



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE PSICOLOGÍA
ORGANIZACIONAL**

Programa de comunicación interna para fortalecer la motivación laboral en los colaboradores del área operativa de una empresa de seguridad privada en Chiclayo

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Psicología Organizacional

AUTORA:

Br. Cajo Pizarro, Enma Margarita (ORCID: 0000-0002-4528-505X)

ASESORA:

Dra. Carbajal Cornejo, Katherine (ORCID: 0000-0003-3339-9217)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Comportamiento Organizacional

CHICLAYO – PERÚ

2019

Dedicatoria

La presente tesis se la dedico a Dios, a mis padres: Marilú Pizarro y Ruperto Cajo, por su esfuerzo y constancia en mi formación personal y profesional, incentivándome a seguir una carrera profesional universitaria, brindándome en todo momento su apoyo incondicional, inculcándome buenos principios y valores, generando en mí el deseo de alcanzar mis objetivos plasmados y ser responsable de las acciones que realice, a mis hermanos, pues son mi fortaleza y a mi familia , por todo el apoyo y comprensión, y ser hoy en día un motivo más para salir adelante.

Enma Margarita Cajo Pizarro

Agradecimiento

Agradezco a la empresa Protege Perú Multiservicios SRL por darme la oportunidad de llevar a cabo mi investigación dentro de sus instalaciones, así como al personal operativo por su apoyo, a mi casa de estudios la Universidad Cesar Vallejo que me brindó los conocimientos académicos para crecer profesionalmente a lo largo de mi carrera.

A la Dr. Katherine Carbajal Cornejo por su constante asesoramiento y apoyo, pues ello me ha servido para poder concluir el trabajo de investigación.

A la Mgtr. Roxana Cabanillas Palomino por su asesoramiento, conocimiento y apoyo en las bases teóricas de la investigación, la cual me ayudó a culminar la tesis.

Enma Margarita Cajo Pizarro

Página del Jurado

Declaratoria de autenticidad

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Enma Margarita Cajo Pizarro,
estudiante de la Escuela Profesional de Psicología Organizacional de la
Universidad César Vallejo, identificado con DNI N° 70180686, con el trabajo de
investigación titulada, "Programa de Comunicación Interna para
fortalecer la Motivación Laboral en los colaboradores del área
operativa de una empresa de seguridad privada en Chiclayo"

Declaro bajo juramento que:

- 1) La tesis es mi autoría propia.
- 2) Se ha respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes utilizadas. Por lo tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesis no ha sido auto plagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por lo tanto los resultados que se presentan en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada. De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar autores), autoplagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otro), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normalidad vigente de la Universidad César Vallejo.

Chiclayo 23 de diciembre, 2019

Nombres y apellidos: Enma Margarita Cajo Pizarro

DNI : 70180686

Firma : 

Índice

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página del Jurado	iv
Declaratoria de autenticidad.....	v
Índice.....	vi
Índice de Tablas	viii
Índice de Figuras	ix
RESUMEN.....	x
ABSTRACT.....	xi
I. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Realidad problemática.....	1
1.2. Trabajos Previos.....	6
1.3. Teorías que Sustentan el Programa de Comunicación Interna	11
1.4. Conceptos de Comunicación Interna.....	15
1.5. Dimensiones del Programa de Comunicación Interna	19
1.6. Teorías que sustentan la Variable de Motivación Laboral	21
1.7. Conceptos de Motivación.....	25
1.8. Dimensiones de la Motivación Laboral según McClelland	26
1.9. Formulación del Problema	28
1.10. Justificación del Estudio.....	28
1.11. Hipótesis.....	28
1.12. Objetivo.....	29
General	29
Específicos	29
II. MÉTODO.....	30
2.1. Diseño de Investigación	30
2.2. Variables, Operacionalización	31
2.3. Población y muestra	35
2.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.....	37
2.5. Método de Análisis de Datos	38
2.6. Aspectos éticos.....	39
III. RESULTADOS.....	40

IV. DISCUSIÓN	59
V. CONCLUSIONES	61
VI. RECOMENDACIONES	62
REFERENCIAS	63
ANEXOS.....	71
Acta de aprobación de Originalidad de Tesis.....	166
Reporte de Turnitin	167
Autorización de publicación de tesis en repositorio institucional UCV.....	168
Autorización de la versión final del trabajo de investigación	169

Índice de Tablas

Tabla 1. Operacionalización de variables	33
Tabla 2. Población conformada por los colaboradores del área operativa de la empresa Protege Perú Multiservicios SRL.	35
Tabla 3. Muestra representativa de la empresa.....	36
Tabla 4. Nivel de Motivación Laboral actual de los colaboradores del área operativa.....	40
Tabla 5. Nivel de la dimensión Logro en los colaboradores del área operativa.....	41
Tabla 6. Nivel de la dimensión Poder en los colaboradores del área operativa	42
Tabla 7. Nivel de la dimensión Afiliación en los colaboradores del área operativa	43
Tabla 8. Nivel de Motivación Laboral alcanzada por los colaboradores del área operativa	46
Tabla 9. Nivel de la dimensión Logro alcanzada por los colaboradores del área operativa	47
Tabla 10. Nivel de la dimensión Poder alcanzada por los colaboradores del área operativa	48
Tabla 11. Nivel de la dimensión Afiliación alcanzada por los colaboradores del área operativa	50
Tabla 12. Comparación de pre y post-test del nivel de la Motivación Laboral en los colaboradores del área operativa	51
Tabla 13. Índices estadísticos comparativos del pre y post test de Motivación Laboral.....	52
Tabla 14. Comparación de pre y post-test de la dimensión Logro en los colaboradores del área operativa.....	53
Tabla 15. Comparación de pre y post-test de la dimensión Poder en los colaboradores del área operativa.....	54
Tabla 16. Comparación de pre y post test de la dimensión Afiliación en los colaboradores del área operativa.....	56
Tabla 17. Dimensiones de la Motivación Laboral.....	57
Tabla 18. Prueba de muestras emparejadas	58

Índice de Figuras

Figura 1. Nivel de Motivación Laboral actual en los colaboradores del área operativa	40
Figura 2. Nivel de la dimensión Logro en los colaboradores del área operativa	41
Figura 3. Nivel de la dimensión Poder en los colaboradores del área operativa.....	42
Figura 4. Nivel de la dimensión Afiliación en los colaboradores del área operativa	44
Figura 5. Nivel de Motivación Laboral alcanzada por los colaboradores del área operativa	46
Figura 6. Nivel de la dimensión Logro alcanzada por los colaboradores del área operativa	47
Figura 7. Nivel de la dimensión Poder alcanzada por los colaboradores del área operativa	49
Figura 8. Nivel de la dimensión Afiliación alcanzada por los colaboradores del área operativa	50
Figura 9. Comparación de pre y post-test del nivel de la Motivación Laboral en los colaboradores del área operativa	51
Figura 10. Índices estadísticos comparativos de pre y post test de Motivación Laboral	52
Figura 11. Comparación de pre y post-test de la dimensión Logro en los colaboradores del área operativa.....	53
Figura 12. Comparación de pre y post-test de la dimensión Poder en los colaboradores del área operativa.....	55
Figura 13. Comparación de pre y post-test de la dimensión Afiliación en los colaboradores del área operativa.....	56

RESUMEN

La presente investigación realizó debido a que se observó la existencia de una comunicación interna inadecuada entre supervisores y agentes, así como, la carencia de guía y apoyo para el logro de los objetivos, lo cual genera algunas veces que los colaboradores que no estén predispuestos a asistir a laborar, analizando dicha problemática se buscó determinar en qué medida el Programa de Comunicación Interna fortalece la Motivación Laboral en los colaboradores del área operativa de una empresa de Seguridad Privada en Chiclayo, empleando la teoría de las necesidades adquiridas de McClelland para la Motivación Laboral y para la Comunicación Interna en base a Ejes de la Comunicación Interna de Brandolini, Gonzáles Frigoli y Hopkins. La investigación es de diseño pre experimental con pre y post test de tipo explicativa, aplicativa de corte transversal. El universo de estudio estuvo compuesto por 50 colaboradores, de los cuales se obtuvo como muestra 30 colaboradores, a los cuales se les administró el instrumento: Escala de Motivación – MPLA (consta de tres dimensiones, de los autores Steers y Braunstein) para medir la Motivación Laboral, este instrumento fue sometido a una evaluación de validez y confiabilidad en donde se concluyó que el programa de comunicación interna fortaleció la motivacional laboral en los colaboradores del área operativa.

Palabras claves: Comunicación interna, motivación, colaboradores

ABSTRACT

The present investigation was carried out because the existence of inadequate internal communication between supervisors and agents was observed, as well as the lack of guidance and support to reach the goals, which sometimes generates that the collaborators that are not predisposed to attend labor, analyzing said problem was sought to determine in what measure the Internal Communication Program strengthens the Labor Motivation in the collaborators of the operative area of a private security company in Chiclayo, using the theory of the acquired needs of McClelland for the Labor Motivation and for the Internal Communication based on Axes of the Internal Communication by Brandolini, Gonzáles Frigoli and Hopkins. The research is of pre-experimental design with pre and post-test of explanatory type, application of cross-section. The population consisted of 50 collaborators, from which a sample of 30 collaborators was obtained, to whom the instrument was applied: Motivation Scale - MPLA (it consists of three dimensions, by the authors Steers and Braunstein) to measure the Motivation Labor, this questionnaire passed the validity and reliability test where finally it was concluded that the internal communication program strengthened the work motivational in the collaborators of the operational area.

Keywords: Internal communication, motivation, collaborators

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Desde la creación de la humanidad, el proceso comunicativo ha ido cambiando constantemente, convirtiéndose en un proceso fundamental para la interacción entre los individuos, ante ello (Guzmán Paz, 2012), menciona que la comunicación, “Consta en la transmisión de información, sentimientos y opiniones a través del lenguaje oral, corporal o escrito. En todos los tipos de comunicación se contará con un emisor, receptor y mensaje” (p. 4).

Es así como la comunicación es el eje central de toda interacción, y esta va a depender de ciertas circunstancias como la claridad del mensaje y el ambiente en el que se desarrolla. Por otra parte, así cómo ha evolucionado el hombre, también ha evolucionado las nuevas formas de comunicación, principalmente impulsadas por las comunidades virtuales que se dan principalmente de manera indirecta.

Así mismo como la comunicación es un sistema fundamental para la sobrevivencia de los individuos, este proceso también es vital dentro de las organizaciones, para que todo el capital humano se desenvuelva de manera óptima y los objetivos organizacionales sean comprendidos y acatados por todos para lograr las metas que se proponen, alcanzando el éxito de la empresa en general y de cada uno de sus miembros; de acuerdo con (Umaña Cisneros, 2015) definen a la comunicación dentro de las organizaciones como:

El conjunto de acciones desarrolladas por todas las compañías, para innovar y preservar adecuados vínculos laborales dentro de las empresas a través de la utilización de distintas formas de comunicación que ayuden a mantener informado, motivado e integrado a los colaboradores, con el propósito de colaborar al cumplimiento del éxito de las metas organizacionales (p. 10).

No obstante, no siempre dentro de las organizaciones existen sistemas adecuados para el desempeño óptimo de sus colaboradores, tal es así que el proceso de comunicación organizacional puede resultar deficiente para el bienestar de toda la empresa y de su capital humano, dificultando la gestión de sus procesos, y

proyectándose al performance de cada colaborador, esto afecta directamente a su compromiso y satisfacción que siente con su trabajo, entonces como resultado el nivel de motivación en ellos disminuye con el pasar de los días. Entendiéndose a la motivación de acuerdo con Hernández y Prieto (2002) (citado por Puerta, 2017, p. 24), como: “El estímulo que impulsa a toda persona a realizar y alcanzar un determinado objetivo o meta, pudiendo a su vez modificar su comportamiento”.

Para Aragón (2011), la motivación es parte fundamental en los colaboradores, además de ser un elemento sustancial para el cumplimiento de las metas organizacionales. La motivación produce un impacto efectivo en el colaborador, es por ello por lo que las empresas hoy en día buscan motivar al colaborador con el fin de potenciar la productividad y el compromiso en el desarrollo de sus funciones (p. 15). De este modo resulta entonces, que dentro de las empresas la evolución de la comunicación es un factor crucial para el éxito de estas, y no solo eso, sino también para el bienestar de todo el capital humano que brinda sus servicios, (siendo esta la cuestión en los agentes de seguridad) para proteger y salvaguardar a la empresa, no solo eso, sino también, la integridad física de todas las personas que allí desempeñan su trabajo.

En el plano internacional, según Chico (2016), menciona que parte de la población mexicana siente desmotivación laboral, debido a las constantes presiones, competitividad personal, ritmo laboral, entre diferentes causas que perjudican el estado emocional de los colaboradores. Sumado a ello, sienten que la empresa no reconoce y recompensa el trabajo y esfuerzo que realizan, ocasionado en ellos una desmotivación, la cual afecta de primera mano en el bajo rendimiento de toda la compañía. “La falta de motivación laboral repercute de manera directa en la vida personal y aún más en la vida profesional del colaborador, pues es en el trabajo donde pasa la mayor parte de su tiempo” (p. 4).

En Sudamérica, según Contreras (2012) (citado por Balarezo, 2014 párr. 1), la comunicación interna buscar dar un mayor alcance sobre la realidad en las organizaciones, siendo definida como una serie de procesos y medios utilizados por las organizaciones para la transferencia de información y mensajes a sus colaboradores, en tanto, no solo toma en cuenta la transferencia de información y

mensajes, sino también, el comportamiento que adoptan las organizaciones al transmitir su misión, visión, valores, información de clientes y manera de realizar sus funciones.

En el mismo sentido, Favaro (como se citó en Balarezo, 2014, p. 6), menciona que la realidad que se vive en Ecuador, respecto a la comunicación organizacional, se ha metamorfoseado en un papel primordial para fortalecer el crecimiento de las empresas, priorizando el sistema comunicativo, que inician de las relaciones internas que se proyectan de las funciones que se realizan dentro de las instituciones. El entender a la comunicación como una evolución transversal en la compañía posibilita incorporarla como parte de una cultura empresarial, y no solo verla como un medio para la comprensión de las tareas de cada colaborador. De acuerdo con Favaro, las organizaciones han tomado en cuenta lo vital que se torna, que toda comunicación se realice en el marco del beneficio del talento humano y estos sean expresados mediante la forma en el que los colaboradores efectúan su trabajo, como entablan vínculos laborales y complementan en base a su formación. Se estructura de esta manera una cultura organizacional constituida por una serie de virtudes, opiniones y entendimientos que tienen en común los miembros de una empresa. La cultura organizacional posee estructuras determinadas de juicio, afecto y respuesta orientadas a la toma de decisiones, la forma en las cuales se llevan a cabo las labores y en especial la comunicación; esto en su conjunto incrementa la condición de subsistencia laboral de los colaboradores, elevando su compromiso y sintiéndose más identificados con las funciones que realizan y con su organización, entonces, a mayor motivación, mayor rentabilidad y productividad organizacional.

A nivel nacional, muchas organizaciones atraviesan adversidades en cuanto a la comunicación organizacional interna, arrastrado con ello conflictos, que alteran al desarrollo de las actividades de los colaboradores, reducen la productividad, genera un clima laboral desfavorable, y lo más lamentable es que la motivación de este capital humano se reduce, como el significado e importancia hacia su trabajo. En ocasiones, estas dificultades nacen de la desconfianza de los colaboradores hacia el compromiso que tendrán sus jefes y la organización en general, con su bienestar laboral, ante ello, los jefes empiezan a dudar de la lealtad

y ética de sus trabajadores, adquieren la idea, de que a cuanto menos estos sepan del continuo crecimiento de la organización, es mucho mejor, esto con el propósito de sólo mencionar e involucrar a los colaboradores, cuando la empresa atraviesa crisis, y ellos también se verán afectados. La carencia de comunicación interna dentro de las organizaciones genera confusión acerca de lo que verdaderamente sucede en estas; y es que se comete una equivocación al pensar que los colaboradores solo deben implicarse en sus funciones, sin ser partícipes del día a día de la empresa. Del mismo modo Formanchuck (2010) (citado en Bertolino, 2010, párr. 4), piensa que la comunicación con los subordinados es innecesaria, se centran solo en la importancia de dar a conocer sus ideas y no se preocupan por saber si estos comprenden la intensidad del mensaje, esta situación por ende es proyectada entre compañeros de trabajo, lo que siempre dificulta el desarrollo de sus actividad, esto porque si no existe un buen proceso de comunicación claro que sea interiorizado por todos, entonces las relaciones interpersonales en la organización, se dificulta generando que el clima, la satisfacción y motivación de los colaboradores decaiga.

En la ciudad de Lima, para Quequejana y Alipazaga (2018), mencionan que la falta de motivación y poca satisfacción que sienten los colaboradores, se proyecta en la mala atención que reciben los pacientes en ese centro de trabajo, comunicándose de manera deficiente con aquellos quienes deben someterse a diferentes tipos de evaluaciones; dando énfasis y resaltando la importancia del proceso de comunicación, sin embargo y pese a que en la actualidad, el acceso a nuevos medios tecnológicos ha disminuido el tiempo de contacto entre ambos, haciendo que cada vez se empobrezca más lo grandioso que es comunicarse efectivamente con nuestro entorno. De acuerdo con el aporte de estos autores, la comunicación es el principio primordial en todas las actividades del entorno, ya que permite intercambiar formas de pensar entre las personas incluso este proceso adquiere mayor relevancia, al momento de brindarle una atención personalizada entre profesionales y clientes, ante ello se está garantizando un entorno de seguridad entre ambos que benefician al desarrollo de la organización y de los pacientes.

A nivel local, en concordancia con Moreno (2015), manifiesta que de 10 colaboradores 8 de ellos se sienten desmotivados con su organización, debido al sueldo que perciben y la sobrecarga de trabajo, el cual afecta de manera directa en la productividad laboral, estas cifras son evidenciadas debido a estudios recientes que vienen realizando algunos expertos que revisan la productividad en organizaciones públicas como privadas, resaltando como factor de importancia que el éxito de toda organización se vincula estrechamente con la productividad, en tanto, la situación de los Lambayecanos, es que el proceso de comunicación es deficiente para el desarrollo eficaz de sus funciones en la organización. Por otra parte, Moreno refiere que el rendimiento de los trabajadores en su mayoría es deber de las empresas, pues se les debe proveer de herramientas y recursos necesarios para mejorar la comunicación interna e incentivar su motivación.

La presente investigación se realizó en la empresa Protege Perú Multiservicios SRL debido a que se percibió en los trabajadores del área operativa falta de motivación, viéndose afectada la realización de su trabajo, esta información se constató mediante entrevistas y la administración de una prueba piloto realizadas a los agentes, en donde manifestaron que la comunicación que se maneja en la organización no es la apropiada, esto debido a que existe una comunicación interna inadecuada entre supervisores y agentes, así como, falta de apoyo y guía para el logro de los objetivos, lo cual genera algunas veces que los colaboradores que no estén predispuestos a asistir a laborar. Como se pudo apreciar en investigaciones previas se ha podido comprobar que la comunicación interna ayuda a fortalecer el desarrollo de las empresas, a que los objetivos organizacionales sean comprendidos. Tal es el caso que a nivel local se realizó una investigación teniendo como base un plan de comunicación interna el cual tuvo un efecto positivo en la organización, logrando mejorar la motivación laboral de los colaboradores, abarcando temas como claridad de objetivos y funciones, relaciones interpersonales y comunicación verbal y no verbal. Dicha investigación no es muy ajena a la problemática descrita líneas arriba, es por ello que vio conveniente aplicar un programa de Comunicación Interna con la finalidad de fortalecer la Motivación Laboral que al pasar del tiempo se ha visto afectada.

1.2. Trabajos Previos

A Nivel Internacional:

Sum (2015), en la ciudad de Quetzaltenango elaboró una investigación tomando en cuenta la variable Motivación, el tipo de estudio utilizado fue descriptivo correlacional, con un tamaño de muestra de 34 colaboradores del área administrativa, el mismo que dispuso que la motivación influye laboralmente en el desempeño de los trabajadores del área administrativa, lo cual genera que realicen sus funciones y actividades diarias de manera entusiasta, sintiéndose reconocidos e incentivados por el trabajo que realizan (p. 63).

La autora afirma que la motivación es primordial debido a que influye en el desempeño laboral, logrando que los colaboradores se sientan comprometidos para realizar sus actividades de manera eficiente, la misma que conduce a sentirse reconocidos por su labor. Esto nos da a entender que si no hubiese una adecuada comunicación la motivación sería deficiente. De esta pende el triunfo de la organización y su sostenibilidad en el tiempo. Así mismo nos señala el estudio que una motivación adecuada va acompañada de incentivos para valorar mucho mejor el desempeño de los colaboradores.

Por otro lado, Umaña (2015), en la ciudad de Quetzaltenango realizó una tesis teniendo como variable de estudio la Comunicación Interna, su trabajo de investigación fue de tipo descriptivo, con un tamaño de muestra constituida por 50 colaboradores, compuesta por 18 mujeres y 32 hombres, en esta investigación se determinó que la comunicación interna influencia en la satisfacción laboral del personal, debido que, al percibir indicaciones claras y entendibles realizan sus tareas con mayor efectividad y entusiasmo (p. 54).

Aquí la autora señala el gran dominio que encontramos de por medio en la comunicación interna y la satisfacción en cada trabajador, detalla que el personal al recibir instrucciones claras y precisas desarrollan con mayor facilidad su trabajo, de este modo los trabajadores asumen con más responsabilidad sus funciones, ejecutando sus actividades con eficacia y eficiencia y que a la larga no va a traer perjuicios hacia la institución. También queda demostrado que la

empresa se desvela por sus colaboradores porque ha desarrollado pautas adecuadas de comunicación para que estos puedan trabajar satisfactoriamente.

Así mismo, Balarezo (2014), en la ciudad de Ecuador realizó una tesis teniendo como variable la Comunicación Organizacional Interna, el tipo de estudio realizado fue cualitativo, con un tamaño de muestra de 30 personas, concluyéndose que la comunicación interna en la empresa no cumple con los propósitos fundamentales, como el de generar identificación del colaborador hacia la organización y el no fortalecer las relaciones interpersonales entre compañeros de trabajo. identificación, fortalecer relaciones interpersonales (p. 111).

Balarezo sostiene, según su estudio, que la comunicación interna es desfavorable para los intereses tanto organizacionales como personales, existe un claro vacío de lo que significa realmente una adecuada comunicación, y esto trasciende a niveles tanto jerárquicos como operativos. La consecuencia es que el colaborador no se ponga la camiseta del compromiso para con la empresa y eso ocasiona pérdidas económicas como también la fuga del talento hallado en el capital humano. Por otra parte, no hay una temática específica de lo que es fortalecer la comunicación interna y esto obviamente va a traer consigo pérdidas a la organización.

En tanto, Quintero et al. (2014), en la ciudad de Venezuela realizó una tesis teniendo como variable de estudio la Motivación, el tipo de investigación utilizada fue descriptivo cuantitativo, con un tamaño de muestra de 45 colaboradores, esta tesis concluyó que la motivación que genera la organización en los colaboradores no es la adecuada, pues no ayuda a que tengan un mejor desempeño, evidenciándose como resultado que un 28% de los colaboradores no tiene una apropiada comunicación con sus jefes, el 24% se ubica en crecimiento personal y laboral, el 46% cree que los colaboradores no tienen consideración entre sí, en tanto, un 2% menciona que a menudo pueden sobrellevar el desgaste del rendimiento laboral.

Quintero afirma que la motivación en la organización no está fortalecida y existe serias deficiencias en la comunicación, principalmente con las áreas jerárquicas, vemos que la organización se está deteriorando por no contrarrestar las anomalías

organizativas, ya que los colaboradores consideran que es muy poco el respeto entre sí. Así mismo se pone en manifiesto que existe un riesgo en el bienestar de los colaboradores haciendo que las tareas no se realicen apropiadamente influyendo directamente en el rendimiento.

A Nivel Nacional:

Muñoz (2018), en la ciudad de Lima llevó a cabo una tesis considerando como variable de estudio la Motivación, el tipo de estudio utilizado fue descriptivo correlacional no experimental, el tamaño de muestra estuvo compuesto por 40 colaboradores, esta tesis concluyó con una certeza del 95% y correlación relevante, que si existe un vínculo importante entre la motivación y desempeño laboral en los colaboradores del área de Recursos Humanos de la empresa (p. 70).

Muñoz sostiene que se encuentra una reciprocidad evidente entre la motivación y el desempeño interpretándose que las labores que se realizan allí cuentan con una aceptación idónea de parte de los colaboradores, los indicadores numéricos dan información más concreta y detallada de la percepción de los colaboradores hacia el ambiente de trabajo. A esto se suma el nivel de significancia que le dan más respaldo a la investigación, arrojando datos valiosos para un futuro estudio.

En tanto, Manzano (2017), en la ciudad de Puno realizó una tesis considerando la variable Comunicación Interna, su estudio fue de diseño no experimental y tipo descriptivo cuantitativo, con un tamaño de muestra de 11 colaboradores, concluyéndose que un 36% de los colaboradores mencionó que una buena comunicación interna contribuye en el rendimiento laboral, pues la empresa utiliza los tipos y medios de comunicación interna más adecuados que ayuden a la mejora e incremento del compromiso de los colaboradores hacia la organización (p. 87).

Para Manzano la comunicación interna ha influido positivamente en el desempeño de los colaboradores, propiciado por el correcto uso de los medios de comunicación, esto a generado una respuesta adecuada de los colaboradores hacia la empresa en miras al desarrollo organizativo y profesional. Esto se refleja en el compromiso que tienen todos los colaboradores para trabajar. También nos da a

entender que la empresa está yendo por buen camino en favor de su capital humano.

Así mismo, Trujillo (2017), desarrolló una tesis en la ciudad de Lima tomando como variable de estudio la Comunicación Interna, su estudio fue de tipo descriptivo explicativo no experimental, conformada con una muestra de 238 empleados, esta investigación determinó que si una organización cuenta con una adecuada comunicación interna tendrá una repercusión valiosa en el clima organizacional de la compañía, beneficiando a sus colaboradores (p. 89).

El autor manifiesta que el ambiente laboral se va a ver afectada si no hay una adecuada comunicación, esto sugiere que toda empresa que posee una óptima comunicación va a mejorar considerablemente el clima laboral, repercutiendo directamente en los trabajadores para ejercer apropiadamente sus labores. De no haber comunicación crea un ambiente hostil y poco saludable para el trabajador de cualquier institución y que a la larga trae consecuencias nefastas a la empresa.

Por otro lado, Sánchez (2015), elaboró un estudio en la ciudad de Lima, considerando como variable de estudio la Motivación según McClelland, su investigación fue de diseño no experimental y de tipo correlacional, con un universo de estudio de 45 colaboradores la misma que consideró para su tamaño de muestra, concluyendo que un 75% de los colaboradores tiene mayor predominancia por la motivación de logro, un 14% por la necesidad de afiliación y finalmente un 11% por la necesidad de poder, lo mencionado teniendo en cuenta la teoría de McClelland refiere que la motivación del logro es más sobresaliente que la del poder y afiliación, entendiéndose que si la motivación del logro es mayor, esto incrementará el rendimiento laboral de los colaboradores pudiendo alcanzar los objetivos y metas propuestas.

Según el autor el indicador más escaso en los colaboradores es la motivación de logro, lo que nos lleva a deducir que este factor es muy necesario y relevante en las organizaciones ya que sin ella difícilmente se puede hacer un desempeño eficiente. Por otra parte, la afiliación y el poder se encuentran presente en un promedio aceptable para los intereses de la empresa, sin embargo, al estar más escaso la motivación, esta, influye inadecuadamente en el rendimiento y

difícilmente se pueden alcanzar los objetivos estando así, además crea sosiego entre los trabajadores.

A Nivel Local:

Burga y Wiese (2018), en la ciudad de Chiclayo realizaron una tesis en la cual consideraron la variable Motivación, su tesis tuvo una orientación cuantitativa, con un tamaño de muestra de 17 colaboradores, concluyéndose que la empresa mantiene una adecuada motivación, esto debido al buen uso y manejo de las capacitaciones que brindan a sus colaboradores y al apropiado manejo de vínculos interpersonales en los trabajadores del área administrativa, la cual permite crear y mantener un agradable ambiente laboral (p. 51).

Burga y Wiese sustentan que la empresa está realizando una adecuada labor en favor de su personal, a comandado modelos aceptables de motivación y se ha preocupado por mantener motivado a sus colaboradores. Como resultado de estas prácticas saludables ha permitido instaurar un ambiente agradable de trabajo. Por otra parte, los buenos vínculos interpersonales fomentan el trabajo en equipo y ayudan a conseguir los objetivos personales y organizacionales.

