



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN
CÁTEDRA DE INVESTIGACIÓN
TRABAJO DE GRADO



**ESTRATEGIAS MOTIVACIONALES EN ORIENTACIÓN PARA EL
FORTALECIMIENTO EN EL PROCESO DE INTEGRACIÓN GRUPAL DE
LOS TRABAJADORES EN LA EMPRESA TEXTILES ZANZIBAR. S.A.
TIENDA ZARA.**

AUTORAS:

**Caballero Gleyre
Mazo Lucy**

TUTOR ACADEMICO:

Prof. Jonathan Fernández

Naguanagua, Julio 2014



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN
CÁTEDRA DE INVESTIGACIÓN
TRABAJO DE GRADO



**ESTRATEGIAS MOTIVACIONALES EN ORIENTACIÓN PARA EL
FORTALECIMIENTO EN EL PROCESO DE INTEGRACIÓN GRUPAL DE
LOS TRABAJADORES EN LA EMPRESA TEXTILES ZANZIBAR. S.A.
TIENDA ZARA.**

**Trabajo Especial de Grado Presentado Ante la Ilustre Universidad de Carabobo
para Optar al Título de Licenciado en Educación Mención Orientación.**

AUTORAS:

**Caballero Gleyre
Mazo Lucy**

TUTOR ACADEMICO:

Prof. Jonathan Fernández

Naguanagua, Julio 2014

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar a Dios, por haberme regalado la vida y permitirme seguir luchando, rompiendo todos los obstáculos durante la travesía de este trabajo de grado, durante el cual he contado con el apoyo, el respaldo y la orientación de diversas personas que facilitaron mi camino de aprender para poder llegar a culminar con éxito mi carrera, sino también me acompañan en mi arduo caminar educativo y de vida.

A mi madre, por ser mi apoyo en todo momento y por enseñarme a trabajar por las cosas que quiero...innumerables razones porque agradecerte mama, y este logro es para ti!

A mi hijo Leonardo Andrés, por ser mi vida, inspiración y creatividad para alcanzar este sueño que hoy se materializa.

A Jesús Rivero, por su amor, apoyo incondicional y motivación en cualquier circunstancia que pasaba siempre estabas allí, mil gracias amor.

Lucy Maza

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Diosen primer lugar, por darme la vida, por poner en mi camino la oportunidad de conocer esta maravillosa carrera el cual le debo mucho por permitirme crecer académicamente y en lo personal, además por permitir romper con todos los obstáculos durante la travesía de este trabajo de grado, durante el cual he contado con el apoyo, el respaldo y la orientación de diversas personas que facilitaron mi camino de aprender para poder llegar a culminar con éxito mi carrera, sino también me acompañan en mi arduo caminar educativo y de vida.

A mi madre, por ser mi apoyo en todo momento y por enseñarme a trabajar por las cosas que quiero...innumerables razones porque agradecerte mama, y este logro es para ti!

A mi hijo Mauricio Jesús, por ser mi vida, inspiración para alcanzar este sueño que hoy se materializa, gracias por existir.

A mis hermanos Luis Carlos, Gerson y Renny, por su amor, apoyo incondicional y motivación en cualquier circunstancia que pasaba siempre estaban allí, mil gracias, este logro también es para ustedes.

A mi padre, por haberme enseñado el valor de los estudios, gracias papa.

A mi cuñada Johanna Villegas y mi prima Alexandra Laya, por siempre haber estado allí en los momentos más arduos de mi carrera, gracias por apoyarme.

A Gregory Rojas, por haber llegado en un momento crucial de mi vida, gracias por apoyarme amor.

Gleyre Caballero

DEDICATORIA

A Dios padre amando, que con su amor y sabiduría me ha acompañado en cada paso de mi vida dándome la fortaleza, la inteligencia y la paciencia de culminar con éxito esta carrera y poder graduarme de Licda. Educación mención orientación.

A mi familia, que con su constancia y perseverancia me ha enseñado a lograr cada una de mis metas.

Gracias...

Lucy Mazo

DEDICATORIA

A Dios, que con su sabiduría me ha acompañado en cada paso de mi vida dándome la fortaleza, la inteligencia y con su amor me ha brindado la paciencia de culminar con éxito esta carrera y poder graduarme de Licda. Educación mención orientación.

A mi hijo, por ser mi motor de esperanza, por aliviarme con una sonrisa, simplemente por existir.

A familia, que con su constancia y perseverancia me ha enseñado a lograr cada unas de mis metas.

A mis profesores, Carlos Aguilera, Cleidy La Rosa y Ofelia Ramos, por haber marcado un antes y un después, en el largo camino de mi formación académica y personal, gracias por su apoyo incondicional.

Gleyre Caballero



**UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN
CÁTEDRA DE INVESTIGACIÓN
TRABAJO DE GRADO**



APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi carácter de Tutor del Trabajo de Grado presentado por las Bachilleres Caballero Gleyre y Mazo Lucy, portadoras de la Cédula de Identidad 15.494.907 y 16.453.892, para optar por el Título de Licenciado en Educación, Mención Orientación, considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación pertinente.

En la ciudad de Valencia a los diez (10) días del mes de Julio de 2014

Licdo. Jonathan Fernández



**UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN
CÁTEDRA DE INVESTIGACIÓN
TRABAJO DE GRADO**



AVAL DEL DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN

Nosotros, Dra. Grisel Vallejos, jefa del Departamento de Orientación y Dra. Luisa Rojas, Coordinadora del Centro de Investigación; avalamos el trabajo de grado desarrollado por los ciudadanas Caballero Gleyre C.I. 15.494.907 y Mazo Lucy C.I. 16.453.892 que lleva por título “ESTRATEGIAS MOTIVACIONALES EN ORIENTACIÓN PARA EL FORTALECIMIENTO EN EL PROCESO DE INTEGRACIÓN GRUPAL DE LOS TRABAJADORES EN LA EMPRESA TEXTILES ZANZIBAR. S.A. TIENDA ZARA.”el cual corresponde a la línea de investigación: Orientación, sociedad y trabajo, Temática: Orientación profesional y a la carrera y sud Temática: Formación del recurso humano. Dicho trabajo realizado con el fin de optar al título de licenciado en educación, Mención Orientación.

En Bárbula a los Diez días del mes de Julio del dos mil catorce.

Dra. Luisa Roja
Coord. Del Centro de Investigación

Dra. Grisel Vallejos
Jefa del Dpto. Orientación



**UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN
CÁTEDRA DE INVESTIGACIÓN
TRABAJO DE GRADO**



APROBACIÓN DEL JURADO

Nosotros, miembros del jurado designado para la evaluación del trabajo especial de grado titulado: **“ESTRATEGIAS MOTIVACIONALES EN ORIENTACIÓN PARA EL FORTALECIMIENTO EN EL PROCESO DE INTEGRACIÓN GRUPAL DE LOS TRABAJADORES EN LA EMPRESA TEXTILES ZANZIBAR. S.A. TIENDA ZARA.”** presentado por los bachilleres Caballero Gleyre, C.I. 15.494.907 y Mazo Lucy, C.I. 16.453.892, en el mes de Julio de 2014, para optar el título de licenciada en educación mención orientación, estimamos que el mismo reúne los requisitos para ser considerado como:

_____.

Apellidos	Nombre	Firma
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____

Naguanagua, Julio de 2014

ÍNDICE GENERAL

Portada.....	i
Agradecimientos.....	iii
Dedicatorias.....	v
Aprobación del tutor.....	vii
Aval del Departamento de Orientación.....	viii
Aprobación del Jurado.....	ix
Índice de Tablas.....	xii
Índice de Cuadros.....	xiii
Índice de Gráficos.....	xiv
Resumen.....	xv
Introducción.....	1
CAPITULOS	
I EL PROBLEMA	
Planteamiento y Formulación del Problema.....	3
Objetivos de la Investigación.....	10
Objetivo General.....	10
Objetivos Específicos.....	10
Justificación.....	11
II MARCO TEÓRICO	

Basamentos Teóricos de la Investigación.....	13
Teoría De Las Necesidades De David Mc. Clelland.....	14
Teoría de la Personalidad de Carl Roger.....	16
Teoría de las organizaciones de Chiavenato.....	19
Antecedentes de la Investigación.....	24
Bases Legales.....	30
Bases Teóricas.....	
III MARCO METODOLÓGICO	
Naturaleza de la Investigación.....	46
Tipo De Investigación.....	46
Fases de la investigación.....	47
Población.....	49
Muestra.....	49
Técnicas e instrumentos.....	50
Validez.....	51
Confiabilidad.....	52
IV MARCO METODOLÓGICO	
Análisis e Interpretación de los Datos.....	54
V DISEÑO DE LA PROPUESTA	

Introducción.....	77
Justificación.....	78
Objetivos del programa.....	78
Estrategias.....	79
Recursos.....	79
Cronograma.....	80
Administración del programa.....	82
Conclusiones.....	135
Recomendaciones.....	137
Bibliografía.....	138
Anexos.....	141

Índice de Tablas

Encuesta.....	143
---------------	-----

Tabla de confiabilidad.....144

Índice de Cuadros

Cuadro N° 1.....	54
Cuadro N° 2.....	56
Cuadro N° 3.....	58
Cuadro N° 4.....	60
Cuadro N° 5.....	62
Cuadro N° 6.....	64
Cuadro N° 7.....	66
Cuadro N° 8.....	68
Cuadro N° 9.....	70
Cuadro N° 10.....	72
Cuadro N° 11.....	74

Índice de Gráficos

Grafico N°1.....	54
Grafico N°2.....	56
Grafico N°3.....	58
Grafico N°4.....	60
Grafico N°5.....	62
Grafico N°6.....	64
Grafico N°7.....	66
Grafico N°8.....	68
Grafico N°9.....	70
Grafico N° 10.....	72
Grafico N° 11.....	74



**UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**



**DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN
CÁTEDRA DE INVESTIGACIÓN
TRABAJO DE GRADO**

**ESTRATEGIAS MOTIVACIONALES EN ORIENTACIÓN PARA EL
FORTALECIMIENTO EN EL PROCESO DE INTEGRACIÓN GRUPAL DE LOS
TRABAJADORES EN LA EMPRESA TEXTILES ZANZIBAR. S.A. TIENDA ZARA.**

Autores: Gleyre Caballero C.I: 15.494.907

Mazo Lucy C.I: 16.453.892

Prof. y Tutor: Jonathan Fernández.

Sección: 90

Año 2.014

RESUMEN

El capital humano, es el protagonista del desarrollo de la economía mundial, que a su vez dio inicio a la evolución formativa del mismo. Capacitando a ese personal como herramientas de crecimiento personal y mejora laboral brindándole bienestar al contexto que lo integra. Por esta razón se propone un programa de estrategias Motivacionales en orientación para el fortalecimiento en el proceso de integración grupal de los trabajadores la empresa Textiles Zanzibar, S.A., Tienda ZARA, Municipio Naguanagua, Estado Carabobo. Para lograr los objetivos de la investigación, se presenta el marco metodológico, Después de revisar diferentes fuentes bibliografía relacionada con el tipo de investigación, se puede determinar que este trabajo se enmarcará dentro de la naturaleza Cuantitativa, El tipo de investigación utilizado es Proyecto Factible, con un Diseño Metodológico descriptivo de Campo. La investigación tiene como población 30 trabajadores y las muestra es de 30 trabajadores porque se trata de 100 x 100 % Muestral. La técnica de recolección de datos fue la encuesta y el instrumento fue un cuestionario de 20 items de alternativas de respuestas cerrados policotomicos. Esta investigación tiene como conclusión las necesidades Psicológicas que presentan los trabajadores en dicha empresa con respecto al proceso de integración son: la escasas de talleres de crecimiento personal dado por la empresa, poca presencia de incentivos por su rendimiento laboral, así como también las necesidades sociales se presentan a través de bajo nivel de sentido de pertenecía con la empresa, una disminución en la comunicación entre los compañeros de trabajo por falta de un ambiente de confianza.

Descriptores: Estrategias motivacionales, Integración grupal, Orientación.

Línea de Investigación: Orientación, sociedad y trabajo. **Temática:** Orientación en la inserción laboral. **Sud temático:** La motivación hacia el campo laboral.



**UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**



**DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN
CÁTEDRA DE INVESTIGACIÓN
TRABAJO DE GRADO**

**MOTIVATIONAL ORIENTATION STRATEGY FOR STRENGTHENING IN THE
PROCESS OF INTEGRATION GROUP OF WORKERS IN TEXTILE COMPANY
ZANZIBAR. Inc. SHOP ZARA.**

Autores: Gleyre Caballero C.I:15.494.907

Mazo Lucy C.I: 16.453.892

Prof. y Tutor: Jonathan Fernández.

Sección: 90

Año 2.014

ABSTRACT

Human capital is the protagonist of the development of the world economy, which in turn started the training evolution. Training such personnel as tools for personal growth and providing labor welfare improvement that integrates context. For this reason a program of Motivational strategies proposed in guidance in strengthening the integration process of group of workers the company Textiles Zanzibar, SA, ZARA Store, Naguanagua, Carabobo State. To achieve the research objectives, the methodological framework is presented, After reviewing different literature sources related to the type of research, you can determine that this work will be framed within the Quantitative nature, the type of research used is Feasible Project with a descriptive Methodological Design Country. Research has populations of 30 workers and 30 workers is shown because it is 100 x 100% Sampling. The technique of data collection was the survey instrument was a questionnaire of 20 items for alternative answers policotomicos closed. Conclusion of this research is the Psychological needs presented by workers in the company with respect to the integration process are: the shortage of personal growth workshops given by the company, little presence of incentives for job performance, as well as social needs occur through low sense of belonging to the company, a decrease in communication between coworkers for lack of an atmosphere of trust.

Descriptors: Motivational strategies, group integration, orientation.

Research Line: Guidance, society and work. **Subject:** Guidance on the labor market.

Sud Theme: The motivation for the work place.

NTRODUCCIÓN

La presente investigación se encuentra bajo la modalidad de Proyecto Factible, puesto que se propone un programa de estrategias Motivacionales en orientación para el fortalecimiento en el proceso de integración grupal de los trabajadores la Empresa Textiles Zanzíbar, S.A., Tienda ZARA, Municipio Naguanagua, Estado Carabobo.

El cuerpo del estudio está distribuido de la siguiente manera:

En el Capítulo I se encuentra la formulación del problema, los objetivos generales y específicos de esta investigación, y que llevó a los investigadores a la realización de la misma.

En el Capítulo II se presenta una revisión bibliográfica acerca de investigaciones empíricas y programas realizados anteriormente a nivel Nacional como Internacional. Seguidamente se presenta la fundamentación teórica que sustenta esta propuesta relacionadas con las áreas de investigación de este trabajo de grado.

Y al final del Capítulo se encuentra el marco conceptual que fortalecerá el contenido de este estudio.

En el Capítulo III o Marco Metodológico, en la que se presenta una serie de pasos seguidos para lograr el diagnóstico de los sujetos que participan en esta investigación. Se define el tipo de investigación y el procedimiento para seleccionar los sujetos participantes.

En el Capítulo IV se presenta el análisis e interpretación de los datos y discusión de los resultados teóricos, según las teorías que nos muestra el capítulo II.

Por último, el en Capítulo V se presenta el diseño de la propuesta, el programa de orientación “comprendiendo la valía de trabajar en equipo en el mundo empresarial”, el cual contara con introducción, Justificación, Propósito, Objetivos del programa, Estrategias, Recursos, Cronograma, Administración del programa, Consideraciones Finales, Recomendaciones, Bibliografía y anexos.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema

El capital humano, es el protagonista del desarrollo de la economía mundial, actor de la transferencia e innovación tecnológica que brindar una idea general sobre cómo surgió y se desarrolló el colectivo empresarial, que a su vez dio inicio a la evolución formativa del mismo. Capacitando a ese personal como herramientas de crecimiento personal y mejora laboral brindándole bienestar al contexto que lo integra. Consideran que esta es la propuesta que percibe en ámbito empresarial en las últimas décadas.

Es así, que en los Estados Unidos de Norteamérica disponen de estrategias de motivación individual al trabajador generando líderes, el cual tienen el rol principal en producción, que se benefician con estos valiosos recursos que permiten obtener importante fuerza productiva, y altas ganancias. Además de absorber al trabajador como un elemento activo, monopolizan la producción y distribución de los medios y accesorios para su mantenimiento; el diseño y la producción de todo lo que el país demanda y con eso mejoran la calidad de vida del consumidor al tener acceso a comprar lo que deseen.

Es por ello que, Kotter, J. (1988), define liderazgo como: “la actividad o proceso de influenciar a la gente para que se empeñe voluntariamente en el logro de

los objetivos del grupo, entendiendo por grupo un sector de las organizaciones con intereses afines”.

De igual forma, en España el Proyecto Capital Humano que vienen desarrollando años recientes ha permitido profundizar en el conocimiento de las dotaciones del desarrollo de las potencialidades humanas del trabajador y a sus comunidades autónomas y provincias mediante el desarrollo de un banco de datos que cubre las cuatro últimas décadas. Asimismo, a través de distintas pruebas realizadas como resultado del mismo, se ha avanzado en diferentes frentes que han contribuido a la comprensión del papel del trabajador en el proceso de crecimiento y mejora del bienestar de su país y de las regiones que lo integran.

Por otra parte, las empresas Japonesas van más allá de ver solo su producción económica, estas se enfatizan en el familiarismo industrial, tomando en cuenta el desarrollo y capacitación de sus trabajadores, las mismas asumen la importancia de la inclusión del ámbito familia en dicho proceso, en el cual asume la responsabilidad de garantizar un estatus social y mejor estilo de vida en el trabajador.

Siguiendo este orden de ideas, en México consta con Modelos de capacitación, así como de profesionalización para el capital humano a través de diversas estrategias Psico-sociales, mejoras en el desarrollo tecnológico y en las redes logísticas del país son fundamentales para aumentar el atractivo de la inversión extranjera. Y que se considera elementos fundamentales que el país haga un uso eficiente de sus recursos, con generación y adopción de tecnología para las pequeñas y medianas empresas, así como la creación de capacidades superiores en la gente a través de modelos de capacitación y profesionalización.

Al respecto, Allen, M. (2002), define plan de formación como: “una herramienta estratégica diseñada para asistir a su organización en el logro de su misión, realizando actividades que promuevan el aprendizaje individual y organizacional, el conocimiento y el saber” (s/p)

Mas sin embargo, Argentina cuenta con un programa que contribuirá al aumento de la productividad de la economía mediante la mejora en la oferta de capital humano avanzado en ciencia y tecnología, que incluye la toma de acciones para que profesionales realicen maestrías en el exterior y que un creciente número de empresas e instituciones capaciten a sus recursos humanos en centros de excelencia internacionales, para la formación en áreas científicas y tecnológicas.

Así mismo, en el contexto empresarial Venezolana la búsqueda por la excelencia del trabajador recaen en la ejecución de cursos de entrenamiento para formar al trabajador con diversas estrategia y procesos de integración, que ha generado una competitividad que trae como consecuencia el aumento en la producción de esta capitán humano y su compromiso sin ecua no con la empresa a la cual labora.

En este sentido al hacer referencia al término competitividad, tal como lo señalan Hamel y Prahalad citados por García et al. (1999:1) “es una industria en crecimiento: los presidentes y los primeros ministros prometen mejorarla, los legisladores la debaten, los economistas la miden y los directores de los periódicos la resaltan”. La competitividad entre los diferentes países, empresas, organizaciones y profesiones les permitirá mantenerse o mejorar su situación en el mercado.

Pero la realidad es otra, ya que se observa que a pesar de que las empresas utilizan estrategias para fortalecer la motivación de sus empleados y esto repercute en el aumento de su productividad observamos anomalías en sus funciones grupales organizacionales.

En los estados Unidos de Norteamérica el capital humano es altamente productivo y beneficioso en gran manera para la empresa, pero para esa familia que está detrás del mismo no goza de un desarrollo social ni emocional, por su beneficio es económico mas no para sus metas personales ya que en su objetivo es producir ingresos económicos olvidando la motivación de que no posee ni tiempo para él ni su entorno, sacrificando más de lo que se percibe.

Así también, España utiliza el aprovechamiento que se hace del capital humano y su rendimiento, las diferencias existentes en este ámbito y sus factores explicativos. Además, en esta ocasión, se pretende hacerlo situando el caso español en el contexto de los países de nuestro entorno se ha incrementado que ese capital tiene que viajar a otras provincia a trabajar ya que la crisis de empleo es notoria y si lo necesitas debes dejar sus hogares y entorno para buscar un ingreso fijo que cubras las necesidades básicas aun dejando las personales en segundo plano y ocasionando una desmotivación que afectara su rendimiento laboral.

Cabe destacar, que la visión de las empresas japonesas en involucrar el ámbito familiar del trabajador en la producción económica de la empresa, trae como consecuencia una cultura de trabajo tan arraigada que la familia desarrolla un proceso de integración grupal donde el equilibrio familiar va a depender de la estabilidad de

producción empresarial, generando que los integrantes de la familia valore más el tiempo laboral que su pertinencia familiar.

Por otra parte, toman en cuenta a la familia en el proceso del desarrollo integral de sus empleados, también tiene una manera particular de resaltar y valorar los esfuerzos, ya que los ascensos los jerarquizan por años de antigüedad más que por sus esfuerzos y méritos alcanzados, esto conlleva un aproximado entre los 8 a 10 años de antigüedad entre cada ascenso, quienes los japoneses denominan “título”, el cual lo clasifican en 5 títulos; dando ingreso a las empresas japonesas a los 23 años de edad luego de culminar los estudios universitarios, destacando que pueden llegar a los 50 años y solo podrían alcanzar el tercer título.

Al mismo tiempo, los modelos de capacitación laboral que llevan a cabo las empresas mexicanas, están abarrotados de diversos tipos de estrategias de formación que buscan frenéticamente el fortalecimiento del desarrollo de las potencialidades de sus trabajadores a través de los recursos tecnológicos sin tomar en cuenta la pertinencia u orientación de estos adiestramientos, logrando la formación de trabajadores que malgastan su tiempo laboral y personal en un gran número de capacitaciones profesionales sin poder llevar a cabo lo que aprenden en el trabajo por la demanda de horas laborales de una actividad específica dentro de su empresa.

Es así, como las empresas mexicanas poseen un capital humano formado con un alto perfil profesional exclaustrado en tareas tan específicas que motiva al trabajador en restarle importancia a su instrucción personal.

Es por eso, que Drucker P. (2002) opina que la función de la dirección es hacer que otras personas sean productivas.

Es conveniente mencionar el entorno laboral de Argentina, el cual, el programa implementado en el capital humano se focaliza en las necesidades de formación del sector productivo y se suscribirán convenios de colaboración con empresas e instituciones para asegurar la reinserción laboral de tiempo completo pero proporcionando un buen salario pero sus necesidades de realización personal no son considerada sino la producción.

De tal forma que Schein, (1982). Menciona:

Al pensar en el recurso humano es preciso comprender que la conducta humana es el resultado complejo de nuestras intenciones, de la forma como percibimos una situación inmediata y de los supuestos o creencias que tenemos sobre una situación y sobre la gente que está en ella. Estos supuestos están basados a su vez, en nuestra experiencia pasada, en normas culturales y en lo que otros nos han enseñado a esperar, lo que hace necesario entender cómo funcionan las personas que se encuentran dentro de ellas, especialmente los gerentes quienes tienen que tomar decisiones organizacionales, formular políticas y dictar reglas. (p.45)

Concretizando, en Venezuela el sentido de pertenencia que debe tener un trabajador con su empresa se ve mermado en su proceso de integración grupal, donde podemos observar la crisis que existe entre el rendimiento productivo de una empresa con respecto a la falta de comunicación entre sus empleados que ocasiona una ausencia de cohesión en el trabajo de equipo que debe tener los integrantes o trabajadores de una organización.

Debido a lo antes plateado, se observa en la empresa Textil Zanzíbar, S.A. específicamente en la sede tienda Zara, situaciones personales entre sus trabajadores que afectan de manera directa el ambiente laboral trayendo como resultado falta competitividad entre sus trabajadores en los tres turnos de horario, exceso de horas

laborales por algunos de sus trabajadores por poseer un perfil profesional más alto que otros en cargos menos favorecidos, presencia de comunicación inadecuado que entorpece la eficacia y eficiencia laboral, disminución motivacional de las coordinaciones con respecto a la capacitación o adiestramiento profesional de sus trabajadores, ocasionando una debilidad en el proceso de integración grupal a nivel organizacional y operativo.

Es de esta manera que nace varias interrogantes:

¿Cómo podemos fortalecer el proceso de integración grupal de una empresa que contiene varios trabajadores de diversos turnos laborales?

¿Cuáles sería las estrategias a implementar para que se obtenga un proceso de integración grupal más efectiva y eficiente?

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo General:

Proponer un programa de estrategias Motivacionales en orientación para el fortalecimiento en el proceso de integración grupal de los trabajadores la empresa Textiles Zanzíbar, S.A., Tienda ZARA, Municipio Naguanagua, Estado Carabobo.

Objetivos Específicos:

- Diagnosticar las necesidades Psico-sociales que impactan en el proceso de integración grupal de los trabajadores la empresa Textiles Zanzíbar, S.A., Tienda ZARA.
- Determinar la factibilidad de un programa de estrategias Motivacionales en orientación para el proceso de integración grupal de los trabajadores la empresa Textiles Zanzíbar, S.A., Tienda ZARA, Municipio Naguanagua, Estado Carabobo.
- Diseñar el programa de estrategias Motivacionales en orientación para el fortalecimiento en el proceso de integración grupal de los trabajadores la empresa Textiles Zanzíbar, S.A., Tienda ZARA.

JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACIÓN

La economía mundial está basada en la productividad de las grandes y medianas empresas, por lo tanto es importante el desarrollo integral del capital humano en el entorno en el que se desenvuelve, ya que depende de la misma, para poder impulsar y mejorar la capacidades, el sentido de pertenecía y rendimiento laboral.

