, entre otros aspectos.

CAPÍTULO VI

6.0 Aspectos administrativos

6.01.-Recursos

6.01.01 Recursos Humanos

Tabla 27: Recursos humanos

Detalle	Cantidad
Autor del Proyecto	1
Tutor del Proyecto	1
Lector del Proyecto	1
Colaboradores de SantacruzCursos	25
Jefe de Talento Humano	1

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Patricia Regalado, 2018

6.01.02 Recursos Materiales

Tabla 28 : Recursos materiales

Audiovisuales	Infraestructura	Material de Apoyo
Proyector	Sala de reuniones	pizarra
Computadora Portátil	mesas	marcadores
Impresora	sillas	material didáctico
Parlantes		

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Patricia Regalado, 2018

6.02.- Presupuesto

Tabla 29: Presupuesto

SUMINISTROS Y MATERIALES

CANTIDAD	DESCRIPCION	V UNITARIO	V.TOTAL
2 resma de papel bond	75 gramos	4,5	\$ 9,00
1 caja de esferos	24 esferos	0,35	\$ 6,00
1 corrector	bic	1	\$ 1,00
1 grapadora	eagle	2,5	\$ 2,50
1 caja de grapas	eagle	2	\$ 2,00
1 libreta de apuntes	estilo	1	\$ 1,00
25 anillados	papelería	3	\$ 75,00
1 caja de clips	eagle	0,8	\$ 0,80
400 copias	papelería	0,03	\$ 12,00
15 impresiones a color	papelería	0,50	\$ 7,50
Internet Netlife			\$ 40,00
Total General			\$ 153,80

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Patricia Regalado, 2018

MAQUINARIAS, EQUIPOS Y MUEBLES DE OFICINA

Tabla 30: Maquinaria ay equipos de oficina

CANTIDAD	DESCRIPCION	V.UNITARIO	V.TOTAL
1 computadora	Elite Book 8440 p	0	
1 impresora	lexmark	0	
1 Proyector		0	Prestado por el centro de capacitación
30 sillas		0	
15 mesas		0	