En tanto, Palmer (2016), en la ciudad de Chiclayo realizó una tesis denominada “Plan de Comunicación Interna para mejorar la Motivación Laboral en los colaboradores del Colegio Pamer Chiclayo - 2016”, con un diseño de investigación de pre y post test a un solo grupo experimental, con un tamaño de muestra de 30 colaboradores, esta tesis determino que el desarrollo de la comunicación interna, es dicha acción de transferencia de información que favorecerá a toda persona a relacionarse entre sí, a crear vínculos amigables, donde el secreto radica en el saber que comunicamos y como lo hacemos; partiendo de esto hablamos de una comunicación que se fomenta en las empresas, siendo apreciada como la vía más valiosa [...] (p. 98).

La autora pone en manifiesto que toda información transmitida de manera clara, objetiva y precisa nos ayuda a relacionarse mucho mejor con el entorno, sea laboral o social. Crea un ambiente saludable en donde prima el bienestar común. La comunicación es la base para entablar cualquier paradigma idóneo de

crecimiento y sostenibilidad de una organización, aunque siempre va a depender de cómo deseamos transmitirla y a su vez asegurarse de que el mensaje que hemos brindado se haya entendido en los receptores.

Por otra parte, Núñez y Vásquez (2015), en la ciudad de Chiclayo realizó una tesis considerando como variable de estudio la Motivación, el diseño de estudio utilizado fue no experimental de tipo correlacional – causal, con una muestra constituida por 103 trabajadores, concluyéndose que un 54% de los trabajadores se encuentra en un nivel medio, mientras que un 46% en un alto nivel, en tanto, la variable desempeño laboral demuestra a un 53,4% ubicándose en un nivel medio, mientras que un 46,6% en un nivel alto, indicando que la motivación y desempeño laboral tienen significancia una con otra.

Para los autores la motivación encontrada en los trabajadores se halla en nivel medio, esto se traduce a que hay necesidad de fortalecer ese factor. Por otra parte, señalan también, una existencia valiosa relacionada entre la motivación y el desempeño laboral para el desarrollo de las funciones, del mismo modo consideran que el desempeño se ve afectado con el nivel de motivación que perciben los trabajadores por parte de la compañía.

1.3. Teorías que Sustentan el Programa de Comunicación Interna

Teorías de Comunicación

Charles Redding (1989) (citado de Félix, 2014, párr. 6), Concentra su estudio de la comunicación interna, a partir de las teorías de la organización, dentro de las cuales encontramos a:

Teoría Clásica

Este enfoque fue postulado por Henry Fayol, autor de la Teoría Clásica de la Administración, así mismo se menciona que, la organización es analizada como un sistema terminante sin opción de comunicación de algún tipo con el ambiente, pese a que sus servicios están a disposición del entorno comercial. Esta expectativa está basada en la semejanza entre las empresas y las máquinas. Se

habla de un prototipo mecanizado, que abrió espacio a la deshumanización del trabajo, en honor del rendimiento. En este ámbito, la empresa debe ceñirse a una comunicación responsable y monopolizada, con la finalidad de planificar y ejecutar las labores (Fisher, 1993).

El proceso de comunicación en el enfoque Clásico según Taylor, Fayol y Weber es el siguiente:

- En el enfoque clásico la comunicación interna, es desplazada como parte de las tareas en la ejecución de las actividades de los trabajadores.
- El proceso de comunicación es desplazado a un segundo plano, sin embargo, lo que prima para la organización, es el proceso de información.
- No se desea la comunicación informal.
- El proceso de comunicación interna, está obligado a continuar los canales y sistemas impuestos por la dirección.
- Los cambios de procesos se desarrollan mediante la dirección, mas no de los colaboradores.
- Los conflictos que se presentan son considerados como las falencias y malas gestiones de la organización, restando importancia al deficiente proceso de comunicación que se desarrolla.
- La comunicación fundamental es la que es descendente, centrada especialmente en el traspaso de la información, sin importar, que el mensaje haya sido entendido eficazmente.

Teoría Humanista: Enfoque de Relaciones Humanas

De acuerdo con Benoit (1994) (citado de Félix, 2014, párr. 4), hace énfasis en que las organizaciones deben considerar el actor del talento humano con el objetivo de mantener la integración y sinergia de los colaboradores.

El punto de vista de las relaciones humanas contempla la gran potencia de la comunicación descendente, ascendente y lateral a favor del bienestar del talento humano. De esta manera se interpreta como la manera de premiar y valorar el trabajo, fomentando la participación, la creatividad y la productividad. (Fisher, 1993).

El proceso de comunicación para la Teoría Humanista se centra en:

- Tomar en cuenta la relevancia de la dimensión humana en el proceso comunicativo.
- El uso de las relaciones humanas beneficia la expresión del bienestar emocional de los colaboradores.
- El objetivo de este enfoque es facilitar el proceso de comunicación a nivel organizacional.
- Se reconoce la relevancia de la comunicación informal como causa de colaboración y apoyo en todos los grados.
- La comunicación es práctica, pero también lógica.
- El conocimiento de la importancia de la comunicación interna, empieza a incrementarse.
- Esta corriente es el principio de la proliferación y avance de la información, incluye una comunicación descendente y horizontal.
- El rol de la comunicación se extiende: es indispensable facilitar una comunicación en todas las direcciones.

Teoría Sociológica

Según Friedberg (1981) (citado de Félix, 2014, párr. 3), comenta que, no solo se considera la relevancia de los sistemas organizacionales, cuando se evalúa el proceso de comunicación como tal, del mismo modo la empresa debe ser observada como elemento fundamental en la precisión del comportamiento de las personas y del entorno social y todo el sistema de relaciones.

Dentro del proceso de comunicación para la Teoría Sociológica encontramos que:

- El proceso de comunicación se desarrolla de manera más flexible, involucrando a todos los niveles de la organización.
- Existe un progreso de la comunicación multidireccional.
- Los gestos de todos los colaboradores son prioritarios.
- Es necesario resaltar y reconocer la trascendencia de un modelo de comunicación que posibilita el vínculo de interdependencia entre las distintas figuras.

Enfoque de la Contingencia

El Enfoque de la Contingencia señala que la comunicación se determina como el factor fundamental de la existencia organizacional. Es el proceso a través del cual los seres humanos exponen y comparten una misma cultura y por la cual esta comunicación se establece de manera continua (Fisher, 1993). Los dos pilares de la comunicación organizacional son, de esta manera, proveer al talento humano, los datos necesarios sobre su cultura y de hacerlos parte de esta (Kreps, 1990). Su objetivo es de unificar a todos los elementos; tiene el trabajo de adecuar a los trabajadores y los procesos a las circunstancias y obstáculos concretos, es por esto que la comunicación debe tener lugar a distintos niveles del sistema: entre las partes, el sistema y el entorno.

Teoría de la Cadena de Gestión

Creada por Peter Drucker y Hermann Simon (1997). Esta teoría de acuerdo también con Friedberg (1981) (citado de Félix, 2014, párr. 2), Las ideas y definiciones de integración, metas, estrategias, toma de decisiones, gestión por objetivos, contingencia etcétera, abarcan una posición central en esta perspectiva. Colaboradores, con amplia capacidad y un excelente performance, impedidos por distintas restricciones, lo cuales deben de conformarse con una “solución satisfactoria”, autorizado por los medios y recursos disponibles ante la eventualidad.

El enfoque además de centrarse en las capacidades del potencial humano da mayor énfasis en a las organizaciones en el desempeño de las técnicas y métodos con la finalidad de facilitar la comunicación, tomando el rol tradicional del ejecutivo que debe adecuarse a este nuevo momento. Él debe ser un comunicador, propiciando la comunicación, impulsando la interacción entre trabajadores de manera constante y positiva. El éxito muchas organizaciones está directamente relacionada con una comunicación total e informal.

El proceso de comunicación en la Teoría de la Cadena de Gestión se rige en que:

- La comunicación es fundamental.
- El sistema organizacional es un método de comunicación efectivo.

- La comunicación y la cultura se encuentran asociados directamente
- El proceso de comunicación es rico e informal.
- El grado de comunicación es impresionante.
- El papel de la comunicación es identificado.

1.4. Conceptos de Comunicación Interna

Para Fernández (1999), refiere que la comunicación interna es:

Un grupo de tareas ejecutadas por distintas organizaciones para la producción y conservación de buenos vínculos con y entre sus trabajadores a través de la utilización de distintas estrategias de comunicación que los mantengan integrados, informados y motivados para aportar en su trabajo a la consecución de los objetivos organizacionales (p. 23).

Fernández menciona que la comunicación en toda institución, son todos aquellos mecanismos creados para poder interactuar con cada uno de los miembros de esta, con el objetivo de fomentar las buenas relaciones y con ello, el desarrollo de las actividades vaya de acuerdo con el propósito de toda la organización. La adecuada comunicación interna mejora notablemente los vínculos interpersonales entre todos los integrantes de una organización y a su vez ayuda a promover motivación y la unión.

Así mismo, Brandolini, González Frigoli, Hopkins (2009), manifiestan que:

“La comunicación interna es un instrumento de gestión que también puede comprenderse como una técnica”, desempeñada por los colaboradores de una organización. Busca crear un ambiente armonioso y participativo, brindando un clima de trabajo positivo, y consiguiendo la eficacia en la recepción y entendimiento de la información compartida. Esta comunicación incentiva la participación, integración y convivencia con el entorno organizacional”.

En ese sentido, la comunicación interna es entendida como una técnica de suma importancia en toda organización, buscando crear un ambiente participativo y de integración, generando un ambiente laboral a bien de la empresa y a favor del trabajador, haciendo que se sienta a gusto con el puesto y trabajo que realiza a diario.

De acuerdo con Correal, Bustos, Cuevas y Panqueva (2008), La comunicación interna tiene sus inicios dentro de la organización y está direccionada únicamente a los miembros de la misma. Su relevancia no solo está en que los colaboradores reciban y comprendan las funciones que tienen en la organización, sino que entiendan lo importante que son para la organización. Entiendan

De igual manera, Fernández (1999), menciona que se encuentran diferentes tipos de Comunicación Interna en las organizaciones, dentro de las cuales podemos encontrar a:

La Comunicación Externa, es el almacenamiento de información manifestada por todas las instituciones hacia el diferente público externo. Este tipo de comunicación en las organizaciones se manifiesta ante la carencia de las organizaciones de entablar relaciones con sus grupos de interés o stakeholders. Es decir, los proveedores, competencia, clientes, etcétera. Es importante saber, que la comunicación externa en aquellos grupos de interés, debido a que pueden ser beneficiados o no por las decisiones de la organización, con esto, sus acciones repercuten de alguna manera con los objetivos que se proponen. La comunicación externa, de igual manera se enfoca en fortalecer las relaciones públicas para poder proyectar un excelente referente empresarial.

Por otro lado, encontramos a la Comunicación Interna, desarrollada dentro del marco de la organización, y orientada a los colaboradores pertenecientes a esta. La significancia de este tipo de comunicación radica no solo en preocuparse de que los colaboradores reciban y comprendan las obligaciones, también que comprendan cuan importantes son para la organización y cuál es el valor que suman por su trabajo.

Se debe tomar en cuenta que la comunicación Interna, es parte de la comunicación formal dentro de las organizaciones y de acuerdo con Martínez y Nosnik (1988), la comunicación formal es interpretada como aquella donde la información sigue los cambios oficiales proporcionados por el nivel jerárquico detallados por la estructura orgánica de la empresa (p. 4).

La comunicación formal también debe saber entender la comunicación informal, que según Morales (2012), menciona que está planificada por la organización. Este tipo de comunicación emerge del vínculo que se desarrollan entre los integrantes del equipo de trabajo en el desarrollo de las tareas. Pero por ser informales no le quita valor a su forma de comunicarse. Sino que; este tipo de comunicación influye notablemente en el clima laboral y la principal repercusión de ello son los rumores. Sucede cuando los canales de comunicación oficiales no brindan la información suficiente dando cabida a información especulada.

A su vez, Lázaro y Taboada (2017), coinciden en que la comunicación formal está más relacionada de manera directa a temas del trabajo. En otras palabras, la comunicación hace uso de la escritura como medio formal, aunque este tipo de comunicación es más burocrática debido a que tiene que efectuarse las formalidades necesarias para el cumplimiento de estas, haciéndola un poco lenta.

En tanto, la Comunicación Descendente pertenece al flujo de mensajes de los rangos superiores de autoridad hacia los rangos bajos de la organización. Con respecto a este tipo de comunicación, dan lugar a subordinados, mientras que los demás se divide entre los superiores, colegas y receptores externos.

Para Goldhaber (1984), la comunicación descendente se desarrolla desde los mandos altos de autoridad, hasta los rangos inferiores, esto quiere decir, que este tipo de comunicación, no necesariamente se da entre la gerencia y los mandos operativos, sino que se puede llevar a cabo entre los mandos directivos y que de manera jerárquica fluyen a gerencia, para que este mensaje pueda ser divulgado y comprendido.

Según Robbins (1996) (citado por Medrano, 2016, párr. 7), es aquí cuando la comunicación se origina en una organización a un nivel más inferior. Lo utilizan el líder del grupo o gerentes para designar objetivos, brindar indicaciones,

comunicar a los colaboradores acerca de las políticas o procedimientos, así mismo sirve para brindar información sobre aspectos del desempeño. Para comunicarse con su personal, los líderes pueden hacer uso de una gran variedad de técnicas, tales como: reuniones formales e informales, dinámicas grupales, entrevistas personales, intranet, correos electrónicos, etc.

Por su parte, encontramos a la Comunicación Ascendente, este modelo de comunicación pertenece al intercambio de mensajes de los rangos inferiores hacia los rangos superiores o de autoridad.

Este tipo de comunicación puede ser definida como aquella en la que colaboradores de puestos inferiores comunican información a sus superiores, a través de conductos formales e informales (p. 8).

Según Robbins (1996) (citado por Medrano, 2016, párr. 4), Esta comunicación fluye a los que se encuentran en un nivel superior en la compañía. Es utilizada para retroalimentar a los que se encuentran en la parte alta de la escala jerárquica, su objetivo es informar hacia el cumplimiento de las metas e informarles acerca de problemas actuales. Gracias a esta comunicación los gerentes pueden informarse y conocer el sentir de los colaboradores con sus compañeros, con sus puestos de trabajo y con la organización misma. Existen herramientas adecuadas de comunicación para utilizarse apropiadamente, tales como: Los correos electrónicos, buzón de sugerencias, entrevistas al personal y retroalimentaciones grupales.

Así mismo, Lozano y Taboada (2017), dicen que la comunicación ascendente, se desarrolla desde un rango bajo hasta un rango alto en un nivel de jerarquía. Es el canal de comunicación fundamental para mantener a la organización informada de las situaciones adversas que existen. En relación con ello, implantar una política flexible, es necesario, ya que es un canal hacia arriba, más formal; aquí se utiliza la entrevista, programas de sugerencia, sección en el periódico interno, buzón de sugerencias, entre otros.

A pesar de ello, aún existen condiciones que dificultan el proceso normal de comunicación de manera ascendente. Entre las principales, se encuentran: el retraso de la filtración de la información, por ende, esta se distorsiona. La rapidez

con la que la información es difundida, se omite datos significativos durante el desarrollo de la información, entonces puede tergiversar todo proceso comunicativo.

De igual manera, encontramos a la Comunicación Cruzada u Horizontal quien según Palmer (2016), dentro del flujo de información se toma en cuenta a la comunicación de dirección horizontal (la cual se muestra entre escalas semejantes de rango en la compañía) y el famoso “flujo diagonal” (el flujo diagonal se muestra cuando las partes involucradas en el proceso de comunicación forman parte de rangos jerárquicos distintos y no constituyen un vínculo de dependencia entre ellas).

El objetivo fundamental de la comunicación horizontal radica en aumentar la rapidez de emisión de la información, facilitar el entendimiento de la información difundida y la organización del trabajo para alcanzar el cumplimiento de los objetivos organizacionales. La comunicación horizontal es muy habitual en las empresas, pues no frecuentemente la trasmisión de la información se orienta por las rutas comúnmente señaladas en la estructura orgánica.

1.5. Dimensiones del Programa de Comunicación Interna

Esta investigación será respaldada para llevar a cabo el programa de Comunicación Interna bajo el fundamento de los Ejes de la Comunicación Interna de Brandolini, González Frigoli y Hopkins (2009).

Encontramos tres ejes principales de la comunicación interna a considerar en todas las compañías, así como, la cultura, la motivación y la integración, los mismos que serán desarrollados posteriormente (p. 6).

- **La Cultura:** Según Ritter (2008), es el ambiente en la que se desenvuelven los integrantes de una organización, producida por una sucesión de presunciones y valores compartidos. Es decir, está compuesto por un grupo de normas, comportamientos, tradiciones, valores, políticas, hábitos, creencias y expectativas que poseen los integrantes de la compañía.

Según Brandolini, González Frigoli y Hopkins (2009), lo importante del desarrollo de una cultura fundada en la comunicación como proceso ayuda a conseguir que los trabajadores se sientan en la libertad de dialogar y pedir información, logrando generar confianza y disminuyendo la incertidumbre (p. 7).

- **La Motivación:** la cual hace énfasis a que los ejecutivos deben tener en cuenta hoy en día a los colaboradores como el capital humano más apreciado, pues ellos son el corazón de una empresa, es por ello que la organización debe brindarles capacitaciones constantes con la finalidad mejorar y potenciar sus capacidades y habilidades, así como, oportunidades de desarrollo profesional y otorgamiento de beneficios, los cuales pueden ser monetarios o no, todo ello con el fin de generar un personal más motivado y una empresa sólida y productiva.

La motivación es una definición explicativa utilizada para el entendimiento de los comportamientos que se perciben. Es el estímulo que genera el impulso hacia el cumplimiento de los objetivos.

Los gerentes prefieren a los trabajadores motivados de forma positiva ya que ellos muestran empeño y buscan la mejor forma de desarrollar su trabajo, se interesan en brindar un servicio o producto de alta calidad. Así mismo, los colaboradores motivados disfrutan trabajar y ser parte de un equipo de trabajo, manifiestan predisposición para ayudar y apoyar a sus compañeros de laborales.

- **La Integración:** los autores Stephen y Coulter (2006) nos dan a conocer que la integración del personal es el proceso a través del cual las compañías brindan solución a su necesidad de recursos humanos, así como la predicción de sus necesidades a futuras, como el reclutamiento, selección y la inducción de los nuevos trabajadores.

El proceso de integración del personal está constituido por la contratación del nuevo personal, el apoyo para que los trabajadores se reincorporen y se adapten de manera sencilla a la vez incluye el cambio de puestos (p. 9).

1.6. Teorías que sustentan la Variable de Motivación Laboral

a. Teoría de Necesidades Adquiridas

David McClelland fue un psicólogo especializado en la motivación humana que difundió una serie de obras desde el año 1950 hasta el año de 1990, dando a conocer la teoría de las necesidades adquiridas, es en 1961 donde estableció que la motivación que satisface y conlleva a una persona sentirse motivado y ser exitoso se debe a tres factores: necesidad de logro, necesidad de poder y necesidad de afiliación (p. 245).

McClelland (1961), menciona que las personas se sienten motivadas según la magnitud de sus ansias por conseguir el éxito frente a circunstancias de competitividad, en tanto indica que los individuos con necesidad de logro son aquellos que se distinguen de los demás, por su deseo de conseguir el éxito y eludir el fracaso, así mismo, se menciona que los individuos con necesidad de poder son aquellos que buscan controlar e influenciar en los demás, preocupándose por el estatus, finalmente los individuos con necesidad de afiliación son aquellos que se caracterizan por entablar vínculos interpersonales amigables y perdurables, buscan la aceptación de sus compañeros de trabajo, es importante recalcar que a este tipo de individuos se les facilita cumplir sus funciones y trabajo en equipo para un mayor rendimiento, logrando la realización de metas personales como organizacionales (p. 246-248).

En tanto, McClelland menciona que las tres necesidades están adheridas en cada ser humano, pero no necesariamente desarrolladas, debido a que estas no son adaptadas y obtenidas a lo largo del tiempo gracias a la interacción con su medio ambiente social y cultural, así como su experiencia de vida. Asimismo, manifiesta que las tres necesidades son desencadenantes para un alto nivel de motivación, de cumplirse totalmente, los individuos gozaran de un perfecto desempeño laboral, y de una elevada productividad generándose gran satisfacción en todo aquello que hagan, en tanto, menciona que únicamente una de las tres necesidades es la más predominante en el individuo y está dependerá exclusivamente de la personalidad que tenga (p. 248).

Según McClelland (1961) indica que los individuos con elevada necesidad de logro tienen las siguientes características:

1. Poseen la responsabilidad personal en el rendimiento: los individuos que desean la necesidad de logro sienten ansia de lograr el éxito, teniendo miedo a fracasar, siendo únicos causantes de los resultados de su propio rendimiento. Así mismo, les satisface enfrentarse a nuevos desafíos, plasmándose metas moderadamente difíciles pero que se ajusten a la realidad (párr. 7).
2. Necesitan de feedback en el rendimiento: se distinguen por la recepción de información concisa y precisa del nivel de su rendimiento, sea esta positiva o negativa, y conocer de esta manera si están haciendo un buen trabajo, o necesitan mejorar algunos aspectos. (párr. 8).
3. En tercer lugar, capacidad de innovar: los individuos con esta peculiaridad constantemente buscan realizar algo que los diferencie de los demás, asimismo, buscan una manera distinta pero eficaz para lograr un objetivo elevando su productividad y competitividad laboral y personal (párr. 9).

Según McClelland (1961) indica que los individuos con elevada necesidad de poder poseen las siguientes características:

1. Liderazgo: las personas con necesidad de poder van en busca del reconocimiento de los individuos, buscan ser visibles ante los demás a través del esfuerzo que realizan por conseguir el poder, generalmente son rigurosos al instruir, orientar y expresarse públicamente (párr. 11).
2. Mayor predisposición a asumir riesgos que otros. En algunas situaciones utilizan el poder para controlar o para ayudar en el crecimiento y éxito organizacional (párr. 12).
3. Los individuos con necesidad de poder buscan ejercer poder y autoridad ante los demás y de no conseguirlo se sienten incómodos ante ello (párr. 13).

Según McClelland (1961) indica que los individuos con elevada necesidad de afiliación presentan las siguientes características:

1. Excelente productividad únicamente si reciben reconocimiento por sus actitudes, cooperación y participación, más aún, si está de por medio los incentivos (párr. 15).
2. Demuestran cooperación, conformidad y conflicto: las personas son más cooperativas en el desarrollo de sus funciones, sintiéndose contentos con los deseos de los demás y evitando los conflictos y actividades de competencia en la medida que pueden (párr. 16).
3. Desarrollo de vínculos interpersonales: los individuos se asocian mayormente a grupos para relacionarse más tiempo con otros, por ello los vínculos que establecen suelen acabar en amistades estables y perdurables con el tiempo (párr. 17).

b. Teoría de la Expectativa

Vroom (1964), menciona que la motivación de un trabajador va a depender de los logros y metas que se ha propuesto laboralmente y las posibilidades reales existentes para conseguirlas. De igual manera, esta teoría le da mayor énfasis a la apreciación personal que tiene el colaborador acerca de las probabilidades de desarrollar sus funciones o conductas concretas que conduzca al logro de un resultado establecido (p. 112).

El autor estima que: “Las personas sentirán motivación al realizar las cosas en favor de una meta, si están convencidos de cuán importante es su trabajo para ayudar a conseguirla”, por tal sentido, menciona que las personas buscan satisfacción dentro de las organizaciones, si la meta planteada por ellos los favorece sentirán una elevada motivación, mucho más que lo normal, pues la realizarán con gran seguridad y dedicación.

De igual modo, Vroom (1964), argumenta que la motivación de los seres humanos es definida por la importancia del resultado de su esfuerzo realizado, más aún si consideran que dicho esfuerzo ayuda a la realización de un objetivo. En otras palabras, afirma que la motivación es resultado de la valoración que una persona

atribuye previamente a un objetivo y de la probabilidad que sea realizada. Su enfoque se plantea de la siguiente forma: Fuerza = valencia x expectativa.

Fuerza: grado de motivación que una persona siente para ejercer su puesto de trabajo y alcanzar los objetivos que se plantee.

Valencia: nivel de anhelo de un individuo para conseguir una meta, este nivel va a variar de persona en persona ya que está estimada por la experiencia de la persona.

Expectativa: es el convencimiento del individuo de que el esfuerzo que realiza tendrá el efecto que desea obtener. Las expectativas obedecen en gran parte a la apreciación que tenga un individuo de sí mismo.

c. Teoría de la Jerarquía de Necesidades

Postulada por Abraham Maslow, psicólogo estadounidense destacado por ser uno de los fundadores y principales exponentes de la psicología humanista. Maslow (1943), determina la motivación como un grupo de carencias jerarquizadas que posee una persona, propone su teoría en una pirámide de necesidades humanas, en donde mientras la persona satisface sus necesidades básicas dan a lugar a la creación de necesidades más altas (pp. 115-121).

Dentro del conjunto de la pirámide de necesidades tenemos a:

- **Necesidades fisiológicas:** Son necesidades primordiales que todo ser humano posee para vivir, dentro de las cuales se encuentran: la salud, vivienda, agua, sexo, educación y comida.
- **Necesidades de seguridad:** Se basan en salvaguardar a los individuos frente a los eminentes riesgos a los cuales se ven comprometidos en su bienestar físico, de recursos, de estabilidad laboral, de moral, salud, familiar y propiedad privada.
- **Necesidades de relación social:** deseo de pertenecer a un grupo de personas, y mantener relaciones afectivas con los demás.

- **Necesidades de estima:** Hace referencia a la necesidad que tiene la persona de ser respetada y valorada por los demás y por ella misma, esto supone el reconocimiento al ahínco y al trabajo desarrollado.
- **Necesidades de autorrealización:** En este último peldaño de la pirámide los individuos buscan incrementar todo su talento para así lograr el más alto nivel de sus competencias personales.

1.7. Conceptos de Motivación.

Para Pérez (2014), la motivación son aquellos factores de naturaleza interna y externa que conllevan un individuo una persona a actuar de una determinada manera. La motivación es aquella que impulsa, guía y hace que el comportamiento del ser humano sea mejor en el entorno personal y profesional (p. 45).

Butterfield (2005) sostuvo que “La motivación es el estímulo que conlleva a un individuo a actuar de distinta manera. Es un conjunto de procesos intelectuales, fisiológicos y psicológicos frente a una situación dada, el cual determinará con que impulso y orientación actuará” (p.98).

Según Maslow (1997) dijo: “El inicio fundamental de la motivación humana es la organización de las necesidades básicas en un orden de mayor a menor interés. Partiendo de esto, toda persona mantiene intereses y tiene necesidades que desea alcanzar, lo cual para lograrlas con éxito debe organizarlas. Existen cinco necesidades consideradas fundamentales, tales como: las fisiológicas, seguridad, amar, estima y autorrealización” (p. 54).

La motivación suele precisarse como la fuerza que manifiesta el ser humano hacia una determinada necesidad por satisfacer, incrementando con ello el impulso necesario para realizarla o para dejar de hacerla.

Morris y Maiston (2001) mencionaron:

La motivación generalmente es referida como el estado interno que potencia y guían el comportamiento de la persona hacia objetivos concretos. La motivación fisiológica presenta una base insuficiente, en cambio, la motivación social y de logro son

aprendidas, ambas potencian y orientan la conducta hacia una mejor satisfacción. En tal sentido, es importante hacer hincapié que tales causas que se originan dentro de una persona lo encaminan a ejecutar un acto concreto que lo ayude a sentirse bien (p. 346).

Madrigal (2009), afirma que la motivación es aquel intento que crea la mente anticipadamente a un hecho que está por realizarse con prontitud, encontrándose vinculada la palabra motivación y disposición del ánimo de la persona para que actúe de una manera concreta según el motivo o razón (p. 50).

1.8. Dimensiones de la Motivación Laboral según McClelland

- **Logro:** según McClelland, esta dimensión consta de una serie de pensamientos y percepciones relacionadas con el planteamiento de metas complejas pero realistas y el empeño para conseguirlas. Los individuos con necesidad de alto logro asumen la responsabilidad de su triunfo o fracaso y de proponer mejoras para corregir los problemas. No temen arriesgarse, siempre y cuando estos no tengan gran impacto. Así mismo manifiestan su gusto por aquellas situaciones que les generen retroalimentación concisa y precisa acerca de su desempeño y saber mediante ello si están haciendo bien las cosas o necesitan mejorar algunos aspectos.

De esta manera, McClelland sustenta que la incrementación de la motivación de logro suele manifestarse en un sin número de maneras dependiendo de la personalidad y conducta de cada persona. Lo que se concluye que la motivación de logro se precisa como el deseo que siente la persona de actuar y buscar metas elevadas y al mismo tiempo sentir satisfacción al cumplir sus funciones con gran ímpetu (p. 249).