Tales premisas conducen automáticamente a enfocar inevitablemente el tema de la capacitación como uno de los elementos vertebrales para mantener, modificar o cambiar las organizaciones empresariales, en tal sentido, se plantea la necesidad de proponer un programa en el que el orientador pueda facilitar a los trabajadores estrategias motivacionales para el fortalecimiento en su proceso de integración grupal con la finalidad mejorar las deficiencias o fallas existentes.

En la empresa y cualquier otra organización, el recurso más importante lo conforma el personal implicado en las actividades laborales. Especialmente si se trata de una organización que presta servicios, en la cual la conducta y rendimientos de los individuos influyen directamente de la calidad y optimización de los servicios que se brindan, por esto es significativo el mantener optima las relaciones interpersonales y la conformidad de los empleados tanto en el entorno laboral, personal y familiar.

Ya que el progreso y la evolución de los empleados afecta de forma indirecta en el entorno donde se desenvuelva es preciso la pertenencia de esta estudio a todas las personas que de u otra manera está en contacto o relación con cualquier trabajador, en entender su problemática social y apoyar su situación laboral mediante la motivación familiar y comunitaria en relación a su convivencia Psicológica y social que va a repercutir en su función laboral y por ende en su capacidad de producción dentro de cualquier empresa.

Por lo tanto, el presente trabajo de investigación propone un programa de estrategias motivacionales en orientación para el fortalecimiento en el proceso de integración grupal de los trabajadores la empresa Textiles Zanzíbar, S.A., Tienda ZARA, Municipio Naguanagua, Estado Carabobo. Con el propósito de brindar alternativas para minimizar las necesidades y maximizar las oportunidades del desarrollo integral de los empleados.

Así mismo, el presente trabajo será tomado en cuenta como antecedente para futuras investigaciones donde tenga como tópico el capital humano, dando referencias a organizaciones empresariales, empleados o cualquier persona interesada en brindar la importancia que requiere el proceso de integración, capacitación y motivación en los trabajadores tanto en el sector privado como público para alcanzar una mayor productividad.

CAPITULO II

MARCO TEORICO

En el presente capítulo se encontrarán en primer lugar algunas investigaciones relacionadas con este trabajo. En segundo lugar, los teóricos que dan respaldo al estudio a realizar, y en tercer plano, se encuentra el marco conceptual que está formado por las diferentes definiciones y conceptos inmersos en el tema a investigar.

Basamento Teórico de la Investigación

En la parte que sigue a continuación, se revisan los elementos teóricos más relevantes en los cuales se sustentaron tanto el desarrollo de la propuesta del trabajo, como la identificación, selección y comprensión del fenómeno apropiados para el abordaje de las finalidades planteadas en la investigación.

La Universidad Nacional Abierta (2006), señala que las bases teóricas son:

El conjunto de proposiciones teóricas interrelacionadas, que fundamentan y explican aspectos significativos del tema o problema en estudio, y lo sitúan dentro de un área específica del conocimiento; por lo tanto, al hacer una adecuada relación entre el problema en estudio con un marco concreto de teorías y conocimientos previos, se estará en condición de definir su alcance y comprender sus implicaciones. (p.139).

La elaboración de todo trabajo de investigación está concebida dentro de una teoría, ella es necesaria para saber que se busca y hacia donde se orienta la búsqueda.

En este sentido, con el desarrollo de la sociedad y de los sistemas de producción influenciados por el desarrollo científico técnico y las revoluciones industriales, la forma de enfrentar situaciones objetivas ha exigido una mayor profundidad de análisis y conceptos organizacionales para asumir funciones o desempeñar papeles determinados y mantener al menos un nivel de competencia que permita sobrevivir.

El contenido se ha dispuesto de manera esquemática para facilitar su exposición, destacándose en cada caso, los autores responsables de tales planteamientos sin desligarse de las teorías las cuales es la base fundamental de la investigación.

Teoría De Las Necesidades De David Mc. Clelland

David Mc Clelland sostuvo que todos los individuos poseen

- **Necesidad de logro:** Se refiere al esfuerzo por sobresalir, el logro en relación con un grupo de estándares, la lucha por el éxito.
- **Necesidad de poder:** Se refiere a la necesidad de conseguir que las demás personas se comporten en una manera que no lo harían, es decir se refiere al deseo de tener impacto, de influir y controlar a los demás.
- **Necesidad de afiliación:** Se refiere al deseo de relacionarse con las demás personas, es decir de entablar relaciones interpersonales amistosas y cercanas con los demás integrantes de la organización.

Los individuos se encuentran motivados, de acuerdo con la intensidad de su deseo de desempeñarse, en términos de una norma de excelencia o de tener éxito en situaciones competitivas.

En la investigación acerca de la necesidad de logro, Mc Clelland encontró que los grandes realizadores se diferencian de otros por su deseo de realizar mejor las cosas, buscan situaciones, en las que tengan la responsabilidad personal de brindar soluciones a los problemas, situaciones en las que pueden recibir una retroalimentación rápida acerca de su desempeño, a fin de saber si están mejorando o no y por último, situaciones en las que puedan entablar metas desafiantes; no obstante les molesta tener éxito por la suerte, es decir prefieren el desafío de trabajar en un problema y cargar con la responsabilidad personal del éxito o fracaso.

Además, evitan las tareas no muy fáciles o muy difíciles. Al superar obstáculos, desean sentir que el resultado, es decir su éxito o fracaso, depende de sus propias acciones. Los grandes realizadores se desempeñan mejor cuando perciben que tienen una oportunidad de éxito del 50% y una de fracaso de 50%, pues así poseen una buena posibilidad de experimentar sentimientos de logro y satisfacción de sus esfuerzos.

Por otra parte, los individuos que poseen una alta necesidad de poder, disfrutan el encontrarse a cargo de los demás, se esfuerzan por influenciarlos, además ansían ser colocados en situaciones competitivas y dirigidas al estatus, y tienden a interesarse más por el prestigio y la consecución de influencia sobre los demás, que en el desempeño eficaz.

La tercera necesidad es la de afiliación, que no ha recibido mucha atención por parte de los investigadores. Pero que a la larga crea un ambiente grato de trabajo, que influye y están claramente relacionadas con las otras necesidades.

Por ejemplo, el hecho de mantener buenas relaciones con los demás miembros de la organización, podrá producir que un gerente, más que poder coercitivo sobre sus subordinados, se gane el poder bajo la forma de autoridad; que a la larga le ayudará a conseguir eficientemente las metas trazadas por

la organización y las personales en consecuencia. En esta situación se observa claramente una relación entre las necesidades de afiliación, logro y poder.

La teoría de Mc. Clelland fue seleccionada para este trabajo ya que la misma expresa tres (3) necesidades principales. La primera es la necesidad del logro, donde el sujeto busca sobresalir, la segunda es la necesidad de poder, en la cual la persona desea tener el mando y poder sobre los demás y por último la necesidad de afiliación donde se requiere ser principalmente el protagonista de un núcleo social para así tener el poder.

Teoría de la Personalidad de Carl Rogers (1902- 1987)

Todo individuo vive en un mundo continuamente cambiante de experiencias, de las cuales él es el centro. El individuo percibe sus experiencias como una realidad, y reacciona a sus percepciones; su experiencia es su realidad. En consecuencia, la persona tiene más conciencia de su propia realidad que cualquier otro, porque nadie mejor puede conocer su marco interno de referencia (a diferencia del individuo ignorante de sí mismo que suponía Freud).

El individuo posee la tendencia inherente a actualizar y desarrollar su organismo experienciante, (proceso motivacional), es decir, a desarrollar todas sus capacidades de modo que le sirvan para mantenerse y expandirse. Según este postulado, Rogers acepta una única fuente de motivación en la conducta humana: la necesidad innata de auto actualización (ser, ser lo que podemos llegar a ser, ser nosotros mismos, convertir la potencia en acto).

Opina, que no es relevante para una teoría de la Personalidad elaborar una relación de motivaciones puntuales (sexo, agresividad, poder, dinero, etc.). El hombre sólo está movido por su tendencia a ser, que en cada persona se manifestará de forma distinta.

En la tendencia a la actualización confluyen, por un lado, la tendencia a conservar la organización, obtener alimento y satisfacer las necesidades de déficit (aire, agua, etc.), y por otro, la tendencia a crecer y expandirse, lo que incluye la diferenciación de órganos y funciones, la reproducción, la socialización y el avance desde el control externo a la autonomía.

Se podría considerar que el primer aspecto guarda relación con el concepto tradicional de “reducción de la tensión” (equilibrio), mientras que la segunda parte implicaría otro tipo de motivaciones, como la búsqueda de tensión o la creatividad (desequilibrio que se resuelva posteriormente en un equilibrio más complejo y maduro).

Esta tendencia al auto actualización es considerada como una motivación positiva que impele al organismo a progresar, y que va de lo simple a lo complejo; se inicia en la concepción y continúa en la madurez. Tiene cuatro características básicas:

1. Organísmica (natural, biológica, una predisposición innata).
2. Activa (constante, los organismos siempre están haciendo algo, siempre están ocupados en su crecimiento, aunque no lo parezca).
3. Direccional o propositiva (intencional, no es aleatoria ni meramente reactiva).

4. Selectiva (no todas las potencialidades se realizan). “La meta que el individuo ha de querer lograr, el fin que, sabiéndolo o no, persigue, es el de volverse él mismo “La evidencia que apoya esta motivación es la práctica clínica de Rogers, que le muestra que, incluso en los casos de depresión aguda, se aprecia la tendencia a continuar el desarrollo (se aprecia que “hay una persona intentando nacer”).

El niño interactúa con su realidad en términos de esta tendencia a la actualización. Su conducta es el intento del organismo, dirigido a un fin, para satisfacer la necesidad de actualización (de ser) en el marco de la realidad, tal como la persona la percibe (proceso conductual). La conducta supone una satisfacción de las necesidades que provoca la actualización, tal como éstas son percibidas en la realidad fenoménica, no en la realidad en sí.

Es la realidad percibida la que regula la conducta, más que el estímulo o realidad “objetiva”, (un bebé puede ser tomado en brazos por una persona afectuosa, pero si su percepción de esta situación constituye una experiencia extraña o aterradora, es esta percepción la que influirá en su comportamiento). Así, la Psicología de la Personalidad ha de ser ante todo Psicología de la Percepción, que estudie de qué formas diferentes las personas forman su campo fenoménico.

La conducta es provocada por necesidades presentes, y no por eventos ocurridos en el pasado. Las únicas tensiones y necesidades que la persona intenta satisfacer son las presentes (sin negar que éstas tengan su origen en fenómenos pasados; se trata del énfasis existencialista en el “aquí y ahora”).

Junto al sistema motivacional de auto actualización, existe un sistema valorativo o regulador igualmente primario. Desde la infancia, la persona está desarrollando permanentemente un proceso organismo de autoevaluación que tiene

como criterio la necesidad de actualización (el ideal de actualización, de ser él mismo). Las experiencias que son percibidas como satisfactorias de esta necesidad se valorarán positivamente, y las no percibidas como satisfactorias se valorarán negativamente (proceso valorativo). En consecuencia, el niño evitará las experiencias valoradas negativamente y se aproximará a las positivas.

Teoría de las organizaciones de Chiavenato (1999).

Los seres humanos tienen que cooperar unos con otros, por sus limitaciones individuales, y deben conformar organizaciones que les permitan lograr algunos objetivos que el esfuerzo individual no podría alcanzar. Una organización es un sistema de actividades conscientemente coordinadas, formado por dos o más personas, cuya cooperación recíproca es esencial para la existencia de aquella. Una organización existe sólo cuando: hay personas capaces de comunicarse; están dispuestas a actuar conjuntamente (disposición de sacrificar su propio comportamiento en beneficio de la asociación); para obtener un objetivo común.

Las organizaciones existen para que los miembros alcancen objetivos que no podrían lograr de manera aislada debido a las restricciones individuales. En consecuencia, las organizaciones se forman para superar estas limitaciones.

La complejidad de las organizaciones.

La manera como las personas viven, se visten, se alimentan, sus expectativas, sus convicciones y sus sistemas de valores experimentan una enorme influencia por parte de las organizaciones; a su vez, el modo de pensar y sentir de los miembros influyen en ellas.

Las organizaciones son sistemas demasiado complejos, tienden a crecer a medida que prosperan; esto se refleja en el aumento de personal. El crecimiento conduce a la complejidad.

Las grandes organizaciones, también denominadas organizaciones complejas, poseen ciertas características:

- **Complejidad.** Mientras que en las pequeñas empresas la interacción se realiza persona a persona, en las grandes organizaciones existen numerosos niveles intermedios dedicados a coordinar e integrar labores de las personas; de este modo, la interacción se torna indirecta.
- **Anonimato.** Importa la actividad que se realice, no quién la ejecuta.
- Rutinas estandarizadas para procedimientos y canales de comunicación.
- Estructuras personalizadas no oficiales. Configuran la organización informal.
- Tendencia a la especialización y la proliferación de funciones. Pretende separar las líneas de autoridad formal de las de competencia profesional o técnica.
- Tamaño. Dado por el número de participantes y dependencias que conforman la organización.

Diversas eras de la organización

La administración de personas es la manera como las organizaciones tratan a las personas que trabajan en conjunto en esta era de la información, ya no como recursos

organizacionales que deben ser administrados pasivamente, sino como seres inteligentes y proactivos, responsables, con iniciativa y dotados de habilidades y conocimientos que ayudan a administrar los demás recursos organizacionales materiales y que carecen de vida propia. La nueva concepción, el nuevo espíritu, no se basa en la administración de personas, sino en la administración con las personas, quienes serán la riqueza del futuro.

El capital intelectual, que reposa en el cerebro de las personas, ocupará el lugar de la moneda financiera en el mañana y será el principal recurso de la organización. No obstante, será un recurso muy especial que no deberá ser tratado como mero recurso organizacional.

Las organizaciones como sistemas sociales

Las organizaciones son unidades sociales (o agrupaciones humanas) intencionalmente construidas y reconstruidas para lograr objetivos específicos. Una organización nunca constituye una unidad lista y acabada, sino un organismo social vivo y cambiante. Pueden dividirse en organizaciones con ánimo de lucro y sin ánimo de lucro. Empresa es toda iniciativa humana que busca reunir e integrar recursos humanos y no humanos, cuyo propósito es lograr autosostenimiento y obtener ganancias mediante la producción y comercialización de bienes o servicios.

Elementos de las organizaciones:

- **Elemento básico:** son las personas, cuyas interacciones conforman la organización... El éxito o el fracaso de las organizaciones está determinado por la calidad de las interacciones de sus miembros.

- **Interacción:** es la relación entre dos personas o sistemas de cualquier clase, por la cual la actividad de uno está determinada por la del otro; influencia recíproca. Las interacciones pueden ser: a) Individuales; b) entre individuos y organización; c) entre la organización y otras organizaciones; d) entre la organización y el ambiente externo.
- **Elementos de trabajo:** recursos que utiliza. Son: humanos, no humanos y conceptuales. Los recursos humanos son aquellos en que las personas aparecen como elementos de trabajo, que utilizan recursos y disponen la organización para adquirir otros recursos también necesarios.

Los participantes en las organizaciones

Las organizaciones surgen a menudo debido a que los individuos tienen objetivos que sólo pueden lograrse mediante la actividad organizada. A medida que crecen, las organizaciones desarrollan sus propios objetivos, independientes y aun diferentes de los de las personas que las fundaron.

Los miembros de la organización. Son: a) gerente y empleados; b) proveedores; c) consumidores y usuarios; d) el gobierno y, e) la sociedad.

Tanto la organización como sus miembros están involucrados en una adaptación mutua. Ya que las necesidades, los objetivos y las relaciones de poder varían, de modo que la adaptación es un proceso de cambios y ajustes continuos.

Todos los miembros (internos y externos) inciden en la adaptación y en el proceso de toma de decisiones (y viceversa).

Objetivos organizacionales

Toda organización requiere alguna finalidad, algún concepto del porqué de su existencia y de lo que va a realizar, deben definirse las metas, los objetivos y el ambiente interno que necesitan los participantes, de los que depende para alcanzar sus fines. Los objetivos son las metas colectivas de acuerdo con la significación social.

Las empresas son unidades sociales que procuran objetivos específicos: su razón de ser es servir a esos objetivos. Para una organización., un objetivo es una situación deseada que debe alcanzarse.

Los objetivos naturales de una empresa en general son:

1. Satisfacer las necesidades de bienes y servicios en la sociedad.
2. Proporcionar empleo productivo para todos los factores de producción.
3. Aumentar el bienestar de la sociedad mediante el uso racional de los recursos.
4. Proporcionar un retorno justo a los factores de entrada.
5. Crear un ambiente en que las personas puedan satisfacer sus necesidades humanas básicas.

Los objetivos no son estáticos sino dinámicos, pues están en continua evolución, alterando las relaciones (externas) de la empresa con el ambiente y con sus miembros (internas), y son evaluados y modificados constantemente en función de los cambios del medio y de la organización interna de los miembros.

Dentro de esta investigación, las afirmaciones de Chiavenato, tienen preponderancia y fungen de base, puesto que el expone en qué consisten las organizaciones y como juega un papel importante para el correcto funcionamiento de

la organización, el trabajo en equipo, la comunicación y el conocimiento que posea cada uno de los individuos que allí laboren.

Antecedentes de la Investigación

Las estrategias motivacionales en orientación para el fortalecimiento en el proceso de integración grupal, es una temática limitada en cuanto a investigaciones realizadas, de ahí la relevancia de los estudios presentados para fundamentar este trabajo.

De acuerdo a Arias (2006) los antecedentes de la investigación se refieren a:

Los estudios preliminares relacionados con el problema objeto de estudio, que sirven de base para la formulación de principios, teoremas, artículos, publicaciones, normas y finalmente la teoría, que necesariamente es objeto de perfeccionamiento y edificaciones y por ello mismo de reordenamiento, que es el resultado de investigaciones que desembocan normalmente en la formulación de cambios a la teoría existente. (p.40).

Es así como, para la realización de la presente investigación se consultó varios trabajos realizados con anterioridad, los cuales de manera directa o indirecta están relacionados con las variables inmersas en los procesos de integración grupal de las empresas u organizaciones. De la búsqueda de esa información o estudios específicos se obtuvieron trabajos aplicables a la temática planteada, entre los cuales se encuentran:

Antecedentes Internacionales

García (2012), estudiante de Relaciones Laborales y Recursos Humanos en la Universidad de Valladolid (España), en su trabajo fin de Grado, realizó una investigación titulada, “Motivación Laboral”, con el objetivo que el presente proyecto describa las teorías existentes sobre la motivación en el trabajo, y las analiza a través de una serie de entrevistas realizadas a trabajadores para confirmar algunos de los elementos motivadores en el ámbito laboral. Para la realización de este proyecto se ha utilizado una metodología no experimental, para buscar las características que describen a una determinada población, se ha buscado los elementos motivadores en un grupo de trabajadores con una situación laboral estable. De acuerdo con la investigación del proyecto presente los resultados y en conclusión, el desarrollo del trabajo es fundamental para la consecución de los objetivos de la empresa, por lo que el poder definir de forma adecuada una estrategia para potenciar su motivación y desarrollo es fundamental.

Por consiguiente, la investigación antes mencionada es de gran valor ya que toma como referencia la importancia de las estrategias de motivacionales para el logro de los objetivos establecidos por la empresa y esta su vez le proporcione el desarrollo integral del trabajador dentro de la empresa.

Así mismo, Deza E. (2010-2011) Universitat de Barcelona (España), en su trabajo de Maestría, titulado “Influencia del Clima Organizacional en la motivación del personal asistencial de enfermería médico quirúrgica”, que tiene como objetivo determinar la influencia del clima organizacional en la motivación de los profesionales de enfermería del Hospital Universitario de Bellvitge. La metodología implementada fue diseño o tipo de estudio, el enfoque de la investigación fue cuantitativo, de alcance descriptivo, transversal. La conclusión de esta investigación consiste en la influencia que el Clima Organizacional puede tener en la motivación

del personal de enfermería asistencial del HUB, nos permite adelantarnos a posibles situaciones de conflicto. También puede permitir modificar alguno de los aspectos que más influencia pueden tener y así mejorar el nivel de motivación y de excelencia y cuidado asistencial.

Es por ello, que la presente investigación refleja los cambios positivos o negativos que puede proporcionar ambiente laboral y este a su vez influye directamente en la motivación al cumplir con sus funciones, por ende nos proporciona una referencia del alcance de la motivación en interacción grupal.

Antecedentes Nacionales

Lárez, Pineda (2010), en su trabajo de Grado titulado “Programa de Orientación basado en la motivación al logro para la satisfacción laboral. Estudio realizado en Seguros la Previsora Maracay-Estado Aragua”, realizaron una investigación cuyo propósito fue proponer un programa de orientación organizacional basado en la motivación al logro para la satisfacción laboral para el personal de Seguro la Previsora, Maracay-Estado Aragua. La naturaleza de la presente investigación con proyecto factible en su fase de diagnóstico es de tipo cuantitativo, la cual busca la medición objetiva, estructurada y sistemática del fenómeno a estudiar apoyándose en las ciencias exactas y que la misma requiere el uso de instrumentos de medición y comparación que proporcionan datos cuyo estudio necesita la aplicación de modelos matemáticos y estadísticos. En conclusión parcial sobre las dos variables motivación al logro y satisfacción laboral, se observó que: la motivación de los trabajadores está determinada por los factores intrínsecos y los extrínsecos a la actividad laboral, prevalece la falta de oportunidad de superación, conjuntamente con el desarrollo personal y profesional.

Este programa nos sirvió para afianzar nuestra investigación ya que nos mostró la influencia del contexto laboral tanto externo como interno para que la motivación esté presente en el desempeño laboral.

Por otra parte, Altuve (2009), realizó una investigación titulada “La motivación en el desempeño laboral del personal de la Coordinación de Prevención del Delito Seccional Barinas-Estado Barinas”, con la finalidad de analizar la motivación en el desempeño laboral del personal de la Coordinación de Prevención del Delito Seccional Barinas-Estado Barinas. El enfoque de la investigación es cuantitativo, el tipo de investigación utilizada es la descriptiva, la cual consiste en dar a conocer la situación y el comportamiento que caracteriza al objeto de estudio. El diseño a utilizar en esta investigación será de campo no experimental, esta se justifica porque el investigador observa los fenómenos tal y como ocurre naturalmente, sin intervenir en su desarrollo, este tipo de investigación se apoya en informaciones que provienen de entrevistas, cuestionarios, observaciones y encuestas. A través de los datos que han sido procesados, analizados e interpretados se ha llegado a la siguiente conclusión: Con respecto al objeto número dos describir el desempeño laboral del personal se puede decir que es medianamente activo ellos respondieron en la encuesta tener una calificación en porcentaje de su desempeño laboral entre 70% y 90%, y que su desempeño es medianamente activo y otros muy activo.

A sí mismo, esta investigación nos dio a conocer la naturaleza de las situaciones y del comportamiento laboral cuando la motivación está inmersa en el rendimiento laboral, midiendo el nivel de desempeño de cada trabajador.

La investigación realizada por Salas J. (2009), en su trabajo de grado titulado “Diseño de un Plan de Calidad Total para mejorar los procesos administrativos en el Centro Regional de Coordinación del Ministerio de Infraestructura (C.R.C MINFRA) del Estado Cojedes”, realizado en la Universidad de Carabobo (UC), el presente

estudio tuvo como objetivo general diseñar un plan de calidad total que permitió mejorar los procesos administrativos en el centro regional de coordinación MINFRA del Estado Cojedes, que carecen de mecanismos que garanticen el Flujo de retroalimentación de la información, a la vez, trae dificultades en la acción de darle cumplimiento a la ejecución física de las obras vinculadas con la ejecución financiera, incumpliendo con el informe del plan operativo anual institucional, requisito exigido por el ministerio al cual está adscrita esta coordinación. Este trabajo fue desarrollado bajo la modalidad de una investigación de campo, en forma directa a la realidad y se le aplicó a cinco (05) personas que conformaron la muestra, utilizando como técnicas de recolección de datos la encuesta y como instrumento el cuestionario, el cual dio como resultado un método sistemático para desarrollar productos y servicios con base en una comprensión total de las necesidades del cliente y sus expectativas razonables.

Tomando en cuenta los aportes de la investigación, superara con éxito las posibles deficiencias en el sector de control de calidad y servicio, que se pudieron haber presentado mediante un eficiente proceso de integración en las áreas de trabajo subiendo un escalón más en las miras de objetivos planteados y en proceso de evolución de la empresa.

Pineda y Solórzano (2009) en su investigación sobre “Estrategias de Orientación para el desarrollo de la Conciencia Social en Pro de mejorar la Calidad de Vida” tuvo como objetivo generar estrategias de orientación que faciliten el desarrollo de la conciencia social en los estudiantes de FACE UC en pro de mejorar su calidad de vida, dicho trabajo se enmarco en el tipo de investigación cualitativa , el cual utilizo un diseño investigación acción este , concluyo qué las estrategias de orientación aplicadas deben repetirse y mejorarse al inicio y fin de cada nuevo semestre con la finalidad de mantener informados a los estudiantes sobre los comportamientos que debe asumir mientras se encuentra en formación en esta casa de estudio, de esta manera se comprueba la realimentación y nueva implementación de

un plan de continuidad al estudio y así lograr que con la aplicación habitual se logre mantener el clima deseado para el crecimiento profesional que se imparte en esta facultad .

Esta investigación es de suma importancia para este trabajo ya que permite el desarrollo de la conciencia social mediante estrategias en orientación en personas que conviven en colectivo en una empresa.

Espinoza y Vitriago (2009) en su tesis “Programa de estrategias en orientación para la adaptación del ciudadano que presta servicio militar” esta investigación a fin de Proponer un Programa de estrategias en orientación para la adaptación del ciudadano y ciudadana que presta servicio militar en el fuerte Paramacay, se realizó bajo un diseño de investigación acción de tipo investigación cualitativa y se logró demostrar que es importante la intervención y acción pertinente de un orientador de manera continua, en conjunto con un equipo de trabajo por el personal profesional y técnico del cuartel para la planificación , ejecución y evaluación de programa intensivo para fortalecer la adaptación a través de estrategias que motiven e incentiven al soldado para permanecer dentro de la instalaciones del cuartel donde pueda culminar su periodo de servicio militar satisfactoriamente creando así posibilidades para continuar en el medio donde profundice sus raíces en el régimen militar si así lo desea.