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Patricia Regalado, 2018

6.03 FLUJOGRAMA DE CAPACITACION

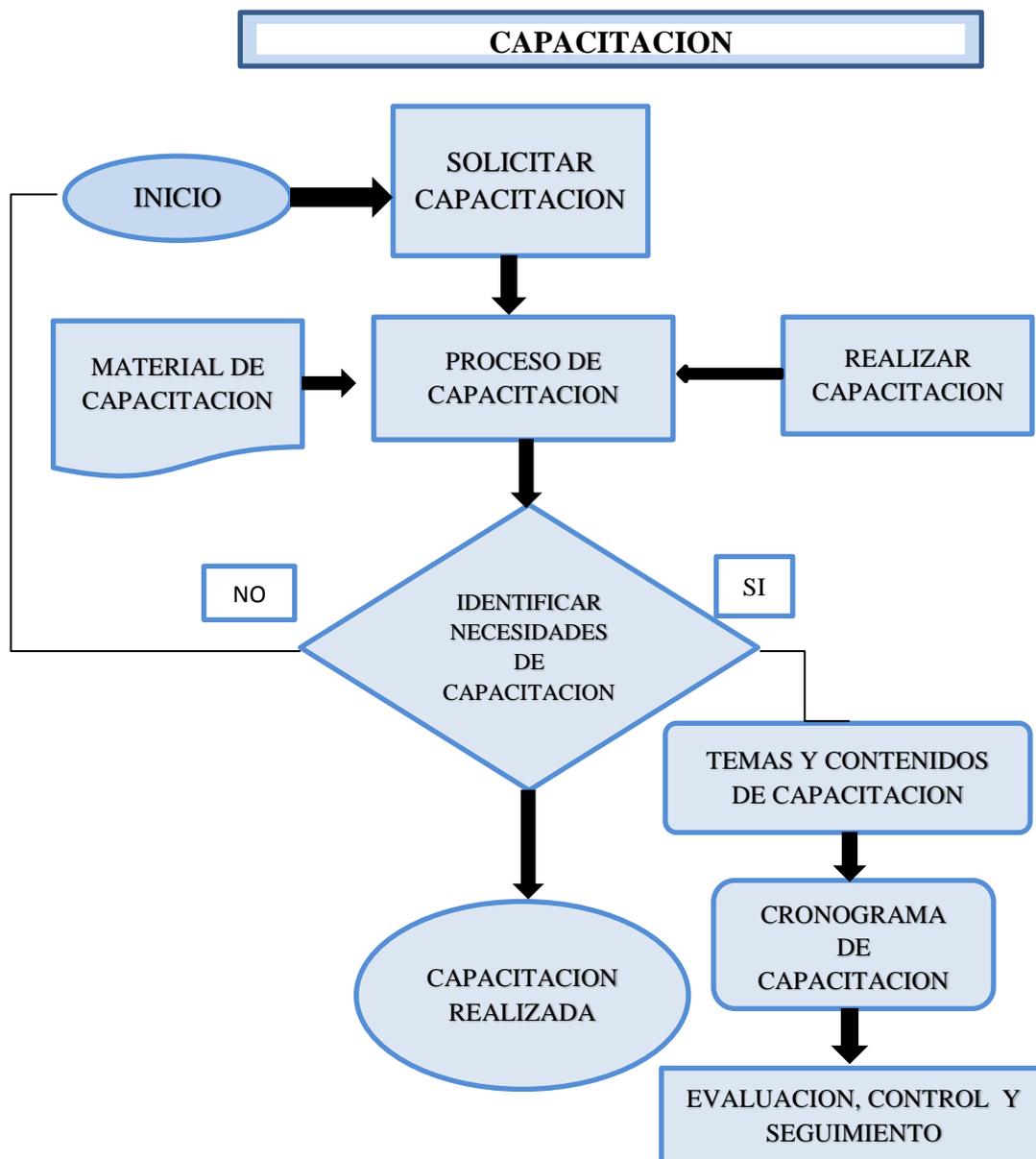


Figura 26 Flujograma
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Patricia Regalado, 2018

6.03.01.-Cronograma de actividades y temas del proyecto

Tabla 31 Cronograma

ACTIVIDADES	JULIO		AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE			
	NRO. SEMANAS		NRO. SEMANAS															
	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
CAPITULO I																		
Antecedentes																		
Contexto																		
Justificación																		
Marco T																		
Correccion capitulo 1																		
CAPITULO 2																		
Analisis de involucrados																		
Mapeo de involucrados																		
Matriz de Analisis de involucrados																		
Correccion capitulo 2																		
CAPITULO 3																		
Problemas y objetivos																		
Arbol de problemas y objetivos																		
Correccion capitulo 3																		
CAPITULO 4																		
Analisis de Alternativas																		
Correccion capitulo 4																		
CAPITULO 5																		
Propuesta																		
Antecedentes de la propuesta																		
Correccion capitulo 5																		
CAPITULO 6																		
Aspectos Administrativos																		
Recursos, presupuesto																		
Correccion capitulo																		
CAPITULO 7																		
Conclusiones																		
Recomendaciones																		
Revision General																		
Revisión Lector																		

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Patricia Regalado, 2018

CAPITULO VII

7.0 Conclusiones y recomendaciones

7.01 Conclusiones

- La información recibida permitirá analizar y presentar una propuesta de capacitación sobre comunicación asertiva que mejore las relaciones interpersonales, el desarrollo de las actividades y mejor producción a la vez permitirá que los colaboradores se sientan comprometidos con la empresa.
- Una vez identificadas las falencias de la empresa debe trabajar en buscar las soluciones inmediatas para lograr alcanzar las metas establecidas, aplicando procesos de retroalimentación para que toda la empresa esté al tanto de cambios en procesos, organigramas o todo lo referente a la empresa.
- El trabajar con una comunicación asertiva permitirá que la empresa se beneficie del cambio de actitud de su personal, mejor desarrollo laboral y aportación de nuevas ideas ya que los integrantes de la empresa conocen a dónde quiere llegar la empresa y buscaran el beneficio compartido.

La empresa al contar con los recursos presupuestarios, materiales y humanos puede poner en marcha la propuesta expuesta

7.02.- Recomendaciones

- Para la aplicación del plan de capacitación de comunicación asertiva debe ser administrada por facilitadores que conozcan del tema y sean motivadores para captar mayor atención e interés por parte de los empleados.
- Para la verificación de los resultados se recomienda establecer mecanismos de seguimiento con la finalidad de constatar los avances en la comunicación asertiva entre las áreas o jefaturas y los integrantes de la empresa.