- **Poder:** podría determinarse como la necesidad interna que delimita el comportamiento de una persona hacia el propósito de influir en otra persona o grupo social (p. 249).

Para McClelland, esta necesidad se expresa cuando el individuo manifiesta deseo de influenciar en los demás, buscando persuadirlos y tratando de deslumbrarlos,

generando sentimientos favorables o desfavorables en las demás personas. El individuo manifiesta angustia por su prestigio, pues constantemente busca darse a notar como una persona superior ante los demás.

Según McClelland, menciona que el poder tiene dos caras. La primera genera las relaciones negativas, esto debido a que se relaciona con el dominio que ejerce la persona ante los demás, buscando controlarlas, este tipo de personas manifiestan una alta necesidad de poder, disfrutan de ser la persona que tiene a su cargo un grupo de personas, así mismo, les preocupa más el prestigio y estatus. En cambio, la otra cara del poder es positiva, pues refleja a un líder en miras de ayudar al grupo de tiene a su cargo, desempeñando un rol de acompañamiento y guía, buscando que los colaboradores cumplan y logren sus objetivos (p. 250).

- **Afiliación:** es una manera de comportamiento social pues la persona disfruta de crear relaciones afectivas con una o más personas, con la finalidad de lograr un vínculo amical mutuo.

El autor menciona que los individuos motivados por la afiliación tienen a buscar relacionarse con los demás y generar amistades duraderas, con conductos adecuados de comunicación, gestos, etcétera, así mismo, gustan de trabajar en equipo más que de manera individual, frecuentemente piensan en el nivel de sus relaciones personales, además casi siempre conocen tan bien a la empresa donde trabajan que se sienten muy identificados con la misma (p. 250).

1.9. Formulación del Problema

¿En qué medida el Programa de Comunicación Interna fortalece la Motivación Laboral en los colaboradores del área operativa de una empresa de Seguridad Privada en Chiclayo?

1.10. Justificación del Estudio

- Justificación científica

El presente estudio explica la importancia de conocer la realidad que se vive dentro de la organización con respecto al proceso de comunicación y como está repercute en la motivación de los agentes de seguridad. Se desarrollará un programa de comunicación interna para mejorar este proceso como tal, y al finalizar se conocerá cuál fue el impacto que tuvo esta investigación, ante ello, se brindará datos precisos e importantes que servirán para que los altos mandos tomen en cuenta la importancia de la aplicación de programas organizacionales que se utilice para la mejora de la calidad de vida laboral del talento humano de la organización.

Es muy importante comprender las causas y consecuencias que la deficiente comunicación interna genera en los colaboradores, pues es una realidad latente dentro de la organización que genera un bajo nivel de desempeño, productividad y desmotivación laboral que influye directamente en su actuar diario de los agentes que prestan el servicio a las instituciones privadas.

En virtud de ello, esta investigación, la cual aplicará un programa en beneficio de elevar los niveles de motivación en los agentes, quedará como antecedentes para futuros programas que deseen realizarse, y con esto, favorecer siempre a los colaboradores.

1.11. Hipótesis

H1: La aplicación del Programa de Comunicación Interna fortalece la Motivación Laboral en los colaboradores del área operativa de una empresa de Seguridad Privada en Chiclayo.

1.12. Objetivo

General

Determinar en qué medida el Programa de Comunicación Interna fortalece la Motivación Laboral en los colaboradores del área operativa de una empresa de Seguridad Privada en Chiclayo.

Específicos

- Diagnosticar el nivel actual de la motivación Laboral en los colaboradores del área operativa de una empresa de Seguridad Privada en Chiclayo a través de la Escala de Motivación en el Trabajo.
- Aplicar el programa de Comunicación Interna en los colaboradores del área operativa de una empresa de Seguridad Privada en Chiclayo.
- Evaluar la Motivación Laboral alcanzada por los colaboradores del área operativa de una empresa de Seguridad Privada en Chiclayo después de haber aplicado el programa de Comunicación Interna.
- Comparar los resultados alcanzados del Pre y Post-test para determinar la efectividad del programa de Comunicación Interna.

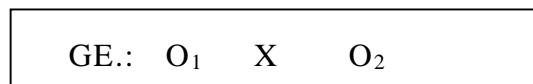
II. MÉTODO

2.1. Diseño de Investigación

El diseño utilizado para este estudio es pre experimental con aplicación de pre y post test a un solo grupo de estudio.

En los diseños pre-experimentales, con pre y post test. Se evalúa a una sola variable y prácticamente no se ejerce control de ningún tipo sobre el grupo. A la vez no se manipula la variable independiente, y no se hace uso del grupo de control. En un estudio pre-experimental es nula la comparación de grupos. Este diseño consta de aplicar un tratamiento o estímulo en la modalidad de solo post test o en la de pre test. (Hernández Sampieri, 2012)

El esquema para este diseño de investigación es:



Dónde:

GE: Colaboradores del área operativa de una empresa de Seguridad Privada

O₁: Escala de Motivación – MPLA (Logro, Poder y Afiliación) de Steers & Braunstein con adaptación de Sonia Palma Carrillo (Pre test).

O₂: Escala de Motivación – MPLA (Logro, Poder y Afiliación) de Steers & Braunstein con adaptación de Sonia Palma Carrillo (Post test).

X: Programa de Comunicación Interna

Tipo de investigación: Explicativa, Aplicada y Transversal.

Explicativa: según Fernández y Baptista (2014), se orientan a dar respuesta por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. Su importancia se concentra en la explicar de porqué se da un fenómeno y en qué circunstancias se presentan o porque se interrelacionan entre dos o más variables (p. 95).

Aplicativa: para Behar (2008) Este tipo de investigación también es conocido como práctica, activa, dinámica. Todo estudio aplicado debe contar con un enfoque teórico, buscando comparar la teoría con lo real. Es el estudio y la aplicación de la investigación a fenómenos concretos, en situaciones y circunstancias concretas, es un estudio orientado por su ejecución

inmediata y no a la ejecución de enfoques teóricos. Hace referencia a un conjunto de personas en particular implicadas en su mejora y en el proceso de la investigación, más que a todos en general, arrojando resultados inmediatos (p. 20).

Transversal: El estudio es de corte transversal. Hernández et al. (2014), indica que la información es recogida en un momento dado y único teniendo como fin explicar las variables y examinar su presencia e interrelación en una situación determinada (p. 154).

2.2. Variables, Operacionalización

Variable Independiente: Programa de Comunicación Interna

Definición Conceptual:

Según describe Fink (1995), los programas suponen un trabajo cuidadoso para lograr una serie de planes proyectados de antemano (favorecer el conocimiento, obtener resultados efectivos en la conducta, etc.). Estos pueden ser reducido o gran formato, pueden darse en diferentes ambientes geográficos o gubernamentales y pueden ejecutarse a partir de estructuras y organizaciones diversas, así como contar con el objetivo o partícipes muy desiguales (como se citó en Vicent, 2013, p. 178).

Comunicación Interna: Para Brandolini et al (2009), “La comunicación interna es un instrumento de gestión el cual puede comprenderse como un método”, desarrollado por los integrantes de una compañía. Se orienta a desarrollar un entorno participativo y armonioso, brindando un clima laboral favorable, y logrando la eficacia en la recepción y entendimiento de la información compartida. Esta comunicación incentiva la integración y convivencia con el entorno organizacional [...] (p. 2).

Definición Operacional:

Conjunto de planes de mejora que se desarrollan dentro de una organización para aumentar la condición de vida laboral de los trabajadores y lograr que exista una comunicación interna eficaz, para con ello se puedan lograr los objetivos y metas en común a favor de la organización y su capital humano.

Variable Dependiente: Motivación Laboral**Definición Conceptual:**

Según Maslow (1997), El inicio fundamental de la motivación en la persona es el orden en el cual están organizadas las necesidades básicas, el cual es de mayor a menor preponderancia. Partiendo de este punto, toda persona posee necesidades que tiene que satisfacer, por tanto, debe organizarlas para lograr cumplirlas. Encontramos cinco necesidades consideradas fundamentales, tales como: las fisiológicas, seguridad, amor, estima y autorrealización (p. 54).

Definición Operacional:

Son todas aquellas situaciones o eventos en particular que impulsan a los colaboradores a desenvolverse de manera óptima dentro una organización, eventos que los llevan a identificarse y comprometerse con su trabajo, generando así un ambiente propicio para que cada talento humano tenga un performance que favorezca a la rentabilidad y productividad de la organización.

Tabla 1. Operacionalización de variables.

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN INTERNA	Para Brandolini et al (2009), "La comunicación interna es un instrumento de gestión el cual puede comprenderse como un método", desarrollado por los integrantes de una compañía. Se orienta a desarrollar un entorno participativo y armonioso, brindando un clima laboral favorable, y logrando la eficacia en la recepción y entendimiento de la información compartida. Esta comunicación incentiva la integración y convivencia con el entorno organizacional [...] (p. 2).	Conjunto de planes de mejora que se desarrollan dentro de una organización para aumentar la condición de vida laboral de los trabajadores y lograr que exista una comunicación interna eficaz, para con ello se puedan lograr los objetivos y metas en común a favor de la organización y su capital humano.	Fundamentación teórica	Ejes de la Comunicación Interna de Brondolini, A., Gonzáles, M. y Hopkins, N.	
			Objetivo	Fortalecer entre colaboradores una comunicación interna adecuada, obteniendo un personal más motivado en su puesto de trabajo.	
			Estrategias	Etapa 1: Cultura	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificación con los objetivos organizacionales ▪ Valores organizacionales ▪ Información laboral para el cumplimiento de funciones ▪ Condiciones de trabajo ▪ Comunicación organizacional ▪ Hábitos laborales
				Etapa 2: Integración	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Inducción laboral ▪ Adaptación al cambio organizacional ▪ Desempeño laboral ▪ Compromiso en el puesto de trabajo ▪ Comportamiento organizacional ▪ Equipos de trabajo.
			Metodología	Talleres Dinámicas de Integración Casos vivenciales Charlas de participación Actividades en equipo	
			Implementación	Tiempo de aplicación Recursos materiales Recursos humanos	
Evaluación	Instrumentos de evaluación Feedback Seguimiento Indicadores de logro Entrevistas grupales				

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala
MOTIVACIÓN LABORAL	<p>Según Maslow (1997), El inicio fundamental de la motivación en la persona es el orden en el cual están organizadas las necesidades básicas, el cual es de mayor a menor preponderancia. Partiendo de este punto, toda persona posee necesidades que tiene que satisfacer, por tanto, debe organizarlas para lograr cumplir las. Encontramos cinco necesidades consideradas fundamentales, tales como: las fisiológicas, seguridad, amor, estima y autorrealización (p. 54).</p>	<p>Son todas aquellas situaciones o eventos en particular que impulsan a los colaboradores a desenvolverse de manera óptima dentro una organización, eventos que los llevan a identificarse y comprometerse con su trabajo, generando así un ambiente propicio para que cada talento humano tenga un performance que favorezca a la rentabilidad y productividad de la organización. La escala de motivación – MLPA de R. Steers y D. Braunstein tiene la siguiente categoría: 1=Totalmente en desacuerdo, 2=En desacuerdo, 3=Ni en desacuerdo ni de acuerdo, 4=De acuerdo, 5=Totalmente de acuerdo,</p>	Logro	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Toma de decisiones ▪ Desempeño laboral ▪ Perfeccionamiento del performance laboral ▪ Logro de metas realistas 	1 4 7 10 13	Escala Ordinal
			Poder	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Competitividad ▪ Participación ▪ Influencia y persuasión en los demás ▪ Capacidad de negociación 	2 5 8 11 14	
			Afiliación	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Manejo de Relaciones Interpersonales ▪ Trabajo en equipo ▪ Simpatía ▪ Capacidad de Adaptación 	3 6 9 12 15	

2.3. Población y muestra

Población

Desde el enfoque estadístico, una población o universo puede hacer referencia al total de un fenómeno de investigación, de lo cual se busca indagar y reconocer sus cualidades, o una de ellas, y para el cual las conclusiones obtenidas en la investigación serán validadas. (González & Salazar, 2008). La población la constituyen 50 colaboradores del área operativa de la empresa Protege Perú Multiservicios SRL.

Tabla 2. Población conformada por los colaboradores del área operativa de la empresa Protege Perú Multiservicios SRL.

Condición	Hombres	Total
Agentes de Seguridad	50	50

Fuente: Oficina de Administración

Fecha: 29 de noviembre 2018

Muestra

La muestra estadística es una fracción del universo de estudio, es decir, una cierta cantidad de sujetos u objetos que han sido elegidos de manera científica, cada uno de los cuales es un elemento de la población. La muestra yace en la fundamentación de que las partes representan al todo; revelando las particularidades que conceptualizan la población de la cual fue sacada, lo que indica que es representativa. Se menciona que una muestra es representativa cuando esta produce la distribución y los valores de las distintas particularidades características de la población, con un margen de error calculable (González & Salazar, 2008)

La muestra para este estudio de investigación, la conformaron 30 colaboradores del área operativa de la empresa Protege Perú Multiservicios SRL.

N=	50
α	0.05
1- α	0.95
1- $\alpha/2$	0.975
Z=	1.96
P	0.75
Q	0.25
h=	0.1
n=	29.757

Tabla 3. Muestra representativa de la empresa.

	Hombres	Total
Nivel		
Agentes de Seguridad	30	30

Fuente: Oficina de Administración

Fecha: 29 de noviembre 2018

Muestreo

Empleamos el muestreo cuando no se puede medir o contar todos los sujetos del universo de estudio. Así mismo, el muestreo es de vital importancia para la persona que investiga, debido a que es inasequible encuestar o entrevistar a todos los integrantes de una población, por razones de tiempo, recursos y esfuerzos. (González & Salazar, 2008)

Para el desarrollo de este estudio, se utilizó el muestreo aleatorio simple, por conveniencia, eligiendo al azar a los colaboradores para la aplicación del Programa de Comunicación Interna.

Unidad de Análisis

La representación de la unidad de análisis se constituyó por los colaboradores del área operativa de la empresa Protege Perú Multiservicios SRL.

Criterios de Selección

Forman parte de la muestra: 30 trabajadores, cuyas edades oscilan entre los 19 y 53 años que son los colaboradores de la empresa Protege Perú Multiservicios SRL.

2.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

Técnica: “Se comprenderá por técnica de investigación, el método peculiar de recolectar información. Las técnicas son exclusivas y propias de una disciplina, es por ello que sirven de complemento al método científico, el cual tiene una aplicación general” (Arias, 2012, p. 67).

A. Técnicas de Gabinete

Se utilizó esta técnica ya que tiene como finalidad, recolectar datos bibliográficos referidos al trabajo de investigación. Y a su vez está constituido por la técnica de fichaje, utilizando para ello los siguientes instrumentos:

- **Ficha textual:** Las fichas textuales sirven para recopilar información de forma textual sin modificar el contenido, es decir ya sea resumiendo o ampliando el texto original que ha sido citado. Por otro lado, en el caso de fichas aplicadas a los libros, en estas debe agregarse al igual que en las citas bibliográficas los datos técnicos que permitan identificar al autor de dicha información.
- **Ficha bibliográfica:** empleada para recolectar información elemental de las fuentes consultadas. Estas tienen como finalidad evaluar el material que se ha impreso. Se utiliza en el desarrollo del marco teórico de la investigación. (Bernal, 2010, pág. 194)
- **Ficha de resumen:** empleada para resumir o anotar información relevante de una lectura.

B. Técnicas de campo

En la presente investigación se emplean las siguientes técnicas: la observación, entrevista y encuesta para evaluar la motivación laboral, aplicada a los trabajadores del área operativa de la empresa Protege Perú Multiservicios SRL.

- **Instrumento:** Un instrumento de recolección de datos es cualquier recurso, dispositivo o formato (en papel o digital), utilizado para recabar y reunir información (Arias, 2012, p. 68).

En este estudio se utilizó la Escala de Motivación – MPLA (Logro, Poder y Afiliación) de Steers & Braunstein con adaptación de Sonia Palma Carrillo.

La Escala de Motivación consta de 15 Ítems e intenta medir las necesidades de: Logro, Poder y Afiliación, así como el nivel de motivación general. Cuyos tipos de respuestas son: Totalmente en desacuerdo, En desacuerdo, Ni de acuerdo ni en desacuerdo, De acuerdo y Totalmente de acuerdo, con puntuaciones del 1 al 5. (Anexo 2)

- **Validez:** La validez del instrumento se midió a través del análisis discriminante de Lambda de Wilks, tomando un valor de 0,959 ($p < 0,05$), con un nivel de 61,20 %; demostrándose la validez de la prueba.

Confiabilidad: La fiabilidad del instrumento se realizó mediante el Alfa de Cronbach de consistencia interna. Para Nunally (1967), un alfa superior a 0,70 se considera aceptable. Se llevó a cabo la fiabilidad mediante el Alfa de Cronbach. Los resultados para la motivación de logro fueron de 0,79; para la de poder 0,75 y para la afiliación 0,81.

El cuestionario ha sido aplicado a 10 colaboradores como una prueba piloto haciendo uso del programa SPSS 24 alcanzando un 0,78 en el alfa de cronbach para la variable y para sus dimensiones respectivamente lo cual determina la confiabilidad del instrumento. (Anexo 3)

2.5. Método de Análisis de Datos

Método de investigación

Método analítico: este procedimiento posibilita examinar punto por punto la información vinculada con la investigación mediante la información requerida del pre test y el pos test.

Método inductivo-deductivo: este procedimiento nos permitirá a través de los resultados obtenidos llegar a las conclusiones.

Métodos estadísticos de análisis de datos

Para el análisis estadístico de los datos se utilizará la estadística descriptiva e inferencial

Las medidas estadísticas a emplear: Frecuencia relativa, Media aritmética, Varianza, Desviación Estándar y Coeficiente de variabilidad. Las fórmulas aparecen en la sección anexos.

Los resultados se presentarán por medio de gráficos que resuman la información más relevante.

2.6. Aspectos éticos

Los criterios éticos que se tendrán en cuenta para la investigación son los determinados por Noreña, Alcaraz-Moreno, Rojas y Rebolledo-Malpica (2012) que a continuación se precisan:

- **Consentimiento informado**

A los participantes de este estudio se les dará a conocer las pautas, derechos y la responsabilidad que la investigación requiere, en la cual asumirán el rol de ser quienes brinden la información.

- **Confidencialidad**

Se les explicará que su identidad como informantes de esta investigación no será revelada

- **Observación participante**

Los encargados de la investigación deberán actuar con seriedad al momento de la recolección de datos haciéndose responsables de los efectos o consecuencias que se pueden derivar de la interacción establecida con los sujetos participantes del estudio.

- **Originalidad:** Es un estudio original en el cual se ha recopilado aportes e información de otros investigadores los cuales han sido citados de manera correcta según las normas APA 6ta edición, respetando la propiedad intelectual

III. RESULTADOS

3.1. Resultados Pre-Test

Para alcanzar este objetivo fue importante aplicar el cuestionario de Escala de Motivación – MPLA (Logro, Poder y Afiliación) de Steers & Braunstein, el cual servirá para complementar y dar un mayor alcance al estudio de la variable dependiente.

Tabla 4. Nivel de Motivación Laboral actual de los colaboradores del área operativa

Nivel	Motivación		Estadígrafos
	f	%	
Muy alto	0	0	$\bar{X}=55.23$ $S =7.25$ $CV =13.13$
Alto	8	27	
Medio	22	73	
Bajo	0	0	
Muy bajo	0	0	
Total	30	100	

Fuente: Escala de Motivación – MPLA, 30/11/2018

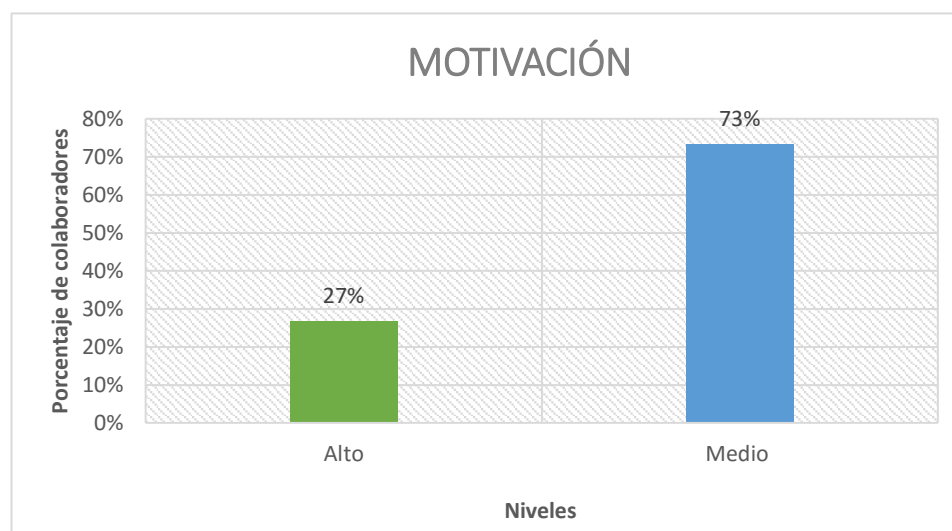


Figura 1. Nivel de Motivación Laboral actual en los colaboradores del área operativa

Análisis e Interpretación

En la Tabla N° 4 se muestra que el 27% de los trabajadores del área operativa de la empresa de seguridad se colocó un nivel Alto, por lo que se interpreta que la empresa les otorga los instrumentos necesarios para el desarrollo de sus funciones, además de sentir que se reconoce su empeño y dedicación por el trabajo que realizan día a día, impulsando así su progreso y productividad. Por otro lado, un 73% se ubicó en un nivel Medio, evidenciando que inusualmente la empresa los motiva o facilita de recursos

para la ejecución de sus labores, al no sentirse motivados no consideran tan propias las metas empresariales y no logran cumplir con los objetivos establecidos.

Los estadígrafos, nos muestran que la media aritmética (\bar{X}) de los colaboradores de la muestra de estudio, en el nivel de motivación laboral fue de 53.23 puntos; promedio que ubica al grupo de estudio en el nivel medio. Por su parte la desviación estándar (S) que fue de 7.25%. El Coeficiente de Variabilidad (CV) el cual fue de 13.13%, nos indica que los datos tienen un comportamiento disperso convirtiéndose en un grupo heterogéneo.

Tabla 5. Nivel de la dimensión Logro en los colaboradores del área operativa

Nivel	Logro		Estadígrafos
	f	%	
Muy alto	17	57	$\bar{X}=20.93$ $S=2.32$ $CV=11.07$
Alto	13	43	
Medio	0	0	
Bajo	0	0	
Muy bajo	0	0	
Total	30	100	

Fuente: Escala de Motivación – MPLA, 30/11/2018

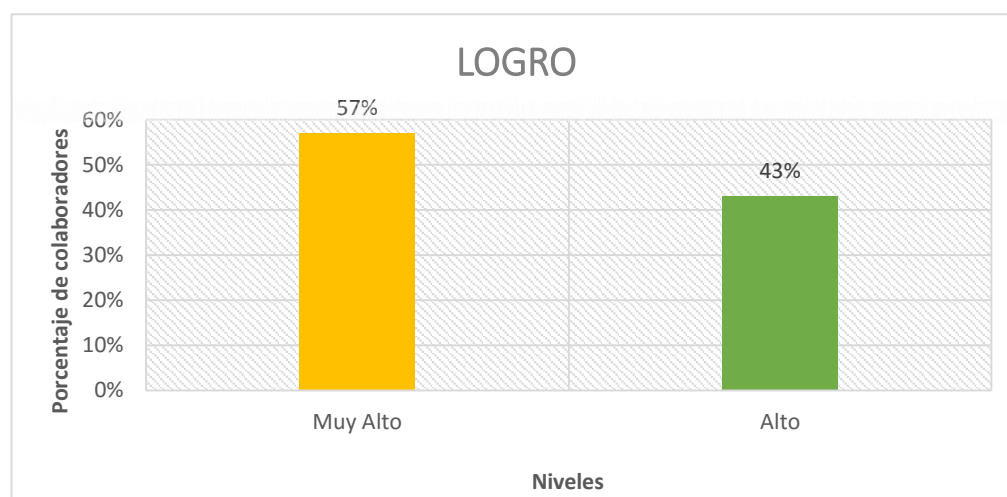


Figura 2. Nivel de la dimensión Logro en los colaboradores del área operativa

Análisis e Interpretación

Se puede apreciar que el 57% del área operativa de seguridad privada se posicionó en un nivel Muy Alto, lo que significa que día a día buscan ser mejores en la realización de sus funciones, demostrando empeño y dedicación en su trabajo, así también,

asumen retos que consideren difíciles pero no imposibles de cumplir, sintiéndose plenamente satisfechos al culminar con éxito estos retos, son realistas en cuanto a metas y objetivos profesionales, se sienten en la capacidad de dirigir un grupo o tener personas a su cargo. En tanto el 43% consiguió ubicarse nivel Alto, por lo que se entiende que perseveran para obtener un desempeño eficiente en su puesto de trabajo, buscando asumir retos difíciles que generen un mayor progreso en ellos de manera personal y profesional.

Los estadígrafos, nos muestran que la media aritmética (\bar{X}) de los colaboradores de la muestra de estudio, en la dimensión logro fue de 20.93 puntos; dicho resultado ubicó al grupo de estudio en el nivel alto. Por su parte la desviación estándar (S) que fue de 2.32%. El Coeficiente de Variabilidad (CV) el cual fue de 11.07%, nos indica que los datos tienen un comportamiento disperso convirtiéndose en un grupo heterogéneo.

Tabla 6. Nivel de la dimensión Poder en los colaboradores del área operativa

Nivel	Poder		Estadígrafos
	f	%	
Muy alto	3	10	$\bar{X}=15.6$ $S=3.55$ $CV=22.75$
Alto	11	37	
Medio	15	50	
Bajo	1	3	
Muy bajo	0	0	
Total	30	100	

Fuente: Escala de Motivación – MPLA, 30/11/2018

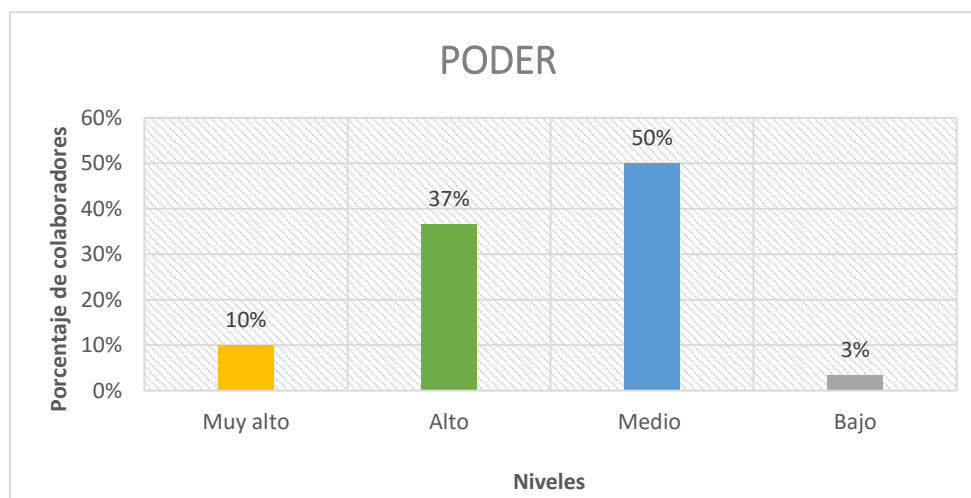


Figura 3. Nivel de la dimensión Poder en los colaboradores del área operativa

Análisis e Interpretación

Se manifiesta que el 10% de agentes se ubicó en un nivel Muy Alto, interpretándose que, constantemente se miden o disputan con sus compañeros de trabajo por la obtención de un beneficio laboral, buscando salir victoriosos de dicha competencia, gustan y tienen autoridad y control sobre equipos de trabajo; buscan influir significativamente en otras personas para sacarle provecho a ello. Así mismo un 37% se posicionó en un nivel Alto, entendiéndose que les gusta competir para obtener algo a cambio, también buscan tener personal a su cargo o funciones que demanden gran responsabilidad, buscan influir en los demás. En tanto, se observa que el 50% alcanzó un nivel Medio, evidenciando que esporádicamente buscan competir para obtener beneficios que ayuden a su desarrollo laboral, aún no se sienten preparados del todo para asumir el mando de personal o funciones de gran envergadura. Finalmente, un 3% se ubicó en un nivel Bajo, asumiéndose que no buscan competir ni sobresalir entre los demás, evitando asumir responsabilidades o cargos de importancia, les es indiferente si influyen en otras personas.

Los estadígrafos, nos muestran que la media aritmética (\bar{X}) de los colaboradores de la muestra de estudio, en la dimensión poder fue de 15.6 puntos; el cual ubicó al grupo de estudio en el nivel medio. Por su parte la desviación estándar (S) que fue de 3.55%. El Coeficiente de Variabilidad (CV) el cual fue de 22.75%, nos indica que los datos tienen un comportamiento disperso convirtiéndose en un grupo heterogéneo.