Este trabajo de grado es tomado en consideración por adaptarse a la realidad que viven los soldados y que aun en lo rígido que es su sistema la motivación es esencial para que puedan permanecer en él y así obtener su objetivo final, aun cuando el contexto sea el determinante de su prosecución académica.

Basamento Legal de la investigación

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela

Capítulo V

De los derechos sociales y de las familias

Artículo 87. Toda persona tiene derecho al trabajo y el deber de trabajar. El Estado garantizará la adopción de las medidas necesarias a los fines de que toda persona puede obtener ocupación productiva, que le proporcione una existencia digna y decorosa y le garantice el pleno ejercicio de este derecho. Es fin del Estado fomentar el empleo. La ley adoptará medidas tendentes a garantizar el ejercicio de los derechos laborales de los trabajadores y trabajadoras no dependientes. La libertad de trabajo no será sometida a otras restricciones que las que la ley establezca.

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

Ley Orgánica de trabajo

Derecho al trabajo y deber de trabajar

Artículo 26. Toda persona tiene el derecho al trabajo y el deber de trabajar de acuerdo a sus capacidades y aptitudes, y obtener una ocupación productiva, debidamente remunerada, que le proporcione una existencia digna y decorosa.

Las personas con discapacidad tienen igual derecho y deber, de conformidad con lo establecido en la ley que rige la materia.

El Estado fomentará el trabajo liberador, digno, productivo, seguro y creador.

Condiciones de trabajo

Artículo 156. El trabajo se llevará a cabo en condiciones dignas y seguras, que permitan a los trabajadores y trabajadoras el desarrollo de sus potencialidades, capacidad creativa y pleno respeto a sus derechos humanos, garantizando:

1. El desarrollo físico, intelectual y moral.
2. La formación e intercambio de saberes en el proceso social de trabajo.
3. El tiempo para el descanso y la recreación.
4. El ambiente saludable de trabajo.
5. La protección a la vida, la salud y la seguridad laboral.
6. La prevención y las condiciones necesarias para evitar toda forma de Hostigamiento o acoso sexual y laboral.

Referencias Conceptuales

La Orientación

Emerson (2009), concibe la orientación como "...una práctica científico social tendiente a la búsqueda del bienestar individual y colectivo, en una gama amplia de áreas sensibles de la vida que va desde el contexto personal hasta parámetros que bordean la convivencia comunitaria..."

Es por ello, El orientador, en consecuencia, es la clase de dirigente social que además de incorporar elementos ideológicos propios del liderazgo, también inscribe en su condición profesional rasgos inherentes al estudio del conocimiento humano, de su psiquis, de su cotidianidad existencial. Ello le permite combinar la facultad de guiar y tutorear procesos aunados a una gran voluntad de servicio.

Por su parte, Ferreiro, Director del Departamento de Empleo Universitario de la Fundación Universidad Empresa de la Universidad de Valencia (2004), propone que el orientador laboral trabaja para ayudar a aquellas personas que buscan activamente empleo, ya sea por cuenta ajena o propia, lo más importante es que todos deben poder encontrar un sitio en el mercado laboral y para ello hay que saber transmitir que todas las profesiones son importantes y necesarias para el buen funcionamiento de la sociedad. La orientación sigue una serie de pasos que hacen más racional el proceso de búsqueda.

En primer lugar, es recomendable la realización de tutorías individualizadas, donde se acuerdan con el demandante de empleo las actividades que deben llevarse a cabo para que su inserción sea lo más efectiva posible, hay que conocer la realidad de la persona que recibe orientación (su formación, sus intereses, sus necesidades, su situación social...).

Según el Código del Orientador (2001), en el Artículo N° 30, de las funciones del orientador u orientadora. Señala lo siguiente: en cualquier contexto de acción del orientador u orientadora cumple las siguientes funciones específicas:

Diagnosticar las características de los sistemas humanos en los contextos educativos, organizacionales, asistenciales, jurídicos y comunitarios, a raíz de ello, diseñar, ejecutar programas dirigidos a desarrollar el potencial de los sistemas humanos en los distintos contextos y áreas de la orientación.

De esta manera se pueden generar investigaciones sobre aspectos relacionados con las áreas de acción del orientador u orientadora, y facilitar y estimular conductas sanas y productivas dentro de la gama de posibilidades del individuo y su entorno, para promover el desarrollo y adaptación del individuo en su contexto.

Asesorar a personas e instituciones en distintas áreas relacionadas con la atención psicológica y formación de individuos y por ende diseñar actividades de prevención y crecimiento del individuo, cónsonas con sus necesidades, metas, aspiraciones, potencialidades y contextos, prestando apoyo en el diseño, ejecución de planes y programas educativos, recreativos y pedagógicos; destinados a la capacitación, adiestramiento de habilidades, destrezas y conocimientos, vinculados a los diferentes contextos y áreas de la Orientación.

El orientador también brinda asesoría individual y grupal dentro del desarrollo de actitudes positivas, valores, toma de decisiones, relaciones interpersonales, autopercepción y otras conductas afectivas propias de un individuo consciente de sus responsabilidades y potencialidades para crear y crecer permanentemente en armonía con su medio.

Cualquier otra función que requiera el desarrollo personal-profesional del hombre individual o social.

También Montané y Martínez (1994), hacen referencia al rol del orientador, la intervención por programas surge de su total integración y colaboración con la institución educativa, partiendo de necesidades y competencias de las cuales surgen las propuestas de intervención. Esto enlaza con el modelo de consulta: el orientador actúa como consultor, asesor y formador de formadores.

Asimismo, En lo relativo a la planificación; los programas persiguen la consecución de los objetivos educativos del centro o del aula y los recursos en la intervención por programas son en realidad todos los del centro educativo y su entorno inmediato. Los programas son procesos de acción integrados en mayor o menor medida en el currículum general ordinario o facilitan dicha opción.

Respecto al equipo docente, un programa permite y favorece la cooperación, el intercambio y el trabajo en equipo, así como la mejora progresiva del mismo puesto que este equipo y cada uno de sus integrantes conocen y saben poner en práctica los programas de orientación. La evaluación en este tipo de intervención tiene una finalidad esencialmente formativa, de mejora continua de los procesos y productos educativos por lo que favorece el desarrollo y el papel de los discentes es activo, en la mayor parte de los casos éstos son conocedores de las necesidades y potencialidades y de los beneficios y mejoras que su desarrollo conllevará, por lo que son parte activa en el mismo.

El tipo de intervención más frecuente suele ser sobre déficits o necesidades inmediatas, pero debería ser una intervención preventiva, grupal, proactiva y/o intervención orientada al desarrollo. La institución es un elemento dinámico en evolución, ya que la intervención genera procesos de reforma, cambio e innovación en la propia institución educativa.

La colaboración se hace posible en el momento en que los procesos de diagnóstico, programación, puesta en práctica y evaluación son claros, transparentes y compartidos por la comunidad educativa.

En el manual de Orientador laboral lo caracteriza como el cambio continuo del mercado de trabajo hace que determinadas habilidades sean clave para la empleabilidad. Las habilidades más valoradas en el entorno organizacional son las destrezas intelectuales y personales transferibles a distintas profesiones y actividades como: analizar asuntos complejos, identificar y resolver problemas, sintetizar e integrar conceptos diversos, clarificar valores, trabajar cooperando, comunicar eficazmente a distintos niveles.

He aquí un análisis más detallado de algunas de ellas:

Flexibilidad: adaptarse eficazmente a distintos entornos, situaciones y personas. Es flexible el que introduce cambios en la forma de hacer las cosas, asume tareas imprevistas o nuevas responsabilidades fácilmente. Aceptar y promover el cambio nos hará desenvolvernos con soltura en el entorno laboral. Para potenciar la flexibilidad podemos: Iniciar cambios de dificultad creciente y Aprender de ellos.

Trabajo en equipo: realizar tareas comunes con otras personas, escuchando y respetando las opiniones de los otros, llegando a acuerdos que los individuos del grupo deben cumplir y defender. Para trabajar en equipo eficazmente conviene:

Escuchar las opiniones del resto, mantener una actitud positiva en los momentos de tensión, calmar los ánimos aportando soluciones y aceptar las críticas de otros.

Persuasión: influir en los demás sin manipular con el fin de cumplir unos objetivos profesionales. Para tener credibilidad, el persuasivo es coherente entre lo que dice y lo que hace. Para entrenar nuestra capacidad persuasiva:

Atraer la atención sobre una idea, presentándola con entusiasmo y confianza, argumentar la idea con datos concretos y utilizar valores compartidos con nuestro interlocutor para que la idea le sea significativa.

Autoconfianza: confiar en la capacidad de uno mismo para realizar exitosamente una tarea. Es autoconfiado el que asume nuevos retos para convertirse en un profesional competente y valorado. Para potenciar la autoconfianza:

Reconocer y resaltar nuestros puntos fuertes, asumir riesgos de grado moderado, perder el miedo a equivocarse, aprender de los errores para no repetirlos y reflexionar sobre experiencias exitosas anteriores.

Creatividad/innovación: generar alternativas a los problemas, aportar soluciones originales y de valor y mejorar o transformar el entorno. Es un proceso continuo que requiere trabajo. Para desarrollar la creatividad:

Detectar posibilidades de mejora y oportunidades de crecimiento individual y colectivo, proponer ideas que aporten valor a lo existente y mostrar interés por el cambio.

Toma de decisiones: elegir de forma acertada y rápida la solución a un problema. Para mejorar la toma de decisiones:

Identificar el problema y su importancia, reunir toda la información posible sobre el problema y generar alternativas, evaluar las alternativas: con pros y contras, pedir opinión a personas que hayan tomado una decisión similar, prever situaciones inesperadas, seleccionar la mejor opción, evaluar los resultados para corregir errores u omisiones.

La estrategia empresarial

Origen

La existencia de una estrategia empresarial formal puede ser tan nueva como la existencia de las propias organizaciones empresarias complejas, es decir que se remonta a la revolución industrial. Pero históricamente, la estrategia fue aplicada al arte militar donde es un concepto amplio y vagamente definido de una campaña militar para la aplicación de fuerzas en gran escala contra el enemigo, esto a nivel empresarial se puede entender al enemigo como la competencia y las fuerzas las

decisiones que tomamos para obtener beneficios de las oportunidades que nos brindan.

En los años 50, los economistas se dieron cuenta que ese concepto de estrategia es importante a nivel de negocios debido a que la empresa necesita una dirección de expansión y ámbito bien definidos, que los objetivos no solo satisfacen la necesidad y que se requieren reglas de decisión adicionales si la empresa quiere tener un crecimiento ordenado y rentable.

Hasta que empezó a tener interés esta idea de estrategia, las empresas anteriormente utilizaban otro método que dejó de ser una alternativa con el tiempo ya que las pocas ventajas que tenían como no perder ninguna oportunidad y de comprometer los recursos de la empresa hasta el último momento se enfrentaban a los inconvenientes de una búsqueda insuficiente de oportunidades, al acrecentamiento de riesgo de tomar malas decisiones y a la carencia de control sobre el patrón general a seguir para la asignación de recursos.

Podemos hablar de dos grandes personajes, John von Neumann y Oskar Morgenstern, que juntos escribieron un libro en 1944 llamado *Theory of Games and Economic Behavior*. Con su teoría de los juegos iniciaron el uso de estrategia en el mundo de los negocios.

No obstante lo anterior, en las primeras décadas la misma fue implícita y parcial, hasta llegar a la década de 1980, donde empezó a cobrar mayor consistencia. Es desde finales de la década de 1970 y principios de la década de 1980 cuando aparecen los primeros trabajos de "Planificación Estratégica", liderados por autores como George A. Steiner, quienes dieron los primeros pasos para dar metodología a esta área, y si bien muchas de sus aplicaciones y recomendaciones fracasaron inicialmente, dieron el inicio a un camino que cada vez se profundiza y se formaliza más y más.

A estos estudios se sumaron Peter Drucker, padre de la administración moderna, así como algunas interesantes publicaciones de Michael Porter, Al Ries y Jack Trout, entre otros. Con la llegada de la década de 1990, la estrategia empresarial pasó a tener mejores herramientas y estructura, fruto de muchas colaboraciones, como las de Henry Mintzberg, Peter Senge, Michael Hammer, George Yip, Jan Calzon, y Gary Hamel, entre otros.

También los desarrollos académicos también se sumaron otros trabajos y enfoques provenientes de consultoras que ampliaron el espectro y le dieron mayor pragmatismo a las teorías, volcando las mismas en herramientas aplicables exitosamente, tal el caso de Booz& Co., The Boston Consulting Group, Integra Trust, Mc Kinsey & Co., Arthur D. Little, Shocron Benmuyal&Asoc., Accenture, Strategos, Gallen, etc. A la llegada del siglo XXI, se observa una convergencia de todas las corrientes en modelos de gestión estratégica.

Por otro lado, también se han sumado a la misma los modelos de businessintelligence, y herramientas como el cuadro de mando integral (BSC: Balanced Score Card), lo cual ha potenciado los resultados de la estrategia empresarial.

En la década de 1980 los estrategas de negocios se dan cuenta también que hay un gran conocimiento de miles de años que apenas habían examinado, de ahí que recurran a los libros clásicos de estrategia militar para la dirección de empresas como son El arte de la guerra por SunTzu, De la guerra por Carl von Clausewitz y el Libro Rojo de Mao, convirtiéndolos en libros clásicos de negocios, donde se examinan temas importantes para el marketing como son: el liderazgo, la motivación, la logística, las comunicaciones y la inteligencia desde un contexto distinto a los negocios.

Hoy en día prácticamente ninguna empresa de cierta envergadura en los países más avanzados carece de una estrategia empresarial definida, ya que se considera un elemento básico para la gestión de la misma. Además se conoce como estrategia gerencial o directiva la toma de decisiones de alto nivel en las organizaciones con estructuras altamente piramidales.

Definición

La estrategia empresarial es uno de los campos de estudio que mayor interés ha despertado, tanto en el mundo académico como en el mundo de los negocios. La importancia de la dirección estratégica radica en su vinculación directa con los resultados empresariales.

La estrategia empresarial, a veces también llamada gestión estratégica de empresas, es la búsqueda deliberada de un plan de acción que desarrolle la ventaja competitiva de una empresa y la acentúe, de forma que ésta logre crecer y expandir su mercado reduciendo la competencia.

Así Pues, La estrategia articula todas las potencialidades de la empresa, de forma que la acción coordinada y complementaria de todos sus componentes contribuya al logro de objetivos definidos y alcanzables. Idealmente, el análisis estratégico debería buscar las relaciones sistemáticas existentes entre las elecciones que realizan la alta dirección y los resultados económicos que obtiene la empresa.

En las empresas con gobierno corporativo, la estrategia es diseñada por la Junta Directiva con asesoría de miembros externos y la participación del director ejecutivo, también llamado ChiefExecutive Officer (CEO) o Gerente General. La ejecución y desarrollo de la estrategia empresarial es tarea del CEO, con la participación del nivel ejecutivo (operaciones, marketing, ventas mayoristas, administración, tecnología,

etc.) y el apoyo del nivel operativo (manufactura, ventas minoristas, puntos de venta, atención post venta, etc.) de la organización.

Las decisiones estratégicas implican el compromiso de importantes asignaciones de recursos de la organización a largo plazo. La actuación estratégica se basa en el despliegue de los recursos de la organización, así como en la adquisición o generación interna de nuevos recursos.

Dicha actuación, se ve condicionada por una serie de factores contextuales que son invariables a corto plazo. Internamente, la estrategia de la empresa se ve condicionada por el conjunto de recursos que posee, así como por su estructura organizativa. El entorno también condiciona las decisiones estratégicas de la empresa. La influencia del entorno viene determinada por las características del sector o sectores en los que la empresa lleva a cabo sus operaciones, así como otra serie de factores externos que restringen su comportamiento.

Para algunos, la estrategia empresarial es la base fundamental del camino que opta por recorrer una organización o empresa para el logro de sus objetivos. La estrategia empresarial existe aun cuando la misma no esté formalmente definida, es decir que la estrategia empresarial puede ser implícita en el camino elegido por las empresas o puede ser expresa cuando la misma surge de un proceso metodológico consistente.

Concepto.

La Estrategia Empresarial es una rama de la Administración de Empresas y se basa en los conocimientos de otras ciencias como el Marketing, las Finanzas Corporativas.

La Estrategia Empresarial es el resultado del proceso de especificar los objetivos, las políticas y los planes de una organización para alcanzar estos objetivos, y la asignación de recursos para poner los planes en ejecución.

La idea de Estrategia proviene de la ciencia militar, y es definida como la ciencia y el arte de la comandancia militar aplicados a la planeación y conducción general de operaciones de combate a gran escala.

La estrategia empresarial es la búsqueda deliberada de un plan de acción que desarrolle la ventaja competitiva de una empresa y la acentúe, de forma que esta logre crecer y expandir su mercado reduciendo el de la competencia. La estrategia articula todas las potencialidades de la empresa de forma que la acción coordinada y complementaria de todos sus componentes contribuya al el logro de objetivos definidos y alcanzables.

Características

Las estrategias de una empresa deben reunir las siguientes características:

Deben ser los medios o las formas que permitan lograr los objetivos; los objetivos deben ser los "fines" y las estrategias "los medios" que permitan alcanzarlos (Eficacia).

Deben guiar al logro de los objetivos con la menor cantidad de recursos, y en el menor tiempo posible (Eficiencia), ser claras y comprensibles para todos, estar alineadas y ser coherentes con los valores, principios y cultura de la empresa. Considerar adecuadamente la capacidad y los recursos de la empresa y representar un reto para la empresa para poder ejecutarse en un tiempo razonable.

Tipos De Estrategias

Las estrategias de una empresa básicamente se clasifican en estrategias generales y estrategias específicas:

Estrategias generales

Las estrategias generales son estrategias que consideran a la empresa como un todo, es decir, sirven para alcanzar los objetivos generales de la empresa.

Algunos ejemplos de estrategias generales:

- Diversificar los productos.
- Diversificar los mercados.
- Competir en base a los costos.
- Competir en base a la diferenciación.
- Enfocarse en un segmento de mercado específico.
- Fusionarse con otra empresa.

Estrategias específicas

Las estrategias específicas son estrategias que sirven de ayuda para poder llevar a cabo las estrategias generales; las estrategias específicas más conocidas y utilizadas son las estrategias de marketing.

- Algunos ejemplos de estrategias generales:
- Aumentar el número de vendedores.
- Aumentar el número de puntos de ventas.
- Disminuir los precios.
- Elevar el gasto en publicidad.
- Agregar nuevas promociones de ventas.
- Establecer nuevos sistemas de información.

Integración Proceso grupal

Origen

La palabra integración tiene su origen en el concepto latino *integrāō*. Se trata de la acción y efecto de integrar o integrarse (constituir un todo, completar un todo con las partes que faltaban o hacer que alguien o algo pase a formar parte de un todo).

No obstante, el término que nos ocupa también se emplea en el ámbito científico. Concretamente se utiliza en las Matemáticas para referirse a la suma que se lleva a cabo de infinitos sumandos. Como integral se denomina también a este concepto básico dentro del sector del cálculo, que tiene un origen antiquísimo pues ya fue utilizado por Arquímedes. Y tras él hicieron lo propio otras figuras tales como Isaac Newton o Leibniz.

Definición

La integración social, por su parte, es un proceso dinámico y multifactorial que supone que gente que se encuentra en diferentes grupos sociales (ya sea por cuestiones económicas, culturales, religiosas o nacionales) se reúna bajo un mismo objetivo o precepto.

De esta forma, la integración social puede darse dentro de un cierto país, cuando se busca que las personas que pertenecen a los estratos sociales más bajos logren mejorar su nivel de vida. Para esto, el Estado o las instituciones civiles deben promover políticas y acciones para fomentar habilidades de autonomía personal y social, la inserción ocupacional, la educación y la adecuada alimentación.

Asimismo, además de la integración social, también podemos hablar de la conocida como integración racial. Con ella lo que se persigue básicamente es que exista una igualdad real entre las personas independientemente de su raza y que se

desarrolle una cultura donde exista la tolerancia necesaria para que todas las culturas tengan cabida y sean respetadas, entre otros objetivos.

Por otra parte, la integración puede ser buscada por distintos países, para potenciar la capacidad de cada nación y, en el trabajo conjunto, mejorar la situación de todos los habitantes. Un ejemplo de integración política y económica es el Mercado Común del Sur (Mercosur), formado por Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay, Venezuela, Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador y Perú (aunque con distintos tipos de membresía).

Entre los elementos fundamentales que deben existir para sustentar e incentivar la mencionada integración económica están la unión económica y monetaria, el mercado común, la zona de libre comercio o la zona preferencial de comercio.

Asimismo en el marco de aquel continente existe lo que se conoce como integración latinoamericana. Un término con el que se viene a definir y englobar a todo el conjunto de acciones, de diversa tipología, con el que lo que se persigue es aunar a los países de América Latina siempre respetando la esencia y las señas de identidad de cada uno de ellos.

Para conseguir todo ello existen diversos organismos de tipo supranacional y se desarrollan un sinnúmero de actuaciones tanto a nivel político como económico, cultural o social.

En todos los casos, la integración siempre supone el esfuerzo coordinado, la planeación conjunta y la convivencia pacífica entre los sectores que conforman el grupo. Esa es la única forma donde las partes pueden constituir un todo, aún sin perder su individualidad.

Un grupo social

Llamado también grupo orgánico, es el conjunto de personas que desempeñan roles recíprocos dentro de la sociedad. Este puede ser fácilmente identificado, tiene forma estructurada y es duradero. Las personas dentro de él actúan de acuerdo con unas mismas normas, valores y fines acordados y necesarios para el bien común del grupo.

Los grupos sociales son el principal componente de la estructura social, ya que es la primera instancia en la que se ponen en práctica los estatus y los roles. En los grupos sociales, las normas de interacción social se promulgan, se aprueban, se negocian. Estos grupos son dinámicos y requieren de características específicas para formarse como tales.

Todo grupo implica ventajas y valores para cada uno de sus miembros. Cuando las personas se dan cuenta de esto, de lo útil que es unirse con otras personas, se puede llegar a la creación de un grupo con ese fin deseado, lo cual después da origen a la asociación.

Características

Todos los grupos son importar su clasificación tienen las siguientes características:

- Por más pequeño que sea el grupo, cada miembro desempeña un papel.
- Dentro de un grupo hay contacto y comunicación entre sus miembros.
- El grupo tiene sus normas y comportamientos que con el tiempo se convierten en costumbres.
- El grupo posee ciertos intereses y valores que llegan a ser aceptados o rechazados por sus miembros.

CAPÍTULO III

MARCO METOLÓGICO

Este capítulo, establece la metodología empleada para lograr los objetivos de la investigación, se presenta el marco metodológico, el cual es el estudio del método. Se entiende por método: “un proceso lógico, surgido del raciocinio de la inducción”, De la Torre (1991). Y la modalidad de la investigación la cual es el modo en que se va a interpretar la investigación, seguidamente, está el método y las fases del mismo y finalmente se tiene las técnicas e instrumentos que se utilizaron en la investigación.

Naturaleza de la Investigación

La siguiente investigación se enmarca en el paradigma cuantitativo. Al respecto González y Rodríguez (citado por Hurtado y Toro, 1998), “Desde el punto de vista metodológico, se suele determinar cuantitativa a la investigación que, predominantemente, tiende a usar instrumentos de medición y comparación que proporcionan datos cuyo estudio requiere el uso de modelos matemáticos y de la estadística”. (p.39).

Tipo de investigación

Se considera que el tipo de la investigación que se realizara será un Proyecto Factible, el cual de acuerdo al Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (UPEL) (2006): “consiste en la investigación, elaboración y desarrollo de una

propuesta de un modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales; puede referirse a la formulación de políticas, programas, tecnologías, métodos o procesos”. (p.21).

Diseño de la Investigación

Es por esto que Ramírez (1999), expresa que el diseño de la investigación “Es el lugar del proyecto destinado para suministrar información sobre la manera cómo se va a realizar la investigación” (p.72).

Es por esto que, sobre esta base, el tipo de estudio que se utilizó para realizar esta investigación será de Campo, ya que los datos necesarios para recolectarla se tomó directamente del sitio fuente de la información Arias (2006) plantea; “la investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados o de la realidad donde ocurren los hechos” (p.31). Es por ello que esta investigación se ubica en este tipo de estudio.

Se considera de tipo descriptivo, por cuanto, como señala Bisquerra (2005), este tipo de estudio “...describe los fenómenos tal cual aparecen en la realidad.

Fases de la investigación

El estudio se realizó, cumpliendo con las siguientes fases:

Fase I: Diagnóstico.

Fase II: Factibilidad.

Fase III: Diseño de Propuesta.

Fase I: Diagnóstico.

Esta fase, corresponde a una exploración de las necesidades Psico-sociales que impactan en el proceso de integración grupal de los trabajadores la empresa Textiles Zanzíbar, S.A., Tienda ZARA.

Fase II: Factibilidad.

El programa de estrategias Motivacionales en orientación para el fortalecimiento en el proceso de integración grupal dirigidos a contribuir en el proceso de motivación de los trabajadores de la empresa Textiles Zanzíbar, S.A., Tienda ZARA, es viable de ponerlo en práctica, ya que, es factible desde el punto de vista social, técnico y económico.

En cuanto a la factibilidad económica, el programa puede realizarse con aportes de los propios participantes, porque los recursos no son muy costosos, y se cuenta con algunos recursos audiovisuales propios de la empresa, así como sus espacios de descanso y oficinas amplias para capacitación y adiestramiento laboral.

En relación a la factibilidad social, este programa dirigido a los trabajadores de la empresa Textiles Zanzibar, S.A., Tienda ZARA tiene como finalidad asesorarlos y capacitarlos para que adquieran y desarrollen las habilidades fundamentales para el trabajo en equipo, comunicación y liderazgo dentro de una organización con un proceso de integración en proceso.

Respecto a la factibilidad técnica, también es viable, ya que se cuenta con recursos humanos físicos y materiales para ejecutar el programa dirigido a los trabajadores de distintos departamentos laborales de la empresa.