Se recomienda realizar encuestas periódicas durante los primeros meses posteriores a las capacitaciones e identificar si ha mejorado el clima laboral, la comunicación y las relaciones interpersonales

BIBLIOGRAFÍA

- Angie. (2014). *Quien es el capacitador?* Obtenido de <https://prezi.com>:
<https://prezi.com/iiwctecxxc4s/quien-es-el-capacitador/>
- Augusto. (2018). *Finanzas personales pausas activas*. Obtenido de 4Patas:
<https://www.4patas.com.co/ws/buscador/Index?query=4Patas.com.co>
- Bonilla, F. (2012). *PROPUESTA DE UN PROGRAMA DE PAUSAS ACTIVAS PARA COLABORADORES QUE REALIZAN FUNCIONES DE OFICINA EN LA EMPRESA DE SERVICIOS PUBLICOS GASES DE OCCIDENTE S.A E.S.P DE LA CIUDAD DE CALI*. Obtenido de Bibliotecadigital.univalle:
<http://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/10893/4370/1/CB-0460628.pdf>
- Congreso Nacional del Ecuador. (26 de septiembre de 2012). *Código del trabajo*. Obtenido de Trabajo.gob: <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/C%C3%B3digo-de-Tabajo-PDF.pdf>
- Consejo Nacional de Planificación. (2017). *Plan Nacional de desarrollo 2017-2021*. Obtenido de <http://www.planificacion.gob.ec>:
http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf
- Constitución revista judicial. (25 de julio de 2008). *Constitución Política de la República del Ecuador*. Obtenido de <http://www.ilo.org/>:
http://www.ilo.org/dyn/natlex/natlex4.detail?p_lang=es&p_isn=82263&p_country=ECU&p_count=367&p_classification=01&p_classcount=66
- Cruz, K. (2018). *Desarrollo de personal y capacitación para un desempeño efectivo*. Obtenido de <https://www.monografias.com>:
<https://www.monografias.com/trabajos25/desarrollo-y-capacitacion/desarrollo-y-capacitacion.shtml>
- De la Cruz, P. (30 de mayo de 2013). *RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL*. Obtenido de Eoi.es:
<http://www.eoi.es/blogs/mintecon/2013/05/30/responsabilidad-social-empresarial-10/>

De la Cruz, P. V. (30 de mayo de 2013). *Responsabilidad socioempresarial*.

Obtenido de <https://www.eoi.es>:

<https://www.eoi.es/blogs/mintecon/2013/05/30/responsabilidad-social-empresarial-10/>

Definicion abc. (2018). *Definición de Capacitación*. Obtenido de Definicion abc:

<https://www.definicionabc.com/general/capacitacion.php>

Definición de. (2018). *Definición de capacitación*. Obtenido de

<https://conceptodefinicion.de>: <https://conceptodefinicion.de/capacitacion/>

Derecho ambiental. (2017). *constitución Asamblea del Ecuador*. Obtenido de

Derecho ambiental:

http://www.derechoambiental.org/Derecho/Legislacion/Constitucion_Asamblea_Ecuador_1.html

Foro de seguridad. (s/f). *¿Qué es la capacitación, y qué gana una organización al capacitar a su personal?* Obtenido de Foro de seguridad:

<http://www.forodeseguridad.com/artic/rrhh/7011.htm>

Friego, E. (s/f). *¿Qué es la Capacitación?* Obtenido de

<http://www.forodeseguridad.com/>:

<http://www.forodeseguridad.com/artic/rrhh/7011.htm>

Instituto Americano de formación e investigación. (octubre de 2018). *Avales*

internacionales. Obtenido de Pnliafi: <https://www.pnliafi.com.ar/?id=20-Relaciones-%20Interpersonales-Laborales.html.%20%28s.f.%29>.

Jimenes Paneque, Rosa;. (1998). *Metodología Científica*. Obtenido de Metodología

de la Investigación: http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/rehabilitacion-doc/metodologia_dela_investigacion-texto.pdf

Lexis. (12 de septiembre de 2012). *Código del trabajo*. Obtenido de

<http://www.trabajo.gob.ec/>: <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/C%C3%B3digo-de-Tabajo-PDF.pdf>

Licha, I. (marzo de 2009). *Herramientas para la formación de políticas. El análisis de los actores*. Obtenido de <http://www.ceppia.com.co>:

<http://www.ceppia.com.co/Herramientas/Herramientas/Licha-%202009.pdf>

López, J. (11 de marzo de 2013). *BENEFICIOS DE LA CAPACITACIÓN DE LOS EMPLEADOS*. Obtenido de Eoi:

<http://www.eoi.es/blogs/madeon/2013/03/11/beneficios-de-la-capacitacion-de-los-empleados/>

Ministerio de trabajo del Ecuador. (noviembre de 2012). *Código del trabajo*.