Tabla 7. Nivel de la dimensión Afiliación en los colaboradores del área operativa

Nivel	Afiliación		Estadígrafos
	f	%	
Muy alto	9	30	$\bar{X}=18.7$ $S =2.69$ $CV =14.4$
Alto	17	57	
Medio	4	13	
Bajo	0	0	
Muy bajo	0	0	
Total	30	100	

Fuente: Escala de Motivación – MPLA, 30/11/2018

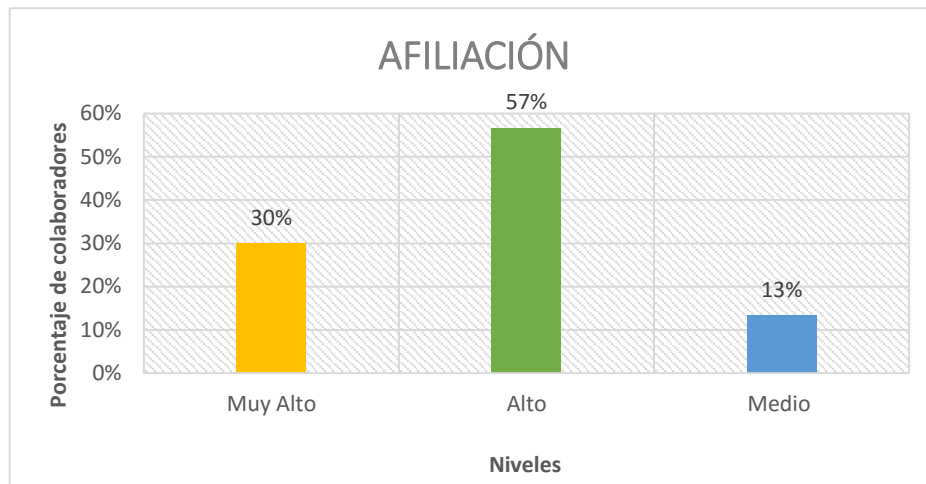


Figura 4. Nivel de la dimensión Afiliación en los colaboradores del área operativa

Análisis e Interpretación

La tabla N° 7 nos da a conocer que el 30% de agentes de seguridad privada se ubicó en el nivel Muy Alto, evidenciando que, fácil y cotidianamente se relacionan con las personas a su alrededor y compañeros de trabajo, construyendo relaciones a largo plazo, les gusta pertenecer a grupos de trabajo, gustan y optan por el trabajo en equipo y apoyo mutuo. Así mismo, el 57% alcanzó un nivel Alto, significando que se relacionan y buscan agradecer a sus compañeros de labores y personas ajenas a su centro de trabajo, conversando y tocando temas que no se relacionen con sus funciones cotidianas, priorizan el trabajo en equipo que el trabajo individual. Por otra parte, el 13% logró un nivel Medio, por lo que se interpreta que esporádicamente se relacionan con su entorno de trabajo y afianzan amistades duraderas, no les parece muy importante pertenecer a un grupo o trabajar en equipo.

Los estadígrafos, nos muestran que la media aritmética (\bar{X}) de los colaboradores de la muestra de estudio, en el nivel afectivo fue de 18.7 puntos; dicho resultado ubicó al grupo de estudio en un nivel alto. Por su parte la desviación estándar (S) que fue de 2.69%. El Coeficiente de Variabilidad (CV) el cual fue de 14.4%, nos indica que los datos tienen un comportamiento disperso convirtiéndose en un grupo heterogéneo.

3.2. Programa de Comunicación Interna a los colaboradores del área operativa de empresa de Seguridad Privada en Chiclayo.

Para cumplir con este objetivo se realizó la elaboración, validación y aplicación del programa, teniendo en cuenta los indicadores de las dimensiones: Cultura e Integración. Se estructuró 2 talleres, con 6 sesiones cada uno, los cuales ayudaran a fortalecer la motivación de los colaboradores. Este programa fue validado por tres expertos.

DIMENSIONES	TEMAS
Cultura	<ul style="list-style-type: none">▪ Identificación con los objetivos organizacionales▪ Valores organizacionales▪ Información laboral para el cumplimiento de funciones▪ Condiciones de trabajo▪ Comunicación Laboral▪ Hábitos laborales
Integración	<ul style="list-style-type: none">▪ Inducción laboral▪ Adaptación al cambio organizacional▪ Desempeño laboral▪ Compromiso en el puesto de trabajo▪ Comportamiento laboral▪ Equipos de trabajo.

3.3. Resultados Post-Test

Después de aplicar el programa de Comunicación Interna, se obtuvieron los siguientes resultados.

Tabla 8. Nivel de Motivación Laboral alcanzada por los colaboradores del área operativa

Nivel	Motivación		Estadísticos
	f	%	
Muy alto	0	0	$\bar{X}=60.2$ $S=4.57$ $CV=7.59$
Alto	14	47	
Medio	16	53	
Bajo	0	0	
Muy bajo	0	0	
Total	30	100	

Fuente: Escala de Motivación – MPLA, 08/01/2019

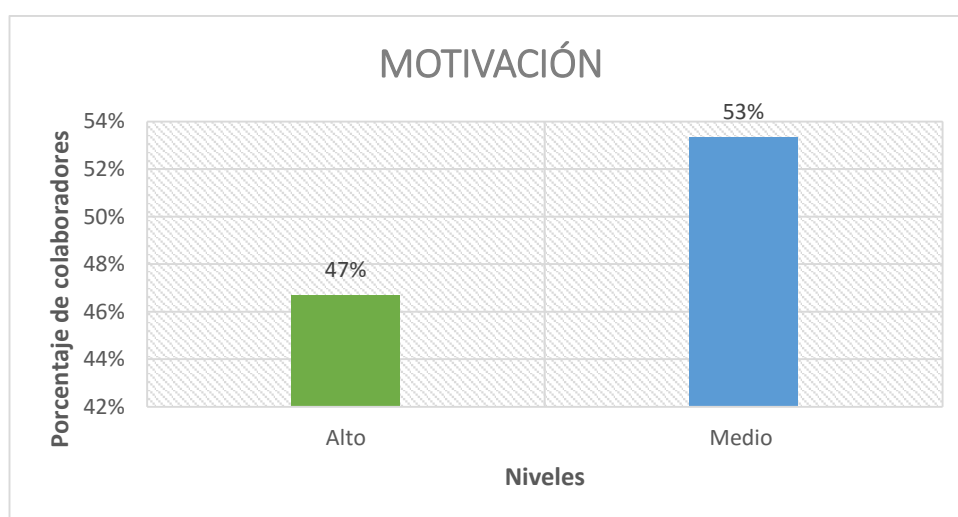


Figura 5. Nivel de Motivación Laboral alcanzada por los colaboradores del área operativa

Análisis e Interpretación

Se puede observar que el 47% de los trabajadores de seguridad privada obtuvo un nivel Alto, lo que se interpreta que la empresa les brinda las herramientas necesarias para el desarrollo de sus funciones, además de sentir que se reconoce su empeño y dedicación por el trabajo que realizan día a día, impulsando así su progreso y productividad. En tanto, un 53% se ubicó en un nivel Medio, evidenciando que usualmente la empresa los motiva o facilita de recursos para la ejecución de sus labores, al no sentirse motivados

no consideran tan propios los objetivos empresariales y no logran cumplir con las metas establecidas.

Según los datos estadígrafos, se visualiza que la media aritmética (\bar{X}) de los colaboradores de la muestra de estudio, fue de 60.2 puntos; promedio que ubica al grupo de estudio en el nivel medio. Por su parte la desviación estándar (S) que fue de 4.57%. El Coeficiente de Variabilidad (CV) el cual fue de 7.59%, nos indica que los datos de este nivel se han agrupado en relación a los datos del pre test por ello muestran un comportamiento homogéneo.

Tabla 9. Nivel de la dimensión Logro alcanzada por los colaboradores del área operativa

Nivel	Logro		Estadígrafos
	f	%	
Muy alto	23	77	$\bar{X}=22.1$ S=1.94 CV=8.76
Alto	7	23	
Medio	0	0	
Bajo	0	0	
Muy bajo	0	0	
Total	30	100	

Fuente: Escala de Motivación – MPLA, 08/01/2019

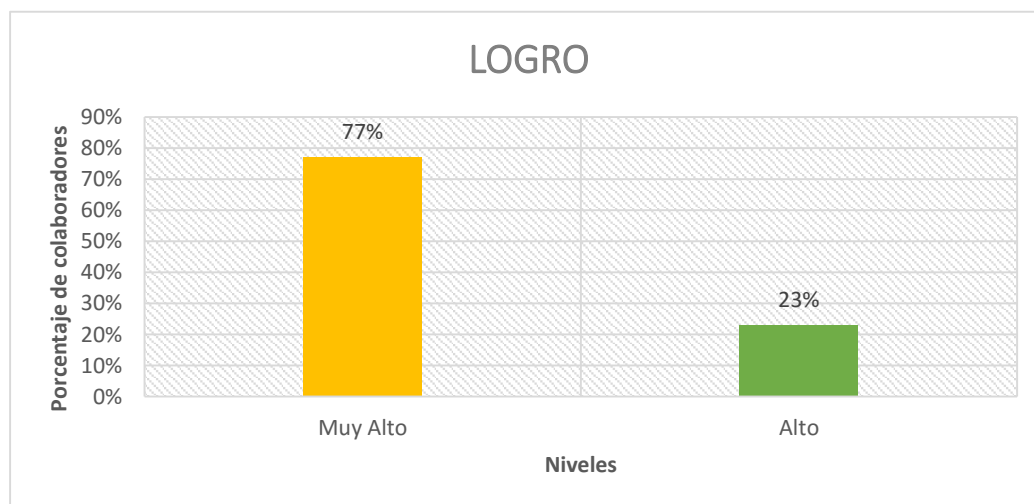


Figura 6. Nivel de la dimensión Logro alcanzada por los colaboradores del área operativa

Análisis e Interpretación

Se percibe que el 77% de los colaboradores alcanzó un nivel Muy Alto, lo que significa que día a día buscan ser mejores en la realización de sus funciones, demostrando empeño y dedicación en su trabajo, así también, asumen retos que consideren difíciles, pero no imposibles de cumplir, sintiéndose plenamente satisfechos al culminar con éxito estos retos, son realistas en cuanto a metas y objetivos profesionales, se sienten en la capacidad de dirigir un grupo o tener personas a su cargo. En tanto un 23% logró un nivel Alto, por lo que se entiende que perseveran para obtener un desempeño eficiente en su puesto de trabajo, buscando asumir retos difíciles que generen un mayor progreso en ellos de manera personal y profesional.

Según los datos estadígrafos, se visualiza que la media aritmética (\bar{X}) de los colaboradores de la muestra de estudio, fue de 22.1 puntos; dicho resultado ubicó al grupo de estudio en el nivel muy alto. Por su parte la desviación estándar (S) que fue de 1.94%. El Coeficiente de Variabilidad (CV) el cual fue de 8.76%, nos indica que los datos de esta dimensión se han agrupado en relación a los datos del pre test por ello muestran un comportamiento homogéneo.

Tabla 10. Nivel de la dimensión Poder alcanzada por los colaboradores del área operativa

Nivel	Poder		Estadígrafos
	f	%	
Muy alto	9	30	$\bar{X}=18.37$ S =2.71 CV =14.75
Alto	15	50	
Medio	6	20	
Bajo	0	0	
Muy bajo	0	0	
Total	30	100	

Fuente: Escala de Motivación – MPLA, 08/01/2019

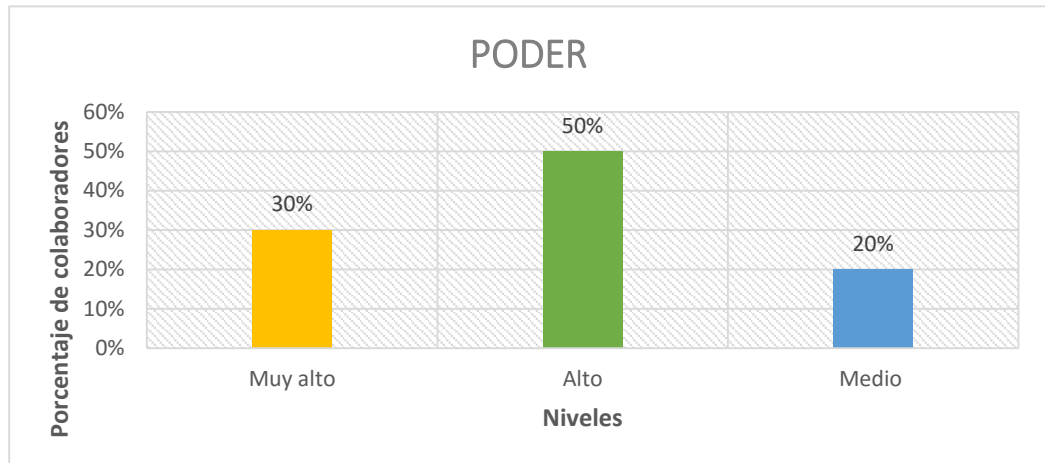


Figura 7. Nivel de la dimensión Poder alcanzada por los colaboradores del área operativa

Análisis e Interpretación

Se muestra que el 30% de agentes se ubicó en el nivel Muy Alto, interpretándose que, constantemente se miden o disputan con sus compañeros de trabajo por la obtención de un beneficio laboral, buscando salir victoriosos de dicha competencia, gustan y tienen autoridad y control sobre equipos de trabajo; buscan influir significativamente en otras personas para sacarle provecho a ello. Así mismo un 50% se situó en un nivel Alto, entendiéndose que les gusta competir para obtener algo a cambio, también buscan tener personal a su cargo o funciones que demanden gran responsabilidad, buscan influenciar en los demás. En tanto, se observa que un 20% se posicionó en un nivel Medio, evidenciando que esporádicamente buscan competir para obtener beneficios que ayuden a su desarrollo laboral, aún no se sienten preparados del todo para asumir el mando de personal o funciones de gran envergadura.

Según los datos estadísticos, se visualiza que la media aritmética (\bar{X}) de los colaboradores de la muestra de estudio, fue de 18.37 puntos; dicho resultado ubicó al grupo de estudio en el nivel alto. Por su parte la desviación estándar (S) que fue de 2.71%. El Coeficiente de Variabilidad (CV) el cual fue de 14.75%, nos indica que los datos de esta dimensión se han agrupado en relación a los datos del pre test por ello muestran un comportamiento homogéneo.

Tabla 11. Nivel de la dimensión Afiliación alcanzada por los colaboradores del área operativa

Nivel	Afiliación		Estadígrafos
	f	%	
Muy alto	7	23	$\bar{X}=19.4$ $S=2.18$ $CV=11.21$
Alto	21	70	
Medio	2	7	
Bajo	0	0	
Muy bajo	0	0	
Total	30	100	

Fuente: Escala de Motivación – MPLA, 08/01/2019

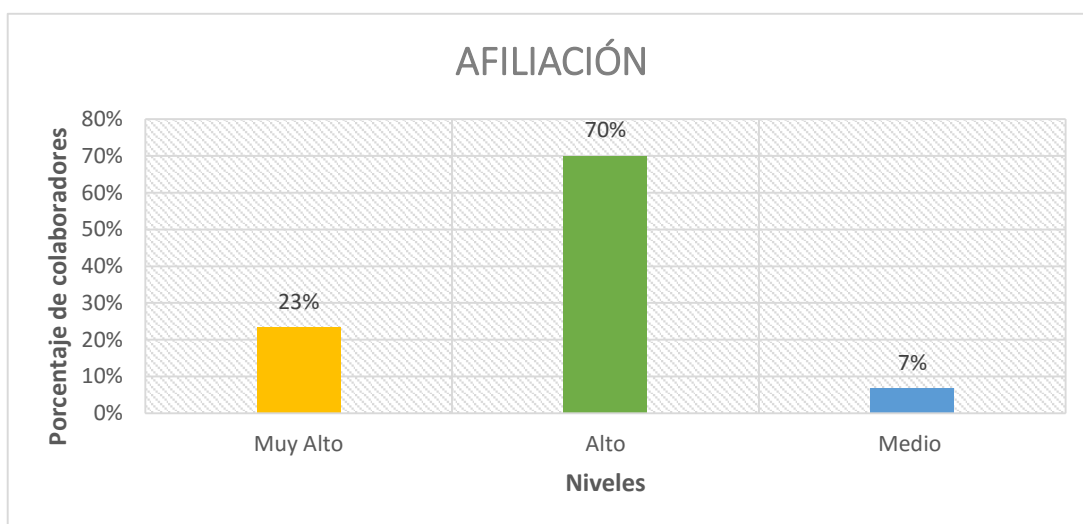


Figura 8. Nivel de la dimensión Afiliación alcanzada por los colaboradores del área operativa

Análisis e Interpretación

Se evidencia en la tabla N° 11 que un 23% de agentes de seguridad se posiciono en el nivel Muy Alto, evidenciando que, fácil y cotidianamente se relacionan con las personas a su alrededor y compañeros de trabajo, construyendo relaciones a largo plazo, les gusta pertenecer a grupos de trabajo, gustan y optan por el trabajo en equipo y apoyo mutuo. Así mismo, el 70% se colocó en un nivel Alto, significando que se relacionan y buscan agradar a sus compañeros de labores y personas ajenas a su centro de trabajo, conversando y tocando temas que no se relacionen con sus funciones cotidianas, priorizan el trabajo en equipo que el trabajo individual. Por otra parte, el 7% se ubicó en un nivel Medio, por lo que se interpreta que esporádicamente se

relacionan con su entorno de trabajo y afianzan amistades duraderas, no les parece muy importante pertenecer a un grupo o trabajar en equipo.

Según los datos estadígrafos, se puede apreciar que la media aritmética (\bar{X}) de los colaboradores de la muestra de estudio, fue de 19.4 puntos; dicho resultado ubicó al grupo de estudio en el nivel alto. Por su parte la desviación estándar (S) que fue de 2.18%. El Coeficiente de Variabilidad (CV) el cual fue de 11.21%, nos indica que los datos de esta dimensión se han agrupado en relación a los datos del pre test por ello muestran un comportamiento homogéneo.

3.4. Comparación de los resultados alcanzados del Pre y Post-test para determinar la efectividad del Programa de Comunicación Interna.

Tabla 12. Comparación de pre y post-test del nivel de la Motivación Laboral en los colaboradores del área operativa

Nivel	Motivación			
	Pre-test		Post-test	
	f	%	f	%
Alto	8	27	14	47
Medio	22	73	16	53
Total	50	100	50	100

Fuente: Tabla N° 4 y 8

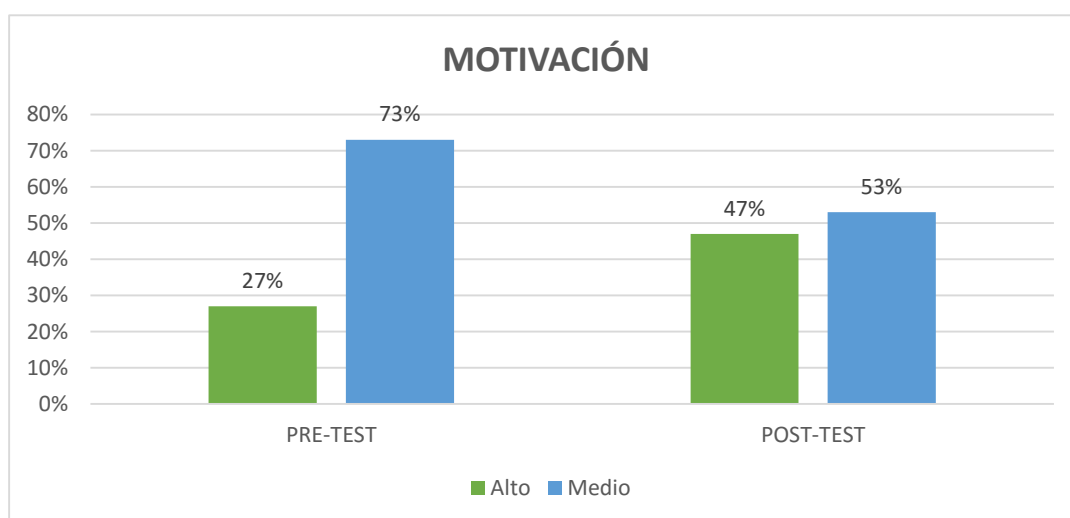


Figura 9. Comparación de pre y post-test del nivel de la Motivación Laboral en los colaboradores del área operativa

Análisis e Interpretación

Respecto al nivel de Motivación se apreció que en un inicio al administrar el pre-test a los colaboradores se obtuvo un porcentaje de 27% ubicándolos en un nivel Alto lo cual refiere que son entusiastas y tienen muy ánimo en la realización de sus funciones, se sienten involucrados con la organización, pues actúan con energía, direccionamiento y convicción para el logro de los objetivos de la organización, así como personales. Seguido con un 73%, siendo este el puntaje más alto, los agentes se encontraron en un nivel Medio, la cual se asume que frecuentemente desarrollan sus funciones con gran entusiasmo e involucramiento, son persistentes y buscan esforzarse para lograr las metas propuestas. Estos resultados han sido mejorados de manera considerable, pues en la etapa de post-test el nivel de Motivación en los colaboradores arrojó como resultado un porcentaje de 47% ubicándolos en un nivel Alto, seguido de un 53% posicionándolos en un nivel medio. Esto debido a que durante el programa de comunicación interna hacia los colaboradores se tocaron temas como: desempeño laboral, comunicación organizacional, identificación con los objetivos organizacionales y equipos de trabajo.

Tabla 1. Índices estadísticos comparativos del pre y post test de Motivación Laboral

	\bar{X}	S	CV
PRE TEST	55.23	7.25	13.13
POST TEST	60.2	4.57	7.59

Fuente: Tabla N° 12

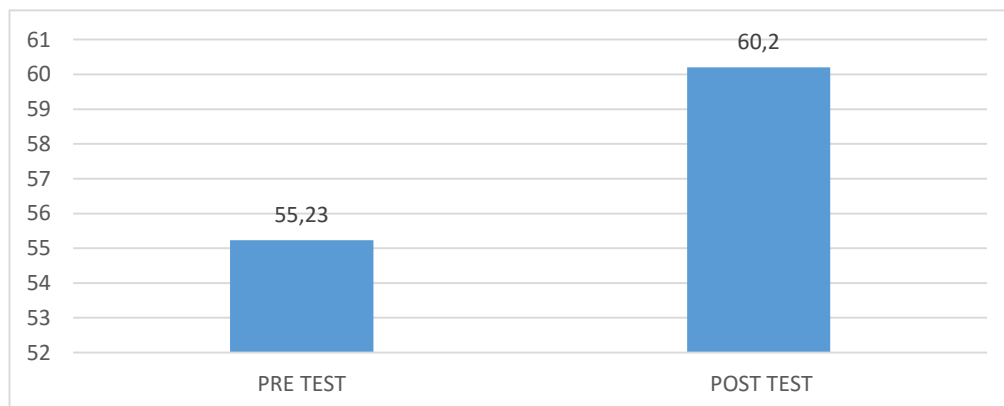


Figura 10. Índices estadísticos comparativos de pre y post test de Motivación Laboral

Análisis e Interpretación

La tabla 13 nos muestra las diferencias significativas entre el pre test y el post test de la variable motivación laboral, lo cual concluimos en un inicio el nivel de motivación laboral fue de 55.23 ubicándose en un nivel medio, sin embargo, luego de haberse aplicado el programa de comunicación interna se logró logro alcanzar a un 60.2 ubicándose en el nivel medio. Observamos que el coeficiente de variabilidad promedio del pre test fue de 13.13 lo que demuestra que en un inicio fue un grupo heterogéneo con datos dispersos, mientras que en el post test el coeficiente de variabilidad fue de 7.59 convirtiéndose en un grupo homogéneo. Esto nos permite comparar dichos resultados afirmando que el programa de comunicación interna en influyo en el fortalecimiento de la motivación laboral.

Tabla 14. Comparación de pre y post-test de la dimensión Logro en los colaboradores del área operativa

Nivel	Logro			
	Pre-test		Post-test	
	f	%	f	%
Muy Alto	17	57	23	77
Alto	13	43	7	23
Total	50	100	50	100

Fuente: Tabla N° 5 y 9

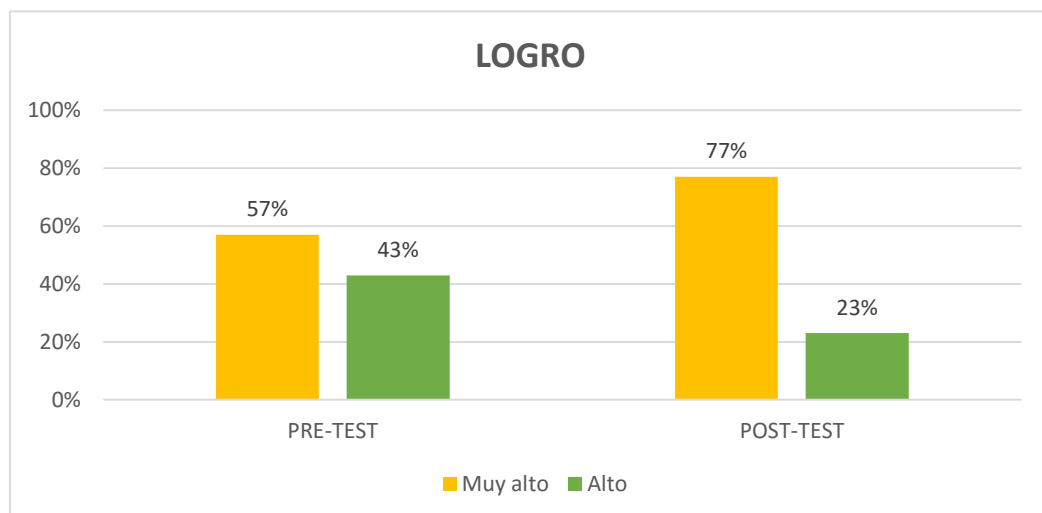


Figura 11. Comparación de pre y post-test de la dimensión Logro en los colaboradores del área operativa

Análisis e Interpretación

En la dimensión Logro se puede evidenciar que en un inicio se obtuvo como resultados un 57% posicionando a los agentes en un nivel Muy Alto, lo cual denota que tienen tendencia a alcanzar el éxito, fijándose metas reales y alcanzables, planificando toda actividad con anticipación y disfrutando de asumir responsabilidades de gran importancia, acompañado por un 43%, los colaboradores se encontraron en un nivel Alto, la cual hace referencia que se plantean metas asequibles, se deleitan al adjudicarles responsabilidades, deseando que se les brinde un feedback de su rendimiento y desempeño. Estos resultados han sido notablemente mejorados en la etapa de aplicación de post-test donde el mayor porcentaje lo obtuvo el nivel Muy Alto con un 77%, haciendo gran diferencia con el primer resultado obtenido en la etapa de pre-test, así mismo, se logró conseguir en el nivel Alto un porcentaje de 23%, siendo notoria la distinción con primer resultado, debido que en las sesiones que componen el programa de comunión interna se abordaron temas como desempeño laboral, información laboral en el puesto de trabajo e identificación con los objetivos organizacionales.