Fase III: Diseño del Programa.

Partiendo de los resultados que se obtendrán en la Fase I (Diagnóstico de las necesidades), se elaborara un programa de estrategias Motivacionales en orientación para el fortalecimiento en el proceso de integración grupal dirigidos a contribuir en el proceso de motivación de los trabajadores de la empresa Textiles Zanzíbar, S.A., Tienda ZARA.

Población de la investigación

Todo estudio implica, en fase de diseño, la determinación del tamaño poblacional necesario para su ejecución. De acuerdo a lo anterior, Palella y Martins (2003) la población “Es el conjunto de unidades de las que se desea obtener información y sobre las que se van a generar conclusiones.” (p.91). Asimismo, la población constituye el objeto de estudio de la investigación, es el centro de la misma y de ella se obtiene la información requerida para su respectivo estudio.

En este sentido, la población (N) que se sometió a estudio en la presente investigación quedó constituida por los trabajadores que laboran en la empresa

Textiles Zanzíbar, S.A., Tienda ZARA, en el municipio Naguanagua, estado Carabobo. La cual es un total de 30 trabajadores (N = 30).

Muestra de la Investigación

La muestra es definida por Chávez (1999) como “un conjunto parcial de elementos extraídos de la población con propiedades similares a esta y susceptibles de ser utilizadas en forma operativa para la aplicación del instrumento de recolección de información” (p. 16).

La muestra de los trabajadores de la empresa Textiles Zanzíbar, S.A., Tienda ZARA estuvo representada por el 100 por ciento de la población en estudio que según Pinto y Pernalette (2003) dicen que se trata de 100 x 100 % Muestral, porque se “trabaja con toda la población ya que está es demasiado pequeña”, la cual son 30 trabajadores, entonces se puede tomar como muestra esa misma cantidad ya que son pocos.

Criterio de selección

La selección de la muestra para esta investigación será de forma aleatoria e intencional.

Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

De acuerdo con Palella y Martins (2003) las técnicas de recolección de datos “Son las distintas formas o maneras de obtener información” (p.103).

La técnica:

En todo trabajo de investigación es indispensable el uso de las técnicas que permitan la recolección de la información de las diferentes fuentes y lo proveniente a la realidad del estudio. En este sentido Ramírez (1999) define la técnica como “el procedimiento que permite el logro de cada uno de los objetivos específicos de la investigación”.

La técnica que se utilizara en esta investigación será la encuesta, la cual sirvió para reconocer las necesidades Psico-sociales que impactan en el proceso de integración grupal de los trabajadores la empresa textiles Zanzíbar, Tienda ZARA.

Asimismo, Balestrini (2002) expresa: “Una encuesta es un estudio observacional en el cual el investigador busca recaudar datos por medio de un

cuestionario pre diseñado, y no modificar el entorno ni controlar el proceso que está en observación (como sí lo hace en un experimento)”. (pág. 34)

Bajo esta definición se escogió a la Encuesta como técnica de recolección de datos, con la finalidad de poder establecer de una manera precisa y clara por medio de esta técnica, cuál será el correcto proceder de la aplicación de un programa.

Instrumento:

Cabe destacar que Palella y Martins (2003) expresaron que un instrumento de recolección de datos son “Es cualquier recurso del cual pueda valerse el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información” (p.113)

El instrumento que se aplicara fue un cuestionario Politómico de preguntas cerradas con alternativas de frecuentes (siempre, casi siempre, casi nunca y nunca) Es importante recalcar que el cuestionario está constituido por veinte (20) preguntas de respuestas cerradas.

Asimismo, Arias (2006) señala que cuestionario “Es la modalidad de encuesta que se realiza de forma escrita mediante un instrumento o formato en papel contentivo de una serie de preguntas” (p.74).

Validez de la Investigación

De acuerdo con lo establecido por Figuera (2006) la validez de un instrumento “establece relación del instrumento con las variables que pretende medir y, la validez de construcción relaciona los ítems del cuestionario aplicado; con los basamentos teóricos y los objetivos de la investigación para que exista consistencia y coherencia técnica” (s/p).

Para determinar la validez del instrumento, se sometió a juicio de varios expertos, quienes establecieron la correspondencia de los ítems según la tabla de operacionalización de las variables. Este análisis permitió verificar la objetividad y claridad de las proposiciones, con el fin de proponer las correcciones pertinentes en cuanto al contenido, alcance y redacción de los ítems.

La validez se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir. Para la validación se consultó la opinión de tres (3) expertos: un especialista de estadística perteneciente a los profesores de la Universidad de Carabobo, una Licenciada de Educación mención orientación con maestría de orientación y asesoramiento, un profesor de la universidad de Carabobo con maestría en investigación educativa. Quienes expresaron que el instrumento es válido. (Ver anexo)

Confiabilidad

Según Hernández, Fernández y Baptista (2006). “La confiabilidad de un instrumento de medición, se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto produce resultados iguales” (s/p).

La confiabilidad se expresa numéricamente mediante el conocido coeficiente de confiabilidad, El que se tomó para la investigación fue el coeficiente de Alfa de Cronbach ya que los ítems del instrumento poseen más de dos alternativas de respuestas en frecuencia.

El coeficiente de confiabilidad oscila entre cero y más uno, es decir, pertenece al intervalo cerrado $0,1$]Para efectos de interpretación Chourio, (2000), sostiene que

“Cualquier instrumento de recopilación de datos que sea aplicado por primera vez y reporte un coeficiente de confiabilidad de al menos 0,60 se considera satisfactoriamente confiable”. (pág. 189).

Para determinar la confiabilidad del instrumento de recolección de datos, este fue aplicado a una muestra piloto de diez sujetos de una población con características similares a la población estudiada.

CONFIABILIDAD

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S^2_p}{S^2_t} \right]$$

K: Número de Ítems

$\sum S^2_p$: Sumatoria de las varianzas parciales (de cada Ítems)

S^2_t : Varianza total (de todos los Ítems)

$$\alpha = \frac{20}{20-1} \left[1 - \frac{21,5}{114,4} \right]$$

$$\alpha = 1,05 \left[-0,19 \right]$$

$$\alpha = 1,05 \left[0,81 \right]$$

$$\alpha = 0,86$$

El coeficiente es de 0,86 de grado muy alta, lo que indica que cada vez que apliquemos el mismo instrumento a un grupo de personas en un 86% se obtendrán las mismas respuestas.

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

DIMENSIÓN: Psicológicas

INDICADOR: Auto actualización

ÍTEMS:

8-¿El grupo de trabajo se encuentra capacitado para solucionar situaciones de conflicto?

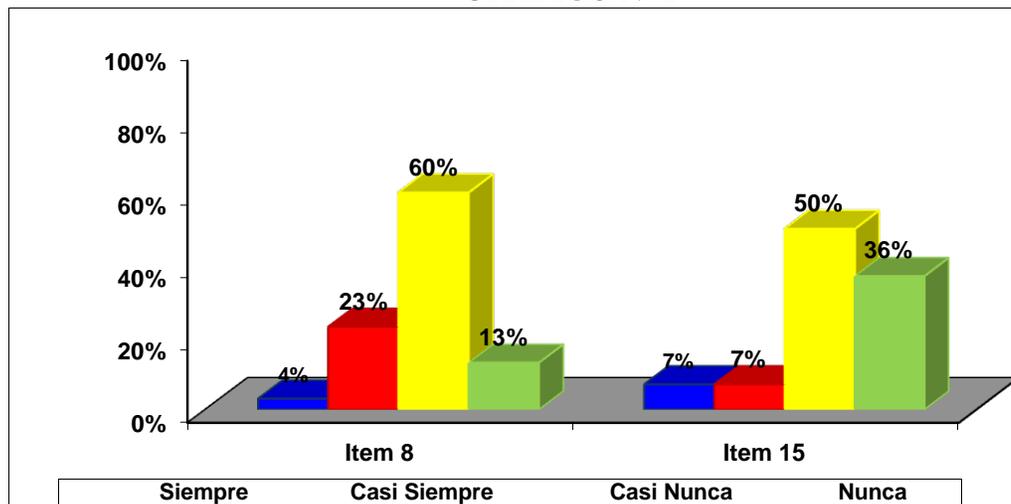
15-Recibes talleres de crecimiento personal.

CUADRO N° 1

Ítems	Siempre		Casi Siempre		Casi Nunca		Nunca	
	F	%	f	%	f	%	f	%
8	1	4	7	23	18	60	4	13
15	2	7	2	7	15	50	11	36

Fuente: Guía de entrevista dirigida a los trabajadores de la empresa textiles Zanzíbar Tienda ZARA, Municipio Naguanagua, Estado Carabobo. Elaborado por: Caballero y Mazo. 2014

GRÁFICO N° 1



INTERPRETACIÓN ESTADÍSTICA:

La dimensión Psicológicas, de acuerdo al indicador Auto actualización, a través del Ítems 8 se pudo evidenciar que el 4% afirmaron que siempre el grupo de trabajo se encuentra capacitado para solucionar situaciones de conflicto el 23% respondieron que casi siempre el grupo de trabajo se encuentra capacitado para solucionar situaciones de conflicto, el 60% afirmaron que casi nunca el grupo de trabajo se encuentra capacitado para solucionar situaciones de conflicto y el 13% afirmaron que nunca el grupo de trabajo se encuentra capacitado para solucionar situaciones de conflicto.

En el Ítems 15 se pudo evidenciar que el 7% afirmaron que siempre reciben talleres de crecimiento personal, el 7% respondieron que casi siempre reciben talleres de crecimiento personal, el 50% afirmaron que casi nunca reciben talleres de crecimiento personal y el 36% afirmaron que nunca reciben talleres de crecimiento personal.

INTERPRETACION TEÓRICA:

De acuerdo con la interpretación del gráfico y tomando en cuenta los Ítems 8 y 15 se pudo evidenciar la escases de talleres de crecimiento personal dado por la empresa; según Mc Clelland, en su Teoría de las necesidades específicamente de logro, encontró que los grandes realizadores se diferencian de otros por su deseo de realizar mejor las cosas, buscan situaciones, en las que tengan la responsabilidad personal de brindar soluciones a los problemas, situaciones en las que pueden recibir una retroalimentación rápida acerca de su desempeño.

DIMENSIÓN: Sociales
INDICADOR: experiencias
ÍTEMS:

17-¿Las funciones laborales de la empresa están distribuidas equitativamente por el perfil del empleado?

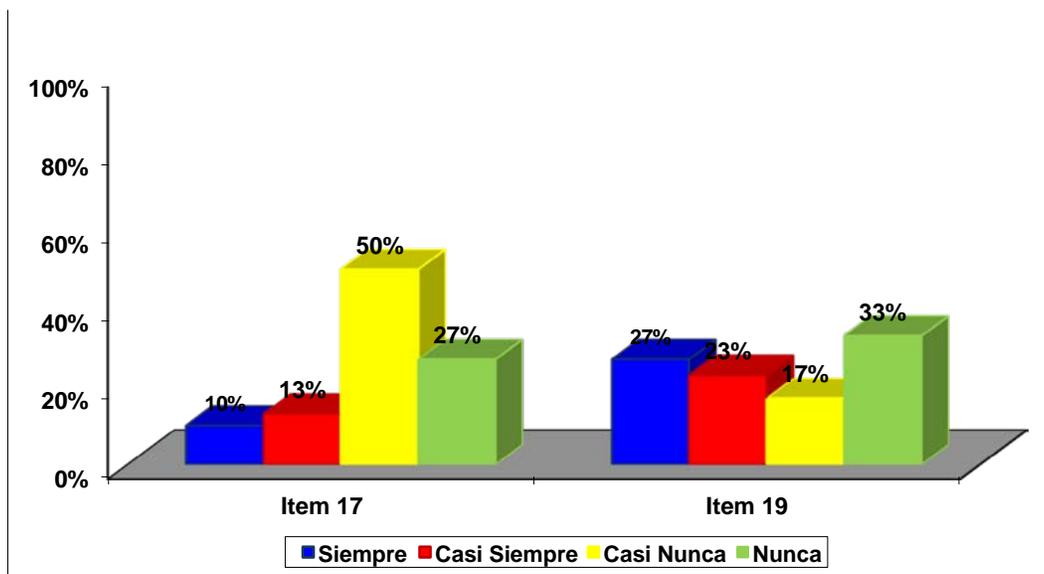
19-¿Sientes sentido de pertenecía con la empresa?

CUADRO N° 2

Ítems	Siempre		Casi Siempre		Casi Nunca		Nunca	
	f	%	f	%	f	%	f	%
17	3	10	4	13	15	50	8	27
19	8	27	7	23	5	17	10	33

Fuente: Guía de entrevista dirigida a los trabajadores de la empresa textiles Zanzíbar Tienda ZARA, Municipio Naguanagua, Estado Carabobo. Elaborado por: Caballero y Mazo. 2014

GRÁFICO N° 2



INTERPRETACIÓN ESTADÍSTICA:

La dimensión Sociales, de acuerdo al indicador experiencias, a través del Ítems 17 se pudo evidenciar que el 10% respondieron que siempre las funciones laborales de la empresa están distribuidas equitativamente por el perfil del empleado, el 13% afirmaron que casi siempre las funciones laborales de la empresa están distribuidas equitativamente por el perfil del empleado, el 50% afirmaron que casi nunca las funciones laborales de la empresa están distribuidas equitativamente por el perfil del empleado y el 27% afirmaron que nunca las funciones laborales de la empresa están distribuidas equitativamente por el perfil del empleado.

En el Ítems 19 se pudo evidenciar que el 27% afirmaron que siempre sienten sentido de pertenecía con la empresa, el 23% respondieron que casi siempre sienten sentido de pertenecía con la empresa, el 17% afirmaron que casi nunca sienten sentido de pertenecía con la empresa y el 33% afirmaron que nunca sienten sentido de pertenecía con la empresa.

INTERPRETACION TEÓRICA:

De acuerdo con la interpretación del gráfico y tomando en cuenta los Ítems 17 y 19 se pudo evidenciar en bajo nivel de sentido de pertenecía con la empresa. Tomando en cuenta a Mc Clelland en su teoría de las necesidades directamente en la tercera necesidad es la de afiliación, se basa en crea un ambiente grato de trabajo, que influye y están claramente relacionadas con las otras necesidades. Por ejemplo, el hecho de mantener buenas relaciones con los demás miembros de la organización, podrá producir que un gerente, más que poder coercitivo sobre sus subordinados, se gane el poder bajo la forma de autoridad; que a la larga le ayudará a conseguir eficientemente las metas trazadas por la organización y las personales en consecuencia.

DIMENSIÓN: Procesos Humanos

INDICADOR: Capital intelectual

ÍTEMS:

6-¿La empresa aporta capital en fortalecer la integración grupal?

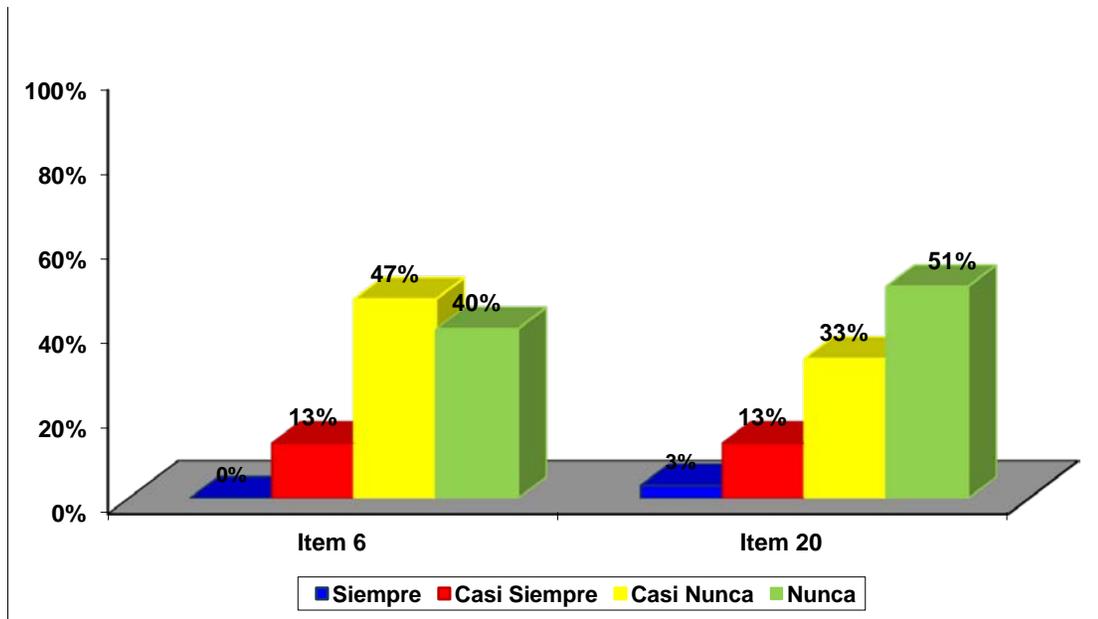
20-¿Recibes incentivos por tu rendimiento laboral?

CUADRO N° 3

Ítems	Siempre		Casi Siempre		Casi Nunca		Nunca	
	f	%	f	%	f	%	f	%
6	0	0	4	13	14	47	12	40
20	1	3	4	13	10	33	15	51

Fuente: Guía de entrevista dirigida a los trabajadores de la empresa textiles Zanzíbar Tienda ZARA, Municipio Naguanagua, Estado Carabobo. Elaborado por: Caballero y Mazo. 2014

GRÁFICO N° 3



INTERPRETACIÓN ESTADÍSTICA:

La dimensión Procesos Humanos, de acuerdo al indicador Capital intelectual, a través del Ítems 6 se pudo evidenciar que el 13% respondieron que casi siempre la empresa aporta capital en fortalecer la integración grupal, el 47% afirmaron que casi nunca la empresa aporta capital en fortalecer la integración grupal y el 40% afirmaron que nunca la empresa aporta capital en fortalecer la integración grupal.

En el Ítems 20 se pudo evidenciar que el 3% respondieron que siempre reciben incentivos por su rendimiento laboral, el 13% afirmaron que casi siempre reciben incentivos por su rendimiento laboral, el 33% afirmaron que casi nunca reciben incentivos por su rendimiento laboral y el 51% afirmaron que nunca reciben incentivos por su rendimiento laboral.

INTERPRETACION TEÓRICA:

De acuerdo con la interpretación del gráfico y tomando en cuenta los Ítems 6 y 20 se puede evidenciar poca presencia de incentivos por su rendimiento laboral. Según teoría de las organizaciones de Chiavenato (1999) en las diversas eras de la organización, hace referencia a la administración de personas y como las organizaciones tratan a las personas que trabajan en conjunto en esta era de la información, ya no como recursos organizacionales que deben ser administrados pasivamente, sino como seres inteligentes y proactivos, responsables, con iniciativa y dotados de habilidades y conocimientos que ayudan a administrar los demás recursos organizacionales materiales y que carecen de vida propia.

DIMENSION: Procesos Humanos

INDICADOR: Toma de decisión

ITEMS:

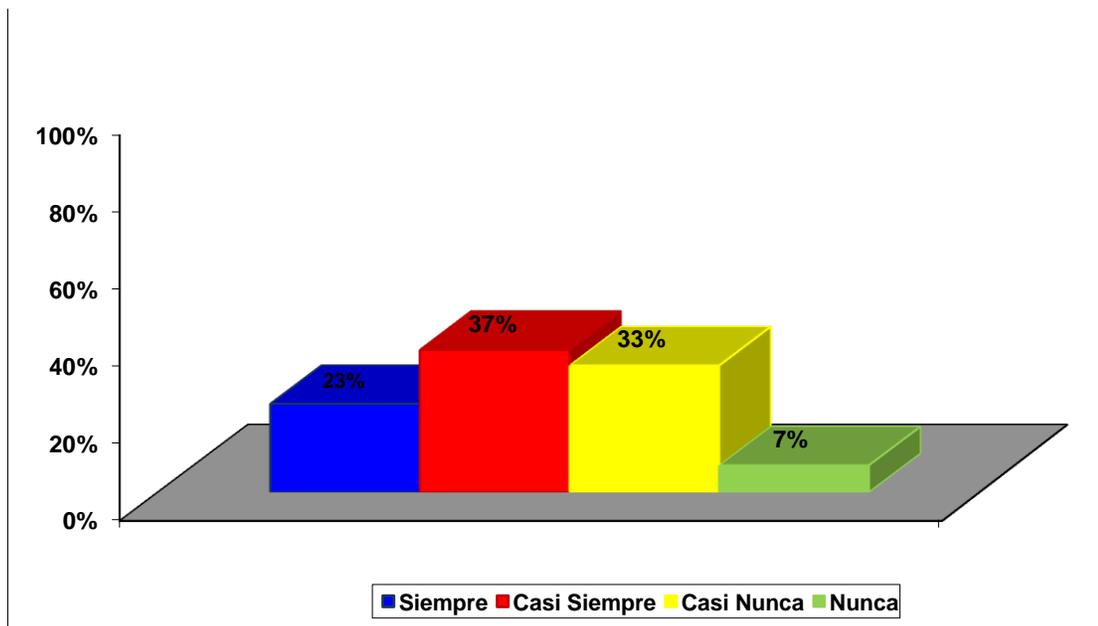
12-¿Te motivas asistir diariamente al trabajo?

CUADRO N° 4

Ítems	Siempre		Casi Siempre		Casi Nunca		Nunca	
	f	%	f	%	f	%	f	%
12	7	23	11	37	10	33	2	7

Fuente: Guía de entrevista dirigida a los trabajadores de la empresa textiles Zanzíbar Tienda ZARA, Municipio Naguanagua, Estado Carabobo. Elaborado por: Caballero y Mazo. 2014

GRÁFICO N° 4



INTERPRETACIÓN ESTADÍSTICA:

La dimensión Procesos Humanos, de acuerdo al indicador Toma de decisión, a través del Ítems 12 se pudo evidenciar que el 23% afirmaron que siempre les motivan asistir diariamente al trabajo, el 37% respondieron que casi siempre les motivan asistir diariamente al trabajo, el 33% afirmaron que casi nunca les motivan asistir diariamente al trabajo y el 7% afirmaron que nunca les motivan asistir diariamente al trabajo.

INTERPRETACION TEÓRICA:

De acuerdo con la interpretación del gráfico y tomando en cuenta el Ítems 12 se pudo evidenciar que a los trabajadores les motiva asistir diariamente al trabajo. Según Carl Rogers (1902- 1987) en su Teoría de la Personalidad, dice que el individuo posee la tendencia inherente a actualizar y desarrollar su organismo experienciante, (proceso motivacional), es decir, a desarrollar todas sus capacidades de modo que le sirvan para mantenerse y expandirse. Según este postulado, Rogers acepta una única fuente de motivación en la conducta humana: la necesidad innata de auto actualización (ser, ser lo que podemos llegar a ser, ser nosotros mismos, convertir la potencia en acto). Opina que no es relevante para una teoría de la Personalidad elaborar una relación de motivaciones puntuales (sexo, agresividad, poder, dinero, etc.). El hombre sólo está movido por su tendencia a ser, que en cada persona se manifestará de forma distinta.

DIMENSION: Integración Empresarial

INDICADOR: Comunicación

ITEMS:

5-¿Tu entorno laboral posee una comunicación efectiva?

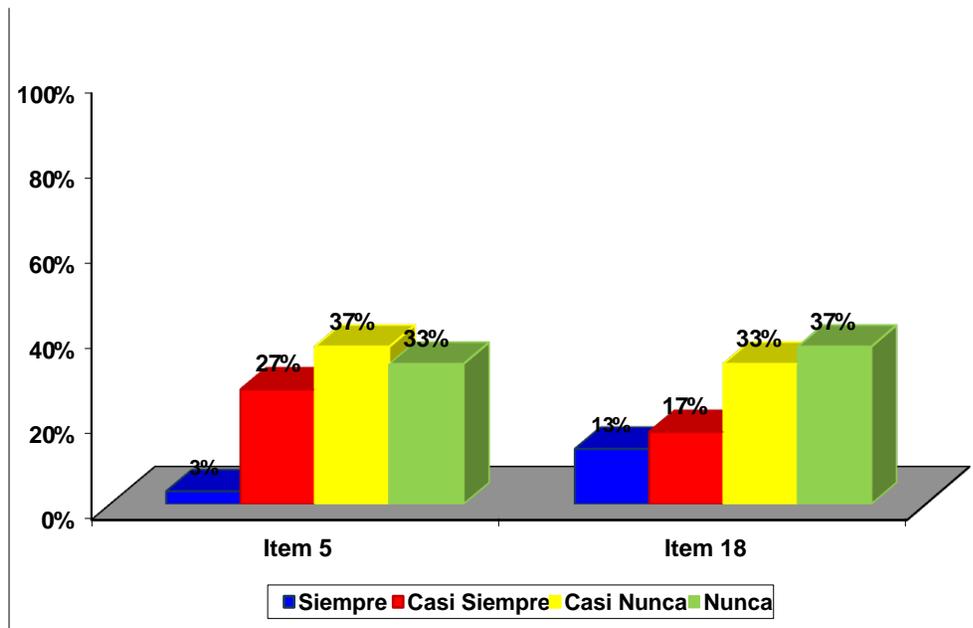
18-¿La comunicación entre los compañeros de trabajo genera un ambiente de confianza laboral?

CUADRO N° 5

Ítems	Siempre		Casi Siempre		Casi Nunca		Nunca	
	f	%	f	%	f	%	f	%
5	1	3	8	27	11	37	10	33
18	4	13	5	17	10	33	11	37

Fuente: Guía de entrevista dirigida a los trabajadores de la empresa textiles Zanzíbar Tienda ZARA, Municipio Naguanagua, Estado Carabobo. Elaborado por: Caballero y Mazo. 2014

GRÁFICO N° 5



INTERPRETACIÓN ESTADÍSTICA:

La dimensión Integración Empresarial, de acuerdo al indicador Comunicación, a través del Ítems 5 se pudo evidenciar que el 3% afirmaron que siempre su entorno laboral posee una comunicación efectiva, el 27% respondieron que casi siempre su entorno laboral posee una comunicación efectiva, el 37% afirmaron que casi nunca su entorno laboral posee una comunicación efectiva y el 33% afirmaron que nunca su entorno laboral posee una comunicación efectiva.