Obtenido de Trabajo.gob.ec: <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/C%C3%B3digo-de-Trabajo-PDF.pdf>.

Naranjo, M. (30 de abril de 2008). *Relaciones interpersonales adecuadas mediante una comunicación y conductas asertivas*. Obtenido de

<https://matacostamargarita.files.wordpress.com/>

<https://matacostamargarita.files.wordpress.com/2017/01/naranjo-relaciones-interpersonales-comunicacion-y-conducta-asertivas.pdf>

Naranjo, M. L. (abril de 2008). *Relaciones interpersonales adecuadas*. Obtenido de <https://revistas.ucr.ac.cr/>

<https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/aie/article/download/9315/17783>

Organización Mundial de la Salud. (30 de noviembre de 2017). *Protección de la salud de los trabajadores*. Obtenido de Who.int: <http://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/protecting-workers'-health>

Ortegon , E. (2005). *Metodología del marco lógico para la planificación y seguimiento y evaluación de proyectos y programas*. Obtenido de

<https://www.mef.gob.pe/>

https://www.mef.gob.pe/contenidos/pol_econ/documentos/ILPES_CEPAL_Marco_Logico_Metodologia.pdf

Ortegon , O. (julio de 2005). *Metodología del marco lógico*. Obtenido de Mef.gob:

https://www.mef.gob.pe/contenidos/pol_econ/documentos/ILPES_CEPAL_Marco_Logico_Metodologia.pdf

Pacheco , A., & Tenorio, M. (marzo de 2015). *Psicología del trabajo*. Obtenido de

Dspace.ups: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/7771/1/UPS-CT004632.pdf>

Plan nacional de investigación científica, técnica e innovación. (2018). *¿Que es*

I+D+I? Obtenido de <http://www.plannacionalidi.es/>

<http://www.plannacionalidi.es/que-es-idi/>

Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017. (2017). *Objetivo 4. Fortalecer las*

capacidades y potencialidades de la ciudadanía. Obtenido de Buen vivir:

<http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-4.-fortalecer-las-capacidades-y-potencialidades-de-la-ciudadania>

Questionpro. (2018). *¿Qué es una encuesta?* Obtenido de Questionpro:

<https://www.questionpro.com/es/una-encuesta.html>

Ramos, P., & Aguilar, M. (junio de 2009). *Psicología y salud*. Obtenido de

<http://www.redalyc.org>: <http://www.redalyc.org/pdf/291/29111983011.pdf>

Rodríguez, A. (2014). *La diplomacia pública española desde 1939 a 2012*. Obtenido

de <https://eprints.ucm.es>: <https://eprints.ucm.es/25350/1/T35343.pdf>

Shaw, J. (2018). *Efectos de la capacitación en el desempeño de los empleados*.

Obtenido de Pyme La Voz: <https://pyme.lavoztx.com/efectos-de-la-capacitacin-en-el-desempeo-de-los-empleados-8935.html>

Wiki EOI. (6 de MARZO de 2012). *Árbol de Problemas en Ecoinnovación en procesos industriales*. Obtenido de Wiki:

http://www.eoi.es/wiki/index.php/%C3%81rbol_de_Problemas_en_Ecoinnovaci%C3%B3n_en_procesos_industriales

ANEXOS

Anexo 1 Encuesta 1



ENCUESTA 1

Agradecemos el tiempo que brindará, para responder esta encuesta.

Lea detenidamente las preguntas y marque con una (X) la respuesta que usted crea conveniente.

1.- Conoce usted sobre capacitaciones de comunicación asertiva?

SI NO

2.- ¿Anteriormente ha recibido capacitaciones sobre comunicación asertiva?

SI NO

3.- ¿Aplica habitualmente la comunicación asertiva?

SI NO

4.- ¿Las capacitaciones pueden ser una motivación para el personal?

SI NO

5.- Cree usted que las capacitaciones aportan para un mejor desarrollo laboral?

SI NO

6.- ¿Considera usted que un Plan de Capacitación está alineado con el cumplimiento de los objetivos corporativos?