Tabla 15. Comparación de pre y post-test de la dimensión Poder en los colaboradores del área operativa

Nivel	Poder			
	Pre-test		Post-test	
	f	%	f	%
Muy Alto	3	10	9	30
Alto	11	37	15	50
Medio	15	50	6	20
Bajo	1	3		
Total	50	100	50	100

Fuente: Tabla N°6 y 10

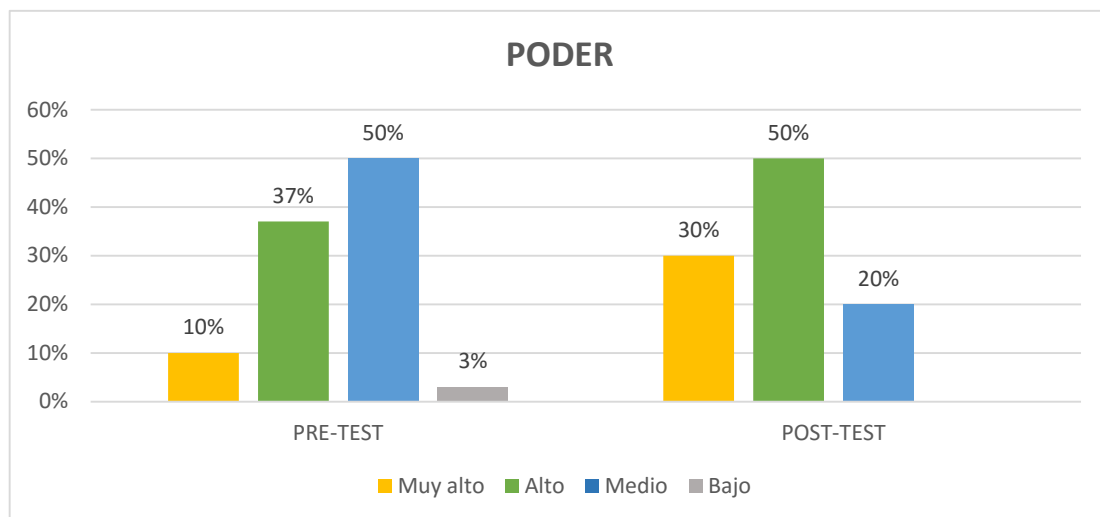


Figura 12. Comparación de pre y post-test de la dimensión Poder en los colaboradores del área operativa

Análisis e Interpretación

Respecto a la dimensión Poder en un inicio se reflejó los porcentajes de 10%, lo cual colocó los agentes en el nivel Muy Alto indicando la búsqueda de influencia, persuasión y control en los demás, ejerciendo poder y autoridad, a diferencia de aquellos que tienen una baja motivación de poder, seguido de un 37% ubicándolos en el nivel Alto lo cual refiere una conducta persuasiva e inspiradora de líder, que genera sentimientos de poder, así mismo, con un 50% se colocó a los colaboradores en un nivel Medio interpretándose que habitualmente buscan conseguir poder y persuasión en los demás ejerciendo el mando, en tanto, un 3% los posiciono en el nivel Bajo denotando la falta de control, influencia y persuasión en los demás. Estos resultados han variado de manera considerable en la etapa de post-test, teniendo porcentajes de 30% en el nivel Muy Alto, a comparación del resultado inicial, seguido de un alto porcentaje de 50% en el Nivel Alto, haciendo gran diferencia con el resultado obtenido en la etapa de pre-test, finalmente con un porcentaje de 20% los colaboradores se ubicaron en el nivel Medio, siendo este el de menor porcentaje, pues se evidencia que el 3% existente en la etapa de pre-test, fue superada y suprimida en la etapa de post-test, esto se debió a que se tocaron temas como comportamiento laboral y equipos de trabajo.

Tabla 16. Comparación de pre y post test de la dimensión Afiliación en los colaboradores del área operativa

Nivel	Afiliación			
	Pre-test		Post-test	
	f	%	f	%
Muy Alto	9	30	7	23
Alto	17	57	21	70
Medio	4	13	2	7
Total	50	100	50	100

Fuente: Tabla N° 7 y 11

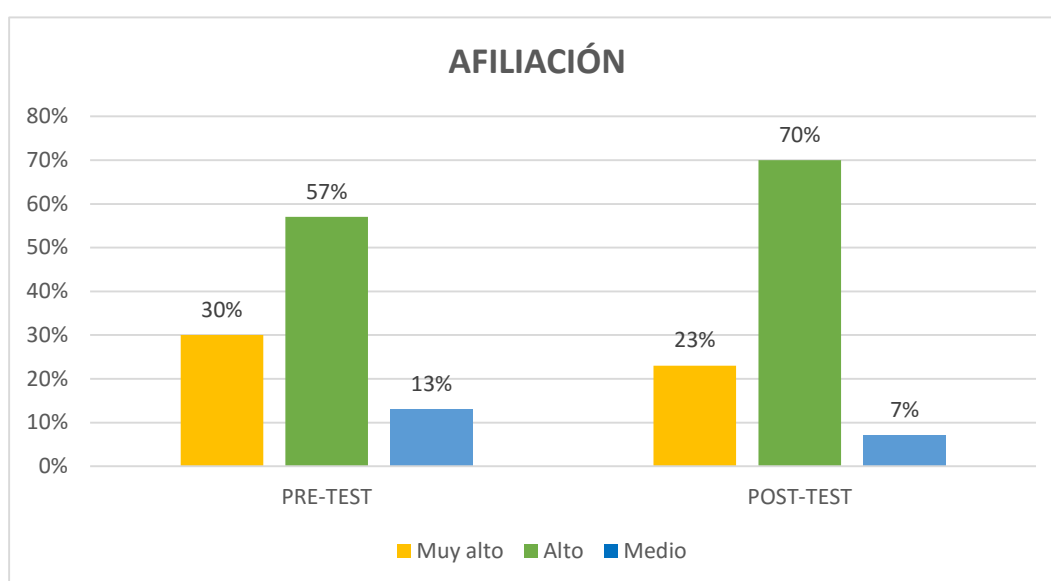


Figura 13. Comparación de pre y post-test de la dimensión Afiliación en los colaboradores del área operativa

Análisis e Interpretación

En cuanto a la dimensión Afiliación en la etapa de pre-test se evidenció porcentajes de 30% en los agentes encontrándose en un nivel Muy Alto lo cual señala que buscan relacionales amicales y organizacionales cálidas, llevaderas y duraderas, mediante niveles adecuados de comunicación, gustan y sienten que pueden ayudar a otras personas, se identifican con la empresa en la que laboran, seguido de un 57% se ubicaron en un nivel Alto indicando que agradan de relaciones organizacionales y amistades sólidas, con una apropiada comunicación, en tanto se reflejó un porcentaje de 13% lo cual se manifiesta que usualmente entablan relaciones sólidas y amistades duraderas, no siempre sienten que ayudar a los demás es prioritario. Estos resultados

han mejorado en la etapa de post-test en algunos niveles, obteniendo porcentajes de 23% colocando a los agentes en un nivel Muy Alto, habiendo una variación con el resultado inicial de la etapa de pre-test, seguido de un 70% se posicionaron en un nivel Alto, haciendo diferencia con el primer resultado, por ultimo un porcentaje de 7% los ubicó en un nivel Medio, observándose mejoras en comparación en el resultado inicial de pre-test. Esto se debió a que se abordaron temáticas como comunicación organizacional y compromiso con el puesto de trabajo.

Tabla 17. Dimensiones de la Motivación Laboral

Etapas	Índices Estadísticos	Logro	Poder	Afiliación
PRE TEST	\bar{X}	20.93	15.6	18.7
	s	2.32	3.55	2.69
	CV	11.07	22.75	14.4
POST TEST	x	22.1	18.37	19.4
	s	1.94	2.71	2.18
	CV	8.76	14.75	11.21

Análisis e Interpretación

En la tabla 17 nos demuestran los promedios que se han obtenido de cada una de las dimensiones donde se observan mejoras encontrándose en un nivel de motivación laboral medio (pre test) de las dimensiones: logro 20.93, poder 15.6 y afiliación 18.7, se mantuvo un nivel de motivación medio (post test), pero aumentando los promedios de las dimensiones: logro 22.1, poder 18.37 y afiliación 19.4 respectivamente. Asimismo, respecto al coeficiente de variabilidad se observa en el pre test una dispersión respecto a la media de cada una de las dimensiones lo cual en un inicio indicaba que era un grupo heterogéneo y que de acuerdo a los datos mostrados en el pos test luego de que se aplicó el programa de comunicación interna los datos se agruparon logrando de esta manera que dicho grupo fuera homogéneo.

3.5. Contratación de Hipótesis

Tabla 18. Prueba de muestras emparejadas

Diferencias emparejadas								
95% de intervalo de								
confianza de la								
diferencia								
	Media	Desviación estándar	Media de error estándar	Inferior	Superior	t	gl	Sig. (bilateral)
Par 1								
Pre test–	-4,967	7,122	1,300	-7,626	-2,307	-3,820	29	,001
Post test								

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla 18, se puede afirmar con un nivel de significancia de 0,01 la aceptación de la hipótesis planteada, la cual indica que la aplicación del Programa de Comunicación Interna fortalece la Motivación Laboral en los trabajadores del área operativa de una empresa de Seguridad Privada en Chiclayo.

IV. DISCUSIÓN

La investigación tiene como objetivo general determinar en qué medida el Programa de Comunicación Interna fortalece la Motivación Laboral en los colaboradores del área operativa de una empresa de Seguridad Privada en Chiclayo.

La motivación laboral de los trabajadores del área operativa se ubicó en un nivel medio con un 53%. Por ello, citamos a Vroom (1964), quien nos da a conocer que la motivación de un colaborador dependerá de los logros y objetivos que se ha propuesto laboralmente y las posibilidades reales existentes para conseguirlas. Lo que significa que inusualmente la empresa los motiva o facilita los recursos a sus colaboradores para la ejecución de sus labores lo cual al no sentirse motivados no consideran tan propios los objetivos de la organización y no logran cumplir con las metas establecidas. Este resultado se corrobora con Núñez y Vásquez (2015), quienes dan a conocer que los agentes de seguridad de una empresa privada de Chiclayo afirman que la motivación laboral que existe en la empresa se ubica en un nivel medio con un 54%. De esta manera Maslow (1943), nos da a conocer en su teoría de las necesidades que para que los trabajadores alcancen la motivación es de vital importancia que la organización les brinde las herramientas necesarias para satisfacer las necesidades en su trabajo, logrando así que los trabajadores encuentren sentido a su trabajo y se sientan satisfechos.

En cuanto a la dimensión logro se logró como resultado que los colaboradores se encontraron en un nivel muy alto con un 77%. Lo cual citamos a McClelland, quien da a conocer que la motivación de logro es un proceso de planeación y de esfuerzos hacia el progreso y la excelencia tratando de realizar algo único en su género. Lo que significa que los colaboradores que día a día buscan ser mejores en la realización de sus funciones, demostrando empeño y dedicación en su trabajo, así también, asumen retos que consideren difíciles, pero no imposibles de cumplir, sintiéndose plenamente satisfechos al culminar con éxito estos retos, son realistas en cuanto a metas y objetivos profesionales, se sienten en la capacidad de dirigir un grupo o tener personas a su cargo. Esto se corrobora con Sánchez (2015), quien da a conocer que los colaboradores administrativos de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos obtuvieron como resultado en la dimensión logro un 75%. De esta manera Vroom (1964) en su Teoría de la expectativa nos dice que la motivación es el valor que una persona le atribuye a un objetivo y la posibilidad de que esta se cumpla.

Respecto a la dimensión poder Sánchez (2015) afirma que los colaboradores administrativos de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos obtuvieron como resultado en la dimensión poder un 11% siendo esta la menos predominante. Esta afirmación no es compartida en esta investigación debido a que los colaboradores en el factor poder se ubicaron en un nivel alto con un 50%. Lo cual citamos a McClelland quien da a conocer que es la necesidad interna que desencadena el comportamiento de una persona a influir en otro ser humano o grupo de ellos. De lo que se concluye que a los trabajadores les gusta competir para obtener algo a cambio, también buscan tener personal a su cargo o funciones que demanden gran responsabilidad, buscan influenciar en los demás.

En tanto en la dimensión afiliación se logró obtener que los colaboradores alcanzaron un nivel alto con un 70%. Por ello, McClelland da a conocer que las personas que están motivadas por la afiliación buscan entablar amistades y relaciones cálidas a través de niveles adecuados de comunicación, etc. Lo que significa que los colaboradores se relacionan y buscan agradar a sus compañeros de labores y personas ajenas a su centro de trabajo, conversando y tocando temas que no se relacionen con sus funciones cotidianas, priorizando el trabajo en equipo que el trabajo individual. Esta apreciación es diferida por Quintero et al. (2014), quien indica que en la organización de vigilantes asociados de la costa oriental del Lago-Venezuela que el 28% de colaboradores no mantiene una buena comunicación con sus superiores.

V. CONCLUSIONES

- El programa de comunicación interna fortaleció la motivación laboral en los trabajadores del área operativa.
- Se diagnosticó el nivel actual de los colaboradores del área operativa obteniendo como resultados que el 27% se ubicó en un nivel alto y un 73% en un nivel Medio.
- Se aplicó el programa de comunicación interna a los colaboradores del área operativa, el cual estuvo estructurado por dos talleres, teniendo cada uno de ellos 6 sesiones.
- Se evaluó la motivación laboral alcanzada por los colaboradores del área operativa después de haber aplicado el programa, teniendo como resultados que el 47% se ubicó en un nivel alto y un 53% en un nivel medio.
- Se comparó los resultados alcanzados del pre y post-test determinando la efectividad del programa de comunicación interna, pues en la etapa de pre-test los colaboradores se ubicaron en un nivel alto con un 27% y un 73%, en un nivel medio. En tanto, en la etapa de post-test los agentes obtuvieron un porcentaje de 47% ubicándolos en un nivel alto y un 53% en un nivel medio.

VI. RECOMENDACIONES

- Se recomienda a la empresa Protege Perú Multiservicios SRL que el proyecto aplicado perdure, con el fin de que la motivación laboral en los colaboradores no decline y se mantenga la productividad y sostenibilidad de la empresa.
- Se recomienda a las organizaciones que tengan acompañamiento hacia sus colaboradores, así como apertura a escuchar sus opiniones e ideas, que les faciliten de capacitaciones constantes con el fin de afianzar y potenciar sus habilidades y capacidades, que les otorguen un crecimiento profesional o línea de carrera, reconozcan el esfuerzo y dedicación que realizan en el desarrollo y cumplimiento sus funciones, todo esto con el propósito de tener colaboradores altamente motivados y empresas con mayor demanda y productividad laboral.
- Se recomienda a los futuros investigadores que tomen en cuenta esta investigación que complementen o mejoren el proyecto aplicado a los trabajadores del área operativa de la organización Protege Perú Multiservicios SRL, pues ya tienen como base y accedente este estudio para desarrollar su investigación.

REFERENCIAS

- Aragón, P. (2011). *El secreto de la motivación*. México: Editorial Comunicarte
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación: Introducción a la metodología científica*. (6ª ed.). Caracas, Venezuela: EPISTEME, C.A. Recuperado de: <https://evidencia.com/wp-content/uploads/2014/12/EL-PROYECTO-DE-INVESTIGACION-6ta-Ed.-FIDIAS-G.-ARIAS.pdf>
- Balarezo, B. (2014). *La comunicación organizacional interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de la empresa SAN MIGUEL DRIVE* (Tesis de pregrado). Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/6696/1/132%20o.e.pdf>
- Behar, D. (2008). Metodología de la Investigación. Recuperado de <http://rdigital.unicv.edu.cv/bitstream/123456789/106/3/Libro%20metodologia%20investigacion%20este.pdf>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. Colombia: Person Education.
- Bertolino, M. (2010). *Comunicación Corporativa*. Revista nueva. Recuperado de <http://www.marcelobertolino.com/2010/09/60-de-los-problemas-empresariales-son-consecuencias-de-una-mala-comunicacion/>
- Brandolini, A., Gonzáles, M. y Hopkins, N. (2009). *Comunicación interna*. (1.a ed.). Argentina: La cruzía ediciones.
- Burga, G. y Wiese, S. (2018). *Motivación y Desempeño Laboral del personal administrativo en una empresa Agroindustrial de la región Lambayeque* (Tesis de maestría). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Perú. Recuperado de:

http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/1108/1/TM_BurgaVasquezGuisela_WiesseEslavaSandra.pdf.pdf

Butterfield. (01 de mayo de 2005). *Motivación en las organizaciones*. Recuperado el 2017, de www.theodinstitute.org

Chiavenato, I. (2000). *Administración de recursos humanos*. (5^aed.). Recuperado de <https://www.upg.mx/wp-content/uploads/2015/10/LIBRO-27-Administracion-de-Recursos-Humanos.pdf>.

Chico, M. (2016). *34% de mexicanos sin motivación en su trabajo*. Revista Universia, 2-4.

Correal, M., Bustos, M., Constanza, A. y Panqueva, M. (2008). *El lenguaje y la comunicación en los procesos organizacionales de la empresa*. Revista Escuela de Administración de Negocios, (62), 141-153. Recuperado de: <http://redalyc.org/pdf/206/20611457010.pdf>.

Félix, A. (2014). *La comunicación en las teorías de las organizaciones*. El cruzar del siglo XX y la revolución de las nuevas tecnologías. Una visión histórica. *Historia y Comunicación Social*, 19 (Especial), 195-210. Recuperado de: <http://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/45021/42392>.

Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. (5a edición). México: McGraw-Hill.

Fernández, C. (1986). *Comunicación Humana: Ciencia social*. México, D.F., México: McGraw Hill.

Fernández, C. (1999). *La comunicación en las organizaciones*. México: Editorial Trillas.

Fisher, D. (1993). *Communication in Organizations*, Baltimore, USA: West Publishing Company.

García, M. (2007). *Relación entre los factores de riesgo psicosocial y la resistencia al cambio organizacional en personal de seguridad de una empresa del sector económico terciario*. *Revista diversitas: perspectivas en psicología*, 3(2), 301-315. Recuperado de: https://researchgate.net/publication/28199729_Relacion_entre_los_factores_de_riesgo_psicosocial_y_la_resistencia_al_cambio_organizational_en_personal_de_seguridad_de_una_empresa_del_sector_economico_terciario

Goldhaber, G. (1984). *Comunicación organizacional*. México: Colección General.

González, R., & Salazar, F. (2008). *Aspectos básicos del estudio de muestra y población para la elaboración de los proyectos de investigación*. Cumaná.

Guzman, V. (2012). *Comunicación organizacional*. Tlalnepantla, México: Red Tercer Milenio S. C.

Hernández, J. (2014). *Relación entre la comunicación organizacional y el grado de satisfacción laboral de los empleados del departamento de alimentos y bebidas del Lidotel Hotel Boutique Caracas* (tesis de grado). Recuperada de <http://cuhelav.no-ip.org/anexos/15/02/10/1132.pdf>

Hernández, S. (2014). *Metodología de la investigación*. (6° ed.) México D.F., México: Mc Graw Hill.

Hernández, Fernández y Baptista. (2014). *metodología de la investigación*. 5taed. México: Mc Graw Hill. Recuperado de: https://www.esup.Edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf

- Kreps, G. (1993). *Organizational Communication*. (2ªed.). New York, USA: Longman.
- Lázaro, J. y Taboada, M. (2017). *Estrategias de comunicación interna para mejorar el clima organizacional en la “Corporación Mecha Service S.A.C” de la ciudad de Chiclayo*. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, Lambayeque, Perú.
- Manzano, H. (2017). *“La Comunicación Interna y el Desempeño Laboral del Talento Humano de La Cooperativa de Ahorro y Crédito San Salvador agencias Puno y Juliaca-2016”* (Tesis de pregrado). Universidad Nacional del Altiplano, Puno, Perú. Recuperado de: http://tesis.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/4840/Manzano_Chura_Hilda_Beatriz.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Martínez de Velasco y Nosnik, A. (1988), *Comunicación organizacional práctica*, México: Trillas. Recuperado de <file:///C:/Users/NICOLE/Downloads/Dialnet-ComunicacionOrganizacionalUnModeloAplicableALaMier-3990506.pdf>
- Mascaray, J. (1998). *Más allá de la Comunicación Interna: La intercomunicación*. Barcelona: Gestión 2000.
- Maslow, H. (1943). *Una teoría de motivación humana*. (2ªed.). New York, USA: Psychological Review.
- McClelland, D. (1961). *Estudio de la motivación humana*. Recuperado de <https://psicuagtab.files.wordpress.com/2012/06/mcclelland-david-estudio-de-la-motivacion-humana.pdf>
- Medrano, J. (2016). *Las habilidades gerenciales y la comunicación organizacional en el área administrativa de la sede del Gobierno Regional de Madre de Dios, 2016* (Tesis de maestría). Universidad Cesar Vallejo, Madre de Dios, Perú.

Recuperado de:
http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/20767/Me drano_VJM.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Morales, F. (2012). *La comunicación interna. Herramienta estratégica de gestión para las empresas*. Recuperado de <http://www.reddircom.org/textos/f-serrano.pdf>.

Moreno, B. (10 de noviembre del 2015). *Ocho de cada diez trabajadores sufre de desmotivación laboral*. RPP Noticias, pp.1-2.

Morris, M. y Maiston, M. (2001). *Introducción a la psicología*. México: Editorial Prentice

Muñoz, K. (2018). *“La Motivación y el Desempeño Laboral de los colaboradores del área de Recursos Humanos de la empresa Proseguridad S.A, Santiago de Surco 2018”* (Tesis de pregrado). Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú.
Recuperado de:
http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/19610/Mu%C3%B1oz_SKC.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Noreña, A., Alcara, N., Roja, J. y Rebolledo, D. (2011, 24 de mayo). *Aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa*. Revista Aquichan. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74124948006>

Núñez, D y Vásquez, S. (2015). *Motivación y desempeño laboral en agentes de seguridad de una empresa privada*. (Tesis de licenciado). Universidad Señor de Sipán. Chiclayo.

Palmer, M. (2016). *Programa de comunicación interna para mejorar la motivación laboral en los colaboradores del colegio Pamer Chiclayo – 2016*. (Tesis de pregrado). Universidad Señor de Sipán, Chiclayo, Perú.

- Pérez, R. (2014). *Motivación y Compromiso Organizacional en Personal Administrativo de Universidades Limeñas – 2014* (Tesis de pregrado). Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado de: http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/5747/PEREZ_TAPIA_RAQUEL_MOTIVACION_PERSONAL.pdf?sequence=1
- Perret, R. (2016). *El secreto de la motivación*, México: © Ricardo Perret 2017
- Puerta, C. (2017). “*Motivación y Satisfacción Laboral de los colaboradores de la Sub Gerencia de Desarrollo Institucional e Informática del Gobierno Regional Amazonas 2016*” (Tesis de pregrado). Universidad Cesar Vallejo. Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/21738/puerta_cc.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Quequejana, C. y Alipazaga, R. (2018). *Relación entre la comunicación interna y la satisfacción laboral en los profesionales de enfermería del servicio de nefrología del hospital Edgardo Rebagliati Martins, 2017* (Tesis de pregrado). Universidad Privada Norbert Wiener, Lima, Perú. Recuperado de: <http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1523/TITULO%20Quequejana%20Iquise%20Carmen.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Santos, K. (2014). “*Correlación de los valores organizacionales sobresalientes del personal administrativo de una empresa de consultoría y auditoría de Guatemala, por edad, género, religión y antigüedad laboral*” (Tesis de pregrado). Recuperada de: <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/05/42/Santos-Karen.pdf>
- Quintero, N., Africano, N. y Faría, E. (2014). *Clima organizacional y desempeño laboral del personal empresa vigilantes asociados costa oriente del lago*. Recuperado de: <file:///C:/Users/Downloads/DialnetClimaOrganizacionalYDesempenoLaboralDelPersonalEmp2573481.pdf>

- Sánchez, G. (2015). *La motivación según McClelland y el rendimiento laboral en trabajadores administrativos de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos* (Tesis Maestría). Universidad Mayor de San Marcos, Lima, Perú. Recuperado de: http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/5768/Sanchez_gw.pdf?sequence=1
- Steers y Braunstein (1976). *Una medida basada en el comportamiento de las necesidades manifiestas en configuración de trabajo*. Recuperado de: [http://www.spentamexico.org/v3-n1/3\(1\)%20143-185.pdf](http://www.spentamexico.org/v3-n1/3(1)%20143-185.pdf)
- Sum, M. (2015). *"motivación y desempeño laboral (estudio realizado con el personal administrativo de una empresa de alimentos de la zona 1 de quetzaltenango)"* (Tesis de Licenciatura). Universidad Rafael Landívar, Quetzaltenango, Ecuador. Recuperado de: <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2015/05/43/Sum-Monica.pdf>
- Tamayo y Tamayo, M. (2003). *El proceso de la Investigación científica*. México: Limusa S.A.
- Trujillo, L. (2017). *"Influencia de la Comunicación Interna en el Clima Organizacional de los empleados de las Instituciones Públicas Descentralizadas del sector Energía y Minas; 2017"* (Tesis de pregrado). Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Lima, Perú. Recuperado de: <http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/2193/TESIS%20DE%20TRUJILLO%20MARI%C3%91O%20LUPE%20KARIN.pdf?sequence=2>
- Umaña, A. (2015). *"Comunicación Interna y Satisfacción Laboral (estudio realizado con personal de restaurante de comida gourmet)"* (Tesis de Licenciatura). Universidad Rafael Landiva, Quetzaltenango, Ecuador. Recuperado de: <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2015/05/43/Uma%F1a-Angela.pdf>

Vroom, V. (1964). *Desarrollo y comportamiento de la motivación en el trabajo*.

Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n36/n36a08.pdf>.

ANEXOS

ANEXO 1: Matriz de Consistencia

TÍTULO: Programa de comunicación interna para fortalecer la motivación laboral en los colaboradores del área operativa de una empresa de Seguridad Privada en Chiclayo.

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	TIPO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN	TÉCNICAS	MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS
¿En qué medida el programa de Comunicación Interna fortalecerá la motivación laboral en los colaboradores de una empresa de Seguridad Privada en Chiclayo?	<p>OBJETIVO GENERAL: Determinar en qué medida el programa de comunicación interna fortalece la motivación laboral en los colaboradores de una empresa de Seguridad Privada en Chiclayo.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <p>Diagnosticar el nivel actual de la motivación laboral en los colaboradores de una empresa de Seguridad Privada en Chiclayo a través de la Escala de Motivación en el Trabajo.</p> <p>Aplicar el programa de comunicación interna en los colaboradores de una empresa de Seguridad Privada e Chiclayo.</p> <p>Evaluar la Motivación Laboral alcanzada por los colaboradores del área operativa de una empresa de Seguridad Privada en Chiclayo después de haber aplicado el programa de Comunicación Interna.</p> <p>Comparar los resultados alcanzados del pre y post test para determinar la efectividad del programa de comunicación interna.</p>	La aplicación del programa de comunicación interna fortalece la motivación laboral en los colaboradores de una empresa de Seguridad Privada en Chiclayo.	VI: Programa de Comunicación Interna	Tipo de Investigación: Explicativa, Aplicada y transversal.	50 colaboradores de una empresa de seguridad de Chiclayo	Observación Entrevista Encuesta	Estadística Descriptiva e inferencial
			VD: Motivación Laboral	DISEÑO			

				<p>Diseño pre experimental con pre y post test a un solo grupo de estudio, cuyo esquema es:</p> <p>G. : O₁ X O₂</p> <p>Dónde: G: Colaboradores de una empresa de Seguridad Privada, Chiclayo O1 : Programa de comunicación interna O2 : Escala de Motivación – MPLA (Logro, Poder y Afiliación) de Steers & Braunstein X : relación entre las variables</p>	30 colaboradores de una empresa privada de seguridad en Chiclayo	<p>Escala de Motivación – MPLA (Logro, Poder y Afiliación) de Steers & Braunstein</p>	
--	--	--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------	--

ANEXO 2



FACULTAD DE HUMANIDADES

CUESTINARIO DE MOTIVACIÓN

A. DATOS GENERALES

Sexo: F () M ()

Lugar de Procedencia: _____

Tiempo de servicio en la empresa: _____

Edad: ()

Nivel de Instrucción: primaria () secundaria () técnico () superior () N.A ()

Área a la que pertenece: _____

Estado Civil: soltero () casado () viudo () divorciado ()

B. Escala de motivación – MLPA (logro, poder y afiliación) de Steers, R y Braunstein, D. basados en la teoría de McClelland.

Instrucciones: Dibuje un aspa (“X”) en el número que describa mejor la forma en que usted se siente.

	1	2	3	4	5
1= Totalmente en desacuerdo 2= En desacuerdo 3= Ni en desacuerdo ni de acuerdo 4= De acuerdo 5= Totalmente de acuerdo					
ÍTEMS					
1. Trato fuertemente de mejorar mi desempeño anterior en el trabajo.					
2. Me gusta competir y ganar.					
3. A menudo encuentro que hablo con las personas a mí alrededor, acerca de asuntos que no se relacionan con el trabajo.					
4. Me gustan los retos difíciles.					
5. Me gusta llevar el mando.					
6. Me gusta agradar a otros.					
7. Deseo saber cómo voy progresando al terminar las tareas.					
8. Me enfrento a las personas que hacen cosas con las que estoy en desacuerdo.					
9. Tiendo a construir relaciones cercanas con mis compañeros de trabajo.					
10. Me gusta fijarme y alcanzar metas realistas.					
11. Me gusta influir en otras personas para que hagan lo que deseo.					
12. Me gusta pertenecer a grupos y organizaciones.					
13. Me agrada la satisfacción de terminar una tarea difícil.					
14. Con frecuencia trabajo para obtener más control sobre los acontecimientos a mí alrededor.					
15. Me gusta más trabajar con otras personas que solo.					

ANEXO 3:

ANÁLISIS DE CONFIABILIDAD DEL CUESTIONARIO DE MOTIVACIÓN

Se presentan los resultados obtenidos del análisis de confiabilidad del cuestionario de motivación el mismo que está compuesto por tres dimensiones, que se encuentran detalladas en la operacionalización de variables.

Se operativizó mediante el programa SPSS-24, para los 15 ítems del instrumento.