En el Ítems 18 se pudo evidenciar que el 13% afirmaron que siempre la comunicación entre los compañeros de trabajo genera un ambiente de confianza laboral, el 17% respondieron que casi siempre la comunicación entre los compañeros de trabajo genera un ambiente de confianza laboral, el 33% afirmaron que casi nunca la comunicación entre los compañeros de trabajo genera un ambiente de confianza laboral y el 37% afirmaron que nunca la comunicación entre los compañeros de trabajo genera un ambiente de confianza laboral.

INTERPRETACION TEÓRICA:

De acuerdo con la interpretación del gráfico y tomando en cuenta los Ítems 5 y 18 se pudo evidenciar un aumento y una disminución en la comunicación entre los compañeros de trabajo por falta de un ambiente de confianza laboral. Según la teoría de las organizaciones de Chiavenato (1999), los seres humanos tienen que cooperar unos con otros, por sus limitaciones individuales., y deben conformar organizaciones que les permitan lograr algunos objetivos que el esfuerzo individual no podría alcanzar. Una organización es un sistema de actividades conscientemente coordinadas, formado por dos o más personas, cuya cooperación recíproca es esencial para la existencia de aquella. Una organización existe sólo cuando: hay personas capaces de comunicarse; están dispuestas a actuar conjuntamente (disposición de sacrificar su propio comportamiento en beneficio de la asociación); para obtener un objetivo común.

DIMENSIÓN: Integración Empresarial

INDICADOR: Cooperación organizacional

ITEMS:

1-¿En tu lugar de trabajo se propicia un ambiente cordial?

9-¿En la empresa los empleados trabajan en equipo?

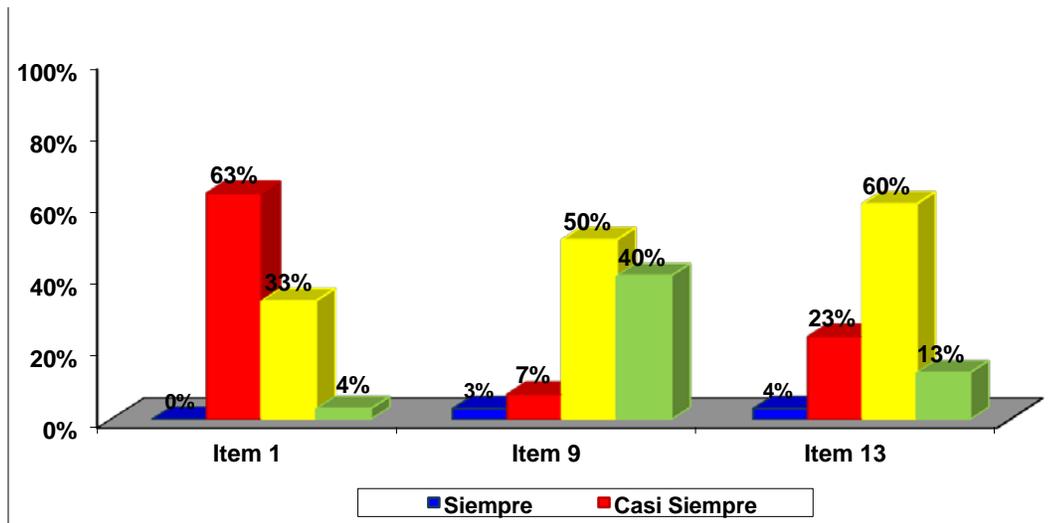
13-¿Realizan actividades de integración en tu trabajo?

CUADRO N° 6

Ítems	Siempre		Casi Siempre		Casi Nunca		Nunca	
	f	%	f	%	f	%	f	%
1	0	0	19	63	10	33	1	4
9	1	3	2	7	15	50	12	40
13	1	4	7	23	18	60	4	13

Fuente: Guía de entrevista dirigida a los trabajadores de la empresa textiles Zanzíbar Tienda ZARA, Municipio Naguanagua, Estado Carabobo. Elaborado por: Caballero y Mazo. 2014

GRÁFICO N° 6



INTERPRETACION ESTADISTICA:

La dimensión Integración Empresarial, de acuerdo al indicador Cooperación organizacional, a través del Ítems 1 se pudo evidenciar que el 63% respondieron que casi siempre en su lugar de trabajo se propicia un ambiente cordial, el 33% afirmaron que casi nunca en su lugar de trabajo se propicia un ambiente cordial y el 4% afirmaron que nunca en su lugar de trabajo se propicia un ambiente cordial.

En el Ítems 9 se pudo evidenciar que el 3% afirmaron que siempre en la empresa los empleados trabajan en equipo, el 7% respondieron que casi siempre en la empresa los empleados trabajan en equipo, el 50% afirmaron que casi nunca en la empresa los empleados trabajan en equipo y el 40% afirmaron que nunca en la empresa los empleados trabajan en equipo.

En el Ítems 13 se pudo evidenciar que el 4% afirmaron que siempre realizan actividades de integración en su trabajo, el 23% respondieron que casi siempre realizan actividades de integración en su trabajo, el 60% afirmaron que casi nunca realizan actividades de integración en su trabajo y el 13% afirmaron que nunca realizan actividades de integración en su trabajo.

INTERPRETACION TEÓRICA:

De acuerdo con la interpretación del gráfico y tomando en cuenta los Ítems 1, 9 y 13 se pudo evidenciar que la cooperación organizacional no es efectiva, Según la teoría de las organizaciones de Chiavenato (1999), en la complejidad de las organizaciones. La manera como las personas viven, se visten, se alimentan, y sus expectativas, sus convicciones y sus sistemas de valores experimentan una enorme influencia por parte de las organizaciones; a su vez, el modo de pensar y sentir de los miembros influyen en ellas. Las organizaciones son sistemas demasiado complejos, tienden a crecer a medida que prosperan; esto se refleja en el aumento de personal. El crecimiento conduce a la complejidad.

DIMENSION. Viabilidad del programa

INDICADOR: Asistencia

ITEMS:

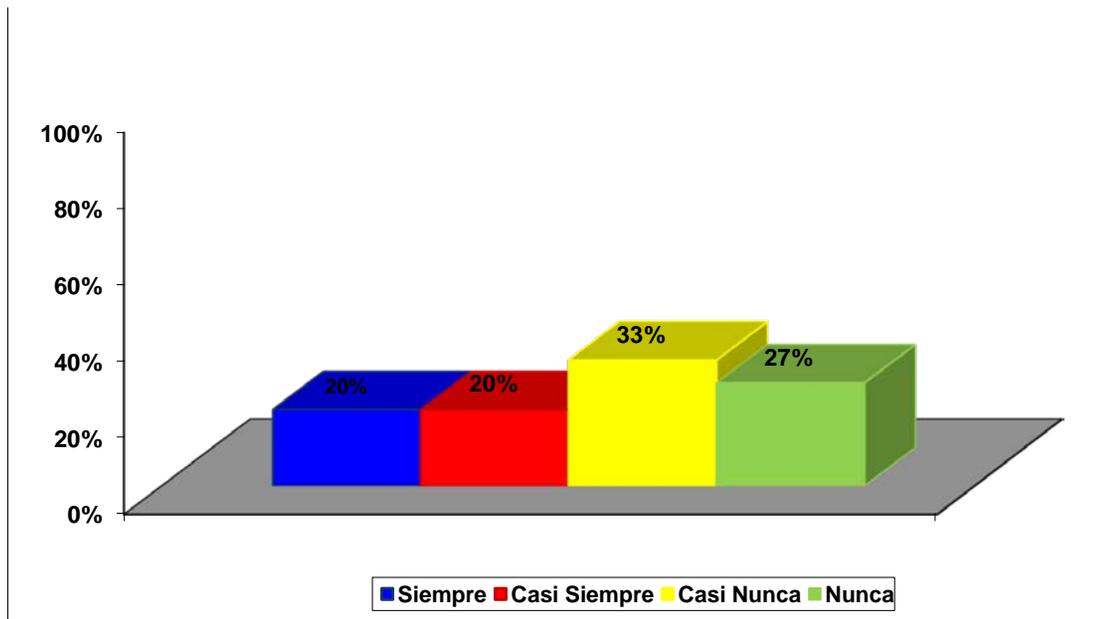
14-¿Participas en talleres de motivación?

CUADRO N° 7

Ítems	Siempre		Casi Siempre		Casi Nunca		Nunca	
	f	%	f	%	f	%	f	%
14	6	20	6	20	10	33	8	27

Fuente: Guía de entrevista dirigida a los trabajadores de la empresa textiles Zanzíbar Tienda ZARA, Municipio Naguanagua, Estado Carabobo. Elaborado por: Caballero y Mazo. 2014

GRÁFICO N° 7



INTERPRETACION ESTADISTICA:

La dimensión Viabilidad del programa, de acuerdo al indicador Asistencia, a través del Ítems 14 se pudo evidenciar que el 20% afirmaron que siempre participan en talleres de motivación, el 20% respondieron que casi siempre participan en talleres de motivación, el 33% afirmaron que casi nunca participan en talleres de motivación y el 27% afirmaron que nunca participan en talleres de motivación.

INTERPRETACION TEÓRICA:

De acuerdo con la interpretación del gráfico y tomando en cuenta los Ítems 14 se pudo evidenciar que casi nunca participan en talleres de motivación. Según Carl Rogers (1902- 1987) en su Teoría de la Personalidad, dice que esta tendencia al auto actualización es considerada como una motivación positiva que impele al organismo a progresar, y que va de lo simple a lo complejo; se inicia en la concepción y continúa en la madurez. Tiene cuatro características básicas: Organísmica (natural, biológica, una predisposición innata), Activa (constante, los organismos siempre están haciendo algo, siempre están ocupados en su crecimiento, aunque no lo parezca). Direccional o propositiva (intencional, no es aleatoria ni meramente reactiva), Selectiva (no todas las potencialidades se realizan). “La meta que el individuo ha de querer lograr, el fin que, sabiéndolo o no, persigue, es el de volverse él mismo “La evidencia que apoya esta motivación es la práctica clínica de Rogers, que le muestra que, incluso en los casos de depresión aguda, se aprecia la tendencia a continuar el desarrollo (se aprecia que “hay una persona intentando nacer”).

DIMENSIÓN. Vialidad del Programa

INDICADOR: Pertinencia social

ÍTEMS:

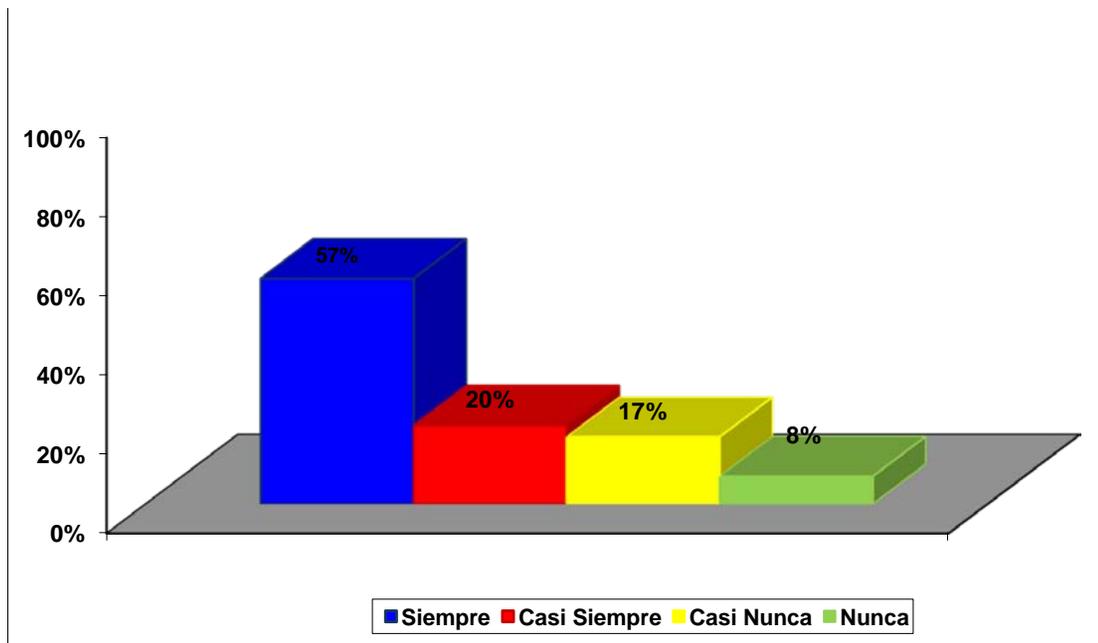
10-¿Es útil para el trabajador recibir talleres de motivación?

CUADRO N° 8

Ítems	Siempre		Casi Siempre		Casi Nunca		Nunca	
	f	%	f	%	f	%	f	%
10	17	57	6	20	5	17	2	8

Fuente: Guía de entrevista dirigida a los trabajadores de la empresa textiles Zanzíbar Tienda ZARA, Municipio Naguanagua, Estado Carabobo. Elaborado por: Caballero y Mazo. 2014

GRÁFICO N° 8



INTERPRETACION ESTADISTICA:

La dimensión Vialidad del Programa, de acuerdo al indicador Pertinencia social, a través del Ítems 10 se pudo evidenciar que el 57% respondieron que siempre es útil para el trabajador recibir talleres de motivación, el 20% afirmaron que casi siempre es útil para el trabajador recibir talleres de motivación, el 17% afirmaron que casi nunca es útil para el trabajador recibir talleres de motivación y el 8% afirmaron que nunca es útil para el trabajador recibir talleres de motivación.

INTERPRETACION TEÓRICA:

De acuerdo con la interpretación del gráfico y tomando en cuenta los Ítems 10, se pudo evidenciar que siempre es útil para el trabajador recibir talleres de motivación. Por lo consiguiente según Carl Rogers (1902- 1987) en su Teoría de la Personalidad, dice que junto al sistema motivacional de auto actualización, existe un sistema valorativo o regulador igualmente primario. Desde la infancia, la persona está desarrollando permanentemente un proceso organismo de autoevaluación que tiene como criterio la necesidad de actualización (el ideal de actualización, de ser él mismo). Las experiencias que son percibidas como satisfactorias de esta necesidad se valorarán positivamente, y las no percibidas como satisfactorias se valorarán negativamente (proceso valorativo).

DIMENSIÓN: Estrategias Motivacionales

INDICADOR: logro

ÍTEMS:

4-¿Influirá el uso de estrategias motivacionales en el aumento del rendimiento laboral?

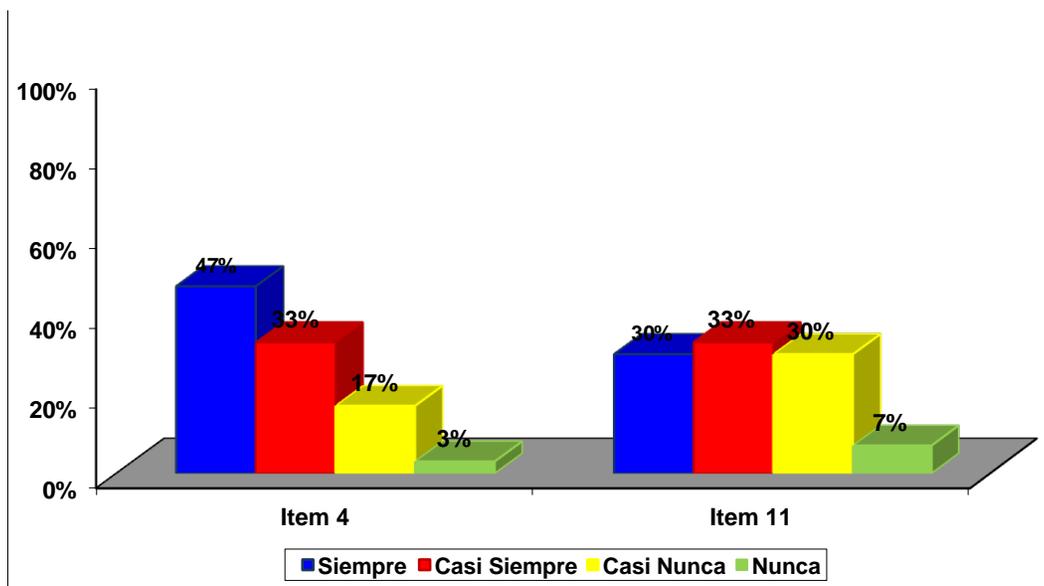
11-¿Necesitas motivación para realizar tu trabajo?

CUADRO N° 9

Ítems	Siempre		Casi Siempre		Casi Nunca		Nunca	
	f	%	f	%	f	%	f	%
4	14	47	10	33	5	17	1	3
11	9	30	10	33	9	30	2	7

Fuente: Guía de entrevista dirigida a los trabajadores de la empresa textiles Zanzíbar Tienda ZARA, Municipio Naguanagua, Estado Carabobo. Elaborado por: Caballero y Mazo. 2014

GRÁFICO N° 9



INTERPRETACIÓN ESTADÍSTICA:

La dimensión Estrategias Motivacionales, de acuerdo al indicador logro, a través del Ítems 4 se pudo evidenciar que el 47% afirmaron que siempre influirá el uso de estrategias motivacionales en el aumento del rendimiento laboral, el 33% respondieron que casi siempre influirá el uso de estrategias motivacionales en el aumento del rendimiento laboral, el 17% afirmaron que casi nunca influirá el uso de estrategias motivacionales en el aumento del rendimiento laboral y el 3% afirmaron que nunca influirá el uso de estrategias motivacionales en el aumento del rendimiento laboral.

En el Ítems 11 se pudo evidenciar que el 30% respondieron que siempre necesitan motivación para realizar su trabajo, el 33% respondieron que casi siempre necesitan motivación para realizar su trabajo, el 30% afirmaron que casi nunca necesitan motivación para realizar su trabajo y el 7% afirmaron que nunca necesitan motivación para realizar su trabajo.

INTERPRETACION TEÓRICA:

De acuerdo con la interpretación del gráfico y tomando en cuenta los Ítems 4 y 11, se pudo demostrar que siempre influirá el uso de estrategias motivacionales en el aumento del rendimiento laboral y casi siempre necesitan motivación para realizar su trabajo, según Carl Rogers (1902- 1987) en su Teoría de la Personalidad, dice que la conducta es provocada por necesidades presentes, y no por eventos ocurridos en el pasado. Las únicas tensiones y necesidades que la persona intenta satisfacer son las presentes (sin negar que éstas tengan su origen en fenómenos pasados; se trata del énfasis existencialista en el "aquí y ahora").

DIMENSIÓN: Estrategias Motivacionales

INDICADOR: Impacto

ÍTEMS:

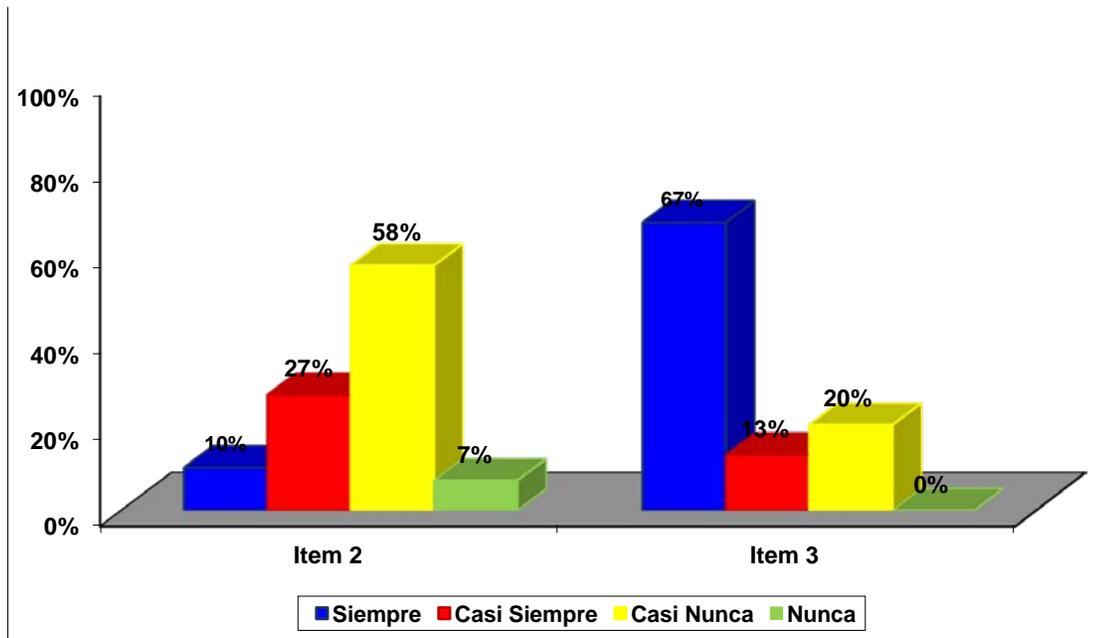
- 2- ¿Has recibido algún tipo de motivación en tu entorno laboral?
- 3- ¿Consideras importante el uso de estrategias motivacionales en el trabajo?

CUADRO N° 10

Ítems	Siempre		Casi Siempre		Casi Nunca		Nunca	
	f	%	f	%	f	%	f	%
2	3	10	8	27	17	58	2	7
3	20	67	4	13	6	20	0	0

Fuente: Guía de entrevista dirigida a los trabajadores de la empresa textiles Zanzíbar Tienda ZARA, Municipio Naguanagua, Estado Carabobo. Elaborado por: Caballero y Mazo. 2014

GRÁFICO N° 10



INTERPRETACIÓN ESTADÍSTICA:

La dimensión Estrategias Motivacionales, de acuerdo al indicador Impacto, a través del Ítems 2 se pudo evidenciar que el 10% respondieron que siempre han recibido algún tipo de motivación en su entorno laboral, el 27% afirmaron que casi siempre han recibido algún tipo de motivación en su entorno laboral, el 58% afirmaron que casi nunca han recibido algún tipo de motivación en su entorno laboral y el 7% afirmaron que nunca han recibido algún tipo de motivación en su entorno laboral.

En el Ítems 3 se pudo evidenciar que el 67% afirmaron que siempre consideran importante el uso de estrategias motivacionales en el trabajo, el 13% respondieron que casi siempre consideran importante el uso de estrategias motivacionales en el trabajo y el 20% afirmaron que casi nunca consideran importante el uso de estrategias motivacionales en el trabajo.

INTERPRETACION TEÓRICA:

De acuerdo con la interpretación del gráfico y tomando en cuenta los Ítems 2 y 3, se pudo demostrar que casi nunca han recibido algún tipo de motivación en su entorno laboral y que consideran importante el uso de estrategias motivacionales en el trabajo, Por consiguiente según Carl Rogers (1902- 1987) en su Teoría de la Personalidad, dice que Según este postulado, Rogers acepta una única fuente de motivación en la conducta humana: la necesidad innata de auto actualización (ser, ser lo que podemos llegar a ser, ser nosotros mismos, convertir la potencia en acto). Opina que no es relevante para una teoría de la Personalidad elaborar una relación de motivaciones puntuales (sexo, agresividad, poder, dinero, etc.). El hombre sólo está movido por su tendencia a ser, que en cada persona se manifestará de forma distinta.

DIMENSIÓN: Estrategias Motivacionales

INDICADOR: Relaciones Inter-personales

ÍTEMS:

7-¿En tu grupo de trabajo se planifican actividades para compartir fuera del entorno laboral?

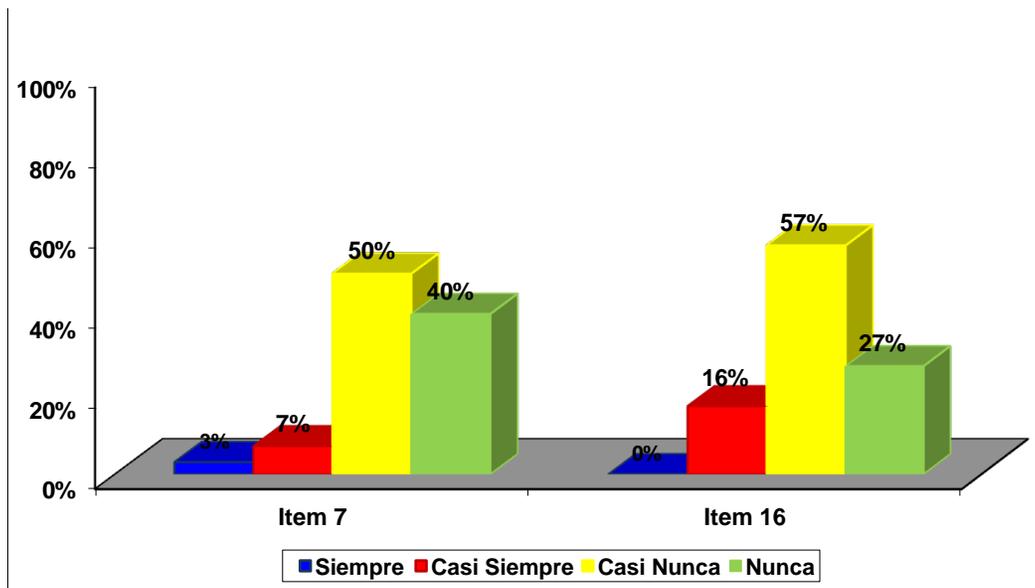
16-¿Aplicas estrategias motivacionales para integrar tu grupo de trabajo?

CUADRO N° 11

Ítems	Siempre		Casi Siempre		Casi Nunca		Nunca	
	f	%	f	%	f	%	f	%
7	1	3	2	7	15	50	12	40
16	0	0	5	16	17	57	8	27

Fuente: Guía de entrevista dirigida a los trabajadores de la empresa textiles Zanzíbar Tienda ZARA, Municipio Naguanagua, Estado Carabobo. Elaborado por: Caballero y Mazo. 2014

GRÁFICO N° 11



INTERPRETACION ESTADISTICA:

La dimensión estrategias motivacionales, de acuerdo al indicador Espiritual Moral, a través del Ítems 7 se pudo evidenciar que el 3% respondieron que siempre en su grupo de trabajo se planifican actividades para compartir fuera del entorno laboral, el 7% afirmaron que casi siempre en su grupo de trabajo se planifican actividades para compartir fuera del entorno laboral, el 50% afirmaron que casi nunca en su grupo de trabajo se planifican actividades para compartir fuera del entorno laboral y el 40% afirmaron que en su grupo de trabajo se planifican actividades para compartir fuera del entorno laboral.