SI NO

7.- ¿Considera que la capacitación sobre comunicación asertiva, mejorará las relaciones interpersonales dentro de la empresa?

SI NO

8.- ¿Cree usted que la mala comunicación es un factor que afecta la productividad laboral?

SI NO

9.- ¿Considera usted que las capacitaciones sobre comunicación asertiva aportarán con una mejor organización laboral?

SI NO

10.- ¿Considera que la capacitación sobre comunicación asertiva, permitirá que la información sea mejor direccionada?

SI NO

¡¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!!

Anexo 2 Encuesta 2



ENCUESTA II

Agradecemos el tiempo que brindará, para responder esta encuesta.

Lea detenidamente las preguntas y marque con una (X) la respuesta que usted crea conveniente.

1.- Conoce usted sobre capacitaciones de comunicación asertiva?

SI NO

2.- ¿Anteriormente ha recibido capacitaciones sobre comunicación asertiva?

SI NO

3.- ¿Aplica habitualmente la comunicación asertiva?

SI NO

4.- ¿Las capacitaciones pueden ser una motivación para el personal?

SI NO

5.- Cree usted que las capacitaciones aportan para un mejor desarrollo laboral?

SI NO

6.- ¿Considera usted que un Plan de Capacitación está alineado con el cumplimiento de los objetivos corporativos?

SI NO

7.- ¿Considera que la capacitación sobre comunicación asertiva, mejorará las relaciones interpersonales dentro de la empresa?

SI NO

8.- ¿Cree usted que la mala comunicación es un factor que afecta la productividad laboral?

SI NO

9.- ¿Considera usted que las capacitaciones sobre comunicación asertiva aportarán con una mejor organización laboral?

SI NO

10.- ¿Considera que la capacitación sobre comunicación asertiva, permitirá que la información sea mejor direccionada?

SI NO

¡¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!!

Anexo 3 Fotografías



Fuente: Propia
Elaborado por: Patricia Regalado, 2018



Fuente: Propia
Elaborado por: Patricia Regalado, 2018

ELABORACIÓN Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE CAPACITACIONES SOBRE COMUNICACIÓN ASERTIVA (PERSONAL E INSTITUCIONAL ETC.) PARA FOMENTAR LAS RELACIONES INTERPERSONALES FAVORABLES EN LOS COLABORADORES DEL CENTRO DE CAPACITACIÓN SANTACRUZCURSOS – DMQ 2018-2018



Fuente: Propia
Elaborado por: Patricia Regalado, 2018



Fuente: Propia
Elaborado por: Patricia Regalado, 2018

ELABORACIÓN Y SOCIALIZACIÓN DE UN PLAN DE CAPACITACIONES SOBRE COMUNICACIÓN ASERTIVA (PERSONAL E INSTITUCIONAL ETC.) PARA FOMENTAR LAS RELACIONES INTERPERSONALES FAVORABLES EN LOS COLABORADORES DEL CENTRO DE CAPACITACIÓN SANTACRUZCURSOS – DMQ 2018-2018



Quito D.M., 13 de diciembre de 2018

Señores
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA
Presente.

De mi consideración:

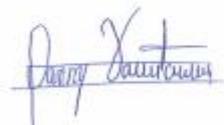
Me permito emitir el siguiente certificado a la **Srta. Patricia Elizabeth Regalado Pavón** portadora de **C.I. 171612663-4**, por permitimos ser parte del crecimiento de su área profesional, cumpliendo con los requisitos requeridos por parte de nuestra institución.

El tema del trabajo realizado fue la elaboración y socialización de un plan de capacitaciones sobre comunicación asertiva (personal e institucional etc.) Para fomentar las relaciones interpersonales favorables en los colaboradores del centro de capacitación SantacruzCursos 2018 - 2018.