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	10	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,788	15

Fiabilidad del Instrumento de Motivación por Dimensiones

Alfa de Cronbach por Dimensiones de la variable motivación

Dimensiones	Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basado en elementos estandarizados	N ^a de ítems
Logro	,807	,830	5
Poder	,724	,765	5
Afiliación	,701	,700	5

Fuente: Software SPSS-24 Dimensiones

ANEXO 4:

VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS PARA EL PROGRAMA DE COMUNICACIÓN INTERNA

FICHA DE JUICIO DE EXPERTO PARA VALIDACIÓN DE PROPUESTA

1. INFORMACIÓN DEL EXPERTO:

- 1.1 Nombre y Apellido : Alex Andrés Acosta Díaz
- 1.2 Profesión : Psicólogo Organizacional
- 1.3 Grado académico : Magister
- 1.4 Título Profesional : Lic. psicología
- 1.5 Institución donde trabaja : UCU
- 1.6 Cargo que desempeña : Docente
- 1.7 Teléfono : 959204811
- 1.8 Correo Electrónico : alandrs4@hotmail.com

Estimado Señor.
Alex Ávila Díaz

Reciba saludo cordial y al mismo tiempo le informo que se requiere realizar una VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTO a la Propuesta titulado: "Programa de comunicación interna para fortalecer la motivación laboral en los colaboradores del área operativa de una empresa de Seguridad Privada en Chiclayo". En tal sentido recurro a usted para solicitar dicha Validación. (En Anexo se adjunta la Propuesta). Se propone una escala con 3 niveles en orden ascendente. Marque con una "X" conforme considere su conocimiento sobre el programa a evaluar

FICHA DE JUICIO DE EXPERTO.

Nro. ITEM	CRITERIO DE VALIDACIÓN	Inadecuada. (Se debe cambiar, requiere cambios sustanciales)	Medianamente adecuada. (Se debe mejorar)	Adecuada.
01	Estructura general de la Propuesta.			/
02	Marco teórico y antecedentes que sustenta la propuesta general.			/
03	Coherencia de los componentes de la Propuesta con la información del diagnóstico del fenómeno en estudio.			/
04	Coherencia entre los componentes de la Propuesta con los objetivos de la investigación.			/
05	Se detalla del plan de acción para la implementación de la propuesta.			/
06	Viabilidad de la implementación de la Propuesta			/

Observaciones: _____

APRECIACION GENERAL DE LA PROPUESTA

Luego de realizada la revisión del documento titulado "Programa de comunicación interna para fortalecer la motivación laboral en los colaboradores del área operativa de una empresa de Seguridad Privada en Chiclayo", presentado por el Mg. Alex Ávila Díaz, se otorga la siguiente calificación.

CALIFICACION DE LA PROPUESTA

Inadecuada.	Medianamente adecuada.	Adecuada.
		Y

Marcar con un aspa

Nombre del Experto:

Alex Ávila Díaz

DNI:

41741167

FIRMA.



**FICHA DE JUICIO DE EXPERTO
PARA VALIDACIÓN DE PROPUESTA**

1. INFORMACIÓN DEL EXPERTO:

1.1 Nombre y Apellido : *Luis Alberto Chunga Pajares*
 1.2 Profesión : *Psicólogo*
 1.3 Grado académico : *Magister*
 1.4 Título Profesional : *Psicólogo*
 1.5 Institución donde trabaja : *UCU - UDCH - IPAE*
 1.6 Cargo que desempeña : *Docente*
 1.7 Teléfono : *979769286*
 1.8 Correo Electrónico : *luchocha - 227 @ hotmail.com*

Estimado Señor.
Mg. Luis Chunga Pajares

Reciba saludo cordial y al mismo tiempo le informo que se requiere realizar una VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTO a la Propuesta titulado: "Programa de Comunicación Interna para fortalecer la Motivación Laboral en los colaboradores del área operativa de una empresa de Seguridad Privada - Chiclayo". En tal sentido recurro a usted para solicitar dicha Validación. (En Anexo se adjunta la Propuesta). Se propone una escala con 3 niveles en orden ascendente. Marque con una "X" conforme considere su conocimiento sobre el programa a evaluar

FICHA DE JUICIO DE EXPERTO.

Nro. ITEM	CRITERIO DE VALIDACIÓN	Inadecuada. (Se debe cambiar, requiere cambios sustanciales)	Medianamente adecuada. (Se debe mejorar)	Adecuada.
01	Estructura general de la Propuesta.			X
02	Marco teórico y antecedentes que sustenta la propuesta general.			X
03	Coherencia de los componentes de la Propuesta con la información del diagnóstico del fenómeno en estudio.			X
04	Coherencia entre los componentes de la Propuesta con los objetivos de la investigación.			X
05	Se detalla del plan de acción para la implementación de la propuesta.			X
06	Viabilidad de la implementación de la Propuesta			X

Observaciones: _____

APRECIACION GENERAL DE LA PROPUESTA

Luego de realizada la revisión del documento titulado: "Programa de comunicación interna para fortalecer la motivación laboral en los colaboradores del área operativa de una empresa de Seguridad Privada en Chiclayo", presentado por el Mg. Luis Chunga Pajares, se otorga la siguiente calificación.

CALIFICACION DE LA PROPUESTA

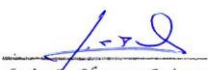
Inadecuada.	Medianamente adecuada.	Adecuada.
		x

Marcar con un aspa

Nombre del Experto: *Luis Alberto Chunga Pajares.*

DNI: *43500086*

FIRMA.


Luis A. Chunga Pajares
PSICÓLOGO
C.Fs.P. 14245

FICHA DE JUICIO DE EXPERTO PARA VALIDACIÓN DE PROPUESTA

1. INFORMACIÓN DEL EXPERTO:

- 1.1 Nombre y Apellido : Fernando Suarez S.
- 1.2 Profesión : Psic.
- 1.3 Grado académico : Maestría.
- 1.4 Título Profesional : Uc. Ps.
- 1.5 Institución donde trabaja : USMP
- 1.6 Cargo que desempeña : Coordinador
- 1.7 Teléfono : 975578053
- 1.8 Correo Electrónico : fersuarez10@gmail.com

Estimado Señor.
Psic. Fernando Suarez Santacruz

Reciba saludo cordial y al mismo tiempo le informo que se requiere realizar una VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTO a la Propuesta titulado: "Programa de Comunicación Interna para fortalecer la Motivación Laboral en los colaboradores del área operativa de una empresa de Seguridad Privada - Chiclayo". En tal sentido recurro a usted para solicitar dicha Validación. (En Anexo se adjunta la Propuesta). Se propone una escala con 3 niveles en orden ascendente. Marque con una "X" conforme considere su conocimiento sobre el programa a evaluar.

FICHA DE JUICIO DE EXPERTO.

Nro. ITEM	CRITERIO DE VALIDACIÓN	Inadecuada. (Se debe cambiar, requiere cambios sustanciales)	Medianamente adecuada. (Se debe mejorar)	Adecuada.
01	Estructura general de la Propuesta.			X
02	Marco teórico y antecedentes que sustenta la propuesta general.			X
03	Coherencia de los componentes de la Propuesta con la información del diagnóstico del fenómeno en estudio.			X
04	Coherencia entre los componentes de la Propuesta con los objetivos de la investigación.			X
05	Se detalla del plan de acción para la implementación de la propuesta.			X
06	Víabilidad de la implementación de la Propuesta			X

Observaciones: _____

APRECIACION GENERAL DE LA PROPUESTA

Luego de realizada la revisión del documento titulado: "Programa de comunicación interna para fortalecer la motivación laboral en los colaboradores del área operativa de una empresa de Seguridad Privada en Chiclayo", presentado por el Psic. Fernando Suarez Santacruz, se otorga la siguiente calificación.

CALIFICACION DE LA PROPUESTA

Inadecuada.	Medianamente adecuada.	Adecuada.
		<input checked="" type="checkbox"/>

Marcar con un aspa

Nombre del Experto: *Fernando Suarez S.*

DNI: *16589758*

FIRMA.



ANEXO 5:

“PROGRAMA DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA FORTALECER LA MOTIVACIÓN LABORAL EN LOS COLABORARES DEL ÁREA OPERATIVA DE UNA EMPRESA DE SEGURIDAD PRIVADA EN CHICLAYO”

I. DATOS INFORMATIVOS

1. Dirigido a : Agentes de seguridad de la empresa Protege Perú Multiservicios SRL.
2. N° participantes: 30 colaboradores
3. N° de talleres : 2
4. N° de sesiones : 12
5. Duración : 1 mes y medio
6. Responsable : Enma Cajo Pizarro

II. FUNDAMENTACIÓN

Ejes de la Comunicación Interna

Brandolini, Gonzáles Frigoli y Hopkins (2009) Hacen referencia que, para conseguir la buena articulación de la comunicación interna, es primordial que la actividad comunicativa fluya en la colaboración de todos los integrantes de la empresa. Es así, que todos los colaboradores deben sentirse parte en la comunicación como receptores de información.

III. OBJETIVOS

Objetivo General.

- Determinar en qué medida el programa de comunicación interna fortalece la motivación laboral en los colaboradores del área operativa de una empresa de Seguridad Privada en Chiclayo.

Objetivos Específicos.

- Lograr que los agentes de seguridad reconozcan el nivel de integración laboral con la empresa y compañeros de trabajo.
- Lograr que los agentes de seguridad identifiquen el modelo de cultura organizacional que adopta su empresa y como esta influye en su motivación, comunicación y productividad laboral

IV. METODOLOGÍA:

- ❖ Inicio y/o Presentación
- ❖ Desarrollo
- ❖ Cierre

V. RECURSOS:

- ✓ **Recursos Humanos**
 - ❖ Agentes de seguridad de la empresa Protege Perú Multiservicios SRL.
 - ❖ Interna de Psicología Organizacional.
- ✓ **Recursos Materiales**
 - ❖ Hojas bond
 - ❖ Lapiceros
 - ❖ Plumones
 - ❖ Papelotes
 - ❖ Sillas

VI. EVALUACIÓN:

Se realizarán evaluaciones constantes al momento de finalizar cada sesión, como, por ejemplo, cuestionarios, feedback, análisis y solución de casos, entrevistas grupales, juego de funciones (role playings).

VII. TALLERES Y SESIONES A DESARROLLAR:

N° TALLER	TEMAS DE LAS SESIONES
N° 1: CULTURA	“Identificación con los objetivos organizacionales”
	“Valores organizacionales”
	“Información laboral para el cumplimiento de funciones”
	“Condiciones de trabajo”
	“Comunicación Laboral”
	“Hábitos Laborales”
N° 2: INTEGRACIÓN	“Inducción laboral”
	“Adaptación al cambio organizacional”
	“Desempeño laboral”
	“Compromiso con el puesto de trabajo”
	“Comportamiento organizacional”
	“Equipos de trabajo”

Taller N°1

“CULTURA ORGANIZACIONAL”

I. DATOS INFORMATIVOS:

1. Dirigido a : Agentes de Seguridad de la Empresa Protege Perú Multiservicios SRL.
2. N° de participantes: 30 colaboradores
3. N° de sesiones :
 - Sesión 1: “Identificación con los objetivos organizacionales”
 - Sesión 2: “Valores Organizacionales”
 - Sesión 3: “Información laboral para el cumplimiento de funciones”
 - Sesión 4: “Condiciones de trabajo”
 - Sesión 5: “Comunicación organizacional”
 - Sesión 6: “Hábitos Laborales”
4. Duración : 3 semanas
5. Responsable : Enma Margarita Cajo Pizarro.

II. FUNDAMENTACIÓN:

Según Ritter (2008) la cultura organizacional es el ambiente en la que se desenvuelven los integrantes de una organización, producida por una sucesión de presunciones y valores compartidos. Es decir, está compuesto por un grupo de normas, comportamientos, tradiciones, valores, políticas, hábitos, creencias y expectativas que poseen los integrantes de la compañía.

Según Brandolini, González Frigoli y Hopkins (2009), lo importante del desarrollo de una cultura fundada en la comunicación como proceso ayuda a conseguir que los trabajadores se sientan en la libertad de dialogar y pedir información, logrando generar confianza y disminuyendo la incertidumbre (p. 7).

III. OBJETIVOS:

Objetivo General:

Lograr que los colaboradores reconozcan el modelo de cultura organizacional que adopta su empresa y como esta influye en su motivación, comunicación y productividad laboral.

Objetivos Específicos:

- Lograr que los colaboradores identifiquen los objetivos que guían a la organización y como consecución al logro de metas.
- Lograr que los colaboradores identifiquen y adopten los valores que rigen su organización
- Conocer si los colaboradores disponen de información, medios y recursos para desempeñar sus funciones de manera óptima.
- Lograr que los colaboradores reconozcan e identifiquen las condiciones de trabajo en las cuales realizan sus actividades cotidianas.
- Desarrollar vínculos de comunicación adecuada.
- Identificar los hábitos perjudiciales a la organización.

IV. TEMÁTICA A DESARROLLAR

Nº TALLER	TEMAS DE LAS SESIONES
Nº 1: CULTURA	“Identificación con los objetivos organizacionales”
	“Valores Organizacionales”
	“Información laboral para el cumplimiento de funciones”
	“Condiciones de trabajo”
	“Comunicación Laboral”
	“Hábitos laborales”

V. METODOLOGÍA:

- ❖ Inicio y/o Presentación
- ❖ Desarrollo
- ❖ Cierre

VI. RECURSOS:

✓ **Recursos Humanos**

- ❖ Colaboradores del área operativa de una empresa de Seguridad Privada.
- ❖ Interna de Psicología Organizacional.

✓ **Recursos Materiales**

- ❖ Hojas bond
- ❖ Materiales de oficina
- ❖ Plumones
- ❖ Pizarra
- ❖ Sillas

VII. EVALUACIÓN:

Se realizarán evaluaciones constantes al momento de iniciar y finalizar cada sesión, como, por ejemplo, cuestionarios, feedback, análisis y solución de casos, entrevistas grupales, juego de funciones (role playing).

SESIÓN N° 1: “IDENTIFICACIÓN CON LOS OBJETIVOS ORGANIZACIONALES”

DENOMINACIÓN	OBJETIVO DE LA SESIÓN	ETAPAS	ACTIVIDADES	DESCRIPCIÓN	RECURSOS	DURACIÓN
“Identificación con los objetivos organizacionales”	Lograr que los colaboradores identifiquen los objetivos que guían a la organización y como consecución al logro de metas.	Inicio	Presentación	El capacitador se presenta y da la bienvenida a los colaboradores asistentes al taller	----	15 minutos
			Aplicación de Pre Test	Se aplicará a los colaboradores un pre test para evaluar y conocer saberes previos de los temas a tratar en las sesiones contenidas del primer taller.	Hojas Bond Lápices	15 minutos
			Preguntas	El ponente hará preguntas como: ¿qué entienden por objetivos?, ¿es importante plantearnos objetivos personales o laborales?, todo ello con la finalidad de ir introduciéndolos al tema a desarrollar.	-----	20 minutos
		Desarrollo	Exposición de la sesión	La sesión estará compuesta por las siguientes preguntas: <ul style="list-style-type: none"> •¿Qué son los objetivos organizacionales? •Importancia de los objetivos organizacionales 	Diapositivas Folletos informativos	25 minutos

				•Tipos de objetivos organizacionales		
			Conversatorio	El ponente y los colaboradores hablaran sobre los objetivos que tiene su organización y en qué medida se cumplen cada uno de estos.		15 minutos
		Cierre	Conclusiones finales	Los colaboradores expondrán sus opiniones acerca del tema desarrollado, lo mismo para el ponente.	-----	15 minutos

SESIÓN N°1 “IDENTIFICACIÓN CON LOS OBJETIVOS ORGANIZACIONALES”

1. INICIO.

❖ PRESENTACIÓN:

El capacitador menciona brevemente todos los temas que se tocaron durante la realización del primer taller. Así mismo, se presentará a los colaboradores el segundo taller y dar inicio de la sesión a tratar.

❖ APLICACIÓN DE PRE TEST (ANEXO 01):

Se aplicará a los colaboradores un pre test para evaluar y conocer saberes previos de los temas a tratar en las sesiones contenidas del primer taller.

❖ PREGUNTAS:

El ponente hará preguntas como: ¿qué entienden por objetivos?, ¿es importante plantearnos objetivos personales o laborales?, todo ello con la finalidad de ir introduciéndolos al tema a desarrollar.

2. DESARROLLO.

❖ EXPOSICIÓN DEL TEMA:

El ponente utilizara como recursos:

- Diapositivas con el contenido del tema. (ANEXO 02)
- Folletos informativos de la sesión. (ANEXO 03)

A continuación, se expondrá algunos puntos, teniendo en cuenta la siguiente temática:

- ¿Qué son los objetivos organizacionales?

Los objetivos de una empresa son los resultados, situaciones o estados que se pretenden alcanzar en un periodo de tiempo y a través del uso de sus recursos.

- Importancia de los objetivos organizacionales

Establecer objetivos es esencial para el éxito de una empresa pues éstos establecen un curso a seguir y sirven como fuente de motivación para los miembros de la misma. Los objetivos de la

empresa ayudan a dirigir, controlar y revisar el éxito de la actividad empresarial.

- Tipos de objetivos organizacionales
 - **Objetivos a largo plazo:** Cuyos objetivos formulados para un periodo de 3 a 5 años.
 - **Objetivos de medio plazo:** Cuyos objetivos propuestos para ejecutarse en un periodo de 1 a 3 años.
 - **Objetivos de corto plazo:** Formulados para un periodo no mayor a 1 año.

❖ **CONVERSATORIO**

En este conversatorio, tanto ponente como participantes intercambiarán ideas y debatirán sobre los objetivos que tiene su organización y en qué medida estos se esfuerzan para cumplir con cada uno de ellos.

3. CIERRE

❖ **CONCLUSIONES FINALES**

Los participantes, darán a conocer sus opiniones acerca del tema desarrollado.

SESIÓN N° 2: “VALORES ORGANIZACIONALES”

DENOMINACIÓN	OBJETIVO DE LA SESIÓN	ETAPAS	ACTIVIDADES	DESCRIPCIÓN	RECURSOS	DURACIÓN
“Valores organizacionales”	Lograr que los colaboradores identifiquen y adopten los valores que rigen su organización	Inicio	Feedback	Se recordará puntos importantes de la sesión anterior.		5 minutos
			Dinámica de introducción	Se realizará la dinámica “Aclaración de valores” para presentar el tema a tratar.	Hoja bond	15 minutos
			Presentación	Se dará una breve introducción de la sesión a presentar, mencionando algunos puntos del contenido a desarrollar.		10 minutos
		Desarrollo	¿Qué son los valores organizacionales?	Elemento clave que sirve para el cumplimiento de objetivos organizacionales, además, de construir un ambiente sano y agradable para los miembros de una empresa.	Diapositivas Pizarra Plumones	10 minutos
			¿Cuáles y cuántos son los valores organizacionales?	Se dará a conocer el número de valores organizacionales que existen y cuántos de estos son utilizados por las empresas. Cada colaborador identificará los valores con los que cuenta su centro de labores, los escribirá en	Hojas bond Lápices o lapiceros	30 minutos

				una hoja y luego será difundida con los presentes		
		Cierre	Video de cierre de sesión	Se proyectará el video “Ejemplo de valores” relacionado con el tema de valores organizacionales.	-----	3:27 minutos
			Fin de sesión	Se agradece a los colaboradores por su tiempo y atención antes y durante el desarrollo de la sesión.		

SESIÓN N°2: “VALORES ORGANIZACIONALES”

1. INICIO.

❖ **FEEDBACK:**

El ponente y colaboradores recordarán la importancia de la temática tratada en la sesión anterior, además los participantes se sincerarán relatando de qué manera está favoreciendo el programa en su vida laboral.

❖ **DINÁMICA DE INTRODUCCIÓN:**

La dinámica que se desarrollará se denomina: “ACLARACIÓN DE VALORES”

<p>Participantes</p> <p>Es apto para grupos de cualquier tipo y número, funciona bastante bien para cualquier edad.</p>	<p>Duración</p> <p>10 minutos</p>	<p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Demostrar que los valores varían de acuerdo con las personas y las organizaciones - Concientizar a los miembros participantes sobre el problema de los valores diferentes
<p>Desarrollo de la dinámica</p> <p>I. El instructor explica al comienzo el ejercicio, y a continuación distribuye una hoja con frases a cada miembro, para que pueda escoger la más importante entre las tres. Las tres frases pueden ser; por ejemplo: * Ser generoso con las demás personas. * Ser su propio jefe. * Tener amigos comprensivos</p> <p>II. Hecha la elección, se forman subgrupos, juntándose los miembros de acuerdo con la</p>		<p>Evaluación:</p> <p>1. ¿Cómo se relaciona esta dinámica, con los valores que deben existir en la organización?</p>

elección hecha. Aquellos que escogieron, por ejemplo, la primera frase como más importante, discutirán las razones que tuvieron para hacerlo, Así se forman subgrupos semejantes, para cada frase

III. Después de unos diez minutos de discusión se forma el plenario, para exponer a todos los participantes las razones de la elección de tal o cual frase.

VI. Al final, habrá tiempo para opiniones sobre la experiencia vivida en el ejercicio.

❖ **PRESENTACIÓN:**

El ponente toma la palabra, para presentar la sesión a desarrollarse, y explicar los objetivos de esta.

2. DESARROLLO.

El ponente utilizara como recursos:

- Diapositivas con el contenido de las preguntas a desarrollar con los agentes. (ANEXO 04)

❖ **¿QUÉ SON LOS VALORES ORGANIZACIONALES?**

Se explicará de manera detallada, el significado de los valores organizacionales, así los participantes tendrán un panorama más amplio y claro sobre esta temática tan importante para la cultura de la organización.

Chiavenato y Sapiro (2010) (citado por Chávez, 2014, párr. 4) definen los valores organizacionales como virtud, cualidad, identificación,

pertenencia, respeto a la complejidad, cultura de calidad y con ello practicar la transparencia de servicio.

❖ ¿CUÁNTOS Y CUÁLES SON LOS VALORES ORGANIZACIONALES?

Es importante que todos los colaboradores de la organización, conozca e identifique los valores que se imparten en su centro de labores, para tener la certeza que los participantes conocen de sus valores, se le pedirá a cada uno que, en una hoja en blanco, escriba todos los valores que se profesan en su organización, así mismo explicará brevemente como se cumple cada uno de ellos.

- Cooperación y trabajo en equipo: Apoyo mutuo entre unos y otros, trabajan de manera conjunta como si fueran uno solo, con finalidad de lograr un objetivo en común.
- Comunicación: Es fundamental, pues busca fluidez y entendimiento al momento de comunicar o comunicarse con sus superiores o clientes.
- Puntualidad: Respetar los horarios de entrada y salida de la organización, así como el de nuestros clientes.
- Responsabilidad: Ser responsable con funciones que ejecuta y con el trabajo que realiza.
- Seguridad: Generar un vínculo de confianza con el cliente, otorgándoles tranquilidad y seguridad.
- Honestidad: La verdad, ante todo, pues es fundamental para generar confianza y la credibilidad de la organización.
- Respeto: Respeto mutuo, entre unos y otros, respetando ideas y opiniones.

3. CIERRE

❖ VÍDEO DE CIERRE DE SESIÓN

Para reflejar todo lo mencionado en esta sesión, se proyectará el vídeo “Ejemplo de valores” que reforzará toda la explicación de la temática:
https://www.youtube.com/watch?v=wjXbN_ZCQrQ

❖ FIN DE LA SESIÓN:

Se da por finalizada la sesión, no sin antes agradecer a cada uno de los participantes por su tiempo y compromiso.

SESIÓN N° 3: “INFORMACIÓN LABORAL PARA EL CUMPLIMIENTO DE FUNCIONES”

DENOMINACIÓN	OBJETIVO DE LA SESIÓN	ETAPAS	ACTIVIDADES	DESCRIPCIÓN	RECURSOS	DURACIÓN
“Información laboral para el cumplimiento de funciones	Conocer si los colaboradores disponen de información, medios y recursos para desempeñar sus funciones de manera óptima.	Inicio	Retroalimentación	Se recuerda todo lo aprendido en la sesión anterior, además los colaboradores mencionaran como se sintieron al finalizar la sesión	-----	15 minutos
			Presentación	Se da a conocer el tema de la sesión a desarrollar y los puntos a tener en cuenta en dicho contenido	----	5 minutos
			Conversatorio	Se preguntará a los colaboradores si la empresa le brinda los recursos necesarios e información correspondiente de acuerdo a las funciones que realizan día a día, rescatando todas opiniones y buscando conjuntamente posibles soluciones.	sillas	20 minutos

		Desarrollo	¿Mi organización me prevé de recursos para la obtención de información?	Que medio ofrece y proporciona la empresa para que sus colaboradores tengan la información adecuada para la realización de sus actividades diarias.	sillas	15 minutos
			Ante una nueva realización de función o actividad se me brinda información acerca de ello o busco información por cuenta propia.	Se conocerá como se maneja la información en cuanto a nuevas funciones o actividades a llevarse a cabo dentro de la empresa y así mismo, se podrá conocer, si los colaboradores buscan informarse y utilizar sus propios medios para conseguir información	Pizarra Plumones Hojas bond Lápices	15 minutos
		Cierre	Conclusiones finales	Se da por finalizada la sesión, agradeciendo la participación de cada colaborador.		10 minutos

SESIÓN N°3: “INFORMACIÓN LABORAL PARA EL CUMPLIMIENTO DE FUNCIONES”

1. INICIO.

❖ **RETROALIMENTACIÓN:**

Como en cada inicio de las sesiones, se hace un paréntesis importante para analizar la sesión o sesiones anteriores, con el propósito de conocer la adquisición y captación de información de los colaboradores.

❖ **PRESENTACIÓN:**

Se presenta la temática que se llevará a cabo a continuación, respetando el orden y los puntos a tener en cuenta en todo el contenido que se preparó para los participantes.

❖ **CONVERSATORIO:**

Se busca la participación activa de los colaboradores, en esta situación se cuestionará a los participantes, si la empresa, les brinda información correspondiente de acuerdo a las funciones cotidianas realizadas, se obtendrá diferentes opiniones, lo que enriquecerá la búsqueda conjunta de posibles soluciones.

2. DESARROLLO.

Se realizan algunas preguntas a los colaboradores con la finalidad de conocer el traspaso de información de la empresa hacia los colaboradores o si ellos ante una nueva actividad o función buscan información a manera personal sin recursos de la organización.

❖ **¿MI ORGANIZACIÓN ME PREVÉ DE RECURSOS PARA LA OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN?**

Como parte del desarrollo de la temática, se debe indagar sobre distintos aspectos, en este caso, si la organización facilita toda la información necesaria a sus colaboradores, o en su defecto existe una cultura de traspaso de información entre pares. Se conocerá también si la información que cada trabajador recibe es útil y oportuna la realización de sus funciones.

❖ **¿ANTE UNA NUEVA ACTIVIDAD, RECIBO INFORMACIÓN ADECUADA O LA BÚSQUEDA ES POR CUENTA PROPIA?**

Es preciso saber cómo se maneja la información para la realización de las funciones dentro de la organización. Con esto, se podrá conocer, si los participantes esperan recibir siempre la información pertinente o son autónomos y generan sus propios medios para informarse.

3. CIERRE

❖ **CONCLUSIONES FINALES**

Los participantes, darán a conocer sus opiniones acerca del tema desarrollado y se responderán a la siguiente pregunta.

¿Me siento satisfecho con la información que recopilo o e brinda la empresa? ¿Porqué?

SESIÓN N° 4: “CONDICIONES DE TRABAJO”

DENOMINACIÓN	OBJETIVO DE LA SESIÓN	ETAPAS	ACTIVIDADES	DESCRIPCIÓN	RECURSOS	DURACIÓN
“Condiciones de trabajo”	Lograr que los colaboradores reconozcan e identifiquen las condiciones de trabajo en las cuales realizan sus actividades cotidianas.	Inicio	Feedback	Se mencionarán puntos de importancia de la sesión anterior y se preguntara a los colaboradores, que herramientas utilizan para obtener nueva información.		15 minutos
			Presentación de sesión	Se dará a conocer la sesión con la temática a desarrollarse		5 minutos
			Presentación de video	Se proyectará el video “Polémica por condiciones laborales en Amazon y su modo de defenderse” relacionada al tema de la sesión a tratar.	Computadora Proyector	5:34 minutos
		Desarrollo	Conversatorio	Después de proyectado el video, nos haremos las siguientes preguntas: ¿Qué son las condiciones de trabajo? ¿Qué es el entorno físico de trabajo?	Folletos informativos Pizarra plumones	20 minutos
			Caso vivencial	Cada colaborador escribirá en una hoja boom que es lo que	Hojas boom	15 minutos

				más valora de las condiciones de trabajo en las que desarrolla sus funciones día a día.	lapiceros	
		Cierre	Dinámica de salida	Se realizar la dinámica de salida “Ir más a fondo” para finalizar la sesión y que los colaboradores se sientan relajados y unidos.	-----	25 minutos
			Fin de sesión	Se da finalizada la sesión, agradeciendo a los colaboradores por su tiempo y participación.	mosquitos	

SESIÓN N°4: “CONDICIONES DE TRABAJO”

1. INICIO.

❖ FEEDBACK:

Se mencionarán puntos de importancia de la sesión anterior y se preguntara a los colaboradores, que herramientas utilizan para obtener nueva información.