En el Ítems 16 se pudo evidenciar que el 16% respondieron que casi siempre aplican estrategias motivacionales para integrar su grupo de trabajo, el 57% afirmaron que casi nunca aplican estrategias motivacionales para integrar su grupo de trabajo y el 27% afirmaron que nunca aplican estrategias motivacionales para integrar su grupo de trabajo.

INTERPRETACION TEÓRICA:

De acuerdo con la interpretación del gráfico y tomando en cuenta los Ítems 7 y 16, se pudo evidenciar que casi nunca en su grupo de trabajo se planifican actividades para compartir fuera del entorno laboral y casi nunca aplican estrategias motivacionales para integrar su grupo de trabajo. Según la Teoría de las Necesidades de David Mc. Clelland, los individuos se encuentran motivados, de acuerdo con la intensidad de su deseo de desempeñarse, en términos de una norma de excelencia o de tener éxito en situaciones competitivas.

CAPÍTULO V

DISEÑO DE LA PROPUESTA

**PROGRAMA DE ORIENTACION:
“COMPRENDIENDO LA VALÍA DE TRABAJAR EN
EQUIPO EN EL MUNDO EMPRESARIAL”**

INTRODUCCIÓN

El presente Programa de Orientación: “Comprendiendo la valía de trabajar en equipo en el mundo empresarial”, tiene como finalidad abordar la importancia y el valor de la motivación en el capital humano para lograr trabajar en equipo e integrado dentro de una organización.

Por otro lado, la misma cuenta con 5 actividades, que son las siguientes:

Actividad N° 1, Presentación del programa “**Conociendo la visión de tu programa**”, la cual incluye la bienvenida, presentación de los participantes, la ponencia de los objetivos del programa y el cronograma del trabajo.

Actividad N° 2, “**El valor del Ser Biológico**”, este incluye información acerca del cerebro, el funcionamiento de las neuronas y los aspectos fisiológicos (sistema nervios).

Actividad N° 3, “**Comprender el Ser Psicológico**”, presenta información necesaria para conocer e identificar el funcionamiento del cerebro triuno, las emociones versus sentimiento.

Actividad N° 4, “**Aceptando el Ser Humano**”, consiste en internalizar e identificar la personalidad: temperamento y carácter, la aptitud y actitud.

Actividad N° 5, “**El ser social en el trabajo en equipo**” en esta última se darán a conocer lo esencial del uso de la motivación empresarial, el liderazgo en grupo, trabajo en equipo y equipo de trabajo.

JUSTIFICACIÓN.

La motivación al actuar como fuerza impulsora de la conducta humana, es un elemento de importancia en cualquier ámbito de la vida, pero cobra un especial valor en el trabajo organizacional ya que es en esta actividad que desempeñamos en gran parte de nuestra existencia, por lo cual, es necesario estar motivados en nuestro entorno laboral para que no se convierta en una actividad rutinaria y opresora, sino al contrario sea un medio que nos produzca satisfacción.

La misma es considerada en los trabajadores como un fin en sí mismo, pero la realidad es que compete tanto al trabajador como a la empresa, que aun brindando beneficios a los empleados al ayudarles una estabilidad emocional que será visible en su rendimiento laboral

La propuesta es de gran importancia porque contribuir a la productividad del capital humano y con ello su rentabilidad, ya que un trabajador motivado y satisfecho está en mejores condiciones de desempeñar sus funciones con respecto a otro que no esté capacitado.

OBJETIVOS DEL PROGRAMA

Objetivo General

Capacitar a la población de la tienda Textiles Zanzíbar acerca de la valía de trabajar en equipo en el mundo empresarial.

Objetivos Específicos

- Proporcionar conocimientos al momento de asumir las responsabilidades laborales, a partir de una actitud proactiva orientada al aprendizaje.
- Facilitar herramientas a los participantes para lograr un desarrollo de sus competencias dentro de un trabajo en equipo, incrementando el uso de las nuevas tendencia motivacionales.
- Concientizar a los participantes acerca de la valía de la motivación en el desempeño laboral.

Estrategias:

Se llevaran a cabo el desarrollo de un conjunto de estrategias tales como: Talleres, Video Foro, Video Charla, Charla y Foro, con la finalidad de estructurar información.

Recursos:

Recursos humanos:

Facilitadoras

Recursos materiales:

Laptop, video vean, pantalla de proyección, lámina de papel bond (blanca), hojas blancas, marcador negro, rojo y azul, carpetas, material informativo, cinta adhesiva, lápiz., caja redonda, pelota anti estrés, esponja, perfume, detergente, agua, rosa, algodón, pluma, cinta negra, colores, revistas, periódico, tirro, pelota y cobijas

CRONOGRAMA		
Semana #1	Actividad N°1	“Conociendo la visión de tu programa”
	Actividad N°2	“El valor del Ser Biológico”.
Semana #2	Actividad N°3	“Comprender el Ser Psicológico”.
	Actividad N°4	“Aceptando el Ser Humano”
Semana #3	Actividad N°5	“El ser social en el trabajo en equipo”.

CRONOGRAMAS DEL PROGRAMA DE ORIENTACIÓN

“COMPRIENDIENDO LA VALÍA DE TRABAJAR EN EQUIPO EN EL MUNDO EMPRESARIAL”

ACTIVIDAD	TEMA	ESTRATEGIA	TIEMPO	LUGAR	FECHA
1	“Conociendo la visión de tu programa”	Taller	2 horas	Tienda ZARA Sambil-Valencia	Semana #1
2	“El valor del Ser Biológico”	Video Foro	3 horas	Tienda ZARA Sambil-Valencia	Semana #1
3	“Comprender el Ser Psicológico”	Video Charla	1 hora	Tienda ZARA Sambil-Valencia	Semana #2
4	“Aceptando el Ser Humano”	Charla	1 hora	Tienda ZARA Sambil-Valencia	Semana #2
5	“El ser social en el trabajo en equipo”	Foro	2 horas	Tienda ZARA Sambil-Valencia	Semana #3

1

Manual del facilitador

Taller:

“Conociendo la visión de tu programa”

Facilitadoras: Caballero Gleyre
Mazo Lucy

Julio, 2014

Propósito:

Presentar la importancia del programa de orientación “Comprendiendo la valía de trabajar en equipo en el mundo empresarial” a través de taller vivencial titulado “Conociendo la visión de tu programa”, donde se dará a conocer la bienvenida, presentación de los participantes, la ponencia de los objetivos del programa y el cronograma del trabajo.

Objetivos:

- Dar a conocer el contenido de todas las estrategias que se aplicaran en el programa.
- Apreciar la receptividad de los participantes ante la propuesta durante del desarrollo del contenido.

Estrategias:

El taller es una técnica en la que se integran la teoría y la práctica. Se caracteriza por la investigación, el descubrimiento científico y el trabajo en equipo que, en su aspecto externo, se distingue por el acopio de (forma sistematizada) de material especializado acorde con el tema tratado teniendo como fin la elaboración de un producto tangible.

Dinámica de Inicio:**Técnica: Tornado de Ideas**

Objetivo: Incentivar la integración de los participantes por medio de la construcción de la definición.

Para iniciar el taller de “Conociendo la visión de tu programa” las facilitadoras darán la bienvenida a todos los participantes y la presentación de cada uno. Se realizara un diagnostico al grupo en el que ellos darán definición de programa según su criterio. Lo cual se llevara a desarrollar una plenaria para comentar la actividad realizada, donde cada participante deberá decir porque escribió esa definición.

Desarrollo:

Técnica: Plenaria

Objetivo: Desarrollar una explicación del tema y propiciar un intercambio de ideas ente los participantes.

Las facilitadoras realizaran una explicación del contenido del programa. Luego se propiciara una lluvia de ideas en la que los participantes aportaran ideas sobre la importancia de un programa motivacional para la empresa y se abrirá un ciclo de plenaria para discutir el contenido analizado.

Dinámica de cierre:

Técnica: Negociación de Normas

Objetivo: Establecer normas grupales

Se formaran dos grupos de igual número de participantes y se les entregar un lamina de papel bon donde se discuta y establezcan las normas que se regirán en el grupo en cada encuentro. Luego el representante de cada grupo compartirá la conclusiones entre ellos, quedando por sentado lo antes discutido.

Las facilitadoras les darán las gracias al grupo por su participación y se despedirán cordialmente.

Fecha: De acuerdo al cronograma establecido con la organización.

Duración: 2 horas.

Contenido:

- ✓ Bienvenida de los participantes
- ✓ Presentación del programa

Recursos humanos:

- Facilitadores.
- Participantes

Recursos materiales:

- Laptop
- Video bean
- Pantalla de proyección.
- Hojas blancas
- Lápices
- Carpetas
- Material Informativo
- Lamina de papel bond (blanca),
- Marcador negro, rojo y azul ➤Cinta adhesiva.

PLANIFICACIÓN DEL TALLER
“CONOCIENDO LA VISIÓN DE TU PROGRAMA”

OBJETIVO	CONTENIDO	ESTRATEGIAS	TIEMPO (2 HORA)	RECURSOS	OBSERVACIONES
<p>-Dar a conocer el contenido de todas las estrategias que se aplicaran en el programa.</p> <p>-Apreciar la receptividad de los participantes ante la propuesta durante del desarrollo del contenido</p>	<p>✓ La bienvenida, de los participantes.</p> <p>✓ Presentación del programa.</p>	<p>Inicio: Técnica: Tornado de Ideas. Para iniciar el taller de “Conociendo la visión de tu programa” las facilitadoras darán la bienvenida a todos los participantes y la presentación de cada uno. Se realizara un diagnostico al grupo en el que ellos darán definición de programa según su criterio. Lo cual se llevara a desarrollar una plenaria para comentar la actividad realizada, donde cada participante deberá decir porque escribió esa definición.</p> <p>Desarrollo: Técnica: Plenaria Las facilitadoras realizaran una explicación del contenido del programa. Luego se propiciara una lluvia de ideas en la que los participantes aportaran ideas sobre la importancia de un programa motivacional para la empresa y se abrirá un ciclo de plenaria para discutir el contenido analizado.</p>	<p>20 minutos</p> <p>1 hora 20 minutos</p>	<p>Humanos: Facilitadores Participantes</p> <p>Materiales: Laptop, Video vean, Pantalla de proyección, Lámina de papel bond (blanca), hojas blancas, Marcador negro, rojo y azul, carpetas, material informativo, Cinta adhesiva y lápiz.</p>	

		<p>Cierre: Técnica: Negociación de Normas Se formaran dos grupos de igual número de participantes y se les entregará una lámina de papel donde se discuta y establezcan las normas que se regirán en el grupo en cada encuentro. Luego el representante de cada grupo compartirá las conclusiones entre ellos, quedando por sentado lo antes discutido. Las facilitadoras les darán las gracias al grupo por su participación y se despedirán cordialmente.</p>	20 minutos		
--	--	---	-------------------	--	--

2

Manual del facilitador
Video Foro:
“El Valor del Ser Biológico”

Facilitadoras: Caballero Gleyre
Mazo Lucy

Julio, 2014

Propósito:

Presentar la importancia del programa de orientación “Comprendiendo la valía de trabajar en equipo en el mundo empresarial” a través de un video foro, titulado “El valor del Ser Biológico” donde se dará a conocer información acerca del cerebro, el funcionamiento de las neuronas y los aspectos fisiológicos (sistema nervios).

Objetivos:

- Conocer el funcionamiento del cerebro.
- Identificar los procesos y aspectos fisiológicos del cerebro.

Estrategias:

Video Foro: Son sesiones didácticas donde se presentan videos para introducir el debate de un tema de interés para la audiencia. Además, los video-foro son momentos de reflexión y diálogos enriquecedores para quienes participan en el debate colectivo.

Dinámica de Inicio:

Técnica: Dime: ¿qué es?

Objetivo: Propiciar el interés de los participantes sobre el tema

Para iniciar el video foro de “El Valor del Ser Biológico” las facilitadoras darán la bienvenida a todos los participantes.

Se divide en dos grupos de igual número de participantes, a los cuales se les dará cinco palabras relacionadas con la temática y serán ellos los delegados de ilustrar mediante mímicas cada una de ellas y el otro grupo podrá identificarlo, y viceversa. Para finalizar cada equipo deberá identificar el tema a tratar.

Desarrollo:**Técnica:** Video**Objetivo:** Conocer los procesos biológicos del ser humano.

Se presentará un video informativo acerca de los procesos biológicos del ser humano, se dará inicio al foro

Dinámica de cierre:**Técnica:** El Pastel**Objetivos:** Determinar el alcance de la información suministrada.

Se colocará a los participantes en círculo alrededor de una caja redonda simulando un pastel, que cada trozo lo conforma un sobre con la pregunta relacionada con el tema. Los mismos danzaran alrededor del pastel esperando la orden de alto y así trasladarse al centro y tomar un sobre para participar en el intercambio de ideas con el grupo.

Fecha: De acuerdo al cronograma establecido con la organización.**Duración:** 3 horas.**Contenido:**

- El cerebro
- Las neuronas
- Los aspectos fisiológicos (sistema nervioso).

Recursos humanos:

- Facilitadores.
- Participantes

Recursos materiales:

- Lapto
- Video bean
- Pantalla de proyección.
- Hojas blancas
- Lápices
- Carpetas
- Material Informativo
- Caja redonda
- Sobres

PLANIFICACIÓN DEL TALLER
“EL VALOR DEL SER BIOLÓGICO”

OBJETIVO	CONTENIDO	ESTRATEGIAS	TIEMPO (3 HORA)	RECURSOS	OBSERVACIONES
<ul style="list-style-type: none"> • Conocer el funcionamiento del cerebro. • Identificar los procesos y aspectos fisiológicos del cerebro. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ El cerebro. ✓ Las neuronas. ✓ Los aspectos fisiológicos (sistema nerv) 	<p>Inicio: Técnica: Dime: ¿qué es? Para iniciar el video foro de “El Valor del Ser Biológico” las facilitadoras darán la bienvenida a todos los participantes. Se divide en dos grupos de igual número de participantes, a los cuales se les dará cinco palabras relacionadas con la temática y serán ellos los delegados de ilustras mediante mímicas cada una de ellas y el otro grupo podrá identificarlo, y viceversa. Para finalizar cada equipo deberá identificar el tema a tratar.</p> <p>Desarrollo: Técnica: Video Se presentara un video informativo acerca de los proceso biológicos del ser humano, se dará inicio al foro.</p> <p>Cierre: Técnica: El Pastel Se colocara a los participantes en círculo alrededor de una caja redonda simulando un pastel, que cada trozo lo conforma un sobre con la pregunta relacionada con el tema. Los mismos danzaran alrededor del paste esperando la orden de alto y así trasladarse al centro y tomar un sobre para participar en el intercambio de ideas con el grupo.</p>	<p>30 minuto</p> <p>2 horas</p> <p>30 minutos</p>	<p>Humanos: Facilitadores Participantes</p> <p>Materiales: Laptop, Video vean, Pantalla de proyección, hojas blancas, carpetas, material informativo, caja redonda Y lápiz.</p>	

Anexos.

“El Valor del Ser Biológico”

El cerebro

Es un término muy general y se entiende como el proceso de centralización y cefalización del sistema nervioso que poseen la mayoría de las especies del reino animal. Se encuentra ubicado en la cabeza; por lo general, cerca de los principales órganos de los sentidos como la visión, audición, equilibrio, tacto (extremidades y piel), gusto y el olfato.

Características generales

El cerebro es el órgano mayor del sistema nervioso central y el centro de control para todo el cuerpo. También es responsable de la complejidad del pensamiento, memoria, emociones y lenguaje.

Es sumamente complejo, ya que es un órgano emerge por la naturaleza de la unidad que nutre su funcionamiento: la neurona, se comunican entre sí por medio de largas fibras protoplasmáticas llamadas axones, que transmiten trenes de pulsos de señales denominados potenciales de acción a partes distantes del cerebro o del cuerpo depositándolas en células receptoras específicas.

Funciones

El cerebro procesa la información sensorial, controla y coordina el movimiento, el comportamiento, los sentimientos y puede llegar a dar prioridad a las funciones

corporales homeostáticas, como los latidos del corazón, la presión sanguínea, el balance de fluidos y la temperatura corporal. El cerebro es responsable de la cognición, las emociones, la memoria y el aprendizaje.

Neuronas

Son un tipo de células del sistema nervioso cuya principal función es la excitabilidad eléctrica de su membrana plasmática; están especializadas en la recepción de estímulos y conducción del impulso nervioso (en forma de potencial de acción) entre ellas o con otros tipos celulares, como por ejemplo las fibras musculares de la placa motora.

Función de las neuronas

Las neuronas tienen la capacidad de comunicarse con precisión, rapidez y a larga distancia con otras células, ya sean nerviosas, musculares o glandulares. A través de las neuronas se transmiten señales eléctricas denominadas impulsos nerviosos.

Estos impulsos nerviosos viajan por toda la neurona comenzando por las dendritas, y pasa por toda la neurona hasta llegar a los botones terminales, que pueden conectar con otra neurona, fibras musculares o glándulas. La conexión entre una neurona y otra se denomina sinapsis.

El sistema nervioso

Su función primordial es la de captar y procesar rápidamente las señales ejerciendo control y coordinación sobre los demás órganos para lograr una oportuna y

eficaz interacción con el medio ambiente cambiante. Esta rapidez de respuestas que proporciona la presencia del sistema nervioso diferencia a la mayoría.

Sistema Nervioso Central

El sistema nervioso central está formado por el encéfalo y la médula espinal, se encuentra protegido por tres membranas, las meninges. En su interior existe un sistema de cavidades conocidas como ventrículos, por las cuales circula el líquido cefalorraquídeo.

Sistema nervioso está formado por los nervios, craneales y espinales, que emergen del sistema nervioso central y que recorren todo el cuerpo, conteniendo axones de vías neurales con distintas funciones y por los ganglios periféricos, que se encuentran en el trayecto de los nervios y que contienen cuerpos neuronales, los únicos fuera del sistema nervioso central.

3

Manual del Facilitador

Video Charla

“Comprender el Ser Psicológico”

Facilitadoras: Caballero Gleyre
Mazo Lucy

Julio, 2014

Propósito:

Presentar la importancia del programa de orientación “Comprendiendo la valía de trabajar en equipo en el mundo empresarial” a través de un video charla, titulado “Comprender el Ser Psicológico” donde se dará a conocer información acerca.

Objetivos

- Conocer el alcance del cerebro en el funcionamiento del Ser humano.
- Analizar las diferencias existentes entre las emociones versus sentimientos.

Estrategias:

Video Charla: Es la presentación de uno o varios micro videos acompañado de la interacción simultánea con el facilitador durante la presentación de los mismos.

Dinámica de Inicio:**Técnica: “Aura”**

Objetivos: Bajar la tensión y unir al grupo.

El grupo se colocara en círculo con los brazos abiertos, tocándose con las punta de los dedos, luego se le dice que cierren los ojos y los abrirán cuando lo indique el facilitador, Ahora den tres pasos atrás, tres vueltas en el mismo sitio, se les pedirá silencio y que se concentren, tratando de reconocer a sus compañeros, estableciendo contacto tocándose con las manos hasta formar nuevamente el círculo. Abran los ojos y ahora observen como la energía del grupo permitió la unión.

Desarrollo:

Técnica: Micros en videos

Objetivos: Brindar conocimientos a los participantes acerca del tema.

Se presentara un micros video informativos acerca de los proceso del cerebro triuno, el cual será dirigido por espacios de intervención de los facilitadores donde se comente acerca de lo que se esté presentando.

Dinámica de cierre:

Técnica: Circulo emotivo

Objetivo: Despertar en las participantes sensaciones de emoción y sentimientos al tener contacto con diversos objetos.

Los participantes formaran un círculo uno en frente del otro hasta formar un circulo interno y otro externo. El grupo externo deberá vendarle los ojos al compañero que tenga de frente (grupo interno) y colocar sus manos al frente, luego debe girara para pasar por cada compañero y tocar cada uno de los objetos que tendrán los participantes de dicho grupo. Logrando llegar al participante en el cual inicio la ronda. Cada uno expresara las sensaciones percibida durante el contacto con los objetos.

Fecha: De acuerdo al cronograma establecido con la organización.

Duración: 1 hora.

Contenido:

- ✓ El funcionamiento del cerebro triuno
- ✓ Las emociones versus sentimiento.

Recursos humanos:

- Facilitadores.
- Participantes

Recursos materiales:

- Lapto
- Video bean
- Pantalla de proyección.
- Hojas blancas
- Lápices
- Carpetas
- Material Informativo
- Pelota anti estrés
- Esponja
- Perfume
- Detergente
- Agua
- Rosa
- Algodón
- Pluma
- Cinta negra

PLANIFICACIÓN DEL TALLER
“Comprender el Ser Psicológico”

OBJETIVO	CONTENIDO	ESTRATEGIAS	TIEMPO (1 HORA)	RECURSOS	OBSERVACIONES
<ul style="list-style-type: none"> • Conocer el alcance del cerebro en el funcionamiento del Ser humano. • Analizar las diferencias existentes entre las emociones versus sentimientos. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ El funcionamiento del cerebro triuno ✓ Las emociones versus sentimiento. 	<p>Inicio: Técnica: “Aura” El grupo se colocara en círculo con los brazos abiertos, tocándose con las punta de los dedos, luego se le dice que cierren los ojos y los abrirán cuando lo indique el facilitador, Ahora den tres pasos atrás, tres vueltas en el mismo sitio, se les pedirá silencio y que se concentren, tratando de reconocer a sus compañeros, estableciendo contacto tocándose con las manos hasta formar nuevamente el círculo. Abran los ojos y ahora observen como la energía del grupo permitió la unión.</p> <p>Desarrollo: Técnica: Micros en videos Se presentara un micros video informativos acerca de los proceso del cerebro triuno, el cual será dirigido por espacios de intervención de los facilitadores donde se comente acerca de lo que se esté presentando</p> <p>Cierre: Técnica: Circulo emotivo Los participantes formaran un círculo uno en frente del otro hasta formar un círculo interno y otro externo. El grupo externo deberá vendarle los ojos al compañero que tenga de frente (grupo interno) y colocar sus manos al frente, luego debe girara para pasar por cada compañero y tocar cada uno de los objetos que tendrán los participantes de dicho grupo. Logrando llegar al participante en el cual inicio la ronda. Cada uno expresara las sensaciones percibida durante el contacto con los objetos.</p>	<p>10 minutos</p> <p>40 minutos</p> <p>10 minutos</p>	<p>Humanos: Facilitadores Participantes</p> <p>Materiales: Lapto Video bean Pantalla de proyección Hojas blancas Lápices Carpetas Material Informativo Pelota anti estrés Esponja Perfume Detergente Agua Rosa Algodón Pluma Cinta negra</p>	

Anexos.

“Comprender el Ser Psicológico”

Cerebro triúnico

El “cerebro triúnico” o "cerebro triuno" es un modelo propuesto por Paul MacLean para explicar la función de los rastros de evolución existentes en la estructura del cerebro humano. En este modelo, el cerebro se divide en tres cerebros separados que tienen su propia inteligencia especial, subjetividad, sentido de tiempo y espacio, y memoria. El cerebro triúnico consiste en el complejo reptiliano, el sistema límbico y el neocórtex.

El complejo-R

También conocido como el "cerebro reptiliano", incluye el tronco del encéfalo y el cerebelo. La frase "cerebro reptiliano" deriva del hecho que el cerebro de un reptil es dominado por el tronco encefálico y el cerebelo, que controla el comportamiento y el pensamiento instintivos para sobrevivir. Este cerebro controla los músculos, equilibrio y las funciones autonómicas (ej. respiración y latido del corazón). Por consiguiente, es principalmente reactivo a estímulos directos.

El sistema límbico

Maclean por primera vez introdujo el término "sistema límbico" en un estudio en 1952. Esta porción del cerebro deriva del "cerebro viejo del mamífero". El sistema límbico es el origen de emociones e instintos (ej. comer, luchar, huir y

comportamientos sexuales). Cuando esta parte del cerebro es estimulada, tal como por corriente eléctrica ligera, las emociones son producidas.

MacLean observa que todo en el sistema límbico es "agradable o desagradable". La supervivencia está basada en la evasión de dolor (desagradable) y la recurrencia de placer (agradable).

El sistema límbico incluye la amígdala, el hipotálamo, y el hipocampo. El sistema límbico tiene que interactuar con el neocórtex porque no puede funcionar completamente solo. Necesita interactuar con el neocórtex para procesar las emociones.

El neocórtex

También conocido como la "corteza cerebral", se encuentra en el cerebro de mamíferos más evolucionados, y es responsable de pensamiento avanzado, razón, habla y sapiencia.

Se encuentra dividido en los hemisferios: el izquierdo se especializa en pensamientos ligados a la palabra. Sus preferencias son la abstracción, la lectura, las clarificaciones, el análisis, la escritura, la aritmética, reglas generales y el derecho es más sentimental se especializa en la percepción visual y espacial, más que en las palabras y conceptos. Su manera de encarar el mundo no es lineal, ordenada y secuencial. Ambos hemisferios se encuentran unidos por medio de un hueso de fibra nerviosa cada hemisferio cumple funciones específicas como son:

HEMISFERIO IZQUIERDO	HEMISFERIO DERECHO
Racional	Intuitivo
Lógico	Analógico
Divisorio	Simultáneo
Analítico	Sintético
Descriptivo	Gestáltico
Científico	Artístico
Reproductivo	Creativo
Temporal	Espacial
Práctico	Mágico

Emociones

Las emociones son reacciones psicofisiológicas que representan modos de adaptación a ciertos estímulos del individuo cuando percibe un objeto, persona, lugar, suceso, o recuerdo importante. Psicológicamente, las emociones alteran la atención, hacen subir de rango ciertas conductas guía de respuestas del individuo y activan redes asociativas relevantes en la memoria. Fisiológicamente, las emociones organizan rápidamente las respuestas de distintos sistemas biológicos, incluidas las expresiones faciales, los músculos, la voz, la actividad del SNA y la del sistema endocrino, a fin de establecer un medio interno óptimo para el comportamiento más efectivo. Conductualmente, las emociones sirven para establecer nuestra posición con respecto a nuestro entorno, y nos impulsan hacia ciertas personas, objetos, acciones, ideas y nos alejan de otros.