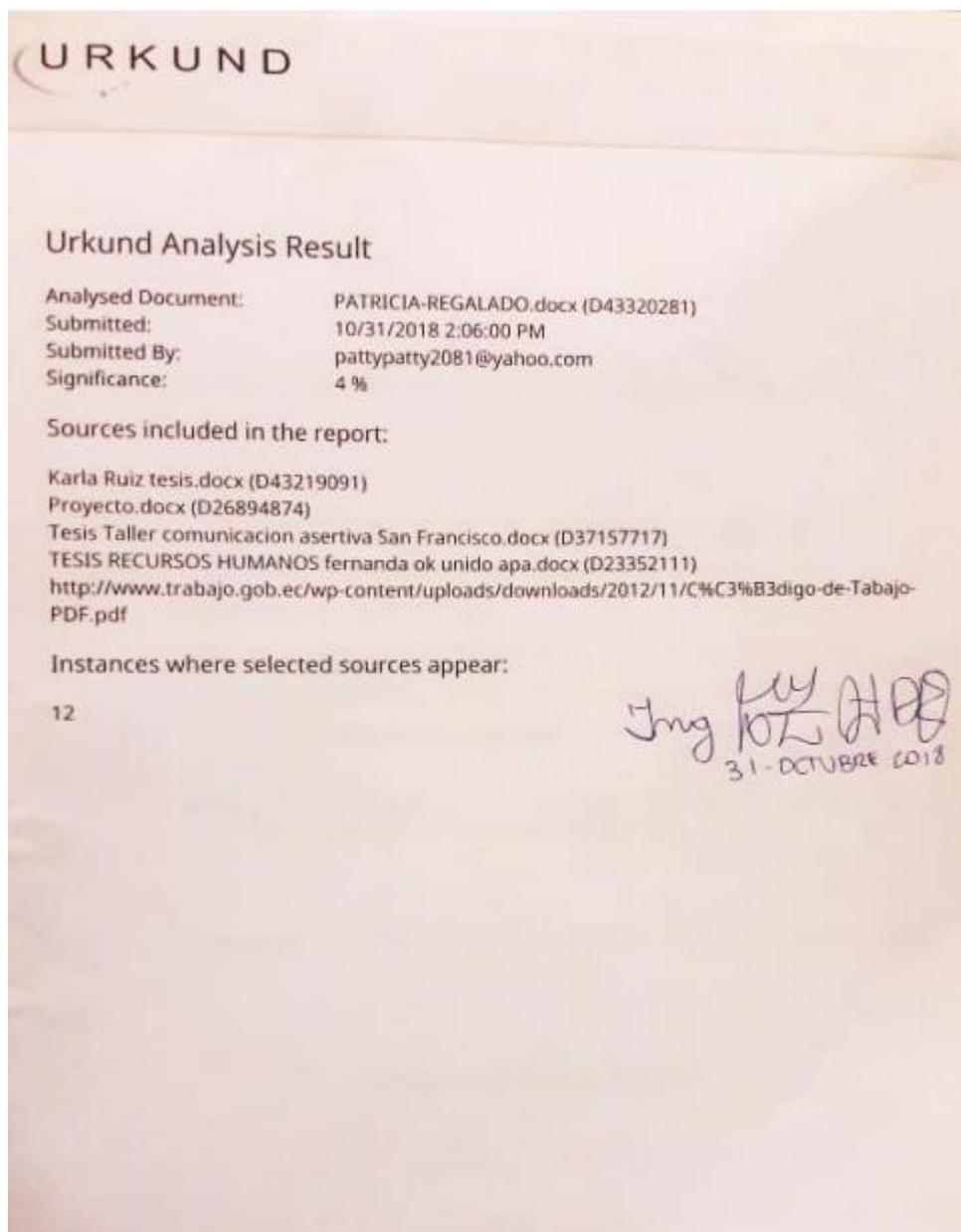
La elaboración y socialización del plan de capacitaciones sobre comunicación asertiva, se encuentra terminado y entregado satisfactoriamente en la institución.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad, pudiendo el interesado hacer uso del presente documento en lo que estimare conveniente.

Atentamente,



Ing. Danny Santacruz T.
Gerente General
SantacruzCursos.com
1715831697



**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
CORDILLERA**

ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS - PERSONAL

ORDEN DE EMPASTADO

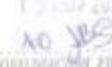
Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso de Titulación, se **AUTORIZA** realizar el empastado del trabajo de titulación, del alumno(a) **REGALADO PAVÓN PATRICIA ELIZABETH**, portador de la cédula de identidad N° 1716126634, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 19 de noviembre del 2018


Sra. Mariela Balseca
CAJA


Psic. Fabián Jara
DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN


Ing. William Parra
BIBLIOTECA



Ing. Samira Villalba
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES

Ing. Frida Méndez
DIRECTOR DE CARRERA
"CORDILLERA"
20 NOV 2018

Sra. Magni Ordóñez
SECRETARIA ACADÉMICA

*Nuestro más firme apoyo honorario con igual
deberes, deberes y obligaciones*