❖ PRESENTACIÓN DE SESIÓN:

El ponente presentará la sesión a desarrollarse, dando a conocer los objetivos y la estructura de la misma, si algún colaborador desea manifestar su expectativa podrá hacerlo de manera oportuna.

❖ PRESENTACIÓN DE VÍDEO:

Para una introducción más clara de la sesión, de proyectará el vídeo “Polémica por condiciones laborales en Amazon y su modo de defenderse” que sirve como complemento a la explicación:

<https://www.youtube.com/watch?v=QvkOZveWjs8>

2. DESARROLLO.

El ponente utilizará como recursos:

- Folletos informativos (ANEXO 05)
- Pizarra y plumones

❖ CONVERSATORIO

A partir del vídeo que se transmitió y todos los participantes pudieron observar, se pedirán intervenciones, del mismo modo el ponente realizará algunas preguntas:

- ¿Qué son las condiciones de trabajo?

Para Chiavenato (2009) (citado por Reyes, 2016, p. 23) las condiciones laborales son aquellos factores intrínsecos de la organización, ello puede determinar la motivación, satisfacción o insatisfacción de los trabajadores.

- ¿Qué es el entorno físico de trabajo?

Son aquellos componentes que rodean el ambiente de trabajo donde se desempeña o desarrolla sus actividades un trabajador.

Las características que componen un ambiente físico de trabajo son:

- Iluminación: cantidad de luz con la que cuenta el colaborador para realizar su trabajo, cabe mencionar que la iluminación debe estar acorde a la actividad que desarrolla el trabajador.
- Ventilación: Contar con una adecuada ventilación ayudara a eliminar gases, humos, u olores extraños que generen incomodidad en los colaboradores.
- Temperatura: Esta debe estar dentro de los niveles adecuados en los espacios donde se desarrollan los trabajadores.
- Ruidos: Eliminación de sonidos desagradables que provocar malestar en los trabajadores.

❖ CASO VIVENCIAL

En este caso, se realizará un ejercicio con los participantes; a cada colaborador se le repartirá una hoja bond y un lapicero, para que tenga la oportunidad de describir que es lo que más valora de las condiciones de trabajo en las que desarrolla sus funciones día a día en la organización.

3. CIERRE

❖ DINÁMICA DE SALIDA

Se desarrollará la dinámica denominada: “IR MÁS A FONDO”

<p>Participantes</p> <p>Es apto para grupos de cualquier tipo y número, funciona bastante bien para cualquier edad.</p>	<p>Duración</p> <p>15 minutos</p>	<p>Objetivo:</p> <p>Esta dinámica es útil cuando demasiados miembros del grupo se relacionan fríamente, como robots que para nada tienen en cuenta las situaciones personales que dan lugar a sentimientos de los unos para con los otros. Además, anima a los participantes a acercarse y comunicarse a los demás con más frecuencia y apertura.</p>
<p>Desarrollo de la dinámica}</p> <p>Este juego puede ayudarlos a comunicarse más activamente, más abiertamente entre ustedes. Se darán cuenta de que pueden, aun dentro del grupo, «ir más a fondo»: desde un nivel de relación superficial, a un nivel de relación más significativo que implique también sus sentimientos.</p> <p>Busquen ante todo un compañero que llame su atención y curiosidad... Las parejas se distribuyen por la sala y se sientan, en silencio, uno frente al otro....</p> <p>Elijan quién entre ustedes es A y quién B... Comenzará A contando algo de sí mismo a B. B le contestará de dos modos diferentes. Primero reaccionará con su «ordenador» (cerebro)</p>		<p>Evaluación:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cómo se sienten en este momento?

diciendo lo que en aquel momento le viene a la cabeza...

Después hará una breve pausa, como para tomar una bocanada de aire, y después reacciona brevemente en un plano más profundo de su ánimo.

Después cambiarán los papeles. B cuenta algo personal a A y A reacciona de dos modos: primero de forma racional y después con alma y vida.

Se les propone dos pequeños ejemplos:

A: «Yo trabajo mucho». B (ordenador): «Debes procurar descansar un poco»/ (íntimo): «Yo alguna vez temo no tener éxito».

B: «Yo en este grupo me siento aún un poco inseguro». A (ordenador):

«Todos al principio encuentran dificultad hasta que conocen a la gente»/ (íntimo): «Yo al principio tenía mucho miedo, especialmente de ti».

¿Entendido cómo funciona el juego?... Pues comenzad.

(5 minutos.)

Ahora párense y quédense unos instantes sentados en silencio procurando daros cuenta de cómo se sienten... (15 segundos.) Si

desean decir enseguida algo a su
compañero pueden hacerlo.

Pero reduzcan la comunicación a
una sola frase. Si prefieren callar,
háganlo.

❖ FIN DE LA SESIÓN

Se da por finalizada la sesión desarrollada, agradeciendo a los colaboradores por su tiempo, asistencia y participación a la misma.

Se entrega a los agentes unos mosquitos con frase motivadora. (ANEXO 06)

SESIÓN N° 5: “COMUNICACIÓN LABORAL”

DENOMINACIÓN	OBJETIVO DE LA SESIÓN	ETAPAS	ACTIVIDADES	DESCRIPCIÓN	RECURSOS	DURACIÓN
“Comunicación laboral”	Desarrollar vínculos de comunicación adecuada.	Inicio	Retroalimentación	El ponente y colaboradores recordarán y expondrán puntos de importancia de la sesión desarrollada anteriormente.		15 minutos
			Presentación de sesión	Se dará a conocer el temario a desarrollar en la sesión		5 minutos
			Video introducción	Se socializará el video “Comunicación laboral” relacionada al tema de la sesión a tratar.	Computadora Proyector	1:56 minutos
			Lluvia de Ideas	Los colaboradores expresaran sus puntos de vista sobre el video proyectado, ayudando así a hacer la sesión más fácil de desarrollar.		15 minutos
		Desarrollo	Exposición del tema	El facilitador tocara los siguientes puntos: •Definición de Comunicación laboral •Tipos de comunicación	Diapositivas Folleto informativo Pizarra	30 minutos

				•Medios de comunicación laboral		
			Caso vivencial	Se podrá en la mesa unas tarjetas con los nombres de los tipos de medios de comunicación. Aquí los colaboradores escogerán una tarjeta, la cual identifique el medio de comunicación más frecuente que utilicen en la realización de su trabajo.	Hojas boom lapiceros	15 minutos
		Cierre	Conclusiones finales	Tanto colaboradores como ponente, manifestarán sus conclusiones acerca de todo lo desarrollado en la sesión		25 minutos
			Fin de sesión	Se da por culminada la sesión, agradeciendo a los colaboradores por su asistencia y la atención brindada.		

SESIÓN N° 5: “COMUNICACIÓN LABORAL”

1. INICIO.

❖ RETROALIMENTACIÓN:

El ponente y colaboradores recordarán y expondrán puntos de importancia de la sesión desarrollada anteriormente.

❖ PRESENTACIÓN DE SESIÓN:

El ponente presentará el temario elegido a desarrollarse en la sesión.

❖ VIDEO INTRODUCTORIO:

Se socializará el video “Comunicación laboral” relacionada al tema de la sesión a tratar, para que mediante ello dar un alcance de manera general a los agentes de seguridad de lo que se quiere dar a conocer.

Se hará la siguiente pregunta: ¿Qué tipo de Comunicación es la que adopta su organización?

<https://www.youtube.com/watch?v=SC6jIRdl6DE>

LLUVIA DE IDEAS:

Los colaboradores expresaran sus puntos de vista sobre el video proyectado, esto ayudara a desarrollar la sesión de manera fácil y sencilla,

2. DESARROLLO.

❖ EXPOSICIÓN DEL TEMA:

Después de haber proyectado el video y los colaboradores hayan expuestos sus ideas sobre el tema a tratar, el facilitador tocara los siguientes puntos

- El facilitador tendrá como recursos: Diapositivas y folleto informativo. (ANEXO 07)

- Definición de Comunicación laboral

Hervás (1998) (citado por Palmer, 2016, p. 20) define la comunicación como “El proceso a través del cual una persona o más personas se transmiten mensajes de contenido diverso,

utilizando intencionadamente signos dotados de sentido para ambas partes, y por el que se establece una relación que produce unos efectos”.

- Tipos de comunicación
 - **Comunicación descendente:** Esta comunicación se presenta en las organizaciones cuya autoridad es centralizada y sumamente autoritaria.
 - **Comunicación ascendente:** Este tipo de comunicación organizacional se presenta cuando los trabajadores (subordinados) transmiten información a sus jefes.
 - **Comunicación cruzada:** En este proceso de comunicación forman parte de niveles jerárquicos diferentes y no establecen una relación de dependencia entre ellas.
 - **Comunicación escrita:** Se caracteriza por contar con mensajes claros, precisos, concretos y correctos
 - **Comunicación oral:** se presenta cuando se lleva a cabo una reunión de frente entre dos o más personas
 - **Comunicación no verbal:** se utiliza de muchas maneras en la organización, muchas veces como complemento de lo que se dice
- Medios de comunicación laboral
 - ❖ Informes
 - ❖ Folletos
 - ❖ Memorándum
 - ❖ Reportes
 - ❖ Vía telefónica
 - ❖ Encuestas
 - ❖ Sistema de Sugerencias (Buzón de sugerencia)
 - ❖ Periódicos Murales
 - ❖ Correos electrónicos
 - ❖ Mensajes de texto
 - ❖ Aplicativos móviles
 - ❖ Circular

❖ **CASO VIVENCIAL**

Se podrá en la mesa unas tarjetas con los nombres de los tipos de medios de comunicación. Aquí los colaboradores escogerán una tarjeta, la cual identifique el medio de comunicación más frecuente que utilicen en la realización de su trabajo.

3. CIERRE

❖ **CONCLUSIONES FINALES:**

Tanto colaboradores como ponente, manifestarán sus conclusiones acerca de todo lo desarrollado en la sesión

❖ **FIN DE LA SESIÓN:**

Se da por culminada la sesión, agradeciendo a los colaboradores por su asistencia y la atención brindada.

SESIÓN N° 6: “HÁBITOS LABORALES”

DENOMINACIÓN	OBJETIVO DE LA SESIÓN	ETAPAS	ACTIVIDADES	DESCRIPCIÓN	RECURSOS	DURACIÓN
“Hábitos laborales”	Identificar los hábitos perjudiciales a la organización.	Inicio	Feedback	El facilitador y agentes de seguridad recordarán los puntos desarrollados de la sesión anterior.		15 minutos
			Presentación de sesión	Se dará a conocer el tema de la sesión a desarrollar, incentivando en todo momento a la participación de los agentes.		5 minutos
			Presentación de video	Se proyectara el video “Hábitos saludable en el trabajo” relacionado con el tema a tratar.	Computadora Proyector	10 minutos
		Desarrollo	Exposición temaría	El facilitador tocara los siguientes puntos a desarrollar <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es un hábito en el trabajo? • Importancia de tener buenos hábitos laborales • Hábitos para ser efectivo en el trabajo 	Diapositivas Proyector Pizarra	20 minutos

			Caso vivencial	A cada colaborador se le entregara una hoja bond y un lápiz, después de ello se conformarán parejas y estas tendrán que describir un hábito que más identifique a su compañero, una vez hecho esto, el colaborador tendrá que explicar porque eligió dicho habito para su compañero.	Hojas boom lapiceros	20 minutos
			Aplicación de Post Test	Se aplicará a los agentes de seguridad un Post Test con la finalidad de evaluar todo lo aprendido en las sesiones que fueron desarrolladas	Hojas Bond Lápices	20 minutos
		Cierre	Conclusiones de la sesión	El ponente y colaboradores exponen las conclusiones finales de la sesión desarrollada y a su vez dar por finalizado el primer taller de denominado Cultura, para luego dar pase e inicio al segundo taller.	-----	15 minutos

SESIÓN N° 6: “HÁBITOS LABORALES”

1. INICIO.

❖ FEEDBACK:

Se recordarán puntos de importancia de las sesiones desarrolladas durante el primer taller, rescatando las ideas más relevantes.

❖ PRESENTACIÓN DE SESIÓN:

Se dará a conocer el tema de la sesión a desarrollar, incentivando en todo momento la participación de los agentes.

❖ VIDEO INTRODUCTORIO:

Se proyectará el video “Hábitos saludable en el trabajo” relaciona al tema de la sesión final a tratar.

<https://www.youtube.com/watch?v=9re6vC8u7U8>

2. DESARROLLO.

❖ EXPOSICIÓN DEL TEMA:

Después de haber proyectado el video y los colaboradores hayan expuestos sus ideas sobre el tema a tratar, el facilitador tocara los siguientes puntos, apoyado de diapositivas. (ANEXO 08)

- ¿Qué es un hábito en el trabajo?

Los hábitos son aquellas acciones que realizamos de manera consciente o inconsciente. Ahora un hábito en el ámbito laboral, vendría a ser aquel acto positivo o negativo, como, el mantener limpio el espacio donde trabajo, el ser ordenado, el tirar la basura al piso, todos estos definen nuestra personalidad.

- Importancia de tener buenos hábitos laborales

Tener buenos hábitos en el trabajo es importante pues dice mucho de cómo es una persona, además el contar con estos buenos hábitos ayuda a tener un mejor desempeño laboral.

- Hábitos para ser efectivo en el trabajo
 - Ser proactivo: Proponer, dar ideas o tomar decisiones referidas al trabajo.
 - Cooperación y sinergia: Es mejor trabajar de manera conjunta como uno solo, que, de manera individual, generando propuestas, soluciones e ideas a problemas planteados.
 - Aprender a priorizar: Saber que función o actividad realizar primero, hay que saber diferenciar entre lo más urgente, lo más importante y lo menos relevante.
 - Ponerse en el lugar del otro: Ser empático con la otra persona, hay que saber escuchar para ser escuchado, esto hará que la otra persona sienta que es oída y valorada.
 - Todos tienen ganar: aquí se debe poner en práctica el “ganar – ganar” en una negociación, se busca el mismo fin en común ganando ambas partes.
 - Empieza con el final: Saber hacia dónde quiero llegar, plantearse objetivos claros, precisos y a corto plazo.

❖ CASO VIVENCIAL

A cada colaborador se le entregara una hoja bond y un lápiz, después de ello se conformarán parejas y estas tendrán que describir un hábito que más identifique a su compañero, una vez hecho esto, el colaborador tendrá que explicar porque eligió dicho habito para su compañero

3. CIERRE

❖ FIN DE LA SESIÓN:

Los colaboradores harán y firmarán un compromiso personal, el cual constara en mejorar un hábito laboral que consideren negativo. Seguido de ello se da por culminada la sesión agradeciendo la participación de los asistentes.

Taller N°2

“INTEGRACIÓN LABORAL”

I. DATOS INFORMATIVOS:

1. Dirigido a : Colaboradores del área operativa de una empresa se Seguridad Privada
2. N° de participantes: 30 colaboradores
3. N° de sesiones :
 - Sesión 7: “Inducción laboral”
 - Sesión 8: “Adaptación al cambio organizacional”
 - Sesión 9: “Desempeño laboral”
 - Sesión 10: “Compromiso con el puesto de trabajo”
 - Sesión 11: “Comportamiento organizacional”
 - Sesión 12: “Equipo de trabajo”
4. Duración : 3 semanas
5. Responsable : Enma Margarita Cajo Pizarro.

II. FUNDAMENTACIÓN:

Stephen y Coulter (2006) explican la integración del personal como el proceso mediante el cual las organizaciones resuelven sus necesidades de recursos humanos, tales como el pronóstico de sus necesidades futuras, el reclutamiento y selección de candidatos y la inducción de los empleados de nuevo ingreso.

El proceso de integración del personal está conformado por la contratación de personas y la colaboración para que los empleados de nuevo ingreso se adapten de manera sencilla a la organización, y también incluye el cambio de puestos.

Si el proceso de integración del personal opera con eficacia, una organización se encuentra en las mejores condiciones para reclutar y retener a empleados que cuenten con las habilidades y capacidades necesarias. Además, a partir de esto, los empleados se logran socializar con la cultura de la empresa, y se reducen los problemas de desempeño y comportamiento laboral (p. 9).

III. OBJETIVOS:

Objetivo General:

Lograr que los agentes de seguridad reconozcan el nivel de integración laboral con la empresa y compañeros de trabajo.

Objetivos Específicos:

- Lograr que los colaboradores conozcan mediante la inducción laboral los procesos de las actividades de la empresa.
- Lograr que los colaboradores analicen la importancia de la adaptación a nuevos cambios organizacionales.
- Lograr que los colaboradores identifiquen el nivel desempeño laboral que tienen en sus puestos de trabajo
- Lograr que el colaborador se identifique con la organización.
- Conseguir que el colaborador identifique que factores influyen en su comportamiento dentro de la organización.
- Demostrar la importancia del trabajo en equipo

IV. TEMÁTICA A DESARROLLAR

N° TALLER	TEMAS DE LAS SESIONES
N° 2: INTEGRACIÓN	“Inducción laboral”
	“Adaptación al cambio organizacional”
	“Desempeño laboral”
	“Compromiso con el puesto de trabajo”
	“Comportamiento organizacional”
	“Equipos de trabajo”

V. METODOLOGÍA:

- ❖ Inicio y/o Presentación
- ❖ Desarrollo
- ❖ Cierre

VI. RECURSOS:

✓ **Recursos Humanos**

- ❖ Agentes de seguridad de la empresa Protege Perú Multiservicios SRL.
- ❖ Interna de Psicología Organizacional.

✓ **Recursos Materiales**

- ❖ Hojas bond
- ❖ Materiales de oficina
- ❖ Plumones
- ❖ Papelotes
- ❖ Sillas

VII. EVALUACIÓN:

Se realizarán evaluaciones constantes al momento de iniciar y finalizar cada sesión, como, por ejemplo, cuestionarios, feedback, análisis y solución de casos, entrevistas grupales, juego de funciones (role Playing).

SESIÓN N° 7: “INDUCCIÓN LABORAL”

DENOMINACIÓN	OBJETIVO DE LA SESIÓN	ETAPAS	ACTIVIDADES	DESCRIPCIÓN	RECURSOS	DURACIÓN
“Inducción Laboral”	Lograr que los colaboradores conozcan mediante la inducción laboral los procesos de las actividades de la empresa.	Inicio	Presentación	El capacitador se presenta y da la bienvenida a los colaboradores asistentes al taller	No es necesario el uso de material	5 minutos
			Aplicación de Pre Test	Se aplicará a los colaboradores un pre test para evaluar y conocer saberes previos de los temas a tratar en las sesiones contenidas del segundo taller.	Papeles Bond Lápiz	15 minutos
			Dinámica inicial	Se realizará la dinámica “El ovillo” para romper el hielo entre los colaboradores y crear un ambiente de confianza y rapport.	Ovillo de lana	20 minutos
			Introducción/video	El ponente proyectará el video introductorio al tema titulado “Inducción al personal”, el cual contiene información a manera general de los puntos a desarrollar en la sesión.		2:12 minutos

		Desarrollo	Juego de roles	Se realizará una simulación de inducción laboral, con ayuda de un colaborador, mediante la cual se pondrá en práctica las etapas que componen la inducción laboral. A través de esta simulación se preguntará: ¿Qué es una inducción laboral? ¿Cuáles son las etapas de la inducción laboral que pudieron apreciar en la simulación?, y finalmente ¿Cuál es el propósito de una inducción laboral?	Ponente Sillas 1 colaborador	40 minutos
			Lluvia de ideas	Los colaboradores expresarán ideas y opiniones sobre la simulación presentada.		15 minutos
		Cierre	Finalización de sesión	El ponente cierra la sesión, agradeciendo el tiempo y participación de los colaboradores durante el desarrollo de la sesión		5 minutos

SESIÓN N°7: “INDUCCIÓN LABORAL”

2. INICIO.

❖ **PRESENTACIÓN:**

El capacitador se presenta y da la bienvenida a los colaboradores asistentes al taller.

❖ **APLICACIÓN DE PRE TEST:**

Se aplicará a los colaboradores un pre test para evaluar y conocer los saberes previos de los temas a tratar en las sesiones del primer taller.

(ANEXO 09)

❖ **DINÁMICA INICIAL:**

Se realizará la dinámica “El ovillo” para romper el hielo entre los colaboradores y crear un ambiente de confianza y rapport.

¿Para cuántas personas? 10 - 30	¿Cuánto tiempo dura? 20 – 45 minutos	¿Para qué sirve? Para que los participantes se presenten y aprendan, en forma amena, los nombres de los demás. Ayuda a romper el hielo.	¿Cuándo se usa? Se puede llevar a cabo al inicio del taller como presentación, más tarde durante el primer día o al iniciar la segunda jornada, a manera de dinámica.
¿Qué materiales necesito? Un ovillo de lana		¿Cómo se usa? 1. Los participantes forman un círculo. 2. El capacitador toma un ovillo de lana, sujeta el hilo por el extremo, dice su nombre y sin soltar el hilo lanza el ovillo a otra persona en el círculo. 3. La persona que recibe el ovillo dice su nombre, sujeta el hilo y sin soltarlo lanza el ovillo a otro	
¿Qué variaciones puede tener? 1. Además del nombre de los participantes se puede decir algo más, como el lugar de procedencia, la institución o lugar de trabajo, un lema personal, etc. 2. Otra posibilidad es que la persona			

<p>que lanza el ovillo hace una pregunta y la que lo recibe la responde.</p> <p>3. Una vez formada la telaraña se puede hacer una reflexión sobre las implicaciones del trabajo en colectivo.</p>	<p>participante. Esta operación se repite hasta que todos los integrantes del círculo tengan sujeto un punto del hilo y se haya formado una telaraña.</p> <p>4. La persona que completó el paso anterior devuelve el ovillo a la que se lo pasó, llamándola por su nombre y así sucesivamente, desenredando la telaraña hasta que el ovillo vuelva a quedar en manos del capacitador.</p>
<p>¿Otras recomendaciones?</p> <p>Para evitar que alguien suelte la cuerda y se dañe el ejercicio, prevenga a los participantes para que sujeten bien el hilo.</p>	

❖ **INTRODUCCIÓN / VÍDEO:**

El ponente proyectara el vídeo introductorio al tema titulado “Inducción al personal”, el cual contiene información a manera general de los puntos a desarrollar en la sesión.

Preguntas: ¿de qué habló este vídeo?, ¿de qué nos sirve este vídeo?

<https://www.youtube.com/watch?v=Db6NV2i39vA>

3. DESARROLLO.

❖ **JUEGO DE ROLES**

Con la ayuda de un colaborador, el ponente realizará la simulación de una inducción laboral a un nuevo colaborador que se incorpora a una nueva organización, en esta simulación se pondrá en práctica las etapas que componen la inducción laboral.

A través de esta simulación se preguntará:

¿Qué es una inducción laboral?

¿Cuáles son las etapas de la inducción laboral que pudieron apreciar en la simulación?, y finalmente

¿Cuál es el propósito de una inducción laboral?

❖ **LLUVIA DE IDEAS**

Los colaboradores expresarán ideas y opiniones sobre la simulación presentada.

4. CIERRE

❖ FINALIZACIÓN DE SESIÓN

El ponente cierra la sesión no sin antes preguntar a los colaboradores ¿En qué te ayudó la sesión?, ¿en una palabra qué te llevas hoy, seguido de ello se agradece el tiempo y participación de los colaboradores durante el desarrollo de la sesión.

SESIÓN N° 8: “ADAPTACIÓN AL CAMBIO ORGANIZACIONAL”

DENOMINACIÓN	OBJETIVO DE LA SESIÓN	ETAPAS	ACTIVIDADES	DESCRIPCIÓN	RECURSOS	DURACIÓN
“Adaptación al cambio organizacional”	Lograr que los colaboradores analicen la importancia de la adaptación a nuevos cambios organizacionales	Inicio	Feedback	El ponente y colaboradores recordarán todo lo expuesto en la primera sesión, con el fin de evidenciar la captación de información.	No es necesario el uso de material	15 minutos
			Presentación	El ponente socializa con los colaboradores el video, tema y puntos a tratar durante la sesión.		15 minutos
			Video introductorio	Se proyectará el video denominado “Adaptación al cambio”, para brindar un panorama a manera general a los colaboradores sobre la sesión a desarrollar.		2:16 minutos
			Lluvia de ideas	Los colaboradores expondrán sus opiniones acerca del video proyectado, para así poder hacer más participativa la sesión.		15 minutos
		Desarrollo	Temática a desarrollar	El facilitador expondrá los siguientes puntos: <ul style="list-style-type: none"> •¿Qué es la adaptación al cambio? •¿Por qué es difícil adaptarse a los cambios organizacionales? 	Diapositivas	30 minutos

				<ul style="list-style-type: none"> •Claves para adaptarse a los cambios 		
			Caso	Se presentará a los colaboradores el caso de la marca de telefonía Nokia, aquí los colaboradores trabajarán en 5 grupos de 6 personas y socializarán con sus demás compañeros sus conclusiones y opiniones.	Hojas bond Lápices	20 minutos
		Cierre	Conclusiones de la sesión	El ponente y colaboradores exponen las conclusiones finales. Después de ello se da por finalizada la sesión	-----	15 minutos

SESIÓN N°8: “ADAPTACIÓN AL CAMBIO ORGANIZACIONAL”

1. INICIO.

❖ FEEDBACK:

El ponente a los colaboradores que recuerdan de la sesión anterior, con el fin de evidenciar la captación de información.

❖ PRESENTACIÓN:

El ponente socializa con los colaboradores el video, tema y puntos a tratar durante la sesión.

❖ VÍDEO INTRODUCTORIO:

Se proyectará el vídeo denominado “Adaptación al cambio”, para brindar un panorama a manera general a los colaboradores sobre la sesión a desarrollar.

<https://www.youtube.com/watch?v=uzEb70MmBwI>

❖ LLUVIA DE IDEAS:

Los colaboradores expondrán sus opiniones acerca del video proyectado, para así poder hacer más participativa la sesión.

2. DESARROLLO.

❖ TEMÁTICA A DESARROLLAR:

El facilitador expondrá los siguientes puntos, apoyado de diapositivas: (ANEXO 10)

- ¿Qué es la adaptación al cambio?

Para Ballina (2015) (citado por Pineda y Cortez, 2018, p. 10) menciona que “la capacidad de adaptación al cambio se lleva a cabo por cuan flexible sea la organización, es considerada como una ventaja competitiva entre las empresas ya que ayuda al crecimiento y desarrollo, pues nos encontramos en un mundo cambiante”.

- ¿Por qué es difícil adaptarse a los cambios organizacionales?

Muchas personas creen que es difícil por temor a afrontar nuevas situaciones, la cual puede generar incomodidad o inestabilidad laboral. No se sienten preparados para salir de su zona de confort.

- Claves para adaptarse a los cambios
 - a. Reconocer los escenarios de cambio: No debemos dar la espalda a lo que acontece en nuestro entorno laboral. Lo más idóneo es identificar y conocer estos cambios para tratar de adaptarnos a ellos.
 - b. Actuar en concordancia a los cambios: Buscar amoldarnos a las situaciones de cambio, esto debido que nos encontramos en un mundo globalizado
 - c. Conocer al máximo nuestro escenario: la flexibilidad a un nuevo entorno va depender del nivel del conocimiento que tengamos del nuevo contexto y los aspectos internos y externos que este posee.
 - d. Ser flexible y crear valor empresarial: es muy complicado realizar un cambio cuando se ejecuta estrategias tradicionales ya que estas hacen que los procesos sean estáticos.

❖ CASO

Se presentará a los colaboradores el caso de la marca de telefonía Nokia, aquí los colaboradores trabajarán en 5 grupos de 6 personas, leerán el caso y socializarán con sus demás compañeros sus conclusiones y opiniones, además cada equipo de trabajo tendrá que responder la siguiente pregunta: ¿Cuáles son las claves para adaptarse al cambio según su punto de vista?

3. CIERRE

❖ CONCLUSIONES DE LA SESIÓN

El ponente y colaboradores exponen las conclusiones finales. Después de ello se da por finalizada la sesión.