Las emociones actúan también como depósito de influencias innatas y aprendidas, y poseen ciertas características invariables y otras que muestran cierta variación entre individuos, grupos y culturas (Levenson, 1994).

Historia de la psicobiología de la emoción

Harlow describe el caso Phineas Gage

Phineas Gage (Harlow, 1848; Harlow, 1868 en Neylan, 1999) fue un obrero de ferrocarriles que, debido a un accidente, sufrió daños severos en el cerebro, específicamente en parte del lóbulo frontal. Gage sufrió cambios notorios en su personalidad y temperamento, lo que se consideró como evidencia de que los lóbulos frontales eran los encargados de procesos relacionados con el comportamiento emocional, la personalidad y las funciones ejecutivas en general.

El caso de Gage es uno de los más famosos e influyentes de la neurociencia, debido a que jugó un papel crucial en el descubrimiento de los síndromes de comportamiento resultantes de la disfunción del lóbulo frontal (Neylan, 1999).

Darwin

Charles Darwin, en su libro *La expresión de las emociones en hombres y animales* (1872), supuso que las respuestas faciales humanas evidenciaban estados emocionales idénticos en todos los seres humanos. Relacionaba la expresión de la emoción con otras conductas y a todas ellas las hacía resultado de la evolución; a partir de ahí intentó compararlas en diversas especies.

Sus ideas principales eran que las expresiones de la emoción evolucionan a partir de conductas, que dichas conductas si son beneficiosas aumentarán, disminuyendo si no lo son, y que los mensajes opuestos a menudo se indican por movimientos y posturas opuestas (principio de antítesis).

Teoría de James-Lange

William James y Carl Lange propusieron simultáneamente, pero de forma independiente, en 1884 una teoría fisiológica de la emoción. La teoría de James-

Lange propone que la corteza cerebral recibe e interpreta los estímulos sensoriales que provocan emoción, produciendo cambios en los órganos viscerales a través del sistema nervioso autónomo y en los músculos del esqueleto a través del sistema nervioso somático.

Sentimiento

Es un estado del ánimo que se produce por causas que lo impresionan, y éstas pueden ser alegres y felices, o dolorosas y tristes. El sentimiento surge como resultado de una emoción que permite que el sujeto sea consciente de su estado anímico.

Los sentimientos están vinculados a la dinámica cerebral y determinan cómo una persona reacciona ante distintos eventos. Se trata de impulsos de la sensibilidad hacia aquello imaginado como positivo o negativo.

En otras palabras, los sentimientos son emociones conceptualizadas que determinan el estado de ánimo. Cuando éstos son sanos, es posible alcanzar la felicidad y conseguir que la dinámica cerebral fluya con normalidad. En el caso contrario, se experimenta un desequilibrio emocional que puede derivar en el surgimiento de trastornos tales como la depresión.

Los cambios en las cargas emocionales determinan las características de los sentimientos. Las emociones pueden ser breves en el tiempo, pero generar sentimientos que subsistan a lo largo de los años.

Básicamente, los sentimientos se clasifican en positivos (cuando promueven las buenas obras) y negativos (si fomentan las malas acciones). Es común, asimismo, que se recomiende luchar contra estos últimos para alcanzar la paz interior. Buenos o

malos, sin embargo, ambos grupos comparten la imposibilidad de ser transmitidos con precisión.

Diferencias entre emociones y sentimientos

Las emociones son un conjunto complejo de respuestas químicas y neuronales que forman un patrón distintivo. Estas respuestas son producidas por el cerebro cuando detecta un estímulo emocionalmente competente, es decir, cuando el objeto o acontecimiento, real o recordado mentalmente, desencadena una emoción y las respuestas automáticas correspondientes. Las respuestas provienen tanto de los mecanismos innatos del cerebro (emociones primarias) como de los repertorios conductuales aprendidos a lo largo del tiempo (emociones secundarias).

Los sentimientos, en cambio, son la evaluación consciente que hacemos de la percepción de nuestro estado corporal durante una respuesta emocional. Los sentimientos son conscientes, objetos mentales como aquellos que desencadenaron la emoción (imágenes, sonidos, percepciones físicas...). Las emociones que no se perciben como sentimientos son inconscientes y, sin embargo, pueden tener efecto sobre nuestras conductas.

4

Manual del Facilitador

Charla

“Aceptando el Ser Humano”

Facilitadoras: Caballero Gleyre

Mazo Lucy

Julio, 2014

Propósito:

Presentar la importancia del programa de orientación “Comprendiendo la valía de trabajar en equipo en el mundo empresarial” a través de un charla, titulado “Aceptando el Ser Humano” donde se dará a conocer información acerca de la interacción de las dimensiones biológicas-psicológicas y sociales que están presente dentro de la vida del Ser humano en el ámbito laboral.

Objetivos

- Facultar a los participantes para el auto reconocimiento del tipo de carácter y temperamento que poseen.
- Diferenciar las actitudes y aptitudes del Ser humano.

Estrategias:

Charla: Es la acción de charlar (conversar, platicar, hablar). Una charla, en este sentido, es una conversación entre dos o más personas.

Dinámica de Inicio:**Técnica: Caracol**

Objetivo: Propiciar un acercamiento mediante un abrazo.

Se les pedirá a los participantes que se tomen de las manos y se vayan enrollados hasta lograr simular un caracol y luego se brindaran un abrazo.

Desarrollo:**Técnica:** Mesa de trabajo**Objetivo:** Desarrollar los diversos temas en grupo.

Se organizaran en cinco grupo y a cada uno elegirá un tema al azar, en el cual deberán realizar un mapa mental relacionado con su tópico. Posteriormente será expuesto y se intercambiaran opiniones entre los grupo.

Dinámica de cierre:**Técnica:** El abanico**Objetivo:** Proporcionar el acercamiento y la comunicación entre los participantes.

El grupo debe colocarse en cirulos, el facilitador hará la entrega de una hoja blanca para la construcción de un abanico y un lápiz para identificar con su nombre el mismo. Siguiendo las instrucciones del facilitador se iniciara la rotación de derecha a izquierda del mismo, logrando completar la ronda y cada participante deberá escribir una fortaleza de cada uno. Después deberán leer y subrayar la fortalezas más relevantes y compartirlos con su grupo. Logrando que cada participante pueda conocer como lo perciben los compañeros.

Fecha: De acuerdo al cronograma establecido con la organización.**Duración:** 1 horas.**Contenido:**

- ❖ La personalidad:
- ✓ Temperamento y carácter
- ✓ La aptitud y actitud.

Recursos humanos:

- Facilitadores.
- Participantes

Recursos materiales:

- Hojas blancas
- Lápices
- Carpetas
- Material Informativo
- Marcadores
- Papel bond
- Cinta adhesiva
- Revistas
- periódico

PLANIFICACIÓN DEL TALLER

“Aceptando el Ser Humano”

OBJETIVO	CONTENIDO	ESTRATEGIAS	TIEMPO (1 HORA)	RECURSOS	OBSERVACIONES
<p>-Facultar a los participantes para el auto reconocimiento del tipo de carácter y temperamento que poseen.</p> <p>-Diferenciar las actitudes y aptitudes del Ser humano.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ La personalidad ✓ Temperamento y carácter ✓ la aptitud y actitud. 	<p>Inicio Técnica: Caracol Se les pedirá a los participantes que se tomen de las manos y se vayan enrollados hasta lograr simular un caracol y luego se brindaran un abrazo.</p> <p>Desarrollo Técnica: Mesa de trabajo Se organizaran en cinco grupo y a cada uno elegirá un tema al azar, en el cual deberán realizar un mapa mental relacionado con su tópico. Posteriormente será expuesto y se intercambiaran opiniones entre los grupo.</p> <p>Cierre Técnica: El abanico El grupo debe colocarse en cirulos, el facilitador hará la entrega de una hoja blanca para la construcción de un abanico y un lápiz para identificar con su nombre el mismo. Siguiendo las instrucciones del facilitador se iniciara la rotación de derecha a izquierda del mismo, logrando completar la ronda y cada participante deberá escribir una fortaleza de cada uno. Después deberán leer y subrayar la fortalezas más relevantes y compartirlos con su grupo. Logrando que cada participante pueda conocer como lo perciben los compañeros.</p>	<p>10 minutos</p> <p>40 minutos</p> <p>10 minutos</p>	<p>Humanos: Facilitadores Participantes</p> <p>Materiales: Hojas blancas, lápices, carpetas, material Informativo, Marcadores, colores, papel bond, cinta adhesiva, revistas y periódico</p>	

Anexos.

“Aceptando el Ser Humano”

Personalidad

La personalidad es un constructo psicológico, que se refiere a un conjunto dinámico de características psíquicas de una persona, a la organización interior que determina que los individuos actúen de manera diferente ante una circunstancia. El concepto puede definirse también como el patrón de actitudes, pensamientos, sentimientos y repertorio conductual que caracteriza a una persona y que tiene una cierta persistencia y estabilidad a lo largo de su vida de modo tal que las manifestaciones de ese patrón en las diferentes situaciones posee algún grado de predictibilidad.

Según Gordon Allport la personalidad es "la organización dinámica de los sistemas psicofísicos que determina una forma de pensar y de actuar, única en cada sujeto en su proceso de adaptación al medio".

Desmembrando esa afirmación encontramos que:

- La organización representa el orden en que se halla estructurada las partes de la personalidad de cada sujeto.
- Lo dinámico se refiere a que cada persona se encuentra en un constante intercambio con el medio que sólo se interrumpe con la muerte.
- Los sistemas psicofísicos hacen referencia a las actividades que provienen del principio inmaterial (fenómeno psíquico) y el principio material (fenómeno físico).

- La forma de pensar hace referencia a la vertiente interna de la personalidad. La forma de actuar hace referencia a la vertiente externa de la personalidad que se manifiesta en la conducta de la persona.
- Y es única en cada sujeto por la naturaleza caótica en el que el cerebro organiza las sinapsis.

Fundamentos de la Personalidad según Gordon Allport

Gordon Allport indicó que podemos considerar a la constitución física, el temperamento y la inteligencia como los "materiales" de la personalidad, aunque experimenten con los años una lenta maduración. Hablamos de estos elementos como los materiales en bruto porque dependen en gran parte (aunque no exclusivamente) de lo que se ha recibido por herencia. De los tres, la constitución física es la más visiblemente ligada a la herencia (de un modo complejo), pero hay pruebas de peso que apoyan la creencia que de también el temperamento y la inteligencia están genéticamente determinados. Llevando la argumentación más lejos, podemos preguntarnos si la fundamental asociación entre la constitución corporal y el temperamento es una correlación innata o se debe a las experiencias de la vida. Consideremos el ejemplo de un muchacho marcadamente delgado y más débil que sus compañeros. No sirve para los deportes y si se pelea le toca siempre perder. ¿Qué ocurrirá? Se desarrollara en él un modo de ser tenso, reservado, inhibido, introvertido. No podemos demostrar que es únicamente la experiencia de la vida lo que explica la correspondencia entre la constitución corporal y el temperamento, pero es probable que influya en ello.

Es necesario incluir la inteligencia entre los materiales de la personalidad, porque la inteligencia está de algún modo estrechamente relacionada con el sistema nervioso central, que pertenece al caudal hereditario del individuo junto con el sistema neuroglándular subyacente a la constitución corporal y al temperamento.

Difícilmente podría explicarse de cuantos modos puede diferir el sistema nervioso entre dos individuos en el momento de nacer. Existen amplias variaciones en el número de células cerebrales, en su disposición, metabolismo, conductividad, conexión y disponibilidad para el uso. Cuando las combinaciones son favorables, el individuo está dotado de elevada inteligencia; si son desfavorables la inteligencia será baja; si existen condiciones mixtas, los resultados son intermedios.

Antes que nada debemos dejar en claro que carácter no es lo mismo que temperamento según Gaitán (2006,2), "el temperamento es la base biológica del carácter y está determinado por el proceso fisiológico y factores genéticos que inciden en las manifestaciones conductuales."

Hoy en día se dice que ciertas características del temperamento se deben a procesos fisiológicos del sistema linfático, también debido a la acción endocrina de ciertas hormonas. El temperamento tiene, por tanto, un porcentaje genético nada despreciable.

También se acepta, de forma general, que los efectos intensos y permanentes del entorno pueden llegar a influir de los tipos de Temperamento.

Como señala Berne (2006 citado en falta autor, 2006), suele hacer una referencia al proceso de desarrollo del embrión humano, a partir de la diferenciación inicial de tres capas de tejidos; la primera, interna, que origina los sistemas internos digestivo y respiratorio, la segunda que origina el esqueleto, sistema muscular y circulatorio, y la tercera, externa, que origina el sistema nervioso.

Según esto él describe temperamentos que se asocian a la actividad digestiva, muscular o intelectual, dependiendo del desarrollo dominante de alguna de las capas:

- El temperamento endomorfo— interno, que presenta una tendencia a la obesidad, de contextura blanda y redonda, tórax y abdomen prominentes; rostro ancho, cuello corto, brazos y músculos robustos, con manos y pies pequeños. Este prototipo de "gordo bueno", debería tener un carácter tranquilo, albergar sentimientos simples y fácilmente accesibles; ser una personalidad amable a la que guste despertar afecto y aprobación, que disfrute de la compañía de amigos en torno a una mesa bien servida.
- El temperamento mesomorfo — central, de complexión equilibrada, musculosa, con extremidades fuertes y alargadas, tórax bien formado predominando sobre un abdomen firme y no voluminoso. El cráneo de tendencia prismática, sobre hombros anchos, provisto de una mandíbula huesuda y cuadrada; su cuerpo de piel gruesa, resistente a los rigores de la intemperie. Este fornido y atlético individuo, habrá de ser activo y emprendedor, desplegará su energía física en el deporte o en otras actividades de índole predominantemente física, se sentirá atraído por la aventura, el reto de los riesgos. Tendrá tendencia a la búsqueda de poder y autoridad sobre otros, será seguro de sí, osado y tendrá muy pocas inhibiciones. Disfrutará esencialmente de las actividades, querrá destacarse y ser líder.
- El temperamento ectomorfo — externo, de complexión decididamente alargada, huesos delgados y músculos no muy desarrollados, piernas largas, hombros caídos, vientre hundido, tórax estrecho. Su rostro, de conformación oval, el cuello largo, los brazos extensos, la piel delgada y pálida. Son individuos cuya inquietud es más intelectual que física, no son afectos a grandes movimientos o actividades, tienden a la introspección, aborrecen y tratan de eludir las dificultades.

Carácter

El carácter ha tratado de ser definido a lo largo de todos estos años pero una de los conceptos más acertados es el definido por Santos (2004), "el carácter es el sello que nos identifica y diferencia de nuestros semejantes, producto del aprendizaje social.", Esto nos hace pensar que somos personas únicas que poseemos un conjunto de reacciones y hábitos de comportamiento único que a lo largo de nuestras vidas hemos adquirido.

El carácter probablemente no se manifieste de una forma total y definitiva, si no que pase por un proceso evolutivo que se desarrolla hasta llegar a su completa expresión en el final de la adolescencia.

Componentes de la estructura del carácter y tipos de carácter

Según Santos (2004) los tres componentes de la estructura del carácter son la emotividad, la actividad, y la resonancia o respuestas ante las impresiones que nos manifiesta como primarios o secundarios. Al combinar los componentes aparecen ocho tipos caracterológicos:

- La emotividad — consistente en la mayor (primaria) o menor (secundaria) repercusión emocional del sujeto ante un acontecimiento.
- La actividad — consistente en la mayor (primaria) o menor (secundaria) inclinación del sujeto a responder a un estímulo mediante la acción.
- En donde tenemos que las personas que poseen los rasgos indicados como primarios son personas variables y volubles, así como los que presentan la forma secundaria son constantes y organizados.
- Emotivo, Activo y Primario: Colérico.
- Emotivo, Activo y Secundario: Apasionado.
- No Emotivo, Activo y Primario: Sanguíneo.

- No Emotivo, Activo y Secundario: Flemático.
- Emotivo, No Activo y Primario: Nervioso.
- Emotivo, No Activo y Secundario: Sentimental.
- No Emotivo, No Activo y Primario: Amorfo.
- No Emotivo, No Activo y Secundario: Apático.

Los diferentes tipos de carácter manifestados en las personas dependen entonces, de la presencia o ausencia en el carácter de los tres componentes principales dados por el autor.

Surgen en este escenario tres grupos: Las personas bloqueadas por sus imposibilidades, los que son manipulados por sus circunstancias; los que articulan y contra juegan en la búsqueda de oportunidades.

Clasificación del carácter

El carácter de una persona influye mucho en el estudio, en el trabajo y en la vida diaria, o lo facilita o lo dificulta. Es importante que las personas conozcan su carácter. Que conozcan sus puntos fuertes y débiles, para que puedan saber qué pueden esperar de ellos. Y también, cómo deben ayudarse y estimularse en la vida.

Diferencia entre carácter y temperamento

Según La Escuela de la Fe (2006), Con frecuencia se confunden los términos temperamento y carácter. La diferencia es que El temperamento es el conjunto de las inclinaciones íntimas que brotan de la constitución fisiológica de los individuos, El carácter, en cambio, es el conjunto de las disposiciones psicológicas que nacen del temperamento, modificado por la educación y el trabajo de la voluntad y consolidado por el hábito.

La actitud

Es la forma de actuar de una persona, el comportamiento que emplea un individuo para hacer las cosas. En este sentido, se puede decir que es su forma de ser o el comportamiento de actuar, también puede considerarse como cierta forma de motivación social -de carácter, por tanto, secundario, frente a la motivación biológica, de tipo primario- que impulsa y orienta la acción hacia determinados objetivos y metas. Eiserl define la actitud de la siguiente forma: predisposición aprendida a responder de un modo consistente a un objeto social.

En la Psicología Social, las actitudes constituyen valiosos elementos para la predicción de conductas.² Para el mismo autor de la obra fish, la actitud se refiere a un sentimiento a favor o en contra de un objeto social, el cual puede ser una persona, un hecho social, o cualquier producto de la actividad humana.

Basándose en diversas definiciones de actitudes, Rodríguez² definió la actitud como una organización duradera de creencias y cogniciones en general, dotada de una carga afectiva a favor o en contra de un objeto definido, que predispone a una acción coherente con las cogniciones y afectos relativos a dicho objeto. Las actitudes son consideradas variables intercurrentes, al no ser observables directamente pero sujetas a inferencias observables.

Otras definiciones de actitud

Además de las definiciones mencionadas, podemos agregar las siguientes:

- ✓ Floyd Allport: “Una actitud es una disposición mental y neurológica, que se organiza a partir de la experiencia que ejerce una influencia directriz o dinámica sobre las reacciones del individuo respecto de todos los objetos y a todas las situaciones que les corresponden”.

- ✓ Kimball Young: “Se puede definir una actitud como la tendencia o predisposición aprendida, más o menos generalizada y de tono afectivo, a responder de un modo bastante persistente y característico, por lo común positiva o negativamente (a favor o en contra), con referencia a una situación, idea, valor, objeto o clase de objetos materiales, o a una persona o grupo de personas”.
- ✓ R. Jeffress: "La actitud es nuestra respuesta emocional y mental a las circunstancias de la vida".
- ✓ W.I. Thomas y F. Znaniecki: “Es la tendencia del individuo a reaccionar, ya sea positiva o negativamente, a cierto valor social”.
- ✓ D. Krech y R.S. Crutchfield: “Una actitud puede ser definida como una organización permanente de procesos emocionales, conceptuales y cognitivos con respecto a algún aspecto del mundo del individuo”.
- ✓ Warren: “Una actitud es una específica disposición mental hacia una nueva experiencia, por lo cual la experiencia es modificada; o una condición de predisposición para cierto tipo de actividad”.
- ✓ Jack H. Curtis: “Las actitudes son predisposiciones a obrar, percibir, pensar y sentir en relación a los objetos y personas”.

Componentes de la actitud

Rodríguez distingue tres componentes de las actitudes:

- **Componente cognoscitivo:** para que exista una actitud, es necesario que exista también una representación cognoscitiva de objeto. Está

formada por las percepciones y creencias hacia un objeto, así como por la información que tenemos sobre un objeto. En este caso se habla de modelos actitudinales de expectativa por valor, sobre todo en referencia a los estudios de Fishbein y Ajzen. Los objetos no conocidos o sobre los que no se posee información no pueden generar actitudes. La representación cognoscitiva puede ser vaga o errónea, en el primer caso el afecto relacionado con el objeto tenderá a ser poco intenso; cuando sea errónea no afectará para nada a la intensidad del afecto.

- **Componente afectivo:** es el sentimiento en favor o en contra de un objeto social. Es el componente más característico de las actitudes. Aquí radica la diferencia principal con las creencias y las opiniones - que se caracterizan por su componente cognoscitivo -.
- **Componente conductual:** es la tendencia a reaccionar hacia los objetos de una determinada manera. Es el componente activo de la actitud.

Para explicar la relación entre actitud y conducta, Fishbein y Ajzen, (1980, citado en Rodríguez) han desarrollado una teoría general del comportamiento, que integra un grupo de variables que se encuentran relacionadas con la toma de decisiones a nivel conductual, ha sido llamada Teoría de la acción razonada.

La psicología social distingue un estudio de la estructura intra- actitudinal de la actitud, para identificar la estructura interna, de un estudio de la estructura interactitudinal.

Aptitud

La aptitud o "facultad" (del latín aptus = capaz para), en psicología, es cualquier característica psicológica que permite pronosticar diferencias inter-individuales en situaciones futuras de aprendizaje. Carácter o conjunto de condiciones que hacen a una persona especialmente idónea para una función determinada.

Mientras que en el lenguaje común la aptitud solo se refiere a la capacidad de una persona para realizar adecuadamente una tarea, en psicología engloba tantas capacidades cognitivas y procesos como características emocionales y de personalidad. Hay que destacar también que la aptitud está estrechamente relacionada con la inteligencia y con las habilidades tanto innatas como adquiridas fruto de un proceso de aprendizaje.

Inteligencia y aptitudes

Las aptitudes están relacionadas con una amplia variedad de capacidades competenciales, todas ellas se relacionan con las diversas habilidades lógicomatemáticas.

- Razonamiento lógico. Relacionada con la Inteligencia lógica-matemática.
- Razonamiento abstracto. Relacionada con la Inteligencia lógica-matemática. Comprensión verbal y expresión escrita. Relacionada con la Inteligencia lingüística- corporal.
- Razonamiento espacial. Relacionada con la Inteligencia espacial.
- Concentración mental. Relacionada con la Inteligencia emocional.
- Destreza manual y coordinación viso-manual. Relacionada con la Inteligencia corporal-cinestésica.
- Memoria.

- Inventiva-originalidad-relación con el medio.
- Capacidad analítica. Relacionada con la Inteligencia lógica-matemática.
- Capacidad de síntesis. Relacionada con la Inteligencia lógica-matemática.
- Razonamiento físico-mecánico. Relacionada con la Inteligencia espacial.
- Capacidad de observación. Relacionada con la Inteligencia espacial.
- Atención distribuida.
- Habilidad corporal. Relacionada con la Inteligencia corporal-cinestésica.
- Habilidad musical. Relacionada con la Inteligencia musical.
- Inferencia. Relacionada con la Inteligencia lógica-matemática.
- Razonamiento inductivo. Relacionada con la Inteligencia lógica-matemática.
- Razonamiento deductivo. Relacionada con la Inteligencia lógica-matemática.

Tipos de aptitud (psicología)

- Abstracta o científica: para entender principios y teorías que no están inscritos en la naturaleza.
- Espacial: para manejar espacios, dimensiones, geometría.
- Numérica: para comprender y desarrollar mecanizaciones numéricas.
- Verbal: para comprender palabras, oraciones, textos y relaciones entre los mismos.
- Mecánica: para comprender la transmisión de movimientos y sus disfunciones. Artística-plástica: habilidad para desarrollar formas, aplicar colores y apreciar formas estéticas.
- Musical: capacidad para relacionar y memorizar notas musicales, generar arreglos y crear música.
- Social: para comprender e interactuar con el prójimo.

- Coordinación visomotriz: habilidad para movimientos finos y coordinación de ojo-mano.
- Ejecutiva: capacidad para planificar y dirigir grupos de trabajo.
- Organización: habilidad para clasificar, ordenar y sistematizar una fuente de información.
- Persuasiva: para argumentar, convencer, ordenar, y sistematizar, una fuente de información.

5

Manual del Facilitador

Foro

“Incentivando el Ser Social en el trabajo en equipo”

Facilitadoras: Caballero Gleyre

Mazo Lucy

Julio, 2014

Propósito:

Presentar la importancia del programa de orientación “Comprendiendo la valía de trabajar en equipo en el mundo empresarial” a través de un foro, titulado “Incentivando el Ser social en el trabajo en equipo” donde se dará a conocer información acerca de cómo se debe utilizar la motivación, el liderazgo y el trabajo en equipo para lograr un desempeño eficiente y eficaz dentro de organización empresariales.

Objetivos

- Promover la utilidad de la motivación en ámbito empresarial.
- Incentiva la práctica del trabajo en equipo vs equipo de trabajo.

Estrategias:

Foro: es un tipo de reunión donde distintas personas conversan entorno a un tema de interés común. Es, esencialmente, una técnica oral, realizada en grupos.

Dinámica de Inicio:

Técnica: La rueda enrodillada

Objetivo: Fomentar la integración y el trabajo en equipo.

Se colocaran en círculo, hombro con hombro y darán media vuelta hasta quedar uno detrás del otro sujetando el hombro, posteriormente se sentaran sobre las piernas del compañero para empezar a caminar de derecha a izquierda, manteniendo el equilibrio y la forma original (el círculo). Se eligiera al azar tres participantes que

deberán detenerse mientras el resto gira. Para concluir cada uno expresara lo que sintió cuando sus compañeros dejaron de moverse y se mantuvo la misma secuencia.

Desarrollo:

Técnica: El puente.

Objetivo: Establecer las diferencias entre trabajo en equipo y equipo de trabajo para el logro de un objetivo.

Se divide en dos grupos de igual números de personas, se coloca dos rayas paralelos de 30 cm en el piso con tirro simulando dos puentes, uno frente del otro. Los participantes deberán ubicarse dentro de esas lineales de manera horizontal conformando dos equipo y el primero de cada fila deberá tratar de llegar al otro extremo siendo sus compañeros los obstáculos para lograr el objetivo. El facilitador le indicara a cada equipo por separado las indicaciones que cada grupo debe seguir, el primer grupo: debe establecer una estrategia donde participen todos para lograr el objetivo y el otro grupo deberá tener cada integrante una estrategia individual para lograr el objetivo. Ganará el grupo que logre la meta.

Dinámica de cierre:

Técnica: Las cobijas

Objetivos: Propiciar la cooperación, trabajo en equipo y liderazgo.

Se conformaran seis grupos de cuatro personas y a su vez se formaran tres subgrupos de dos cuartetos, cada uno de ellos tratara de lazar la pelota y ganara aquel cuarteto que no se le caiga al piso. Logrando desarrollar el trabajo en equipo

Fecha: De acuerdo al cronograma establecido con la organización.

Duración: 2 horas.

Contenido:

- ✓ La motivación empresarial.
- ✓ El liderazgo en grupo.
- ✓ Trabajo en equipo versus equipo de trabajo.

Recursos humanos:

- Facilitadores.
- Participantes

Recursos materiales:

- Lapto
- Video bean
- Pantalla de proyección.
- Carpetas
- Material Informativo
- Tirro
- Cobijas
- Pelotas

PLANIFICACIÓN DEL TALLER

“Incentivando el Ser Social en el trabajo en equipo”

OBJETIVO	CONTENIDO	ESTRATEGIAS	TIEMPO (2 HORAS)	RECURSOS	OBSERVACIONES
<ul style="list-style-type: none"> • Promover la utilidad de la motivación en el ámbito empresarial. • Incentiva la práctica del trabajo en equipo vs equipo de trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La motivación empresarial. ✓ El liderazgo en grupo. ✓ Trabajo en equipo y equipo de trabajo. 	<p>Inicio Técnica: La rueda enrrodiada Se colocaran en círculo, hombro con hombro y darán media vuelta hasta quedar uno detrás del otro sujetando el hombro, posteriormente se sentaran sobre las piernas del compañero para empezar a caminar de derecha a izquierda, manteniendo el equilibrio y la forma original (el círculo). Se eligiera al azar tres participantes que deberán detenerse mientras el resto gira. Para concluir cada uno expresara lo que sintió cuando sus compañeros dejaron de moverse y se mantuvo la misma secuencia.</p> <p>Desarrollo Técnica: El puente. Se divide en dos grupos de igual número de personas, se coloca dos rayas paralelas de 30 cm en el piso con tirro simulando dos puentes, uno frente del otro. Los participantes deberán ubicarse dentro de esas lineales de manera horizontal conformando dos equipos y el primero de cada fila deberá tratar de llegar al otro extremo siendo sus compañeros los obstáculos para lograr el objetivo. El facilitador le indicara a cada equipo por separado las indicaciones que cada grupo debe seguir, el primer grupo: debe establecer una estrategia donde participen todos para lograr el objetivo y el otro grupo deberá tener cada integrante una estrategia individual para lograr el objetivo. Ganará el grupo que logre la meta.</p> <p>Cierre Técnica: Las cobijas Se conformaran seis grupos de cuatro personas y a su vez se formaran tres subgrupos de dos cuartetos, cada uno de ellos tratara de lanzarse la pelota y ganara aquel cuarteto que no se le caiga al piso. Logrando desarrollar el trabajo en equipo</p>	<p>15 minutos</p> <p>1 hora 15 minutos</p> <p>30 minutos</p>	<p>Humanos: Facilitadores Participantes</p> <p>Materiales: Laptop, Video vean, Pantalla de proyección, material informativo, tirro, carpeta, Pelota y cobijas</p>	

Anexos.

“Incentivando el Ser Social en el trabajo en equipo”

Motivación

La motivación puede definirse como el señalamiento o énfasis que se descubre en una persona hacia un determinado medio de satisfacer una necesidad, creando o aumentando con ello el impulso necesario para que ponga en obra ese medio o esa acción, o bien para que deje de hacerlo. Otros autores definen la motivación como "la raíz dinámica del comportamiento, es decir, los factores o determinantes internos que incitan a una acción". La motivación es un estado interno que activa, dirige y mantiene la conducta.

El liderazgo

Es el conjunto de habilidades gerenciales o directivas que un individuo tiene para influir en la forma de ser de las personas o en un grupo de personas determinado, haciendo que este equipo trabaje con entusiasmo, en el logro de metas y objetivos. Entraña una distribución desigual del poder. Los miembros del grupo no carecen de poder; dan forma a las actividades del grupo de distintas maneras. Aunque, por regla general, el líder tendrá la última palabra.

Existen diferentes tipos de líderes, entre ellos están:

- **Líder carismático:** Consigue grandes avances estratégicos en la consecución de los objetivos organizativos ante una situación óptima, mientras que ante

situaciones más críticas administra soluciones consistentes, tendiendo a detenerse mucho tiempo en una planificación de alta calidad.

- **Líderes de inteligencia superior:** su ámbito más propicio es cuando las organizaciones emplean a personas altamente cualificadas, consiguiendo así transacciones con resultados óptimos. Demuestran un gran rechazo y no se sienten bien ante confrontaciones en el mercado para productos populares de bajo valor y de una gran dependencia hacia la marca del mismo.
- **Líder autocrático:** Especialmente eficiente en momentos de crisis, puesto que no siente la necesidad de hacer demasiadas preguntas. Le cuesta adaptarse a los escenarios organizacionales cuando los actores de los mismos poseen altos niveles educativos y están muy calificados. Sin embargo actúan exitosamente en diferentes situaciones.
- **Líder pastor:** muy solvente en las organizaciones con una evolución altamente consistente pero son ineficaces ante las crisis emergencias para las que se requieren decisiones rápidas. Este tipo de líderes se sienten muy cómodos en las organizaciones mercantiles de máxima estabilidad.
- **Líderes de la realeza:** tienen sus mejores oportunidades cuando se encuentran trabajando en organizaciones muy antiguas y son líderes en el mercado y no se adaptan a aquellas organizaciones cuyos productos tienen una demanda masiva. Este estilo no es recomendable para las organizaciones, debido a la dificultad de desligarlos de su papel como consecuencia de que a ellos mismos les cuesta en exceso aceptar que su actuación no es la mejor.

- **Líder natural:** Su actuación resulta sobresaliente en la mayoría de las circunstancias, y en especial en aquellas corporaciones mundiales cuyas marcas son reconocidas. Tienen dificultades para adaptarse a las organizaciones cuyas operaciones están excesivamente orientadas hacia las ventas

Trabajo en equipo

Es una de las condiciones de trabajo de tipo psicológico que más influye en los trabajadores de forma positiva porque permite que haya compañerismo. Puede dar muy buenos resultados, ya que normalmente genera entusiasmo y produce satisfacción en las tareas recomendadas.

- Las empresas que fomentan entre los trabajadores un ambiente de armonía obtienen resultados beneficiosos. El compañerismo se logra cuando hay trabajo y amistad.
- En los equipos de trabajo, se elaboran unas reglas, que se deben respetar por todos los miembros del grupo.

El trabajar en equipo resulta provechoso no solo para una persona sino para todo el equipo involucrado. Nos traerá más satisfacción y nos hará más sociables, también nos enseñará a respetar las ideas de los demás y ayudar a los compañeros si es que necesitan nuestra ayuda.

Ventajas del trabajo en equipo

Entre las ventajas esenciales que presentan el compañerismo y el trabajo en equipo, tanto para los individuos como para las organizaciones, se encuentran:

- Para los individuos
- Se trabaja con menos tensión al compartir los trabajos más duros y difíciles. Se comparte la responsabilidad al buscar soluciones desde diferentes puntos de vista.
- Es más gratificante por ser partícipe del trabajo bien hecho.
- Se comparten los incentivos económicos y reconocimientos profesionales. Puede influirse mejor en los demás ante las soluciones individuales que cada individuo tenga.
- Se experimenta de forma más positiva la sensación de un trabajo bien hecho. Las decisiones que se toman con la participación de todo el equipo tienen mayor aceptación que las decisiones tomadas por un solo individuo.
- Se dispone de más información que cualquiera de sus miembros en forma separada.
- El trabajo en grupo permite distintos puntos de vista a la hora de tomar una decisión. Esto enriquece el trabajo y minimiza las frustraciones. Podemos intercambiar opiniones respetando las ideas de los demás:
- Logra una mayor integración entre las personas para poder conocer las aptitudes de los integrantes.

Para las empresas y organizaciones y personas

- Aumenta la calidad del trabajo al tomarse las decisiones por consenso.
- Se fortalece el espíritu colectivista y el compromiso con la organización. Se reducen los tiempos en las investigaciones al aportar y discutir en grupo las soluciones.
- Disminuyen los gastos institucionales.
- Existe un mayor conocimiento e información.

- Surgen nuevas formas de abordar un problema.
- Se comprenden mejor las decisiones.
- Son más diversos los puntos de vista.
- Hay una mayor aceptación de las soluciones.

Equipo de Trabajo

Se puede definir como el «Conjunto de personas que interactúan directamente, con una finalidad perseguida por todos, para cuya consecución establecen unas normas de funcionamiento acordadas por todos los miembros del equipo del cual se sienten parte».

Características de los Equipos de Trabajo:

1. Están formados por diferentes personas con diferentes experiencias, edades, actitudes, etc. Por lo que necesitan conocerse.
2. Interacción entre los diferentes miembros, se relacionan y comunican.
3. Persiguen una misma finalidad u objetivo.
4. Existe un sentimiento de pertenencia al equipo.
5. Con unas normas establecidas por todos.
6. Roles diferentes: cada persona representa un papel y una función en el equipo.

Evolución de los equipos de trabajo:

El equipo de trabajo en tanto que está formado por un grupo de personas, es algo vivo que evoluciona en el tiempo hasta llegar a la madurez. A lo largo de esa evolución podemos diferenciar distintas etapas:

1. Creación y orientación: al principio los miembros del equipo no siempre se conocen entre sí, o no han trabajado juntos con anterioridad. Por lo que es una etapa inicial de conocimiento, en la cual el coordinador o líder debe disipar todas las dudas. Fijando los objetivos del grupo y la forma de trabajo.
2. Establecimiento de normas de conducta y responsabilidad de forma compartida y consensuada (comunicación y cooperación entre los miembros, hacerse cargo de los problemas, etc.).
3. Solución de conflictos: Una vez que el grupo ya se conoce, es normal que surjan conflictos entre sus miembros. El coordinador deberá propiciar un buen clima de trabajo y proponer suficientes alternativas.
4. Eficiencia y rendimiento: Una vez superados los conflictos, el equipo alcanza una madurez que le permite afrontar los retos, conseguir los objetivos marcados con creatividad y eficacia.

CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN

Según el diagnóstico de las necesidades Psico-sociales que impactan en el proceso de integración grupal de los trabajadores la empresa Textiles Zanzíbar, S.A., Tienda ZARA. Se tiene como conclusión que las necesidades Psicológicas que presentan los trabajadores en dicha empresa con respecto al proceso de integración son: la escases de talleres de crecimiento personal dado por la empresa, poca presencia de incentivos por su rendimiento laboral, casi nunca han recibido algún tipo de motivación en su entorno laboral y que consideran importante el uso de estrategias motivacionales en el trabajo, así como también las necesidades sociales se presentan a través de bajo nivel de sentido de pertenecía con la empresa, una disminución en la comunicación entre los compañeros de trabajo por falta de un ambiente de confianza laboral, la cooperación organizacional no es efectiva, siempre influirá el uso de estrategias motivacionales en el aumento del rendimiento laboral, ausencia en el grupo de trabajo de planificación de actividades para compartir fuera del entorno laboral y casi nunca aplican estrategias motivacionales para integrar su grupo de trabajo.

En relación a la factibilidad del programa se enmarcó dentro de las características organizacionales y sociales de la población, resaltando la propuesta efectiva del programa en la empresa Textiles Zanzíbar, S.A., Tienda ZARA.

La factibilidad social del programa se logró a los factores de necesidad general que presentaron los trabajadores de la empresa a la hora de responder las encuesta, permitiendo de esta manera identificar elementos como ausencia de sentido de

pertenencia organizacional y falta de estrategias de motivación laboral que permiten la pertinencia de un programa de orientación que fortalezca el trabajo en equipo.

Así mismo, en la factibilidad económica la empresa permitirá la implementación de estrategias motivacionales y colaborara en cuanto a la realización de talleres y charlas para fortalecer el capital humano a través de días de remuneración al trabajador que participe en estas actividades dentro de la hora laboral en la empresa, dando así un respaldo económico en relación a tiempo-trabajo-dinero.

Siguiendo este orden de idea, la factibilidad técnica se evidenciara en el aporte del espacio físico, así como también en recursos audio visuales y remuneración económica a especialistas que adiestraran al personal de la empresa en reforzar el sentido de pertenecía y trabajo en equipo de los trabajadores de la empresa Textiles Zanzíbar, S.A., Tienda ZARA. A través de estrategias motivacionales.

Finalmente, todo esto se cumplirá a través de la elaboración de un Programa de Orientación: “Comprendiendo la valía de trabajar en equipo en el mundo empresarial”, que tiene como finalidad abordar la importancia y el valor de la motivación en el capital humano para lograr trabajar en equipo e integrado dentro de una organización.

RECOMENDACIONES

En el siguiente tópico encontramos premisas que pueden mejorar y acentuar la eficiencia y eficacia de la implementación del Programa de Orientación:

“Comprendiendo la valía de trabajar en equipo en el mundo empresarial”, tiene como finalidad abordar la importancia y el valor de la motivación en el capital humano para lograr trabajar en equipo e integrado dentro de la empresa Textiles Zanzíbar, S.A., Tienda ZARA.

Institucionales:

- ✓ Brindarle seguridad al trabajador creando programas que fomente su confianza, como pueden ser, actividades adecuadas a las posibilidades reales de la empresa, con la finalidad de mejorar las relaciones interpersonales, la motivación, el liderazgo y la comunicación.
- ✓ Fomentar la superación de los trabajadores en dependencia de los requerimientos del puesto que ocupen.
- ✓ Continuar trabajando sobre la base de una adecuada motivación, teniendo en cuenta que los factores motivacionales que llevan al hombre a trabajar abarcan recompensas sociales como la interacción social, el respeto, la aprobación, el status y el sentimiento de utilidad.
- ✓ Realizar programas de capacitación a los directivos y trabajadores en general acerca de la importancia de una adecuada motivación laboral, demostrarles que esta es crucial para lograr los objetivos organizacionales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arias; F.G. (2006) **El proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica.** Caracas. Editorial Episteme, C.A. de C.V. Quinta Edición.

Hernández, R. Y Fernández, C. Y otro (2003). **Metodología de la investigación** (3ª ed). Editorial Mac Graw Hill. México.

HERNÁNDEZ, A. (2001). *El Proyecto Factible como Modalidad en la Investigación Educativa.* Recuperado en junio de 2010, en:

<http://www.ucla.edu.ve/dmedicin/departamentos/medicinapreventivasocial/SEB/investigacion/factible.pdf> Caracas: UPEL-IPRGR

Hervás. (2006). Extraído el 02 de Febrero del 2009 desde:
www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/Modelos/Documentos/Definiciones-deOrientacion.pdf.

Hurtado, I. Y Toro, J. (1999). **Paradigma y métodos de investigación.** (3ª ed).Editorial Espíteme Consultores Asociados.

Tamayo, M. (2005). **El proceso de la investigación científica.** (4ª ed). México. Editorial LIMUSA. México.

Universidad pedagógica experimental libertador UPEL(2010). *Manual de Trabajos de Grado de Especialización, Maestrías y Tesis Doctorales.* Cuarta edición. Caracas: FEDUPEL.

El cerebro Humano. [Documento en línea]. Disponible en:
<http://es.wikipedia.org/wiki/Cerebro> [Consultada: 2014, Enero 18].

- La Neurona del Hombre. [Documento en línea]. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Neurona> [Consultada: 2013, Octubre 23].
- El sistema Nervioso. [Documento en línea]. Disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/Sistema_nervioso. [Consultada: 2013, Octubre 12].
- Las Emociones. [Documento en línea]. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Emoci%C3%B3n> [Consultada: 2013, Septiembre 25].
- Los Sentimientos. [Documento en línea]. Disponible en: <http://definicion.de/sentimiento/#ixzz2thPpZwAh>. [Consultada: 2013, Agosto 05].
- Diferencia entre las neuronas, sentimientos y emociones. [Documento en línea]. Disponible en: <http://neuromarca.com/blog/diferencia-entre-emocion-y-sentimiento/> [Consultada: 2013, Octubre 03].
- La personalidad Humana. [Documento en línea]. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Personalidad> [Consultada: 2013, Noviembre 23].
- El Carácter. [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos34/el-caracter/elcaracter.shtml#ixzz2thYXGw5U> [Consultada: 2013, Octubre 03].
- La Actitud. [Documento en línea]. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Actitud> [Consultada: 2013, septiembre 15].
- La Aptitud. [Documento en línea]. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Aptitud> [Consultada: 2013, Septiembre 10].
- La Motivación. [Documento en línea]. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Motivaci%C3%B3n> [Consultada: 2013, Octubre 23].

El Liderazgo. [Documento en línea]. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Liderazgo> [Consultada: 2013, Octubre 01].

El trabajo en Equipo. [Documento en línea]. Disponible en: [http://es.wikipedia.org/wiki/Trabajo_en_equipo_y http://www.aiteco.com/que-es-unequipo-de-trabajo/](http://es.wikipedia.org/wiki/Trabajo_en_equipo_y_http://www.aiteco.com/que-es-unequipo-de-trabajo/) [Consultada: 2013, Septiembre 02].

El trabajo en equipo en el mundo empresarial [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.tiemposmodernos.eu/equipo-de-trabajo-concepto-y-desarrollo/> [Consultada: 2013, Octubre 20].

ANEXOS

ANEXO 1

Cuadro de Operalización de variable

CUADRO OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

Objetivo General: Proponer un programa de estrategias Motivacionales en orientación para el fortalecimiento en el proceso de integración grupal de los trabajadores la empresa Textiles Zanzíbar, S.A, Tienda ZARA, Municipio Naguanagua, Estado Carabobo.

Objetivos Específicos	Variable	Definición Conceptual.	Dimensión	Indicadores	Ítems
Diagnosticar las necesidades Psico-sociales que impactan en el proceso de integración grupal de los trabajadores la empresa textiles Zanzíbar, Tienda ZARA.	Psico-Sociales	La ciencia de la conducta y procesos cognitivos que repercute en el entorno social. (Barón, 1996)	Psicológicas	Auto actualización	8-15
			Sociales	experiencias	19-17
	Proceso de integración	Es un sistema de actividades conscientemente coordinadas, formado por dos o más personas, cuya cooperación recíproca es esencial para la existencia de un grupo, equipo u organización (Chiavenato, 1999)	Procesos humanos	Capital intelectual	6-20
				Toma de decisión	12
			Integración empresarial	Comunicación	5-18
				Cooperación organizacional	1-9-13
Determinar la factibilidad de un programa de estrategias Motivacionales en orientación para el proceso de integración grupal de los trabajadores la empresa Textiles Zanzíbar Tienda ZARA, Municipio Naguanagua, Estado Carabobo.	Factibilidad del programa	La información debe ser verificable, es decir, que pueda ser sometida a prueba mediante alguna de las técnicas de verificación. Para su aplicación (Briones, 1996)	Viabilidad del programa	Asistencia	14
				Pertinencia social	10
Diseñar el programa de estrategias Motivacionales en orientación para el fortalecimiento en el proceso de integración grupal de los trabajadores la empresa textiles Zanzíbar, Tienda ZARA.	Programa de Orientación	La Orientación como proceso continuo integrado en el contexto educativo para el desarrollo integral del Individuo. (Bisquerra, 1998)	Estrategias Motivacionales	logro	4-11
				impacto	2-3
				Relaciones Inter-personales	7-16

ANEXO 2

Encuesta



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
ESCUELA DE EDUCACIÓN
DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN
CÁTEDRA: TRABAJO ESPECIAL DE GRADO



Encuesta dirigida a los trabajadores de la empresa Textiles Zanzíbar Tienda ZARA,
Municipio Naguanagua, Estado Carabobo.

INTRODUCCIÓN

La información solicitada forma parte de un proceso de investigación en el que se pretende diagnosticar las necesidades Psico-sociales que impactan en el proceso de integración grupal de los trabajadores la empresa textiles Zanzíbar, Tienda ZARA.

Los datos obtenidos en el presente instrumento serán de estricta confidencialidad y de utilidad en el proceso de la investigación, la cual servirá de apoyo y agradecemos que al llenar la misma lo hagan con la mayor sinceridad posible, pues de ello depende que se obtengan resultados confiables.

INSTRUCCIONES

1. Esta encuesta consta de (20) preguntas.
2. Lee detenidamente cada una de ellas antes de responder.
3. Marque con una (X) la respuesta que usted considere es la más adecuada a la pregunta que se le está realizando.
4. Responder a todas las preguntas y si tienes dudas pregúntale al facilitador.

Nro	Pregunta	Siempre	Casi Siempre	Casi Nunca	Nunca
1	¿En tu lugar de trabajo se propicia un ambiente cordial?	0	19	10	1
2	¿Has recibido algún tipo de motivación en tu entorno laboral?	3	8	17	2
3	¿Consideras importante el uso de estrategias motivacionales en el trabajo?	20	4	6	0
4	¿Influirá el uso de estrategias motivacionales en el aumento del rendimiento laboral?	14	10	5	1
5	¿Tu entorno laboral posee una comunicación efectiva?	1	8	11	10
6	¿La empresa aporta capital en fortalecer la integración grupal?	0	4	14	12
7	¿En tu grupo de trabajo se planifican actividades para compartir fuera del entorno laboral?	1	2	15	12
8	¿El grupo de trabajo se encuentra capacitado para solucionar situaciones de conflicto?	1	7	18	4
9	¿En la empresa los empleados trabajan en equipo?	1	2	15	12
10	¿Es útil para el trabajador recibir talleres de motivación?	17	6	5	2
11	¿Necesitas motivación para realizar tu trabajo?	9	10	9	2
12	¿Te motivas asistir diariamente al trabajo?	7	11	10	2
13	¿Realizan actividades de integración en tu trabajo?	1	7	18	4
14	¿Participas en talleres de motivación?	6	6	10	8
15	Recibes talleres de crecimiento personal.	2	2	15	11
16	¿Aplicas estrategias motivacionales para integrar tu grupo de trabajo?	0	5	17	8
17	¿Las funciones laborales de la empresa están distribuidas equitativamente por el perfil del empleado?	3	4	15	8
18	¿La comunicación entre los compañeros de trabajo genera un ambiente de confianza laboral?	4	5	10	11
19	¿Sientes sentido de pertenencia con la empresa?	8	7	5	10
20	¿Recibes incentivos por tu rendimiento laboral?	1	4	10	15

ANEXO 3
Formato de Validez



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
ESCUELA DE EDUCACIÓN
DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN
CÁTEDRA DE INVESTIGACIÓN
TRABAJO DE GRADO



VALIDAR INSTRUMENTO A TRAVÉS DE JUICIOS DE EXPERTO

A continuación se le presenta una serie de categorías para validar los ítems que conforman este instrumento en cuanto a cinco aspectos específicos y otros aspectos generales. Para ello, se presentan dos alternativas (SI-NO) para que usted seleccione la que considere correcta. El Instrumento consta de dos partes una A y otra B.

Experto: _____.

PARTE A

Ítem	Claridad en Redacción	Coherencia Interna	Inducción a la respuesta	Mide lo que pretende	Lenguaje adecuado con el nivel que se trabaja
	SI-NO	SI-NO	SI-NO	SI-NO	SI-NO
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					
16					
17					
18					
19					
20					

Parte B

ASPECTOS GENERALES	SI	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones para las respuestas			
Los ítems permiten el logro del objetivo relacionado con el cuestionario			
Los ítems están presentes en forma lógica secuencia			
El número de los ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa la respuesta, sugiera los ítems que falta.			

OBSERVACIONES: _____

VALIDEZ		
APLICABLE	NO APLICABLE	APLICABLE (atendiendo a las observaciones)

Validado por: _____
 Cedula de Identidad: _____
 E-mail: _____
 Teléfono: _____
 Firma: _____

ANEXO 4

Tabla de Confiabilidad

TABLA DE CONFIABILIDAD

Suj/ltme	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20		total
1	1	1	4	1	3	3	3	3	1	3	3	2	1	4	3	3	3	3	2	4		51
2	1	1	4	3	3	3	2	3	3	2	2	3	1	3	2	4	3	3	1	4		51
3	1	1	4	1	3	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		31
4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	1		59
5	1	2	4	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	1	2	3	3	3	4	2		52
6	2	2	4	3	3	3	2	3	3	1	3	3	3	2	1	4	4	3	1	1		51
7	2	3	4	2	4	2	4	2	3	2	3	2	3	4	4	4	4	3	2	2		44
8	1	2	1	4	4	4	4	2	3	2	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4		63
9	1	1	2	2	3	3	1	1	2	2	1	4	4	4	4	4	4	3	4	2		49
10	1	3	1	1	1	2	1	1	3	1	2	4	4	4	2	1	2	3	2	1		33
11	1	1	2	2	3	3	1	1	2	2	1	4	4	4	4	4	4	3	4	2		49
12	1	3	1	1	1	2	1	1	3	1	2	4	4	4	2	1	2	3	2	1		33
S _{2p}	0,42	0,75	1,84	1,06	0,75	0,33	1,09	0,88	0,64	0,63	0,88	0,39	0,99	1,17	1,33	1,61	0,99	0,33	1,72	1,54	21,5	114,4