SESIÓN N° 9: “DESEMPEÑO LABORAL”

DENOMINACIÓN	OBJETIVO DE LA SESIÓN	ETAPAS	ACTIVIDADES	DESCRIPCIÓN	RECURSOS	DURACIÓN
“Desempeño laboral”	Lograr que los colaboradores identifiquen el nivel desempeño laboral que tienen en sus puestos de trabajo	Inicio	Retroalimentación	El ponente recordará puntos de la sesión anterior, y se realizará preguntas a los colaboradores sobre de lo aprendido.	No es necesario el uso de material	15 minutos
			Presentación / video	Se hará una breve introducción de la sesión a desarrollar, además de ello se presentará un video referido al tema denominado “Desempeño Laboral”	Computadora Proyector	20 minutos
			Lluvia de ideas	Los colaboradores intervendrán activamente luego de proyectado el video, escuchando y rescatando cada idea.	-----	15 minutos
		Desarrollo	Exposición de la sesión	El ponente, expone el tema de la sesión a desarrollarse. <ul style="list-style-type: none"> •Definición de desempeño laboral •Diferencia entre rendimiento y desempeño laboral 	Diapositivas Computadora proyector	25 minutos

				•Características de un colaborador con alto desempeño		
			Actividad	Cada colaborador escribirá en la hoja una lista de funciones que desempeña diariamente en su puesto de trabajo, dándole una puntuación de 5 siendo la más importante o que le genere mejor esfuerzo y 1 siendo esta la fácil de desarrollar o menos relevante.	Hojas bond Lapiceros	15 minutos
		Cierre	Sugerencias o conclusiones	Para finalizar la sesión cada persona mencionara una conclusión referente al tema expuesto	-----	20 minutos

SESIÓN N°9: “DESEMPEÑO LABORAL”

1. INICIO.

❖ RETROALIMENTACIÓN:

El ponente recordará puntos de la sesión anterior, y se realizará preguntas a los colaboradores sobre de lo aprendido.

❖ PRESENTACIÓN / VÍDEO:

Se hará una breve introducción de la sesión a desarrollar, además de ello se presentará un vídeo referido al tema denominado “Desempeño Laboral” <https://www.youtube.com/watch?v=7EByXRKN3C4>

❖ LLUVIA DE IDEAS

Los colaboradores intervendrán activamente luego de proyectado el video, escuchando y rescatando cada idea.

2. DESARROLLO.

❖ EXPOSICIÓN DE LA SESIÓN

Se expone algunos puntos, teniendo en cuenta la siguiente temática:

El facilitador se apoyará en diapositivas para continuar con la sesión.
(ANEXO 11)

- Definición de desempeño laboral

Es el resultado de la sumatoria de las habilidades y técnicas que posee el individuo y que las utiliza para ejecutar su tarea, de estas va a depender para realizar un buen desempeño.

- Diferencia entre rendimiento y desempeño laboral

- Rendimiento: se basa en el alcance de los metas, es decir si se logró en un plazo determinado cumplir con las metas asignadas.
- Desempeño: se basa en las características que la persona posee para desarrollar sus funciones, hablamos de las competencias inherentes.

- Características de un colaborador con alto desempeño
 - Saber escuchar: esta presto y atento a recibir y brindar las ideas que ayuden al fortalecimiento del equipo de trabajo.
 - Positivismo: es tratar de sacar provecho a una situación difícil y a su vez contagiar a los demás para no volver a cometer errores.
 - Responsabilidad: es el compromiso que tiene para entregar resultados sin excusarse de alguna eventualidad y la cumplen dentro del plazo fijado.
 - Manejo del tiempo: es la administración correcta del tiempo asignado tanto para la entrada del trabajo como la del cumplimiento de las tareas asignadas.
 - Objetivos propios: establecen sus propios objetivos con el fin de terminar proyectos antes de tiempo, son proactivos y superan sus propias expectativas y las de la empresa.
 - Desafíos: no temen a los retos y para ello crean nuevas estrategias para afrontarlos evitando repetir errores.
 - Compromiso con el desarrollo personal: es exigente consigo mismo y reflexiona sobre las causas para convertirlas en oportunidades.

❖ ACTIVIDAD

Cada colaborador escribirá en la hoja una lista de funciones que desempeña diariamente en su puesto de trabajo, dándole una puntuación de 5 siendo la más importante o que le genere mejor esfuerzo y 1 siendo esta la fácil de desarrollar o menos relevante.

3. CIERRE

❖ SUGERENCIAS O CONCLUSIONES

En esta parte final de la sesión, cada uno llega a una conclusión final o se hará alguna sugerencia breve de todo lo desarrollado.

SESIÓN N° 10: “COMPROMISO CON EL PUESTO DE TRABAJO”

DENOMINACIÓN	OBJETIVO DE LA SESIÓN	ETAPAS	ACTIVIDADES	DESCRIPCIÓN	RECURSOS	DURACIÓN
“Compromiso con el puesto de trabajo”	Lograr que el colaborador se identifique con la organización	Inicio	Feedback	Se recordará aspectos importantes de la sesión anterior.		15 minutos
			Presentación	El facilitador da a conocer el tema a desarrollar a los colaboradores y a su vez pregunta si conocen el tema a tratar		15 minutos
		Desarrollo	Exposición del tema	<ul style="list-style-type: none"> •¿Qué es el compromiso laboral? •Tipos de compromiso laboral •¿Por qué es importante el compromiso en los trabajadores? 	Diapositivas	20-30 minutos
		Cierre	Conclusiones finales	Los colaboradores y ponente darán las conclusiones finales de la sesión desarrollada.	-----	20 minutos
			Final de la sesión	Se da por concluida la sesión desarrollada, no sin antes dejar a modo de evaluación a los colaboradores, las siguientes preguntas: ¿Qué tipo de compromiso laboral es el que tengo con mi empresa? ¿Por qué es importante estar comprometido con mi empresa y puesto de trabajo?	Hojas boom Lapiceros	

SESIÓN N°10: “COMPROMISO CON EL PUESTO DE TRABAJO”

1. INICIO.

❖ FEEDBACK:

Se recordará aspectos importantes de la sesión anterior.

❖ PRESENTACIÓN:

El facilitador da a conocer el tema a desarrollar a los colaboradores y a su vez pregunta si conocen el tema a tratar

2. DESARROLLO.

❖ EXPOSICIÓN DEL TEMA

El facilitador se apoyará de diapositivas. (ANEXO 12)

– ¿Qué es el compromiso laboral?

Es el vínculo de lealtad que hay entre el trabajador y la empresa y que lo identifica con los valores de la misma.

– Tipos de compromiso laboral:

Según Meyer y Allen son:

- Compromiso afectivo: es cuando hay un vínculo emocional entre el trabajador a la empresa, sintiendo orgullo de pertenecer a la organización.
- Compromiso de continuación o necesidad: el colaborador se siente comprometido con la organización ya que ha invertido tiempo y trabajo.
- Compromiso normativo o deber: es la lealtad que tiene el colaborador hacia la organización, pues cree que le debe esta lealtad debido a que pudo recibir una oportunidad.

– ¿Por qué es importante el compromiso en los colaboradores?

Es importante ya que al estar comprometidos se sentirán más involucrados con la organización, se sentirán motivados y trabajaran con energía y entusiasmo.

3. CIERRE

❖ CONCLUSIONES FINALES

Los colaboradores y ponente darán las conclusiones finales de la sesión desarrollada.

❖ FINAL DE LA SESIÓN

Se da por concluida la sesión desarrollada, no sin antes dejar a modo de evaluación a los colaboradores, las siguientes preguntas:

- ¿Qué tipo de compromiso laboral es el que tengo con mi empresa?
- ¿Por qué es importante estar comprometido con mi empresa y puesto de trabajo?

SESIÓN N° 11: “COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL”

DENOMINACIÓN	OBJETIVO DE LA SESIÓN	ETAPAS	ACTIVIDADES	DESCRIPCIÓN	RECURSOS	DURACIÓN
“Comportamiento organizacional”	Conseguir que el colaborador identifique que factores influyen en su comportamiento dentro de la organización.	Inicio	Retroalimentación	El facilitador hará preguntas a los colaboradores sobre la sesión presentada anteriormente, y su vez recogerá las hojas con las preguntas dejadas con anterioridad.		15 minutos
			Presentación	El facilitador socializa el tema y puntos a tratar con los agentes en la sesión.		10 minutos
		Desarrollo	Presentación de video	Se proyectará el video “Comportamiento organizacional”, el cual proporcionará información y noción de manera general sobre el tema a desarrollar.	Laptop Proyector	1:38 minutos
			Preguntas	Luego de proyectado el video, se les hará la siguiente pregunta a los agentes: <ul style="list-style-type: none"> •¿Qué es el comportamiento organizacional? •¿Qué factores influyen en el comportamiento organizacional? 		30 minutos

			Tormenta de ideas	Los agentes aportan sus ideas y/o opiniones acerca de los puntos expuestos.		15 minutos
		Cierre	Conclusiones finales	Los colaboradores y ponente darán las conclusiones finales de la sesión desarrollada.	-----	20 minutos
			Final de la sesión	Se da por concluida la sesión agradeciendo a los asistentes por tu tiempo y participación.		

SESIÓN N°11: “COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL”

1. INICIO.

❖ **RETROALIMENTACIÓN:**

El facilitador hará preguntas a los colaboradores sobre la sesión presentada anteriormente, y su vez recogerá las hojas con las preguntas dejadas con anterioridad.

❖ **PRESENTACIÓN:**

El facilitador socializa el tema y puntos a tratar con los agentes en la sesión.

2. DESARROLLO.

❖ **PRESENTACIÓN DE VÍDEO:**

Se proyectará el video “Comportamiento organizacional”, el cual proporcionará información y noción de manera general sobre el tema a desarrollar.

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

❖ **PREGUNTAS:**

- ¿Qué es el comportamiento organizacional?
- ¿Qué factores influyen en el comportamiento organizacional?

❖ **TORMENTA DE IDEAS:**

Los agentes aportan sus ideas y/o opiniones acerca de los puntos expuestos.

3. CIERRE

❖ **CONCLUSIONES FINALES**

Los colaboradores y ponente darán las conclusiones finales de la sesión desarrollada.

❖ **FINAL DE LA SESIÓN**

Se da por concluida la sesión agradeciendo a los asistentes por tu tiempo y participación.

SESIÓN N° 12: “EQUIPOS DE TRABAJO”

DENOMINACIÓN	OBJETIVO DE LA SESIÓN	ETAPAS	ACTIVIDADES	DESCRIPCIÓN	RECURSOS	DURACIÓN
“Equipos de trabajo”	Demostrar la importancia del trabajo en equipo	Inicio	Feedback	El facilitador y agentes de seguridad recordarán los puntos desarrollados de la sesión anterior.	No es necesario el uso de material	15 minutos
		Desarrollo	Dinámica de introducción	Se realizará la dinámica “La silla” para presentar el tema a tratar.	Sillas	20 minutos
			Conversatorio	Cada colaborador tendrá que mencionar cual es el objetivo de la dinámica presentada. Así mismo posterior a la dinámica el facilitador hará las siguientes preguntas, las mismas que serán resultas de manera conjunta: <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué comprenden por trabajo en equipo? • ¿Qué diferencia habrá entre un grupo y equipo de trabajo 	Pizarra plumón	15 minutos 20 minutos

		Cierre	Aplicación de Post Test	Se aplicará a los agentes de seguridad un Post Test con la finalidad de evaluar todo lo aprendido en las sesiones que fueron desarrolladas	Hojas Bond Lápices	20 minutos
			Conclusiones de la sesión	El ponente y colaboradores exponen las conclusiones finales de la sesión desarrollada y a su vez dar por finalizado el programa de Comunicación Interna, agradeciendo a todos los agentes por el tiempo en las sesiones, a los supervisor por la flexibilidad en los tiempo brindados y al gerente de la empresa por brindarme la oportunidad de aplicar mi programa.	-----	15 minutos

SESIÓN N°12: “EQUIPOS DE TRABAJO”

1. INICIO.

❖ **FEEDBACK:**

El facilitador y agentes de seguridad recordarán los puntos desarrollados de la sesión anterior.

2. DESARROLLO.

❖ **DINÁMICA DE INTRODUCCIÓN:**

Se realizará la dinámica “La silla” para presentar el tema a tratar.

¿Para cuántas personas? 10 - 30	¿Cuánto tiempo dura? 10 - 25 minutos	¿Para qué sirve? Para que los participantes trabajen en equipo y sacar a relucir el liderazgo para dirigir grupos de trabajo	¿Cuándo se usa? Se puede llevar a cabo al inicio del taller como presentación, también durante el desarrollo o intermedio del taller y también al estar en la etapa de cierre.
¿Qué materiales necesito? Sillas		¿Cómo se usa? 1. Los participantes se colocan alrededor de las sillas. 2. Se le menciona a los participantes que una vez dentro de la dinámica nadie sale y nadie entra, pues la dinámica se trata de Gana uno, ganan todos o Pierde uno, pierden todos. 3. Se indica a los participantes que cuando se mencione el color verde ellos deberán caminar en sentido horario como las agujas del reloj, cuando se mencione el color amarillo,	
¿Otras recomendaciones? Para evitar que algún participante se retire de la dinámica, se le comenta que al salir automáticamente el equipo pierde y todos pasan a sentarse en sus lugares correspondientes.			

	los participantes deberán caminar en sentido anti horario- y cuando se mencione el color rojo, los participantes deberán sentarse de manera rápida en una de las sillas
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

❖ **CONVERSATORIO:**

Cada colaborador tendrá que mencionar cual es el objetivo de la dinámica presentada. Así mismo posterior a la dinámica el facilitador hará las siguientes preguntas, las mismas que serán resultas de manera conjunta:

- ¿Qué comprenden por trabajo en equipo?
- ¿Qué diferencia habrá entre un grupo y equipo de trabajo?

3. CIERRE

❖ **APLICACIÓN DE POST TEST**

Se aplicará a los agentes de seguridad un Post Test con la finalidad de evaluar todo lo aprendido en las sesiones que fueron desarrolladas.

❖ **CONCLUSIONES DE LA SESIÓN**

El ponente y colaboradores exponen las conclusiones finales de la sesión desarrollada y a su vez dar por finalizado el programa de Comunicación Interna, agradeciendo a todos los agentes por el tiempo en las sesiones, a los supervisores por la flexibilidad en los tiempos brindados y al gerente de la empresa por brindarme la oportunidad de aplicar mi programa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Brandolini, A., Gonzáles, M. y Hopkins, N. (2009). *Comunicación interna*. (1.a ed.). Argentina: La crujía ediciones.

Chavez, L. (2014). “*Efectividad de un programa de valores organizacionales para aumentar el sentido de pertenencia en los colaboradores de Corporación del Ahorro*” (Tesis de pregrado). Universidad Rafael Landívar. Recuperado de: <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/05/43/Chavez-Linda.pdf>

Fernández, J. (13 de mayo del 2014). *La adaptación a los cambios en las organizaciones*. Recuperado de: <https://www.eoi.es/blogs/mtelcon/2014/05/13/la-adaptacion-a-los-cambios-en-las-organizaciones/>

Palmer, M. (2016). *Programa de comunicación interna para mejorar la motivación laboral en los colaboradores del colegio Pamer Chiclayo – 2016*. (Tesis de pregrado). Universidad Señor de Sipán, Chiclayo, Perú.

ANEXOS

Anexo 1:



CUESTIONARIO

Edad:	Cargo que desempeña:	Tiempo de servicio:
--------------	-----------------------------	----------------------------

Lea detenidamente las siguientes preguntas y responda según su criterio. No existen respuestas buenas ni malas.

1. Defina, ¿Qué son los objetivos organizacionales?
2. ¿Cuáles son los objetivos que rigen a mi organización?
3. Es importante que mi organización me prevea de información para realizar mis funciones, ¿Por qué?
4. ¿Qué entiende por condiciones de trabajo?
5. ¿Por qué es importante la comunicación dentro de una organización?
6. Para usted, ¿Qué es un hábito laboral?



Ilustración 1. *Diapositiva del taller de Cultura*



Ilustración 2. *Diapositiva de la sesión Identificación con los objetivos organizacionales*

¿QUÉ SON LOS OBJETIVOS ORGANIZACIONALES?

“Los objetivos de una empresa son los resultados, situaciones o estados que se pretenden alcanzar en un periodo de tiempo y a través del uso de sus recursos”.



¿IMPORTANCIA DE LOS OBJETIVOS ORGANIZACIONALES?

Los objetivos son de gran importancia pues ayudan a direccionar, orientar y encaminar a la organización, así como a sus miembros.

Ilustración 4. Diapositiva de la sesión Identificación con los objetivos organizacionales

TIPOS DE OBJETIVOS ORGANIZACIONALES

Objetivos a largo plazo

- Formulados para un periodo de 3 a 5 años

Objetivos de mediano plazo

- Formulados para un periodo de 1 a 3 años

Objetivos de corto plazo

Formulados generalmente para un plazo no mayor a un año



Ilustración 3. Diapositiva de la sesión Identificación con los objetivos organizacionales



**IDENTIFICACIÓN CON
LOS OBJETIVOS
ORGANIZACIONALES**

¿Qué son los objetivos organizacionales?
Los objetivos de una empresa son los resultados, situaciones o estados que se pretenden alcanzar en un periodo de tiempo y a través del uso de sus recursos.

TIPOS DE OBJETIVOS ORGANIZACIONALES

- Objetivos a largo plazo: se formulan para un periodo mínimo de 3 años y un periodo máximo de 5 años.
- Objetivos de medio plazo: se formulan para un periodo de 1 a 3 años.
- Objetivos de corto plazo: se formulan generalmente para un plazo no mayor a un año.

IMPORTANCIA DE LOS OBJETIVOS ORGANIZACIONALES

Es importante para lograr el éxito de una empresa pues éstos establecen un curso a seguir y sirven como fuente de motivación para los miembros de la misma.

Ilustración 5. Folleto informativo de la sesión *Identificación con los objetivos organizacionales*



Ilustración 6. Diapositiva de la sesión Valores organizacionales



Ilustración 7. Diapositiva de la sesión Valores organizacionales

¿QUÉ SON LAS CONDICIONES DE TRABAJO

Son aquellos factores del entorno intrínseco de la organización

¿QUÉ ES EL ENTORNO FÍSICO DE TRABAJO?

Son aquellos componentes que rodean el ambiente de trabajo donde se desempeña o desarrolla sus actividades un trabajador.

Las características que componen un ambiente físico de trabajo son



ILUMINACIÓN

Cantidad de luz con la que cuenta el colaborador para realizar su trabajo



VENTILACIÓN

Ayudara a eliminar gases, humos, u olores extraños que generen incomodidad en los colaboradores.



TEMPERATURA

Esta debe estar dentro de los niveles adecuados en los espacios donde se desarrollan los trabajadores.



RUIDOS

Eliminación de sonidos desagradables que provocar malestar en los trabajadores.

Ilustración 8. Folleto informativo de la sesión Condiciones de trabajo

Anexo 6:



Ilustración 9. *Mosquito entregado a los colaboradores en la sesión Condiciones de trabajo*



Ilustración 10. *Diapositiva de la sesión de Comunicación Laboral*

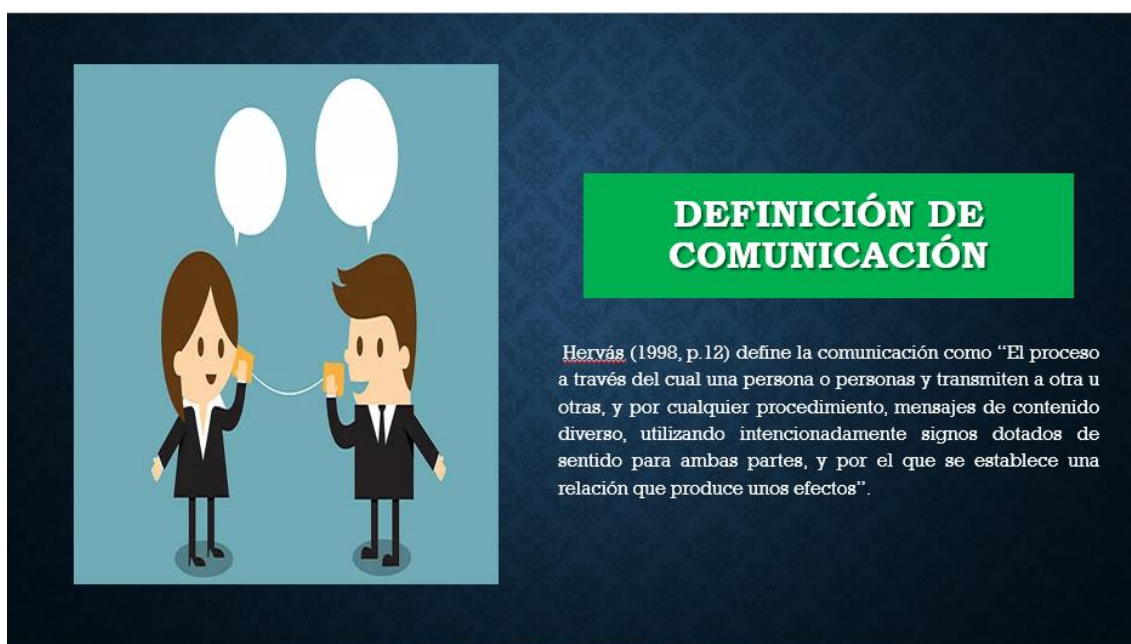


Ilustración 11. *Diapositiva de la sesión de Comunicación Laboral*

TIPOS DE COMUNICACIÓN:

- **Comunicación descendente:** Esta comunicación se presenta en las organizaciones cuya autoridad es centralizada y sumamente autoritaria.
- **Comunicación ascendente:** Este tipo de comunicación organizacional se presenta cuando los trabajadores (subordinados) transmiten información a sus jefes.
- **Comunicación cruzada:** En este proceso de comunicación forman parte de niveles jerárquicos diferentes y no establecen una relación de dependencia entre ellas.
- **Comunicación escrita:** Se caracteriza por contar con mensajes claros, precisos, concretos y correctos
- **Comunicación oral:** se presenta cuando se lleva a cabo una reunión de frente entre dos o más personas
- **Comunicación no verbal:** se utiliza de muchas maneras en la organización, muchas veces como complemento de lo que se dice

Ilustración 12. Diapositiva de la sesión Comunicación Laboral

MEDIOS DE COMUNICACIÓN LABORAL

- ❖ Informes
- ❖ Folletos
- ❖ Memorándum
- ❖ Reportes
- ❖ Vía telefónica
- ❖ Encuestas
- ❖ Sistema de Sugerencias (Buzón de sugerencia)
- ❖ Periódicos Murales
- ❖ Correos electrónicos
- ❖ Mensajes de texto
- ❖ Aplicativos móviles
- ❖ Circular

Ilustración 13. Diapositiva de la sesión Comunicación Laboral



Tipos de Comunicación

- Comunicación descendente
- Comunicación ascendente
- Comunicación cruzada
- Comunicación escrita
- Comunicación oral
- Comunicación no verbal

Comunicación Laboral

Proceso a través del cual una persona o más personas se transmiten mensajes de contenido diverso.

Medios de Comunicación

- Folleto
- Informes
- Memorándum
- Reporte
- Vía telefónica
- Encuestas
- Sistema de sugerencias
- Periódico Mural
- Correo electrónico
- Circular



Ilustración 14. Folleto entregado a los colaboradores de la sesión *Comunicación Laboral*



Ilustración 15. Diapositiva de la sesión Hábitos Laborales



Ilustración 16. Diapositiva de la sesión Hábitos Laborales

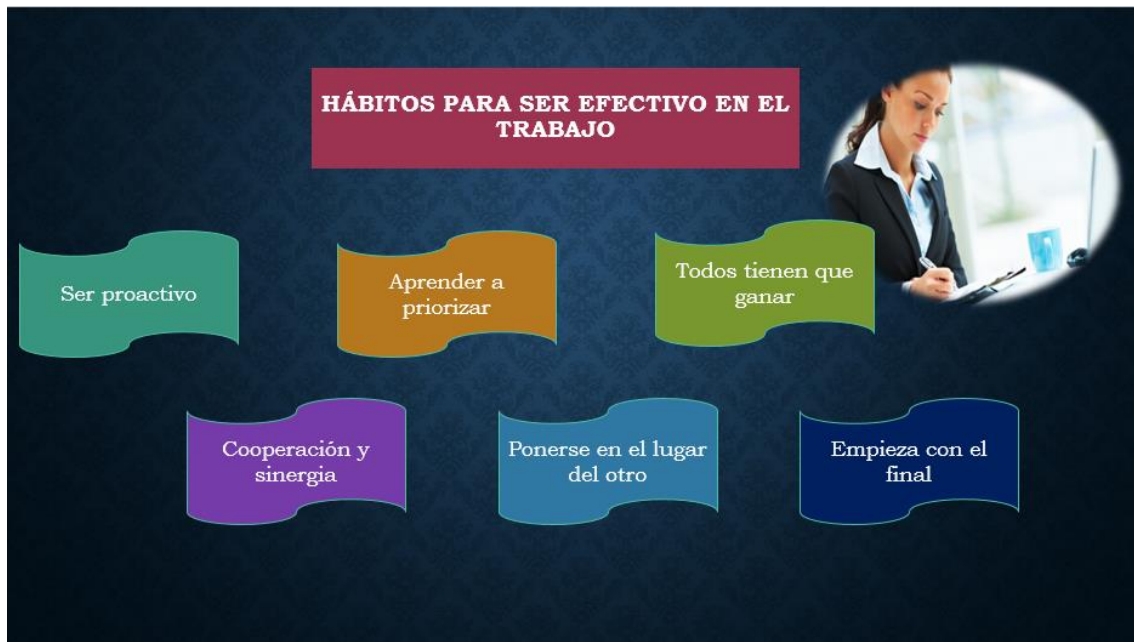


Ilustración 17. *Diapositiva de la sesión Hábitos Laborales*

Anexo 9:



CUESTIONARIO

Edad:	Cargo que desempeña:	Tiempo de servicio:
--------------	-----------------------------	----------------------------

Lea detenidamente las siguientes preguntas y responda según su criterio. No existen respuestas buenas ni malas.

1. ¿Qué es una inducción laboral?
2. Defina ¿Qué comprende por adaptación al cambio?
3. ¿Qué entiende por desempeño laboral?
4. Es importante el compromiso con el puesto de trabajo, ¿Por qué?
5. Para usted, ¿Qué es un comportamiento organizacional?
6. ¿Por qué es importante trabajar en equipo?



Ilustración 18. Diapositiva de la sesión Adaptación al cambio



Ilustración 19. Diapositiva de la sesión Adaptación al cambio

CLAVES PARA ADAPTARSE A LOS CAMBIOS



Ilustración 20. *Diapositiva de la sesión Adaptación al cambio*

DIFERENCIA ENTRE RENDIMIENTO Y DESEMPEÑO LABORAL

- Rendimiento: se basa en el alcance de los metas, es decir si se logró en un plazo determinado cumplir con las metas asignadas.
- Desempeño: se basa en las características que la persona posee para desarrollar sus funciones, hablamos de las competencias inherentes.



Ilustración 23. Diapositiva de la sesión Desempeño laboral



DEFINICIÓN DE DESEMPEÑO LABORAL

Es el resultado de la sumatoria de las habilidades y técnicas que posee el individuo y que las utiliza para ejecutar su tarea, de estas va a depender para realizar un buen desempeño.

Ilustración 22. Diapositiva de la sesión Desempeño laboral

CARACTERÍSTICAS DE UN COLABORADOR CON ALTO DESEMPEÑO

- ❖ Saber escuchar
- ❖ Positivismo
- ❖ Responsabilidad
- ❖ Manejo de tiempo
- ❖ Objetivos propios
- ❖ Desafíos
- ❖ Compromiso con el desarrollo personal



Ilustración 24. *Diapositiva de la sesión Desempeño laboral*



Ilustración 25. *Diapositiva de la sesión Compromiso laboral*



Ilustración 26. *Diapositiva de la sesión Compromiso laboral*



Ilustración 27. *Diapositiva de la sesión Compromiso laboral*

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE EL COMPROMISO EN LOS COLABORADORES

Es importante ya que al estar comprometidos se sentirán mas involucrados con la organización, se sentirán motivados y trabajaran con energía y entusiasmo.

The slide features a central photograph of several hands from different people stacked on top of each other, symbolizing teamwork and commitment. To the right, a blue box contains the title '¿POR QUÉ ES IMPORTANTE EL COMPROMISO EN LOS COLABORADORES'. Below this, a paragraph explains that commitment is important because it leads to greater involvement, motivation, and energy in the workplace.

Ilustración 28. *Diapositiva de la sesión de Compromiso laboral*

Anexo 13:



Ilustración 29. *Colaboradores del área operativa de la empresa Protege Perú Multiservicios SRL*



Ilustración 30. *Sesión 4. Condiciones de trabajo*



Ilustración 31. *Caso vivencial de la sesión Comunicación Laboral*



Ilustración 32. *Dinámica realizada en la sesión Equipos de trabajo*



Ilustración 33. *Cierre de la sesión Equipos de trabajo*